

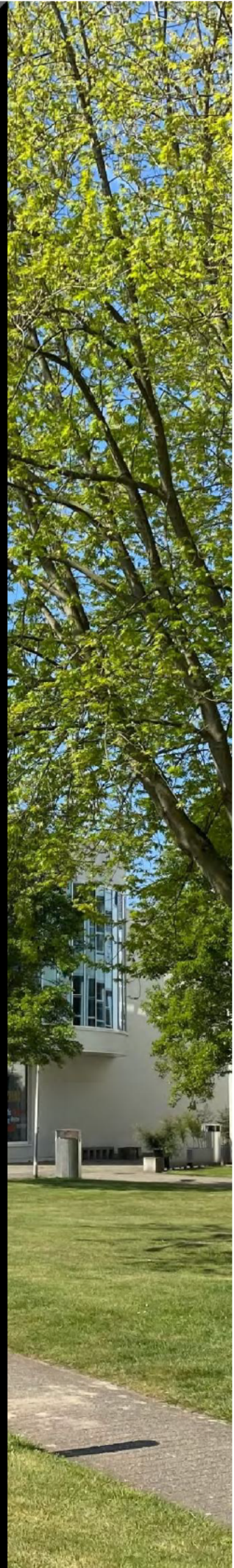
# AD OPLEIDING COMMERCIEËLE ECONOMIE NEVENVESTIGING TILBURG

Aanvraag macrodoelmatigheidstoets  
nieuwe vestigingsplaats

Fontys Economie Tilburg



FOR SOCIETY



# Inhoudsopgave

Basisgegevens Instelling .....	3
Basisgegevens Opleiding .....	3
1. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma .....	4
2. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen .....	6
3. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden .....	6
4. Afstemming.....	7
4.1 Afstemming binnen de onderwijsinstelling .....	7
4.2. Afstemming verwante Ad- en bacheloropleidingen .....	7
5. Analyse verwant aanbod .....	8
6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding.....	9
6.1 Instroomprognose.....	9
6.2 Intentieverklaring mbo .....	10
7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte .....	10
7.1 Arbeidsmarktbehoefte Landelijk .....	11
7.1.1 ROA AIS .....	11
7.1.2. UWV Spanningsindicator relevante beroepsgroepen landelijk .....	11
7.1.3 Jobfeed landelijk.....	12
7.2. Regionale Arbeidsmarkt .....	12
7.2.1 Kwalitatieve regionale behoefte .....	13
7.2.2 UWV Spanningsindicator regionaal.....	14
7.2.3. Jobfeed Regionaal.....	15
7.2.4 Werkveldonderzoek.....	15
7.3. Maatschappelijke behoefte.....	16
8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding .....	16
8.1. Ruimte voor nieuwe opleiding binnen bestaand portfolio van Fontys .....	16
8.2. Noodzaak voor uitbreiding versus integratie in huidige opleiding(en).....	17
9. Aansluiting instellingsprofiel .....	17
10. Bibliografie .....	19
11. Bijlagenoverzicht .....	19

## Basisgegevens Instelling

<b>Naam instelling(en)</b>	Fontys Hogeschool
<b>BRIN-code(s)</b>	30GB
<b>KvK-nummer(s)</b>	41097718
<b>Contactpersoon aanvraag</b>	<b>Projectleider</b> [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted] [Redacted]

## Basisgegevens Opleiding

<b>Kenmerk aankondiging</b>	A25-016
<b>Naam</b>	Commerciële Economie
<b>ISAT-code</b>	80103
<b>Oriëntatie en niveau</b>	HBO - Associate degree
<b>Variant</b>	Voltijd
<b>Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd</b>	Tilburg
<b>Taal</b>	Nederlands
<b>Beroepsvereisten</b>	Niet van toepassing
<b>Capaciteitsbeperking</b>	Geen
<b>Beoogde startdatum</b>	01-09-2026

# 1. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma

Fontys Hogeschool zet zich in voor een toekomstbestendige, inclusieve en bloeiende samenleving. Dit wordt samengevat in het motto 'Fontys voor Society' wat staat voor onderwijs dat uitgevoerd wordt in een stimulerende en vernieuwende leeromgeving waar Fontys studenten aanmoedigt om hun capaciteiten optimaal te ontwikkelen. De kern van deze visie is een flexibel en innovatief onderwijsmodel dat inspeelt op de voortdurende veranderingen in de maatschappij en de arbeidsmarkt.

De Ad-opleiding Commerciële Economie (CE) met opleidingstraject Sportmarketing richt zich op het opleiden van professionals die de sportbusiness vanuit een brede marketing- en managementblik kunnen benaderen, signaleren en analyseren. Een ondernemende en onderzoekende houding staat centraal, evenals sterke communicatieve en commerciële vaardigheden. De belangrijkste beroepstaken van de Ad'er liggen op het vlak van sportmarketing, online marketing, eventmanagement en sales. De beroepstaken zijn vastgelegd in het Landelijk Domeinprofiel Associate degree Commerciële Economie (Vereniging Hogescholen, 2021, pp. 16-22) (bijlage 1: Domeinprofiel Associate Degree Commerce). Het curriculum is opgebouwd rondom deze beroepstaken. Studenten werken aan beroepstaken door het opstellen van beroepsproducten. Dit vindt plaats in praktijkgerichte leeromgevingen waarbij studenten, onder intensieve begeleiding, samenwerken met sportmerken, verenigingen, evenementenbureaus en retailorganisaties. Dankzij het sterk netwerk binnen de sportindustrie dat de hbo-bachelor Commerciële Economie met opleidingstraject Sportmarketing heeft opgebouwd leidt deze Ad-opleiding studenten op die zowel binnen commerciële sportorganisaties als non-profit organisaties kunnen functioneren. Zij zijn voorbereid om een directe bijdrage te leveren aan de groei en innovatie binnen het brede werkveld van sportbusiness en sportmarketing.

## Curriculum

Het curriculum (tabel 1) omvat 120 studiepunten (stp), verdeeld over 4 perioden en 2 semesters. Elke periode/semester richt zich op één of meerdere beroepstaken, ondersteund door onderwijs waarbij de kennisverwerving, vaardigheden- en professionele ontwikkeling van de student centraal staat.

Kwartaal 1	Kwartaal 2	Kwartaal 3	Kwartaal 4	Semester 3	Semester 4
15 stp	15 stp	15 stp	15 stp	30 stp	30 stp
Marketing in Retail Sector	Online Marketing	Sales & Account-management	Sportmanagement en MVO	Event-management en Verenigings-manager	Eindstage

Tabel 1: Curriculumweergave Ad CE (sportmarketing)

Door het uitvoeren van de beroepstaken toont de student in een Competentie Gericht Interview (CGI) aan of hij beschikt over de benodigde kennis en (beroeps)vaardigheden. Samen met het werkveld en beroepsorganisaties in het netwerk wordt de beroepshouding ontwikkeld op levensechte sportmarketing thema's. Deze thema's komen terug in SPECO PRO (Sport, Economie en Communicatie Professional Program): de persoonlijke en professionele ontwikkelingslijn te lezen in bijlage 35: Curriculumweergave Ad CE. Middels SPECO PRO reflecteert de student op zijn eigen ontwikkeling en stelt per periode doelen om zijn eigen talentontwikkeling richting te geven. In het curriculumschema wordt verwezen naar beroepstaken, in overeenstemming met de beroepstaken uit het landelijke domeinprofiel Associate degree Commerciële Economie (2024–2028) (Vereniging Hogescholen, 2024, pp.18-23), welke ook uitgeschreven staan in hoofdstuk 5. De volledige curriculumweergave van de opleiding is te vinden in bijlage 35 (Curriculumweergave Ad CE). In het eerste jaar leggen studenten de fundering voor hun vaardigheden en kennis, waarbij ze kennismaken met verschillende beroepstaken. Het tweede jaar biedt een uitbreiding en verdieping op deze basis. Hierbij worden studenten uitgedaagd om hun professionele en persoonlijke vaardigheden

verder te ontwikkelen en aan te tonen op niveau 5. Zij leveren elke periode een beroepsproduct in. Hieronder staat een beknopte beschrijving van de verschillende semesters in het curriculum.

#### *Jaar 1 – periode 1*

In periode 1 wordt rekening gehouden met de variëteit aan vooropleidingen van de startende Ad studenten. Het beroepsproduct voor deze periode zal om die reden verkennend en oriënterend zijn richting het beroepenveld. Vandaar dat de focus zal liggen op de wereld van de sport en sportmerken waarbij de student basiskennis op het gebied van sportmarketing verwerft en basisvaardigheden ontwikkelt om een marketinganalyse voor een sportmerk te kunnen maken en te presenteren (deskresearch, commercieel calculeren, grafische opmaak en zakelijk rapporteren). Dit zijn de kennis en vaardigheden van de startende marketeer in de sportbusiness.

#### *Jaar 1 – periode 2*

Semester 2 focust op online marketing. Studenten gaan voor een eigen gekozen opdrachtgever een online marketingcampagne opstellen, uitvoeren en evalueren. Om dat te kunnen doen, krijgen de studenten de basis van online marketing en ontwikkelen zij de bijhorende vaardigheden (mediavaardigheden + online marketingtooling). Ook is er aandacht voor de vaardigheden die nodig zijn om een onlinecampagne commercieel te kunnen evalueren (commerciële calculaties) en te presenteren bij de opdrachtgever. Ook in deze periode maakt de student kennis met de verschillende organisaties in de sportbusiness.

#### *Jaar 1- periode 3*

In periode 3 + 4 gaan studenten 4 dagen stagelopen bij een retailorganisatie in de sport of bij een sportmerk. Met de praktijkopdrachten die ze daar uitvoeren, ontwikkelen ze hun generieke vaardigheden wat input vormt voor hun ontwikkelportfolio. Daarnaast gaan ze aan de slag met verkooptechnieken en krijgen studenten de opdracht om actief te worden in de verkoop bij hun stageorganisatie. 1 dag in de week zullen de studenten naar de opleiding komen zich ook te verdiepen in de binnendienstkant van de verkoop. Daartoe maken ze een database-analyse voor ofwel de stageorganisatie of voor een fictieve door de opleiding aangedragen organisatie. Om dit te kunnen doen, krijgen ze vaardighedentraining op het gebied van Excel.

#### *Jaar 1-periode 4*

In deze laatste periode gaan de studenten verder met hun ontwikkelportfolio a.d.h.v. de praktijkopdrachten bij de stageorganisatie. Daarnaast maken ze voor hun stage-organisatie een organisatieaudit en een Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)-audit. Om dit te kunnen doen, wordt tijdens de opleidingsdagen kennis op het gebied van sportmanagement, MVO en marktonderzoek aangebracht.

#### *Jaar 2 – semester 3*

In het eerste semester van het tweede studiejaar gaan studenten met twee opdrachten aan de slag. De eerste opdracht is op het gebied van eventmanagement waar studenten actief worden in de uitvoering van een groot sportevent én ook aan de slag gaan met eventconceptontwikkeling. Hiervoor krijgen zij les in eventmanagement en conceptontwikkeling. Daarnaast gaan studenten voor een sportvereniging naar keuze een verenigingsonderzoek uitvoeren naar de ledentevredenheid en stellen aan de hand daarvan een verbeteradvies voor. Hiervoor krijgen zij les in dienstenmarketing en wordt de kennis m.b.t. marktonderzoek uitgebreid.

#### *Jaar 2 – semester 4*

In dit laatste semester doen studenten een eindstage van 4 dagen per week. In deze eindstage werken studenten mee in een (sport)organisatie en aan de hand van hun werkzaamheden, vullen ze zowel hun ontwikkelportfolio, als hun productportfolio. De authentieke werkomgeving bepaalt welke kennis en vaardigheden verder ontwikkeld worden.

## 2. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen

Naast de behoefte van het regionale werkveld is er ook een duidelijke vraag naar een Associate degree CE vanuit het perspectief van studenten. Mbo- en havo-studenten in de regio Midden-Noord-Brabant geven aan dat zij graag praktijkgericht leren en de voorkeur geven aan een opleiding waarin direct toepasbare commerciële vaardigheden centraal staan. Zij kiezen bewust voor een tweejarig hbo-traject, omdat een vierjarige bacheloropleiding voor hen te lang of te theoretisch is. De combinatie van een brede commerciële basis met de mogelijkheid tot regionale profilering – sportmarketing in Tilburg – sluit goed aan bij hun interesses en ontwikkelwensen.

Voor deze opleiding gelden geen nadere vooropleidingseisen. De primaire doelgroep voor de voltijd Ad CE bestaat uit recent afgestudeerden van mbo niveau-4 opleidingen en havisten, in overeenstemming met de instroomvereisten. Deze opleiding richt zich op studenten die de stap naar een bacheloropleiding als te groot ervaren of die een vierjarige studie te lang vinden, maar wel willen doorstuderen aan het hbo. Sinds 2021 is het aantal mbo-gediplomeerden in relevante richtingen in de regio Tilburg toegenomen. Binnen deze doelgroep zien we in Tilburg met name studenten uit mbo-opleidingen als Sport & Bewegen, Junior Accountmanager en Marketing & Communicatie. Studenten kiezen daarbij in hoge mate voor een vervolgopleiding in hun eigen regio. Omdat er op dit moment nog geen Ad CE wordt aangeboden in Tilburg, en de afstand naar de huidige locatie Eindhoven lijkt als drempel te worden ervaren (nauwelijks instroom uit Midden-Noord-Brabant (zie hoofdstuk 7, tabel regionale instroom Ad CE in Eindhoven), blijft voor veel studenten een doorlopende leerroute mbo–Ad–bachelor buiten bereik. Het opstarten van Ad's in het economisch domein op deze nieuwe locatie zal dan ook bijdragen aan het versterken van de regionale onderwijsinfrastructuur en het realiseren van doorlopende leerlijnen.

Daarnaast is er een tweede doelgroep: studieswitchers en uitvallers van bacheloropleidingen binnen het economische domein. Voor hen vormt de Ad CE een realistisch alternatief om alsnog een hbo-diploma te behalen en hun talenten in te zetten in een praktijkgerichte leeromgeving. Zij worden aangetrokken door het hands-on karakter van de Ad, de directe aansluiting op de arbeidsmarkt en de mogelijkheid om eventueel alsnog door te stromen naar een bacheloropleiding.

Een derde, aanvullende doelgroep betreft topsporters. Voor hen kan een vierjarige hbo-bachelor lastig te combineren zijn met een intensieve sportcarrière. De tweejarige Ad CE met een praktische en flexibele opzet biedt deze groep studenten een reëel perspectief op een hbo-diploma dat past bij hun sportieve ambities én bij hun latere loopbaan in de commerciële sector.

De drie doelgroepen van de Ad CE sluiten aan bij het landelijke beeld van instromers in Ad-opleidingen. Volgens de Factsheet Ad-opleidingen 2017–2021 (bijlage 2 Factsheet Associate degree opleidingen 2017-2021) van de onderwijsinspectie blijkt dat ongeveer 58% van de instromende studenten rechtstreeks uit het mbo, havo of vwo komt, waarbij driekwart van hen afkomstig is uit het mbo. De overige 42% van de Ad-instromers stond eerder al ingeschreven in het hoger onderwijs, bijvoorbeeld in een hbo-bachelor. Bovendien is het aantal inschrijvingen voor Ad-opleidingen de afgelopen 5 jaar landelijk sterk gegroeid: in vijf jaar tijd nam het totaal met circa 70-90% toe. (Vereniging Hogescholen, 2024, pp. 4-5) (bijlage 32: Landelijk Opleidingsprofiel CE 2024-2028), Bijlage: 3 Factsheet | Instroom, inschrijvingen en diploma's 2023/2024).

## 3. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

De Ad Commerciële Economie (CE) leidt op tot functies op hbo-niveau binnen het commerciële domein, met een duidelijke specialisatie in sportmarketing. Afgestudeerden beschikken over een brede basis in marketing en sales, gecombineerd met actuele kennis en vaardigheden op het gebied van klantanalyse, commerciële strategieën en campagneontwikkeling. Ze zijn inzetbaar in uitvoerende

functies zoals (junior) marketingmedewerker bij sportorganisaties, medewerker online marketing, eventmanager, accountmanager of verenigingsondersteuner.

De opleiding is gebaseerd op het landelijke domeinprofiel Associate degree Commerciële Economie (2021–2025) (Vereniging Hogescholen, 2021, pp. 16-22) (bijlage 1: Domeinprofiel Associate degree Commerce), waarin vier kerntaken centraal staan: koers bepalen, waarde creëren, business development en realiseren. Daarnaast beheerst de afgestudeerde generieke niveau-5 competenties, zoals samenwerken, reflecteren, communiceren en verantwoordelijkheid nemen. Ook een onderzoekende houding wordt ontwikkeld: studenten leren marktontwikkelingen te analyseren en hierop onderbouwde acties te baseren.

De Ad CE in Tilburg bereidt specifiek voor op functies in de sportretail, sportmarketing en sportevenementensector. Door samenwerking met de bacheloropleiding Commerciële Economie – SPECO Sportmarketing van Fontys in Tilburg maken studenten vanaf het begin kennis met het werkveld van sport en entertainment. In vergelijking met de bachelor ligt bij de Ad de nadruk meer op uitvoerende functies in sportieve, commerciële en maatschappelijke organisaties.

De economische arbeidsmarkt in Midden-Brabant ontwikkelt zich sterk, met een groeiend aantal banen in commerciële dienstverlening en sport & recreatie (bijlage 4: Arbeidsmarktinformatie Regio in Beeld, 2023, pp. 6-7,12). Er is een toenemende behoefte aan breed inzetbare professionals in de sportbusiness, mede door de professionalisering en maatschappelijke waardering van sport. Hier ontstaan nieuwe rollen op het gebied van sponsoring, marketing en community building.

Het werkveld onderschrijft deze behoefte: organisaties zoals Decathlon en Sportservice Noord-Brabant en One:Nil hebben in intentieverklaringen (bijlage 8: Intentieverklaring Decathlon, bijlage 15: Intentieverklaring Sportservice Noord-Brabant en bijlage 36: intentieverklaring One:Nil) steun uitgesproken voor de lesplaats Tilburg voor de Ad CE. Zij bieden stageplekken aan, willen praktijkopdrachten faciliteren en zien de opleiding als een kans voor instroom van nieuwe medewerkers of bijscholing van huidige professionals via maatwerktrajecten.

Tot slot zijn de zes beroepsproducten uit het landelijke domeinprofiel – waaronder marketingplan, klantanalyse en commercieel advies – herkenbaar geïntegreerd in het curriculum van de Ad CE, waarmee de opleiding stevig is verankerd in de beroepspraktijk.

## 4. Afstemming

### 4.1 Afstemming binnen de onderwijsinstelling

Binnen Fontys Hogeschool zijn de relevante stakeholders nauw betrokken bij de ontwikkeling en positionering van de Ad Commerciële Economie in Tilburg. De afstemming vond plaats met onder andere het College van Bestuur, MT's van Fontys Economie Tilburg en Fontys Economie & Communicatie Eindhoven, de Centrale Medezeggenschapsraad, Toets- en Examencommissies, de dienst Onderwijs & Onderzoek, en Marketing & Communicatie. Alvorens het opstellen van de macrodoelmatigheidsaanvraag heeft een QuickScan plaatsgevonden naar de behoefte aan deze opleiding binnen de regio, waarop groen licht werd gegeven door de portfoliotafel sector Economie en CvB, om de aanvraag voor te bereiden. Ook binnen de bachelor Commerciële Economie en de bestaande Ad CE in Eindhoven is afgestemd over de inhoudelijke profilering van de nieuwe lesplaatsen en de samenhang binnen het domein.

### 4.2 Afstemming verwante Ad- en bacheloropleidingen

Fontys heeft de voorgenomen uitbreiding van de Ad Commerciële Economie zorgvuldig afgestemd

met aanbieders van verwante opleidingen. In december 2024 heeft er bestuurlijk overleg plaatsgevonden met Avans Hogeschool (bijlage 27 portfoliotafel Fontys- Avans). Daarnaast hebben we nog via de mail afstemming gehad met de locaties Den Bosch en Roosendaal van Avans (bijlagen 28 Afstemming Avans Den Bosch Ad CE sportmarketing, 29 Afstemming Avans Roosendaal), waarin de lesplaatsuitbreiding van de Ad CE en de profilering op sportmarketing in Tilburg is besproken. Dit is positief ontvangen, met erkenning van het onderscheidend karakter ten opzichte van bestaande opleidingen zoals de Ad Management (track sportmanagement) bij Avans.

Daarnaast is op 28 februari 2025 een afstemmingsoverleg gevoerd met de HAN. Daarin werd geconstateerd dat er geen directe overlap is voor de Ad CE met het deeltijd- en duale aanbod van de HAN, en dat de geografische spreiding van beide programma's aanvullend is. Ook hieruit volgde geen bezwaar.

De formele communicatie over het voornemen tot lesplaatsuitbreiding is per brief gedeeld met relevante onderwijsinstellingen, met een uitnodiging tot reactie. In deze brief is ook een inhoudelijke beschrijving van het programma opgenomen. Windesheim heeft hierop gereageerd met geen bezwaar (bijlage 30: Afstemming Windesheim).

Op het moment van de afstemmingsoverleggen waren wij voornemens de Ad CE ook in Venlo aan te bieden. Hiervoor hebben wij afstemmingsoverleggen gehad met HAN (bijlage 31: afstemmingsoverleg HAN) en 20 mei is de portfoliotafel Fontys-Zuyd geweest, Rondom de Ad Commerciële Economie in Venlo van Fontys en van Zuyd is afgesproken dat in de MDT-aanvragen duidelijk gemaakt wordt dat ieder een andere profilering heeft en dat afstemming heeft plaatsgevonden. Echter hebben wij besloten om de aanvraag voor Venlo niet door te zetten.

## 5. Analyse verwant aanbod

De Ad Commerciële Economie (CE) met een opleidingstraject in Sportmarketing in Tilburg onderscheidt zich van andere commerciële opleidingen op zowel inhoudelijk als contextueel vlak. Waar andere Ad CE-opleidingen in Nederland doorgaans een brede commerciële focus hanteren, biedt Fontys in Tilburg een duidelijke positionering op het domein van sportmarketing. Deze profilering is afgestemd op de regionale economische structuur en sluit nauw aan bij het werkveld in Midden-Brabant.

De instroomcijfers van verwante en aanverwante Ad-opleidingen binnen het economische domein tonen een overwegend stijgende trend (Bijlage 5 instroomcijfers verwante en aanverwante opleidingen), met een piek in 2023 (1.761 studenten) en een lichte daling in 2024 naar 1.529 studenten. Vooral opleidingen met een commerciële of praktijkgerichte focus, zoals de Ad Management, de Ad Commerciële Economie en de Ad E-commerce, trekken een stabiel en substantieel aantal voltijdstudenten. Dit bevestigt de structurele behoefte aan kort-cyclisch hoger onderwijs dat gericht is op directe inzetbaarheid in de beroepspraktijk.

Binnen de voltijdvarianten van de Ad Commerciële Economie zien we een relatief stabiele instroom bij Fontys (Eindhoven), die in 2023 op 32 lag en in 2024 is toegenomen naar 44 studenten. Ook bij andere aanbieders, zoals Windesheim in Almere en NHL Stenden in Emmen, blijft de instroom jaarlijks op peil. De spreiding van deze opleidingen over het land is echter beperkt; er is op dit moment geen enkele voltijd Ad CE beschikbaar in Midden-Noord-Brabant. De uitbreiding met een nieuwe lesplaats in Tilburg voorziet daarmee in een blanco plek op de kaart.

De Ad Commerciële Economie onderscheidt zich van verwante Ad-opleidingen zoals de Ad Management en de Ad E-commerce door haar bredere oriëntatie op commerciële waardencreatie. Waar de Ad Management zich primair richt op interne organisatieontwikkeling en de Ad E-commerce op digitale verkoopkanalen, richt de Ad CE zich op het volledige commerciële proces: van koersbepaling en klantanalyse tot het realiseren van salesactiviteiten en het ontwikkelen van proposities. Deze positionering is vastgelegd in het landelijke domeinprofiel (2024–2028) (Vereniging



Hogescholen, 2024) en sluit aan bij de groeiende behoefte aan breed inzetbare commerciële professionals.

De uitbreiding van de bestaande Ad CE met een extra lesplaats in Tilburg is inhoudelijk onderscheidend dankzij de regionale profilering: sportmarketing in Tilburg. Uit de enquête onder (potentiële) regionale werkgevers (Bijlage 20 Resultaten werkgeversvragenlijst Ad Commerciële Economie, pagina 12&13) blijkt dat er duidelijke behoefte is aan professionals met een praktische, commerciële achtergrond op niveau 5. Werkgevers geven aan behoefte te hebben aan medewerkers die direct inzetbaar zijn in marketing- en salesfuncties en die beschikken over actuele kennis van sport, digitalisering en internationalisering. Een groot aantal organisaties heeft dit bevestigd door het invullen van de enquête (bijlage 7 brondata resultaten werkgeversonderzoek) en Decathlon in het bijzonder door het ondertekenen van een intentieverklaring, die is opgenomen in bijlage 8: Decathlon. Hieruit blijkt dat men zich herkent in het profiel van de Ad CE en actief betrokken wil zijn bij stages, opdrachten of gastlessen.

Gelet op de stabiele tot stijgende instroomcijfers (zie bijlage 5 - Instroom verwante en aanverwante opleidingen) het beperkte aanbod van voltijd Ad CE-opleidingen buiten de Randstad (zie bijlage 5- Instroom verwante en aanverwante opleidingen), en de aantoonbare behoefte vanuit het regionale werkveld, is er voldoende aanleiding en ruimte om de Ad Commerciële Economie ook aan te bieden op de lesplaats Tilburg.

## 6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding

Uit de herkomstanalyse over de afgelopen vijf jaar blijkt dat slechts 6 procent van de instroom van de AD CE in Eindhoven afkomstig is uit Midden-Brabant, het primaire verzorgingsgebied van Tilburg. In Eindhoven wordt al een CE-variant aangeboden, maar zónder een uitgesproken profiel. De opleiding in Tilburg kiest daarentegen nadrukkelijk voor sportmarketing als opleidingstraject. Dankzij deze zowel geografische als inhoudelijke differentiatie is het risico op kannibalisatie minimaal, terwijl het programma juist bijdraagt aan een bredere landelijke spreiding en daarmee aan de macrodoelmatigheid van het totale onderwijsaanbod.

	2020	2021	2022	2023	2024	% van totaal over 5 jaar
Arnhem/Nijmegen	0	0	0	0	0	0%
Delft en Westland	0	0	1	0	0	1%
Groot-Rijnmond	1	1	0	0	0	1%
Midden-Limburg	3	3	3	4	4	9%
Midden-Noord-Brabant	3	3	1	2	2	6%
Noord-Limburg	1	1	3	2	2	5%
Noordoost-Noord-Brabant	5	5	3	3	6	11%
Overig Zeeland	0	0	0	1	0	1%
West-Noord-Brabant	0	0	0	0	1	1%
Zeeuws-Vlaanderen	0	0	1	0	0	1%
Zuid-Limburg	1	1	1	35	0	20%
Zuidoost-Noord-Brabant	19	18	21	23	34	60%
Zuidwest-Gelderland	1	1	0	1	0	2%
<b>Totaal</b>	<b>34</b>	<b>34</b>	<b>37</b>	<b>50</b>	<b>37</b>	<b>100%</b>

Tabel 2: Instroom Ad CE voltijd in Eindhoven per regio

### 6.1 Instroomprognose

De resultaten van de instroomvragenlijst die is uitgezet bij relevante mbo-opleidingen en havo scholieren in de regio Midden-Brabant laat zien dat een Ad CE met opleidingstraject sportmarketing in de regio Tilburg aansluit bij hun behoeften. Op basis hiervan kan een prognose worden gemaakt voor de instroom aan de Ad Commerciële Economie locatie Tilburg in september 2026 (Bijlage 9 Instroomprognose Ad CE).

De instroomprognose is gebaseerd op het aantal havo en mbo-4 respondenten die (veel) interesse hebben in de Ad Commerciële Economie in Tilburg, namelijk: 72 personen. Van deze groep verwachten 24 respondenten in 2026 hun diploma te halen (Bijlage A – Resultaten instroomvragenlijst Ad Commerciële Economie Tilburg, pagina 11)

Ter vergelijking, er zijn recent geen overeenkomstige voltijd opleidingen bij andere instellingen gestart. Kijkend naar de voltijd instroom 2020-2024 bij Ad Commerciële Economie bij andere hogescholen dan ligt de jaarlijkse instroom tussen 27 en 73. Bij Fontys Eindhoven ligt de instroom in deze periode tussen 38 en 63 studenten. Een instroom in het eerste jaar van 24 studenten lijkt daarom realistisch. Ook gezien de cijfers die uit de instroomprognose komen.

Verwacht wordt dat de instroom zich in de eerste 5 jaar zal opbouwen naar circa 45 studenten in het 5e jaar:

Studiejaar	2026-2027	2027-2028	2028-2029	2029-2030	2030-2031
Instroom voltijd	24	30	35	40	45

Tabel 3 - Instroomprognose Ad CE voltijd

De prognose is behoudend opgesteld en dat zou kunnen betekenen dat de daadwerkelijke instroom hoger uit kan vallen:

- We hebben niet de gehele mbo-populatie in relevante vooropleidingen bevroegd. Waarschijnlijk zijn er meerdere mbo studenten die interesse hebben. Daarentegen zullen misschien niet alle respondenten die in de vragenlijst hebben aangegeven (veel) interesse te hebben in de Ad Commerciële Economie in Tilburg ook daadwerkelijk deze Ad gaan volgen.
- Daarnaast is de verwachting dat uitvallers van de voltijd bacheloropleidingen Commerciële Economie Sportmarketing Tilburg zullen instromen. Deze zijn niet meegenomen in de instroomprognose. In studiejaar 2024/2025 gaat het tot nu toe om 70 studenten die in het eerste jaar uitvielen aan de voltijd variant van deze opleiding.
- Een derde, aanvullende instroombron betreft topsporters. Voor hen is een vierjarige bachelor lastig te combineren met een intensieve sportcarrière; de tweejarige, praktijkgerichte Ad CE biedt een flexibel en haalbaar alternatief. Aangezien deze groep bij het opstellen van de prognose nog niet apart is meegenomen, kan hun deelname de uiteindelijke instroom verder vergroten.

## 6.2 Intentieverklaring mbo

De komst van de Associate degree Commerciële Economie wordt actief ondersteund door mbo-instellingen in de regio Midden-Noord-Brabant. Deze instellingen zien de Ad CE als een logische vervolgstap voor studenten die na hun mbo-diploma willen doorleren in het hbo, maar voor wie een vierjarige bacheloropleiding minder passend is. Door het aanbieden van een praktijkgericht en tweejarig traject in de eigen regio, ontstaat een sterke en duurzame doorlopende leerlijn mbo-Ad-bachelor. Mbo-scholen onderstrepen het belang van deze leerlijn, niet alleen vanwege de betere doorstroommogelijkheden, maar ook vanwege het behoud van jong commercieel talent voor de regio. Studenten blijven verbonden aan hun omgeving en kunnen zich verder ontwikkelen in nauwe samenwerking met regionale bedrijven. Verschillende mbo-partners, waaronder Koning Willem I College, Yonder en De Rooi Pannen, hebben hun steun uitgesproken in de vorm van intentieverklaringen (zie bijlagen 10, 11, 12, 37, 38 en 39).

## 7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte

De arbeidsmarkt voor commercieel-economische functies laat een structurele vraag zien naar praktijkgericht opgeleide professionals. Hoewel het ROA weinig knelpunten voorspelt tot 2028, wijzen

cijfers van het UWV op een (zeer) krappe arbeidsmarkt in vrijwel alle relevante beroepsgroepen, zoals marketingadviseurs en salesmedewerkers. Uit vacaturedata van Jobfeed blijkt een voortdurende en aanzienlijke vraag naar uitvoerende marketing- en salesfuncties op NLQF-niveau 4 en 5. Uit cijfers, intentieverklaringen en maatschappelijke behoefte blijkt een ruime vraag naar afgestudeerden van deze Ad.

## 7.1 Arbeidsmarktbehoefte Landelijk

Uit gegevens van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS, 2024) blijkt dat het aantal werkenden in commerciële beroepen op beroepsniveau 3 en 4 is toegenomen. Tegelijkertijd is het aantal werkenden in commerciële beroepen op niveau 1 en 2 afgenomen, wat wijst op een verschuiving naar hoger opgeleide functies binnen het commerciële domein. Hieronder een uiteenzetting van de onderzoeken naar de landelijke arbeidsmarktbehoefte.

### 7.1.1 ROA AIS

De arbeidsmarktprognoses tot 2028 voor afgestudeerden aan de Ad CE zien er volgens het ROA AIS (bijlage 33 ROA arbeidsmarktprognoses Ad Commerciële Economie), zowel voor het opleidingstype als de beroepsgroep, niet goed uit.

De Ad CE valt onder het ROA Opleidingstype 'Bachelor – marketing en public relations'. Voor dit opleidingstype geeft het ROA het volgende aan:

Opleidingstype	Variabele	Indicator	Typering
bachelor marketing en public relations	ITKB toek. Knelpunten personeelsvoorziening in 2028	1,16	Geen
	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2028	1,16	Slecht

Tabel 4: ROA AIS-arbeidsmarktprognoses tot 2028 per opleidingstype

Beroepsgroep	Variabele	Typering
Adviseurs marketing en public relations	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Geen
Vertegenwoordigers en inkoopers	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Vrijwel geen
Winkeliers en teamleiders detailhandel	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Geen
Verkoopmedewerkers detailhandel	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Geen

Tabel 5: ROA AIS-arbeidsmarktprognoses tot 2028 voor de beroepsgroep 'Commerciële Beroepen

Beroepsgroep	Variabele	Typering
Managers zakelijke en administratieve dienstverlening	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Vrijwel geen
Managers verkoop en marketing	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Vrijwel geen
Managers gespecialiseerde dienstverlening	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Groot
Managers detail- en groothandel	ITKB toek. Knelpunten beroepsgroep in 2028	Groot

Tabel 6: ROA AIS-arbeidsmarktprognoses tot 2028 voor de beroepsgroep 'Managers'

### 7.1.2. UWV Spanningsindicator relevante beroepsgroepen landelijk

De UWV Spanningsindicator Ad commerciële economie (bijlage 13 (UWV-spanningsindicator Ad CE).) toont de landelijke spanningswaarden voor de relevante beroepsgroepen 'managers'. De arbeidsmarkt voor de beroepsgroepen wordt getypeerd als (zeer)krap. Deze beroepsgroepen sluiten direct aan op de beroepen waar de Ad Commerciële economie voor opleidt. In tegenstelling tot ROA AIS schetst het UWV een (zeer) krappe huidige arbeidsmarkt.

### 7.1.3 Jobfeed landelijk

Momenteel staat de arbeidsmarkt in Nederland onder druk; er is sprake van een grote tot zeer grote krapte op de arbeidsmarkt. Werkgevers hebben grote moeite om de juist geschoolde medewerkers te vinden voor het invullen van vacatures. Een nadere analyse binnen het commercieel-economisch domein laat zien dat deze krapte ook binnen dit domein aanwezig is.

Op basis van vacaturedata van Jobfeed bijlage 14: rapportage Jobfeed vacaturepeiling Ad Commerciële Economie Tilburg, verzameld tussen kwartaal 3 van 2022 en kwartaal 1 van 2025, blijkt dat er in Nederland per kwartaal gemiddeld tussen de 19.000 en 26.700 vacatures worden geplaatst voor beroepen die relevant zijn voor afgestudeerden van de Ad CE. Het gaat hierbij om functies binnen beroepsklassen als:

- Communicatie, marketing en PR
- Verkoop en handel
- Recreatie, sport en toerisme
- Inkoop en magazijnbeheer

Deze functies beslaan een breed spectrum aan uitvoerende commerciële beroepen op niveau 4 en 5, met toenemende vraag naar kandidaten die niet alleen operationele taken uitvoeren, maar ook kunnen analyseren, communiceren en adviseren.

Hoewel het aantal vacatures in de laatste kwartalen licht is gedaald bijlage 14 rapportage Jobfeed vacaturepeiling Ad Commerciële Economie Tilburg, toont de trendlijn over de gehele periode een structureel hoog vacaturevolume. Dit bevestigt de aanhoudende vraag naar commercieel talent in vrijwel alle sectoren van de Nederlandse economie. De Ad CE biedt studenten een opleiding die hen voorbereidt op deze uiteenlopende functies en levert daarmee een directe bijdrage aan het verlichten van de druk op de arbeidsmarkt.



Figuur 1: Trend vacatures t.b.v. Ad CE Sportmarketing Nederland

## 7.2. Regionale Arbeidsmarkt

Bovenstaande overzichten geven een landelijk beeld. Een gedetailleerde analyse in het verzorgingsgebied van de Ad CE van Fontys toont een vergelijkbaar beeld. De situatie op de arbeidsmarkt voor relevante beroepsgroepen van de Ad CE – zoals marketing-, sales- en communicatiefuncties – wordt volgens de UWV-spanningsindicator (bijlage 13 UWV-spanningsindicator Ad CE) gekenmerkt als (zeer) krap.

## 7.2.1 Kwalitatieve regionale behoefte

De Ad CE speelt in op deze behoefte door een praktijkgericht curriculum aan te bieden met opleidingstraject in sportmarketing. Deze regionale profileringen sluiten aan bij de specifieke behoeften van het regionale werkveld en versterken de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt.

De uitkomsten van de enquête onder regionale werkgevers bevestigen dit beeld. Ruim 80% van de respondenten geeft aan binnen nu en drie jaar behoefte te hebben aan extra personeel op het gebied van marketing, sales of communicatie. Deze signalering onderstreept niet alleen de herkenning van het Ad-profiel, maar wijst ook op een concrete en groeiende behoefte aan praktijkgericht opgeleide commerciële professionals in de regio. Een aantal organisaties heeft dit bovendien bevestigd via een intentieverklaring (zie bijlage 8 Intentieverklaring Decathlon en bijlage 15 intentieverklaring Sport Service Noord Brabant).

De uitbreiding van de Ad CE met het opleidingstraject Sportmarketing met de lesplaats Tilburg, sluit goed aan op de beleidsambities van de provincie Noord-Brabant zoals geformuleerd in het beleidskader van Provincie Brabant *Levendig Brabant 2030* (2022) (bijlage 16: Beleidskader Levendig Brabant 2030) en de programmalijn Sport in de uitvoeringsagenda *Levendig Brabant 2024-2027* (2024). Bijlage 17: Uitvoeringsagenda Levendig Brabant 2024) De provincie zet vol in op een levendig, gezond en innovatief Brabant, waarbij sport een sleutelrol speelt binnen maatschappelijke, economische en ruimtelijke opgaven. Er ontstaat daarmee een duidelijke regionale behoefte aan professionals die deze ontwikkelingen kunnen vertalen naar praktijkgerichte oplossingen. Afgestudeerden van de beoogde Ad CE met het opleidingstraject Sportmarketing, dragen als professional bij aan de ontwikkeling van de volgende speerpunten:

### **Stimuleren dat Brabanders gaan bewegen**

De provincie Brabant erkent de verbindende kracht van sport bij het verbeteren van leefstijl, gezondheid en sociale cohesie. Daarom stimuleert de provincie innovatieve initiatieven zodat Brabanders gaan bewegen. De Ad CE met opleidingstraject Sportmarketing leidt professionals op die deze innovatie-initiatieven uitvoeren en managen, waardoor zij sportproducten, -campagnes en evenementen aantrekkelijk maken voor een breed publiek (Provincie Brabant, 2022) (bijlage 16: Beleidskader Levendig Brabant 2030).

### **Stimuleren topsportevenementen met maatschappelijke impact**

De provincie Brabant investeert in internationale (duurzame) topsportevenementen als motor voor maatschappelijke en economische meerwaarde, zo blijkt uit de *Uitvoeringsagenda Levendig Brabant 2024-2027* (Provincie Brabant, 2024) Bijlage 17: Uitvoeringsagenda Levendig Brabant 2024). Afgestudeerden van de beoogde Ad CE met opleidingstraject Sportmarketing zijn opgeleid met specifieke kennis over sportevenementen en -marketing en zijn daarmee van meerwaarde wat betreft de organisatie, marketing en positionering van sportevenementen. Hiermee voorziet de Ad CE met opleidingstraject Sportmarketing in deze behoefte door studenten op te leiden tot praktisch ingestelde organisatoren en marketeers die sportevenementen niet alleen weten te promoten, maar ook maatschappelijk en economisch kunnen verankeren in de regio. Hierdoor zijn afgestudeerden van de beoogde Ad-opleiding van toegevoegde waarde binnen deze ambitie vanuit de provincie.

### **Vergroten mogelijkheden voor uniek sporten en -sporters**

De provincie Brabant wil sporten beschikbaar maken voor iedereen, ongeacht een (lichamelijke) beperking. *“Het is de ambitie van de provincie Brabant om voor iedereen een passend sportaanbod te creëren.”* (Provincie Brabant, 2022, p. 6) (bijlage 16: Beleidskader Levendig Brabant 2030). Door middel van het programma *Uniek Sporten* wordt een passend sportaanbod gecreëerd voor mensen met een beperking of chronische aandoening. Afgestudeerden van de beoogde Ad CE met opleidingstraject Sportmarketing, worden opgeleid om aanbod voor verschillende doelgroepen te creëren en deze te bereiken en activeren. Hiermee zijn deze afgestudeerden van meerwaarde binnen deze ambitie van de provincie Brabant.

Samengevat, voorziet de beoogde Ad CE met opleidingstraject Sportmarketing duidelijk in de behoefte aan praktijkgerichte professionals in regio Brabant. Dit blijkt ook uit de afhankelijkheid van de provincie Brabant van initiatiefnemers die plannen ontwikkelen en deze vervolgens realiseren (Provincie Brabant, 2022) (bijlage 16: Beleidskader Levendig Brabant 2030). Hiermee draagt Fontys Hogeschool bij aan de concrete maatschappelijke ambities, economische kansen en de innovatieve sportagenda van de provincie Noord-Brabant.

In de bovenstaande bronnen worden beleidsplannen vanuit provincie Brabant uitgelicht. Hierin wordt de behoefte aan professionals benadrukt. Daarnaast komt in het rapport *Arbeidsmarktmonitor Sport en Beweging* (2024) (bijlage 18: Rapport arbeidsmarktmonitor sport en bewegen) en het rapport *Kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid* (Hover, Heijnen, & Balk, 2021) (bijlage 19: kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid) ook een specifieke vraag vanuit de arbeidsmarkt naar voren, namelijk naar een breder en beter afgestemd ontwikkel- en opleidingsaanbod in de sportsector, omdat specifieke kennis en vaardigheden (zoals gedragsverandering en doelgroepgericht werken) steeds belangrijker worden voor sportorganisaties of sportevenementenorganisaties. Afgestudeerden van de beoogde Ad CE met opleidingstraject Sportmarketing voorzien in deze behoefte, omdat zij specifieke kennis opdoen over het werkveld van de sportbusiness. Daarnaast blijkt uit het rapport *Arbeidsmarktmonitor Sport en Beweging* (2024) (bijlage 18: Rapport arbeidsmarktmonitor sport en bewegen) en het rapport *Kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid* (Hover, Heijnen, & Balk, 2021) (bijlage 19: kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid) dat er signalen zijn van een behoefte aan een breder en beter afgestemd ontwikkel- en opleidingsaanbod in de sportsector. Hoewel dit niet letterlijk zo wordt geformuleerd, wijzen beide rapporten wel op het toenemende belang van specifieke kennis en vaardigheden – zoals gedragsverandering en doelgroepgericht werken – binnen sportorganisaties en sportevenementenorganisaties. Op basis hiervan concluderen wij dat de arbeidsmarkt vraagt om een sterker en toekomstbestendiger opleidingsaanbod binnen dit domein. Hiermee zien we zowel in de arbeidsmarkt als vanuit de provincie vraag naar afgestudeerden van de beoogde Ad CE met opleidingstraject Sportmarketing.

Gelet op de structurele krapte op de arbeidsmarkt, de verschuiving naar hoger opgeleide commerciële functies en de duidelijke behoefte vanuit het regionale werkveld, is het aanbieden van de Ad CE op de lesplaats Tilburg niet alleen wenselijk, maar noodzakelijk. Deze opleiding voorziet in een concrete behoefte aan praktijkgericht commercieel talent op niveau 5 en draagt bij aan een betere aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt in deze regio's

## 7.2.2 UWV Spanningsindicator regionaal

Onderstaande tabel 7 toont de regionale spanningsindicatoren voor de relevante beroepsgroepen (arbeidsmarkt-regio's Midden-Brabant, Noord-Limburg en Midden-Limburg). De arbeidsmarkt voor de beroepsgroep 'managers detail- en groothandel' wordt in de regio getypeerd als zeer krap. Voor de beroepsgroepen 'managers verkoop en marketing' en 'managers zakelijke en administratieve dienstverlening' wordt de arbeidsmarkt in de regio getypeerd als gemiddeld/krap. Voor de beroepsgroep 'managers gespecialiseerde dienstverlening' wordt voor de kwartalen dat er cijfers voorhanden zijn de arbeidsmarkt getypeerd als (zeer)krap.

Beroepsgroep	Arbeidsmarktregio	Q4-2022	Q1-2023	Q2-2023	Q3-2023	Q4-2023	Q1-2024	Q2-2024	Q3-2024
Managers detail- en groothandel	Midden-Brabant	16,00	16,00	16,00	6,79	10,96	8,73	16,00	12,05
		Ze er krap	Ze er krap	Ze er krap	Ze er krap	Ze er krap	Ze er krap	Ze er krap	Ze er krap
Managers gespecialiseerde dienstverlening	Midden-Brabant			4,09	4,37	2,90	2,66	6,95	5,74
				Zee krap	Ze er krap	Krap	Krap	Ze er krap	Ze er krap
	Midden-Brabant	2,18	1,67	1,75	2,14	2,16	1,51	1,54	1,23

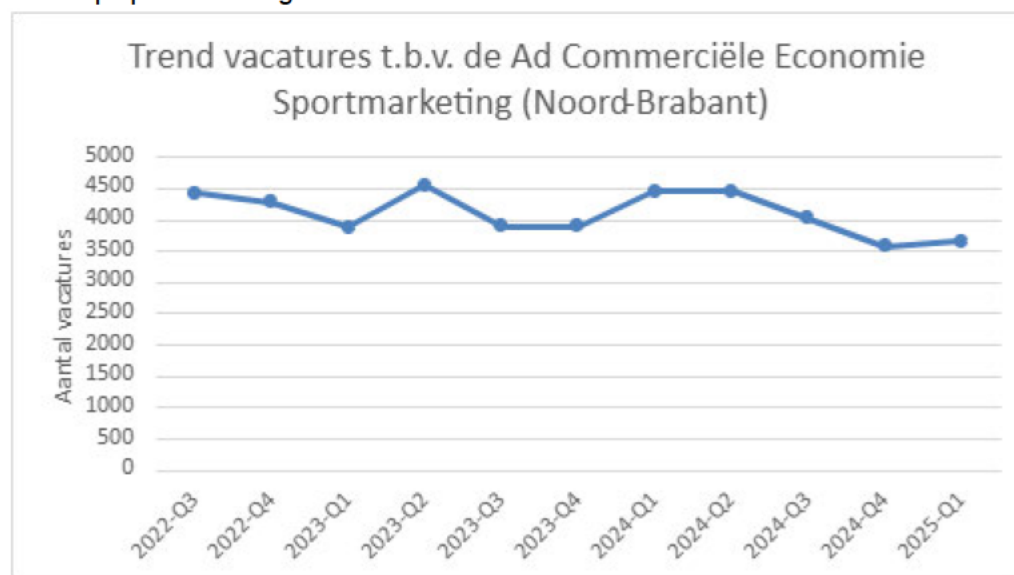
Managers verkoop en marketing		Krap	Krap	Krap	Krap	Krap	Krap	Krap	Gemiddeld
Managers zakelijke en administratieve dienstverlening	Midden-Brabant	1,84	1,73	2,03	2,06	1,67	2,00	1,86	1,24
		Krap	Krap	Krap	Krap	Krap	Krap	Krap	Gemiddeld

Tabel 7 - Spanningsindicatoren relevante beroepsgroepen, regionaal (UWV, februari 2025)

### 7.2.3. Jobfeed Regionaal

In Noord-Brabant, waar de lesplaats Tilburg zich bevindt, liggen de vacatureaantallen per kwartaal tussen de 3.569 en 4.554 (figuur 2). De vraag concentreert zich op beroepen in marketing, sales, evenementen, sport en retail. In deze regio zien we een groeiende behoefte aan professionals die commerciële vaardigheden combineren met creativiteit en klantgerichtheid, onder meer binnen sportorganisaties en mediabedrijven (bijlage 14: rapportage Jobfeed vacaturepeiling Ad Commerciële Economie Tilburg).

Hoewel het aantal vacatures enigszins fluctueert, blijft het volume over de hele periode substantieel. De Ad CE-opleiding in Tilburg is nauw afgestemd op deze regionale contexten, met respectievelijk een focus op sportmarketing.



Figuur 2: Trend vacatures t.b.v. de Ad CE Sportmarketing

### 7.2.4 Werkveldonderzoek

In het eerste half jaar van 2025 heeft Fontys Hogeschool een werkgeversvragenlijst uitgezet bij regionale bedrijven die potentiële werkgevers zijn voor afgestudeerden van de Ad Commerciële economie. De vragenlijst is als bijlage 20: Ad CE vragenlijst werkgevers opgenomen. We hebben deze vragenlijst zowel in Tilburg, als in Venlo uitgezet om behoeften te peilen. Besloten is om de aanvraag van lesplaats Venlo niet door te zetten. Hierna zijn voor deze aanvraag de cijfers voor lesplaats Tilburg geanalyseerd. In totaal hebben 48 respondenten van verschillende bedrijven met zeggenschap of beslissingsbevoegdheid met betrekking tot professionalisering of het aannemen van medewerkers de vragenlijst ingevuld. De brondata zijn opgenomen in bijlage 7: brondata resultaten werkgeversonderzoek Ad CE. In dit onderzoek is specifiek gevraagd naar de behoefte aan nieuwe medewerkers. Hierin is een minimum van 79 en een maximum van 140 te zien (bijlage 20: Resultaten werkgeversvragenlijst Ad Commerciële Economie, p.13) per jaar aan nieuwe medewerkers.

Dit zijn functies waarin een operationele taak centraal staat, waarbij een bepaalde mate van zelfstandigheid en/of een blik naar buiten gevraagd werd. Iets wat erg goed past bij het opleidingsprofiel van de Ad. Op de vraag of er in het werkveld behoefte is aan medewerkers die de opleiding hebben gevolgd geeft 39% aan hier (zeer) grote behoefte aan te hebben (Bijlage 20, pagina 10: Tabel *Hoe groot is binnen uw werkveld de behoefte aan medewerkers die de Ad Commerciële Economie gevolgd hebben?*).

Uit deze cijfers blijkt een ruime vraag naar afgestudeerden van deze Associate degree. 75% van de ondervraagde werkgevers zegt interesse te hebben in specifiek afgestudeerden aan het sportmarketing traject. In bijlage 8 intentieverklaring Decathlon en bijlage 15: intentieverklaring Sport Service Noord Brabant zijn de intentieverklaringen voor de Ad CE in Tilburg te vinden.

### 7.3. Maatschappelijke behoefte

De Ad CE sluit thematisch aan bij de bachelor CE - SPECOC Sportmarketing in Tilburg, waarbij sport als 'vehikel' dient voor commerciële ontwikkeling. De sportsector in Nederland is groeiende, voorbeeld hiervan is dat overheden en maatschappelijke organisaties sport en bewegen vaker inzetten als middel om maatschappelijke en sociale doelen te bereiken. Sport heeft op maatschappelijk gebied een grote waarde in de samenleving door de positieve bijdrage van sport aan de volksgezondheid en sociale cohesie. Dit komt naar voren in het rapport *De maatschappelijke waarde van sport en bewegen* (Pulles, 2021). (Bijlage 21 rapport de maatschappelijke waarde van sport en bewegen). Het stimuleren van sporten en bewegen is daarmee van groot belang voor de maatschappij. Dit komt tevens terug wanneer er wordt gekeken naar de SROI (Social Return On Investment) van sport en bewegen. Deze indicator is dusdanig hoog, dat de maatschappelijke opbrengst van sport 2,76 keer hoger is dan de kosten. Kortom, het loont om te investeren in sport en beweging voor de maatschappij (Van Der Pal, 2024).

Het is daarom vanzelfsprekend dat de overheid reeds verschillende initiatieven aanbiedt om sport en bewegen te stimuleren. Hiervan is het landelijk Sportakkoord een voorbeeld. Het Sportakkoord dient als stimulerend middel om sportinitiatieven in Nederland te ondersteunen (NOC\*NSF, sd). In het rapport Monitor Sportakkoord '*Sport verenigt Nederland*' – *de zes pijlers gespeeld* wordt de impact van dit beleid uitgewerkt (Reitsma, Hoogendam, Nafzger, Pulles, & Van Der Poel, 2021) (bijlage 22 rapport monitor sportakkoord).

Uit het rapport *Kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid* (Hover, Heijnen, & Balk, 2021) (bijlage 19) blijkt dat sportevenementen kunnen bijdragen aan saamhorigheid en het stimuleren van sportdeelname. Hoewel het rapport niet expliciet ingaat op de behoefte aan specifieke beroepsgroepen, leiden wij hieruit af dat er een groeiende vraag is naar professionals die sportevenementen kunnen organiseren en promoten. Afgestudeerden van de Ad Commerciële Economie met het opleidingstraject Sportmarketing kunnen hierin een waardevolle rol spelen. Daarnaast laat het rapport van *Zorginstituut Nederland* (2022) zien dat er toenemende aandacht is voor een gezonde levensstijl. Wij concluderen dat dit ook de commerciële markt rondom sport en bewegen vergroot. Dit vraagt om professionals die kunnen inspelen op de vraag naar sportfaciliteiten, -producten en -programma's. Afgestudeerden van de Ad Commerciële Economie met specialisatie Sportmarketing sluiten hier goed op aan, omdat zij niet alleen beschikken over relevante kennis van het sportwerkveld, maar ook over marketingvaardigheden die hierop aansluiten.

## 8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding

### 8.1. Ruimte voor nieuwe opleiding binnen bestaand portfolio van Fontys

Fontys Hogeschool heeft als maatschappelijke opdracht om bij te dragen aan een duurzame, inclusieve en vitale samenleving. Studenten worden bij Fontys aangemoedigd om hun volledige



potentieel te benutten en er zijn volop mogelijkheden om een leven lang te leren. Om tegemoet te komen aan verschillende leerbehoeften van studenten, worden diverse leerroutes aangeboden. Door voortdurend te innoveren en aan te sluiten op maatschappelijke en economische ontwikkelingen, wil Fontys studenten optimaal voorbereiden op hun toekomst. De toevoeging van de Associate degree Commerciële Economie aan het onderwijsportfolio draagt bij aan deze opdracht. Deze Ad richt zich op studenten die anders mogelijk geen hbo-opleiding zouden volgen of afronden. Voor sommigen is een vierjarige bacheloropleiding te lang of te theoretisch; anderen dreigen uit te vallen in hun huidige studie. De Ad CE biedt hun de kans om in twee jaar een erkend hbo-diploma te behalen, waarmee zij direct inzetbaar zijn op de arbeidsmarkt en een waardevolle bijdrage kunnen leveren aan het regionale bedrijfsleven.

## 8.2. Noodzaak voor uitbreiding versus integratie in huidige opleiding(en)

Zoals eerder toegelicht, wordt de Ad Commerciële Economie (CE) momenteel alleen in Eindhoven aangeboden. In Tilburg ontbreekt een Ad binnen dit domein, waardoor een doorlopende leerlijn van mbo naar Ad en eventueel bachelor ontbreekt. De Ad CE in Tilburg krijgt een eigen regionale profilering op sportmarketing, afgestemd op de vraag vanuit het werkveld. Deze opleiding is een toevoeging aan de reeds bestaande brede opleiding AD CE die in Eindhoven wordt aangeboden.

Een Ad CE in Tilburg biedt mbo-studenten een regionale vervolgroute en helpt commercieel talent te behouden. Afgestudeerden dragen met hun praktijkgerichte kennis bij aan innovatie en groei in Midden-Brabant. Ook versterkt de Ad CE de leerlijn richting de bachelor CE - SPECO Sportmarketing in Tilburg: Ad-afgestudeerden stromen regelmatig succesvol door. Andersom blijkt dat uitvallers uit de bachelor CE vaak wel slagen in een Ad-opleiding. Binnen Fontys zijn 2.247 studenten overgestapt van bachelor naar Ad: 757 behaalden hun diploma, 1.003 vielen uit, en 487 studeren nog. Voor 34% is dus al studiesucces gerealiseerd, met nog eens 22% in traject (Interne Fontys-analyse Bachelor-Ad, *bijlage 34*).

Van Ad voltijdstudenten weten we bovendien uit onderzoek dat reisafstand en reistijd een belangrijke factor zijn in hun keuze voor een opleiding (zie hoofdstuk 7, tabel regionale instroom Ad CE in Eindhoven). Uit onderzoek van ResearchNed (Nooij, Tholen, Muskens, & Amir, 2017) (Bijlage 24 keuzemotieven van minderjarige mbo'ers en het studentenreisproduct) blijkt dat toekomstige studenten reistijd steeds belangrijker vinden in hun overweging voor een studie. Ad-studenten (gemiddeld 40%) geven aan liever niet ver te reizen voor hun opleiding. Sociale en culturele factoren, benodigde zelfstandigheid, beperkte doorgangsroutes en financiële/praktische afwegingen spelen hierbij een rol.

## 9. Aansluiting instellingsprofiel

Fontys Hogeschool richt zich sterk op haar maatschappelijke rol, zoals blijkt uit haar "Fontys for Society"-visie (bijlage 25 Fontys For Society Strategie 2025). Binnen dit kader heeft Fontys ambitieuze doelstellingen geformuleerd op het gebied van Leven Lang Ontwikkelen (LLO) en het versterken van doorlopende leerlijnen. Fontys wil een onderwijsaanbod realiseren dat aansluit bij de talenten, behoeften en wensen van een bredere groep studenten dan tot nu toe bereikt wordt. Daarom wordt het Ad-portfolio verder uitgebreid, naast de ontwikkeling van masteropleidingen en maatwerk voor professionals. De uitbreiding met de Ad Commerciële Economie sluit naadloos aan bij deze visie, waarbij ook nieuwe doelgroepen worden bereikt.

In de in 2020 geformuleerde visie op Associate degrees – "Naar een impactrijk en volwaardig Ad-portfolio: de Associate degree binnen Fontys" (bijlage 26 Associate degree Binnen Fontys) – kiest Fontys expliciet voor brede Ad's. Deze brede Ad's bevatten een generieke basis, met ruimte voor meerdere, smalle afstudeerrichtingen die flexibel aangepast kunnen worden aan ontwikkelingen in de

arbeidsmarkt. Zo wordt een versnipperd en te gespecialiseerd opleidingsaanbod voorkomen, terwijl tegelijkertijd snel ingespeeld kan worden op regionale en sectorale behoeften.

Fontys streeft naar een geïntegreerd aanbod van Ad-, bachelor- en masteropleidingen, verankerd binnen de instituten in de regio's. Daarmee wordt niet alleen aangesloten bij de ambitie om recht te doen aan een breder en divers studentenprofiel, maar wordt ook de doorstroom tussen de onderwijsniveaus vereenvoudigd. Waar andere hogescholen, zoals Avans, de Associate degrees in een aparte Ad-Academie positioneren, kiest Fontys bewust voor inbedding binnen de bestaande opleidingen en instituten. Dit vergroot de herkenbaarheid voor studenten en versterkt de verbinding met het beroepenveld.

Dat Fontys deze "for society"-visie zowel regionaal als landelijk in de praktijk brengt, blijkt uit haar sterke betrokkenheid bij regionale samenwerkingen, zoals Brainport Development, Brainport voor Elkaar (Eindhoven), en Midpoint Brabant (Tilburg). Deze regionale ecosystemen hebben ieder hun eigen economische dynamiek en arbeidsmarkt vraagstukken. De context waarin de Ad Commerciële Economie in Tilburg vorm krijgt, verschilt dan ook wezenlijk van regio's waar op dit moment al soortgelijke Ad's worden aangeboden.

Het toevoegen van de Ad Commerciële Economie aan het portfolio van Fontys in Tilburg is dan ook een logische en strategische keuze. De opleiding biedt studenten de kans om in twee jaar praktijkgericht hoger onderwijs te volgen, met een duidelijke focus op de regionale arbeidsmarkt. De inhoudelijke profilering van sportmarketing sluit nauw aan bij de speerpunten van de regio. Zo draagt Fontys bij aan het opleiden van commercieel professionals die de vertaalslag kunnen maken tussen strategie en operatie, en daarmee bijdragen aan een inclusieve, ondernemende en duurzame samenleving.

Fontys Hogeschool biedt deze opleiding aan omdat zij inspeelt op de unieke kenmerken van de regio's waarin zij gevestigd is. Door samenwerking met lectoraten zoals Transforming the economy en de bacheloropleiding Commerciële Economie - SPECO Sportmarketing (Tilburg), wordt de inhoud van de Ad CE sterk gekoppeld aan actuele commerciële en maatschappelijke vraagstukken. De samenwerking met regionale bedrijven en organisaties zorgt ervoor dat de opleiding relevant, actueel en praktijkgericht blijft. Daarmee onderscheidt Fontys zich van andere instellingen die geen vergelijkbare regionale inbedding en inhoudelijke positionering kunnen bieden. Studenten worden opgeleid tot startbekwame commerciële professionals met een brede blik, en een focus op digitale innovatie, klantgerichtheid en maatschappelijke betrokkenheid.

## 10. Bibliografie

- Bronkhorst, A., Steenbergen, J., Van Stam, W., & Vrieswijk, S. (2024). *Arbeidsmarktmonitor sport en bewegen 2024*. Utrecht: Mulier Instituut.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). (2024, 11 24). *Minder werkenden in beroepen met weinig complexe taken*. Opgehaald van CBS: <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2024/47/minder-werkenden-in-beroepen-met-weinig-complexe-taken>
- Hover, P., Heijnen, E., & Balk, L. (2021). *Kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid*. Utrecht: Mulier Instituut.
- NOC\*NSF. (sd). *Sportakkoord*. Opgeroepen op juni 2, 2025, van NOC\*NSF: <https://nocnsf.nl/sportakkoord>
- Nooij, J., Tholen, R., Muskens, M., & Amir, K. (2017). *Keuzemotieven van minderjarige mbo'ers en het studentenreisproduct. Een mixed methods onderzoek*. Nijmegen: ResearchNed, in opdracht van het Ministerie van OCW.
- Provincie Brabant. (2022). *Levendig Brabant 2030*. 's Hertogenbosch: Provincie Brabant.
- Provincie Brabant. (2024). *Cultuur, erfgoed, sport en vrije tijd - Uitvoeringsagenda Levendig Brabant 2024-2027*. 's Hertogenbosch.
- Pulles, I. (2021, zomer). De maatschappelijke waarde van sport en bewegen. *Christen Democratische Verkenningen (CDV)*.
- Reitsma, M., Hoogendam, A., Nafzger, P., Pulles, I., & Van Der Poel, H. (2021). *Monitor Sportakkoord 'Sport verenigt Nederland' - De zes pijlers gepeild*. Utrecht: Mulier Instituut.
- Van Der Pal, F. (2024, maar 18). *De SROI van sport en bewegen is opnieuw berekend*. Opgeroepen op juni 2, 2025, van Kenniscentrum Sport en Bewegen: <https://www.kenniscentrumsportenbewegen.nl/nieuws/de-sroi-van-sport-en-bewegen-is-opnieuw-berekend/>
- Vereniging Hogescholen. (2021, januari 1). *Domeinprofiel Associate degree Commerce*. Opgehaald van Overleg Platform Associate Degrees: [https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/252/original/Domeinprofiel\\_Associate\\_Degree\\_Commerce\\_-\\_2021.pdf?1613395524](https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/252/original/Domeinprofiel_Associate_Degree_Commerce_-_2021.pdf?1613395524)
- Vereniging Hogescholen. (2024). *Opleidingsprofiel AD Commerciële Economie*. Opgeroepen op juni 4, 2025, van Vereniging Hogescholen: [https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/219/original/LOP\\_Commerci%C3%ABle\\_Economie\\_2024\\_-\\_2028.pdf?1732618819](https://www.vereniginghogescholen.nl/system/profiles/documents/000/000/219/original/LOP_Commerci%C3%ABle_Economie_2024_-_2028.pdf?1732618819)
- Zorginstituut Nederland. (2022, mei 17). *Meerderheid Nederlanders wil focus op gezonde leefstijl*. Opgeroepen op juni 2, 2025, van Zorginstituut Nederland: <https://www.zorginstituutnederland.nl/actueel/nieuws/2022/05/17/meerderheid-nederlanders-wil-focus-op-gezonde-leefstijl>

## 11. Bijlagenoverzicht

- 1: Domeinprofiel Associate Degree Commerce

- 2: Factsheet Associate degree opleidingen 2017-2021
- 3: Factsheet | Instroom, inschrijvingen en diploma's 2023/2024
- 4: Arbeidsmarktinformatie Regio in Beeld, 2023
- 5: instroomcijfers verwante en aanverwante opleidingen
- 6: Brondata potentials vragenlijst Fontys - Ad Commerciële Economie Tilburg
- 7: Brondata resultaten werkgeversonderzoek Ad CE
- 8: Intentieverklaring Decathlon,
- 9: Concept instroomprognose
- 10: Intentieverklaring Koning Willem I College
- 11: Intentieverklaring Yonder
- 12: Intentieverklaring De Rooi Pannen
- 13: UWV-spanningsindicator Ad CE
- 14: Rapportage Jobfeed vacaturepeiling Ad Commerciële Economie Tilburg
- 15: Intentieverklaring Sportservice Noord-Brabant
- 16: Beleidskader Levendig Brabant 2030
- 17: Uitvoeringsagenda Levendig Brabant 2024
- 18: Rapport arbeidsmarktmonitor sport en bewegen
- 19: Kansen voor provinciaal sportevenementenbeleid
- 20: Ad CE vragenlijst werkgevers
- 21: Rapport de maatschappelijke waarde van sport en bewegen
- 22: Rapport monitor sportakkoord
- 24: Keuzemotieven van minderjarige mbo'ers en het studentenreisproduct
- 25: Fontys For Society Strategie 2025
- 26: Associate Degree Binnen Fontys
- 27: Portfoliotafel Fontys- Avans
- 28: Afstemming Avans Den Bosch Ad CE sportmarketing
- 29: Afstemming Avans Roosendaal
- 30: Afstemming Windesheim
- 31: Afstemmingsoverleg HAN
- 32: Landelijk Opleidingsprofiel CE 2024-2028
- 33: ROA-arbeidsmarktprognoses Ad Commerciële Economie
- 34: Interne Fontys-analyse Bachelor-Ad

35: Curriculumweergave Ad CE

36: Intentieverklaring One:Nil

37: Intentieverklaring Yonder

38: Intentieverklaring Yonder 2

39: Intentieverklaring KW1C

A: Resultaten Instroomvragenlijst AD Commerciële Economie Tilburg

B: Rapportage Jobfeed Ad Commerciële Economie locatie Tilburg

C: Ad CE vragenlijst werkgevers DEF

D: Ad CE vragenlijst potentials DEF