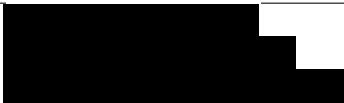


Aanvraagformulier Macrodoelmatigheidstoets Clusteraanvraag**Basisgegevens Instelling**

Naam penvoerder	HAS green academy
Overige instelling(en)	Aeres Hogeschool
BRIN-code(s)	21CW
KvK-nummer(s)	41084408
Contactpersoon aanvraag	

Basisgegevens Opleiding

Naam hogeschool	HAS green academy
Naam opleiding	Food
ISAT-code (indien bekend)	
Oriëntatie en niveau	hbo Associate degree
Variant	Voltijd
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Den Bosch en Venlo
Taal	Nederlands
RIO-(sub)onderdeel	Landbouw & Natuurlijke Omgeving
ISCED-rubriek (optioneel)	
Beroepsvereisten	Geen
Capaciteitsbeperking	Geen
Beoogde startdatum	1 september 2026

Naam hogeschool	Aeres Hogeschool
Naam opleiding	Ad Food
ISAT-code (indien bekend)	
Oriëntatie en niveau	hbo Associate degree
Variant	Voltijd
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Almere

Taal	Nederlands
RIO-(sub)onderdeel	Landbouw & Natuurlijke Omgeving
ISCED-rubriek (optioneel)	
Beroepsvereisten	Geen
Capaciteitsbeperking	Geen
Beoogde startdatum	1 september 2027

Inleiding

Er is een grote en groeiende arbeidsmarktbehoefte aan Ad Food professionals door o.a. de transitie naar plantaardige voeding en de behoefte van de maatschappij en consument aan veilig, gezond en duurzaam voedsel. Daarnaast is er sprake van verhoogde uitstroom uit food-gerelateerde banen door vergrijzingen en is er een verlaagde instroom in food gerelateerde bachelors. Deze factoren tezamen, én het gebrek aan landelijke dekking van verwante food gerelateerde opleidingen, zoals de Ad Voedingsmiddelen-technologie, is voor Aeres Hogeschool en HAS green academy reden om de Ad Food op drie vestigingslocaties (Almere, Den Bosch en Venlo) in voltijd aan te vragen.

Deze aanvraag is het resultaat van samenwerking, voortvloeiend uit het voornemen uit het sectorplan Agro & Food, genaamd 'Groen Welbevinden', om als groene hogescholen samen te werken aan het landelijk portfolio van Associate degrees.

Vervolgens hebben de groene hogescholen Aeres Hogeschool, HAS green academy en Hogeschool van Hall Larenstein landelijk samengewerkt aan het beroepsprofiel Ad Food dat onderliggend is aan deze aanvraag. Hogeschool van Hall Larenstein heeft reeds aanbod in de vorm van de Ad Voedingsmiddelen-technologie (deeltijd) en heeft ook de (wettelijke) ruimte deze opleiding in voltijdvariant te verzorgen op de twee vestigingslocaties Leeuwarden en Velp. Hierdoor zijn zij geen onderdeel van de clusteraanvraag, maar zullen zij op termijn via de NVAO- procedure 'naamswijziging' meegaan in de verdere ontwikkeling van de brede Ad Food. De hogescholen Aeres Hogeschool en HAS green academy hebben nog geen verwant aanbod op Ad-niveau. Zij vragen via deze clusteraanvraag bekostiging aan voor de nieuwe opleiding Ad Food.

Leeswijzer Dit dossier is opgebouwd volgens versie 3.0 (22 april 2025) van het aanvraagformulier macrodoelmatigheidstoets clusteraanvraag. Bijlages zijn genummerd in relatie tot de paragraaf waar ze betrekking op hebben. Bijvoorbeeld paragraaf 8 gaat over de arbeidsmarktbehoefte en een van de bij dit hoofdstuk horende bijlages is bijlage 8.7; de vacatureanalyse van NIDAP.

Omwille van de leesbaarheid zijn bronnen middels voetnoten onderaan de pagina vermeld en voorzien van vindplaats of bijlagennummer. Volgens de handreiking bij de regeling is er bij verwijzingen naar bronnen zo veel mogelijk geciteerd en zo min mogelijk geparafraseerd, citaten zijn *schuin* gedrukt en/ of tussen aanhalingstekens geplaatst. In hoofdstuk 13 is een overzichtstabel van de bijlages opgenomen.

Algemene informatie opleiding(en)

1. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma

De Ad Food betreft een tweejarige opleiding en richt zich zowel op het werken in de voedingsindustrie als in de (zorg)cateringservices. Studenten leren om voedingsproducten en voedingsprocessen te verbeteren t.a.v. kwaliteit, gezondheid, duurzaamheid en veiligheid. Op deze manier dragen zij bij aan productverbetering en duurzame, gezonde en veilige voeding.

Tijdens de thematisch ingerichte onderwijsblokken maken de studenten kennis met onderwerpen als:

- Sectoronderzoek
- Product- en proceskennis
- Productveiligheid en -kwaliteit
- Productontwikkeling
- Innovatie en duurzaamheid

De opleiding Ad Food richt zich op de volgende eindkwalificaties:

1. Vakmanschap t.a.v. Food
2. Communiceren & verbinden
3. Samenwerken
4. Onderzoekende houding
5. Persoonlijke leiderschap

Eindkwalificaties Ad Food

Eindkwalificatie (Ek)	Toelichting Ad Food
Ek 1. Vakmanschap	De Ad-er laat vakmanschap zien doordat hij beschikt over gedegen, relevante en actuele kennis en inzichten (kwaliteit, gezonde voeding en duurzaamheid) van de verschillende foodsectoren (inclusief catering en zorg) door deze op beargumenteerde en navolgbare wijze toe te passen in de praktijk. De Ad-er begrijpt de samenhang tussen product, proces en kwaliteit, kan dit vertalen naar onderbouwde, toepasbare en uitvoerbare verbetervoorstellen en indien passend het implementeren en evalueren van de verbetervoorstellen.
Ek 2. Communiceren & Verbinden	De Ad'er communiceert binnen multidisciplinaire - en interculturele teams, in woord, beeld en schrift op een toegankelijke en doelgerichte wijze en vervult daarmee de rol van 'verbinder'. Verbinder die op overtuigende wijze communiceert en hierbij rekening houdt met verschillende doelgroepen. Een Ad'er laat een ondernemende houding zien door proactief en initiatiefrijk te handelen en is resultaatgericht.
Ek 3. Samenwerken	De Ad'er werkt samen binnen een multidisciplinair en intercultureel projectteam aan projecten waaronder ook verbetervoorstellen. De Ad-er levert een actieve en inhoudelijke bijdrage aan het opleveren van gezamenlijke (project)resultaten door rekening te houden met ieders rol binnen het project, kwaliteiten en belangen van alle betrokkenen.
Ek 4. Onderzoekende houding	De Ad'er zet een onderzoekende houding in om blijvend een bijdrage te leveren aan de (door)ontwikkeling van zichzelf en de beroepspraktijk. De Ad'er is daarbij in staat om vraagstukken te inventariseren en te analyseren en draagt, daar waar passend, praktische oplossingen aan.
Ek 5. Persoonlijk leiderschap	De Ad'er beschikt over een zelfbewuste en zelfkritische houding waardoor hij zijn kwaliteiten weet in te zetten voor zowel persoonlijke als professionele ontwikkeling en daarmee van toegevoegde waarde is voor het werkveld. De Ad'er neemt zelf de regie over zijn leer- en ontwikkelproces en weet feedback daarbij te benutten. De Ad'er is een representatieve professional die met zelfvertrouwen zelfstandig kan functioneren.

Het onderwijs zal bij beide hogescholen net wat anders worden ingericht, maar in de basis is de opzet vergelijkbaar. Het eerste jaar wordt verdeeld in 4 blokken van 10 lesweken met een studiebelasting van 15 ECTS. Tijdens het eerste jaar gaan de studenten op oriëntatie-stage om het werkveld beter te begrijpen

en te doorgronden. Het tweede jaar is verdeeld in twee blokken en 1 semester. Blok 1 van jaar 2 geeft een inhoudelijke verdieping en blok 2 is een 10-weekse verdiepingsstage. Het tweede semester is ingericht als afstudeerstage.

In ieder blok werken studenten aan beroepsproducten, zoals productspecificaties, receptuur-, proces- en kwaliteitsverbeterplannen, en communicatieve vaardigheden. Daarnaast werken studenten aan hun persoonlijke en professionele ontwikkeling in de leerlijn Professionele Ontwikkeling. Deze leerlijn staat in het teken van (studie)loopbaanbegeleiding enerzijds en professionele ontwikkeling anderzijds. Professionele ontwikkeling is gericht op de kennis, houding en vaardigheden die de Ad-er nodig heeft in de beroepspraktijk en die onderdeel zijn van de beroepsbekwaamheid.

2. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen

De instroom van de opleiding wordt primair gevormd door studenten met een afgeronde agro, food en leefomgeving mbo-4-opleiding, die minder geneigd zijn direct door te stromen naar de arbeidsmarkt of een bachelor, maar die in het kader van hun loopbaan een vervolgopleiding op hbo-niveau willen volgen. Daarnaast zijn ook studenten met een afgeronde havo- of vwo-opleiding toelaatbaar.

Wie geen toereikende vooropleiding heeft gevolgd en bij aanvang van de opleiding ouder is dan 21 jaar, kan deelnemen aan de toelatingstoets 21+. Als de deelnemer hiervoor slaagt, heeft deze alsnog aan de vooropleidingseisen voldaan.

Er zijn geen aanvullende vooropleidingseisen.

3. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

Afgestudeerden van de Ad Food vervullen een rol in het domein, voeding, voedsel en gezondheid, als productverbeteraar, kwaliteitsadviseur of gezondheidsadviseur. Afgestudeerden vervullen deze rol in bedrijven en organisaties die zich bezighouden met (duurzame en/ of gezonde) voedsel- en voedingsproductie. Het volledige beroepsprofiel (zie ook bijlage 3) luidt:

Context

De opleiding Ad Food richt zich op praktijkgerichte onderwerpen op het gebied van proces, product en (product)kwaliteit binnen de foodsector en consumentgerichte voedingssectoren (zoals catering en zorg).

De Ad-er kan;

- Verbetervoorstellen ontwikkelen om relevante vraagstukken voor een proces, product of (product)kwaliteit te verbeteren;
- Verbetervoorstellen ontwikkelen voor productverbetering op gezondheid, duurzaamheid, verspilling en kosten (middels de PDCA-cyclus).

Hij ontwikkelt deze verbetervoorstellen door middel van schrijven, onderzoeken en uitvoeren en is hiertoe in staat doordat hij kennis en inzicht heeft in voedingsconsumptiepatronen en -trends en vaardig is in:

- Testkoken;
 - Gezondheids- en receptuurverbeteringen zoals:
 - Zoutvermindering/ natriumvermindering;
 - Calorievermindering;
 - Vetsamenstelling;
 - Eiwitvermeerdering/ transitie naar plantaardig;
 - Koolhydraatverarming.
 - Meten en onderzoeken zoals:
 - Fysische metingen doen in fysisch testlab;
 - Textuuranalyse, viscositeitsmeting, vetgehalte meten;
 - Rendementsberekening, van grammen producten;
 - Sensorisch onderzoek;
 - Data verwerken;
 - Apparaten en machines; gebruiken, onderhouden en ijken.
- Controles uitvoeren op productveiligheid, bijvoorbeeld metaaldetectie, temperatuur, pH, Aw (wateractiviteit), lekdetectie, productbescherming. KPI's (kwaliteits-proces-indicatoren);
- Controleren op kwaliteit van voedingsproducten;
- Verpakkingen optimaliseren t.a.v. conservering en etikettering; Adviseren over communicatie in relatie tot verpakkingen die uiting geven aan gezonde of duurzame voedselproducten;
- Relaties opbouwen en onderhouden met klanten, leveranciers, kenniscentra en brancheorganisaties, resulterend in toepasbare inzichten omtrent markt- en kennistrends.

Kernvaardigheden van de Ad Food professional zijn;

- Inzicht hebben in gezondheids- en duurzaamheidsaspecten en betrouwbaarheid van informatie;
- Inzicht hebben in voedingsconsumptiepatronen en – trends;
- Productveiligheid & -kwaliteit waarborgen door te voldoen aan wetgevingseisen, certificeringseisen en voedselveiligheid te borgen;
- Meten, analyseren en verbeteren van voedingsproducten binnen de industrie en foodservices, o.a:
 - Bereiden, maken en testen van foodproducten;
 - Meten en berekenen van voedingswaarde;
 - Verzamelen van productiedata;
 - Analyseren verschil voedingswaarde van het product en gezondheidsrichtlijnen.
- Vertalen van data uit het productieproces voor het optimaliseren van productieprocessen en producten (om de kwaliteit te waarborgen)
 - Analyseren van producten en processen;
 - Controleren van producten en processen;
 - Verbeteren van producten en processen;
 - PDCA (de verandering begeleidt en de effecten daarvan monitort).
- Samenwerken in een beroepsmatige omgeving.

Mogelijke beroepsproducten zijn;

- Verbeterplan voor het productieproces, recept en product (receptuur en data voor etiket);
- Verbeterplan voor gezondheid en verduurzaming;
- Controle en toezicht voedselveiligheid/ productveiligheid (onderdeel van logboek);
- Gebruiksvoorschrift;
- Intern audit rapport;
- Logboek (literatuurstudie en voortgang op proces- en productontwikkeling);
- Testplan voor recepten;
- Trend- en marktanalyse;
- Communicatievoorstel over en op verpakkingen en folders t.a.v. gezondheid en duurzaamheid van producten;
- Adviesvoorstel communiceren en/ of presenteren naar stakeholders.

Mogelijke beroepsrollen en –namen zijn;

- Product- en kwaliteitsverbeteraar
- Assistent/ Junior productontwikkelaar
- Junior adviseur kwaliteit QA/ QC
- Kwaliteitsmedewerker QA/ QC
- Labelling Specialist
- Junior adviseur voedings & gezondheid – gezondheidsadviseur junior
- Assistent interne logistiek van food
- Voedingsdeskundige

De Ad-er werkt samen met;

- Management
- R&D manager
- Brand manager
- Product manager
- Marketing manager
- Marketing assistent
- Sales manager
- Packaging designer
- Technologen
- Operator/ Procesoperator
- QA/QC afdeling
- Inkoop
- Leveranciers

4. Afstemming met andere instellingen

De opleiding Ad Food is een Ad-opleiding in het groene domein en valt onder het Sectoraal Advies College (SAC) Agro & Food. In het sectorplan¹ van het groene hbo is omschreven dat het SAC Agro & Food wil bouwen aan een sterk, landelijk dekkend portfolio. Het SAC heeft een kwartiermaker aangesteld om hen te adviseren over samenwerken aan het groene Ad-portfolio. Dit advies is vervolgens overgebracht aan de bestuurders van de vier betrokken groene hogescholen. Het resultaat hiervan is dat drie groene hogescholen (Aeres Hogeschool, HAS green academy en Hogeschool Van Hall Larenstein) deelnemen aan de ontwikkeling van het opleidingsprofiel Ad Food. Zoals in de inleiding vermeld sluit Hogeschool Van Hall Larenstein aan met het bestaande aanbod 'Ad Voedingsmiddelentechnologie', via de procedure 'naamswijziging'. In Holland kiest ervoor niet mee te gaan met de clusteraanvraag omdat het op dit moment qua werkdruk niet passend voor hen is een nieuwe opleiding te ontwikkelen, zie ook bijlage 4.2.

Er is ook afstemming geweest met de zijdelings verwante opleiding de Ad Food Business en Innovation (FBI) van Hogeschool Zeeland. Tijdens deze afstemming is besproken dat de HAS green academy voornemens is een aanvraag Ad Food te doen. Ook is vastgesteld dat de Ad Food een 'echt' food-profiel heeft, terwijl de Ad FBI meer richting conceptontwikkeling en businessontwikkeling gaat. De Ad FBI valt dan ook in het economisch domein. De gesprekspartner van Hogeschool Zeeland waardeerde het open gesprek en had geen intentie deel te nemen aan de aanvraag en ook geen bezwaar, dit is later bevestigd door het CvB, zie ook bijlage 4.3.

In het landelijk Ad-platform Associate degrees is 19 juni 2025 melding gedaan van het voornemen van de vier groene hogescholen meerdere brede Ad-opleidingen aan te vragen, waaronder de Ad Food. Hier zijn geen reacties op binnen gekomen.

Ook zijn door HAS green academy en Aeres Hogeschool de regionale grijze hogescholen geïnformeerd over het voornemen de Ad Food aan te vragen. Hier is geen reactie op geweest. HAS green academy heeft de volgende hogescholen geïnformeerd;

- Fontys Hogeschool
- Avans Hogeschool
- Design Academy Eindhoven
- Breda University of Applied Science
- Zuyd Hogeschool
- Hogeschool Arnhem & Nijmegen

Aeres Hogeschool heeft volgende hogescholen geïnformeerd;

- Hogeschool van Amsterdam
- Hogeschool Utrecht
- Windesheim

¹ SAC Agro & Food (2024). Sectorplan Groen Welbevinden, p. 46-48. Bijlage 4.1

5. Afstemming met UNL, VH en/of NRTTO

Aanvullend op de regionale afstemming met het werkveld om het beroepsprofiel te valideren, is op 30 juni en 2 juli gesproken met vertegenwoordigers van landelijke werkveldorganisaties over het beroepsprofiel behorende bij de Ad Food. Een verslag van deze landelijke afstemming is opgenomen in bijlage 5.1. Het betreft de organisaties; Food Innovation Academy, Bakery Sweets Centre, Centraal Bureau Levensmiddelenhandel en Next Food Collective.

In het gesprek is het beroepsprofiel van Ad Food toegelicht en is gevraagd om een reactie met zowel kwantitatieve als kwalitatieve feedback op het beroepsprofiel. Kwantitatief zien alle vertegenwoordigers de noodzaak aan meer afgestudeerden om aan de behoefte van de arbeidsmarkt te voldoen. Een van de deelnemers zei letterlijk; 'Er is verhoogde uitstroom door vergrijzing er is een verlaagde instroom in food gerelateerde opleidingen, deze nieuwe Ad-opleiding is een belangrijk instroommodel'.

Kwalitatief is besproken dat zowel gezondheid als duurzaamheid belangrijke aspecten in de Food-opleiding zijn, net als consumententrends. Deze aspecten tezamen geven richting aan de aard van de product- en procesverbetering.

6. Analyse verwant (toekomstig) aanbod

Het landelijke opleidingsaanbod is onderzocht op verwantschap met de Ad Food. Opleidingen op mbo-niveau, hbo-bachelor-niveau of post-hbo-niveau zijn buiten beschouwing gelaten. Om de nieuwe Ad-opleiding te kunnen vergelijken met bestaande Ad-opleidingen is er in bijlage 6.1 een verwantschapsanalyse opgenomen. In de kolommen 'opleidingsprofiel' en 'beroepsprofiel' is met behulp van hogeschoolwebsites duiding gegeven aan de inhoud van de opleiding en het uitstroomberoep. In kolom 'Overeenkomst' is de mate van verwantschap aangegeven, we maken hierbij onderscheid in verwant en zijdelings verwant.

De verwantschapsanalyse wijst uit dat de voorgenomen Ad Food inhoudelijk een verwante (Ad Voedingsmiddelentechnologie) en twee zijdelings verwante (Ad Food, Business & Innovation en Ad Bedrijfskunde & Agrifoodbusiness) opleidingen kent in het landelijke Ad-opleidingenlandschap.

We merken de Ad Voedingsmiddelentechnologie als verwant aan omdat de beoogde beroepen, alhoewel minder specifiek, ook kunnen worden uitgeoefend door afgestudeerden van de Ad Food.

De Ad Food, Business & Innovation (FBI) en de Ad Bedrijfskunde & Agrifoodbusiness (B&A) zien we als zijdelings verwant. Beide opleidingen gaan meer in op de bedrijfskundige en commerciële kant van de foodsector. De Ad FBI door in te spelen op marketing en logistiek en de Ad B&A door meer aandacht te hebben voor de bedrijfskundige kant van voedselproductie, zoals logistiek, marketing en finance. Bij beide zijdelings verwante opleidingen speelt de kern van de Ad Food; het specifiek kunnen verbeteren van voedingsproducten en voedingsprocessen, met aandacht voor gezondheid en duurzaamheid, door verbeterplannen te ontwikkelen minder een rol.

Landelijk stroomden er in 2024, in zowel de voltijd als deeltijd variant en in zowel de zijdelings verwante als verwante opleidingen, in totaal slechts 43 studenten in. De grote gevonden arbeidsmarktbehoefte, beschreven in hoofdstuk 9, overtreft ruimschoots de huidige instroom in het (zijdelings) verwante opleidingslandschap. Om aan de arbeidsmarktbehoefte tegemoet te komen is het dan ook wenselijk dat de Ad Food op meerdere locaties, én ook in voltijd kan worden aangeboden.

7. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding(en)

De instroomprognose voor de Ad Food voltijd richt zich bij gebrek aan verwante voltijd Ad-opleidingen op een benchmark met verwante voltijd bacheloropleidingen en instroomschatting gerelateerd aan de uitstroom in food-verwante mbo4-opleidingen.

In tabel 1 (volgende pagina) is in kolom 1 de instroom in Food-gerelateerde bacheloropleidingen op de drie vestigingslocaties weergegeven. De rekenmethode en bron is weergegeven op tabblad 1 van bijlage 7.1.

Kolom 2 van tabel 1 laat zien hoeveel mbo4 studenten in totaal in het schooljaar 2024-2025 in food gerelateerde opleidingen per vestigingslocatie studeerden. Daarbij is gekeken naar de uitstroom in de volgende mbo4 crebo-registraties²;

1. Productieleider versindustrie
2. Vakexpert Voeding en Kwaliteit
3. Vakexpert Voeding en technologie
4. Vakexpert Voeding en voorlichting
5. Voeding en leefstijladviseur

De onderliggende rekenmethode voor de schatting van de mbo4 uitstroom in en rondom de drie potentiële vestigingslocaties Ad Food is bijgevoegd in bijlage 7.1. In het eerste tabblad van bijlage 7.1 is het aantal studenten in bovengenoemde vijf mbo-opleidingen per arbeidsmarktregio opgenomen. Per vestigingslocatie is een optelsom gemaakt van studenten in de eigen arbeidsmarktregio, aangevuld met omliggende arbeidsmarktregio's, tot maximaal een straal van 75 kilometer (arbeidsmarktregio's zijn hetzelfde toebedeeld aan vestigingslocaties als in de verdeling in de regionale vacature-analyse), dit getal is tevens opgenomen in kolom 2 van tabel 1

Kolom 3 van tabel 1, laat vervolgens een schatting van het gemiddeld aantal gediplomeerden per jaar zien per regio. De doorstroompercentages van de mbo-4 opleidingen zijn vermeld in tabblad 3 (bijlage 7.1) 'food gerelateerd mbo', het gewogen gemiddelde doorstroompercentage is 42%.

Kolom 4 van tabel 1 laat zien dat elke vestigingsplaats ook een aantal studenten uit aanvullende instroom. Naast de mbo-doelgroep vanuit de food-gerelateerde opleidingen zullen er immers ook studenten instromen vanuit andere mbo-opleidingen en vanuit havo en vwo.

Dit resulteert in de prognose dat de voltijdopleiding op de diverse locaties starten met de in kolom 5 weergegeven aantallen, variërend van 25 voor Almere tot 40 voor Den Bosch.

² Bron; Dashboard Arbeidsmarkt van S-BB via <https://trendrapport.s-bb.nl/vgg/dashboards/> tabblad; aanbod

Tabel 1. Aantal mbo studenten en aantal instromende bachelorstudenten in Food gerelateerde opleidingen.

Kolomnummer	1	2	3	4	5
	Gemiddeld aantal instromende bachelorstudenten in Food gerelateerde voltijd opleidingen (gemiddelde afgelopen drie jaar)*	Totaal aantal bol mbo studenten in driejarige Food gerelateerde opleidingen ³	Gemiddeld aantal mbo-ge diplomeerden per jaar (kolom 2 gedeeld door 3)/ gewogen doorstroom (42%)	Aanvullende instroom vanuit mbo, havo en vwo	Geschatte instroom in voltijd per jaar
Almere	Nog geen aanbod	107	36/15	8	25
Den Bosch	97	224	75/31	8	40
Venlo	25	158	53/22	8	30

³ Bron; <https://trendrapport.s-bb.nl/vgg/dashboards/> Dashboard Beroepspraktijkvorming (BPV)

8. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte

Kwalitatieve onderbouwing

We starten de onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte eerst kwalitatief met een samenvatting van de volgende publicaties die blijken geven van een kwalitatieve behoefte aan Ad Food professionals;

- a. Nationaal Preventieakkoord (2018)⁴. Het Nationaal Preventieakkoord is gericht op het terugdringen van roken, overgewicht en problematisch alcoholgebruik. Gezonde voeding en een gezonder voedingspatroon voor iedereen is dan ook één van de speerpunten van het preventieakkoord. Supermarkten, horeca en catering streven in dit verband om een jaarlijkse consumptiegroei van producten uit de Schijf van Vijf te realiseren. Hierbij wordt ook de industrie aangesproken om verantwoordelijkheid te nemen en veranderingen door te voeren. Producten moeten verbeterd worden (p. 38, 40, 41). Meer specifiek worden fabrikanten gestimuleerd minder suiker, zout en vet in producten te verwerken. (Catering)Bedrijven en -organisaties moeten helpen om kleinere porties en gezondere alternatieven aan te bieden. Middels transparante etiketten moet duidelijkere voedingsinformatie zoals de nutri-score consumenten helpen om gezondere keuzes te maken.

In 2022 is de Nationale Aanpak Productverbetering (NAPV) gestart⁵, deze is onderdeel van het Preventieakkoord. Het ministerie van VWS moedigt hiermee fabrikanten extra aan om de samenstelling van producten te verbeteren. Het RIVM ontwikkelde samen met het Voedingscentrum en de HAS green academy criteria om die verbeteringen stap voor stap te realiseren. De NAPV Het preventieakkoord en de Nationale Aanpak Productverbetering illustreren een belangrijke maatschappelijke behoefte, waar de Ad food in kan voorzien. De opleiding kan een bijdrage leveren aan het preventieakkoord, doordat in deze Ad aandacht is voor de ontwikkeling en integratie van nieuwe voedingsproducten en nieuwe bedrijfsprocessen.

- b. Berenschot (2020)⁶. Uit de in 2020 opgestelde 'meta-analyse met maatschappelijke opgaven relevant voor het hbo' blijkt dat deze clusteraanvraag aansluit bij de onderstaande paragrafen uit deze analyse. Deze aansluiting illustreert een belangrijke maatschappelijke behoefte waar de Ad Food in kan voorzien.

- Par 4.2.1. (p. 16). Bevolkingsgroei; *De land- en tuinbouw, en voedselproductie zoals die nu plaatsvindt is niet duurzaam genoeg..... Nederland zet vanuit de Kennis- en Innovatieagenda in op de volgende zaken rondom voedselproductie.*

-Duurzame plantaardige, dierlijke en aquatische productie: resistent en stressbestendig uitgangsmateriaal, ecologisch houdbaar, gezonde bodem, plant- en diergezondheid, optimaal dierenwelzijn, biodiversiteit, eiwittransitie.

-Circulaire systemen: klimaatneutraal, energieneutraal, waterefficiënt, verwaarden mest, (nieuwe) groene grondstoffen, schoon en efficiënt transport, vermindering voedselverspilling, duurzame verpakkingen.

- Gezond en veilig: gezonde en veilige producten, gezonde leefstijl, gezonde, groene (stedelijke) omgeving, vermindering antibioticagebruik, beheersing zoonosen.

4 Nationaal Preventieakkoord (2018) p. 37-43. Bijlage 8.1

5 Vindplaats: <https://www.rivm.nl/voeding/nationale-aanpak-productverbetering>

6 Berenschot (2020). Meta-analyse maatschappelijke opgaven relevant voor het hbo. Eindrapport. Bijlage 8.2

- *Consument en maatschappij: aankoop en consumptie van duurzame, veilige en gezonde producten, maatschappelijk draagvlak, informatie en transparantie, eerlijke prijs, consumentenvertrouwen.*

- En bij par. 4.3.1 (p. 20) vinden we aansluiting bij; Gezondheid en gedrag. Meer aandacht voor gezondheid levert meer focus (en dus vraag) naar gezonde voeding: meer plantaardige voeding, minder vlees, zoetwaren, aardappelen, vetten, zuivel en alcoholische dranken. Er is meer aandacht voor het dierenwelzijn en biologisch voedsel, en voedsel zonder geur-, kleur-, smaakstoffen en andere E-nummers. Dit heeft effect op wat er geproduceerd wordt.

c. KIA Landbouw, water, voedsel 2024-2027⁷

De Kennis en Innovatie Agenda (KIA) Landbouw, water en voedsel beschrijft zes missies. De Ad Food sluit aan bij missie 4 'Duurzaam en gewaardeerd voedsel, dat gezond, toegankelijk en veilig is'. Met name de innovatieprogramma's B, C en D zijn van toepassing op de Ad Food doordat zij beogen het voedselsysteem, duurzamer, gezonder en veiliger te maken (p. 44-50).

d. Nationaal Groeifonds – Cellulaire Agricultuur⁸

Het Nationaal Groeifonds investeert in projecten die een zo groot mogelijke bijdrage leveren aan duurzame en structurele economische groei. Uit het project 'Cellulaire Agricultuur' blijkt dat 'De mondiale vraag naar dierlijke eiwitten zoals vlees en zuivel blijft stijgen (30 tot 50% in 2050). Gezien de uitdagingen die uitbreiding van de huidige landbouw met zich meebrengt, is er veel aandacht voor alternatieve eiwitbronnen. Cellulaire Agricultuur (CA) is een veelbelovende technologie....' 'Het project CA heeft als doel om het Nederlandse cellulaire agricultuur ecosysteem een flinke impuls te geven op de pijlers onderwijs, onderzoek en opschaling. De komende acht jaar wordt een integrale aanpak uitgerold met als doel:

- voldoende gekwalificeerd CA-personeel op te leiden;
- fundamentele en toegepaste CA-kennis te ontwikkelen; en
- opschalingsfaciliteiten beschikbaar te maken voor CA bedrijven.

Nederlandse universiteiten en hogescholen spelen een belangrijke rol in het genereren van publieke kennis en technologie, waardoor CA bedrijven snel en efficiënt kunnen opschalen van lab naar industrie'. 'Beoogd resultaat van het project is o.a. meerdere mbo-, hbo- en wo-vakken/ modules opzetten en laten volgen door honderden studenten. Dit project is een voorbeeld van actuele kwalitatieve ontwikkelingen die de arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de Ad Food ten goede kunnen komen.

e. Deloitte branchegroep retail 2023. Consumentenonderzoek⁹

Uit dit consumentenonderzoek blijkt dat de respondenten erg veel behoefte hebben aan informatie op producten ten aanzien van de mate waarin het product goed is voor de eigen gezondheid, het gebruik van bestrijdingsmiddelen en de mate van dierenleed (p. 10). Voorgestelde innovaties door respondenten zijn meer duurzaamheid en minder (plastic) verpakkingen (p. 13). Dit is een indicatie voor behoefte aan meer

⁷ KIA landbouw water en voedsel 2024-2027. Bijlage 8.3

⁸ Vindplaats; <https://www.nationaalgroeifonds.nl/overzicht-lopende-projecten/thema-landbouw-voedsel-en-land-en-watergebruik/cellulaire-agricultuur>

⁹ Deloitte branchegroep retail 2023. Consumentenonderzoek. Bijlage 8.4

duurzame producten, meer informatie op verpakkingen en meer duurzame verpakkingen, waar de Ad Food een rol in kan spelen.

f. Ontwikkelagenda groen onderwijs¹⁰

De ontwikkelagenda groen onderwijs is ontstaan uit een samenwerking tussen verschillende groene onderwijsinstellingen, partijen uit het bedrijfsleven, het ministerie van Economische Zaken en de topsectoren Tuinbouw & Uitgangsmaterialen en Agri & Food. In de Ontwikkelagenda wordt beschreven dat de groene sector van Nederland tot de wereldtop behoort en dat blijvende investering in innovatie en kennis over agro, food en leefomgeving benodigd is om deze positie te behouden. De ontwikkelagenda onderstreept dat thema's zoals duurzame voedselvoorziening, alternatieve eiwitten en voedselinnovatie cruciaal zijn voor de toekomst van de groene sector. Een nieuwe opleiding Food sluit aan bij de ambitie om: "Internationaal voorloper blijven in het oplossen van grote mondiale en regionale vraagstukken op het gebied van voeding, duurzaamheid en leefbaarheid door te zorgen voor voldoende goed opgeleide mensen met groen DNA die essentieel zijn voor de kracht, innovatie en succes van de sector." (2016, p. 17). In de Ontwikkelagenda worden verschillende strategische ambities beschreven. De Ad Food sluit voornamelijk aan bij de ambitie om het onderwijs sneller en voortdurend te laten aansluiten op de arbeidsmarktbehoeften (ambitie 1B, p. 36). Volgens de agenda zijn er meer mensen nodig vanuit het groene onderwijs en moet het aantal afgestudeerden groeien. Eén van de doelen is een toename van de doorstroom naar het hoger agrarisch onderwijs van 10% te realiseren. De Ad Food kan hieraan bijdragen.

g. S-BB (2021) Trendrapport Voedsel Groen en Gastvrijheid.

Het S-BB publiceerde in 2021 het bovengenoemde rapport. Dit kwam tot stand door met veel en diverse inhoudsdeskundigen te spreken over trends en ontwikkelingen in de sector en de impact daarvan op opleidingen. De schuingedrukte tekst is een weergave van de tekst in de samenvatting voeding¹¹ van het trendrapport die aansluit bij de aanleiding van de opleiding Ad Food. We starten met de in de samenvatting genoemde economische ontwikkeling aangezien hier het ervaren arbeidstekort mede wordt genoemd. De beschrijving van de macrotrends zijn bedoeld om de aanleiding en kwalitatieve behoefte aan de opleiding Ad Food te onderbouwen.

Economische ontwikkelingen. Het aandeel bedrijven in de voedings- en genotmiddelenindustrie dat een omzetstijging boekt, neemt toe. In het eerste kwartaal van 2020 liet 52 procent van de bedrijven een toename van de omzet zien, tegenover 46 procent in hetzelfde kwartaal van 2019. Een beperking om te groeien voor de foodsector in het algemeen is het arbeidstekort. Ondernemers zien dit als een van de grootste belemmeringen in hun groei.

Macrotrend; Smartification. Voedselveiligheid en transparante informatie worden belangrijker...Slimme sensoren meten producteigenschappen, zoals vochtgehalte, eiwitgehalte en droge stof. Kwaliteitsanalyses verschuiven daarmee van het laboratorium naar de fabriek, waar de digitale instrumenten de processen online monitoren.... Flexibelere productie en de toename van het aantal kwaliteitsmetingen zorgen voor veel meer data.

Macrotrend; Duurzame wereld. Bewust consuminderen. Nederland is internationaal koploper in agro-innovatie en biotechnologie. Op het gebied van zowel eiwitverwerkings-technologie als plantaardige vleesvervangers zijn er veel inspirerende, innovatieve ontwikkelingen in Nederland: minder belastende vleessoorten, maaltijdconcepten met geen of minder vlees,

¹⁰ Ontwikkelagenda groen onderwijs 2016-2025. Bijlage 8.5

¹¹ S-BB. Stichting Beroeps en Bedrijfsleven. Trendrapport Voedsel Groen en Gastvrijheid (2021). Samenvatting Voeding; Vindplaats. <https://trendrapport.s-bb.nl/vgg/samenvatting-voeding/>

hybride vleesproducten, plantaardige vleesvervangers, kweekvlees/ duurzame kweekvis, biologisch vlees en insecten. De eiwittransitie heeft voornamelijk effect bij grote bedrijven in de verwerkingsindustrie. Hybride vlees kan van invloed zijn op de benodigde kennis van de operator die basiskennis nodig heeft over het product. De receptuur verandert, dat betekent ook dat het productieproces en de bewerkingsstappen anders zijn.

Circulair voedingssysteem. Er lijkt in Europa en Nederland een groeiend momentum voor het veilig en duurzaam verwerken van voedselreststromen uit retail, horeca en catering (surplusfood) voor diervoeder (ecofeed). Transparantie van de afvalstromen is daarbij belangrijk om oplossingen te vinden voor het afvalprobleem. Afval uit de ene keten, is grondstof voor een andere keten. Onvermijdbare reststromen die ontstaan in het voedselsysteem, moet de industrie zoveel mogelijk hergebruiken. Sommige reststromen kan de industrie 'hoogwaardiger' inzetten. De afvaltransitie gaat in de voedingsindustrie hand in hand met voedselverspilling.

Kortere voedselketen. De vraag naar producten direct van boeren en naar lokale producten stijgt en de verwachting is dat de mindset van de consument ook voor de langere termijn veranderd is. Een kortere voedselketen is belangrijk om voedselverspilling (mede voortkomend uit de bederfelijkheid van voedsel) tegen te gaan. De logistiek heeft hierin een belangrijke rol.

De beroepsbeoefenaar in de voedingsindustrie heeft kennis nodig van de gehele keten. Ze moeten leren vakoverstijgend te denken en het gehele systeem (leveranciers en klanten) in beschouwing te nemen. De medewerkers voeding moeten ook steeds beter begrijpen hoe bepaalde processen werken om goed advies te kunnen geven. Daardoor neemt technische proceskennis in belang toe.

Macrotrend; Humanisering. Bewuste voeding. In toenemende mate besteden consumenten aandacht aan voeding en gezondheid. Volgens een onderzoek van Innova zijn wereldwijd zes van de tien consumenten in toenemende mate op zoek naar voedingsmiddelen die hun gezondheid ondersteunen.

Gepersonaliseerde voeding. Om in te spelen op de wensen en voorkeuren van de klant moeten producenten hun productieproces flexibeler inrichten. Het is zaak recepturen en productielijnen vaker aan te passen

Kwantitatieve onderbouwing

We vervolgen ons betoog met de kwantitatieve onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte in de volgende subparagrafen:

- a. Landelijk werkgeversonderzoek 2025 door Nidap
- b. Vacatureanalyse 2025 - landelijk door Nidap
- c. Vacatureanalyse 2025 - regionaal door Nidap
- d. ROA gegevens uit het Arbeidsmarktinformatiesysteem
- e. UWV data
- f. Sectorprognose ABN AMRO
- g. Sectorprognose Rabobank

- a. Landelijk werkgeversonderzoek Ad Food door Nidap¹²

Nidap heeft in 2025 in opdracht van HAS green academy werkgeversonderzoek naar de behoefte aan de opleiding Ad Food verricht. Door gebruik te maken van een selecte steekproef is een online werkgeversenquête afgenomen onder op LinkedIn gevonden respondenten (p. 6). Respondenten zijn geselecteerd op basis van de aard van hun organisatie en functietitel. Alleen respondenten met

¹² NIDAP (2025) Rapportage werkgeversonderzoek, Ad-opleiding Food. Bijlage 8.6

verantwoordelijkheid in het aannemen van personeel zijn gevraagd naar hun inschatting t.b.v. de benodigde fte (p. 6, 7, 8).

Van de in totaal 510 verschillende mensen die door NIDAP via LinkedIn (en in sommige gevallen telefonisch) zijn benaderd met de vraag of zij wilden deelnemen aan het onderzoek hebben er uiteindelijk 113 gereageerd. Deze 113 mensen hebben een e-mail ontvangen met een uitnodiging voor de vragenlijst. Hiervan hebben er 44 de vragenlijst volledig ingevuld (completes). Na ontdebelling en verwijdering van organisaties met slechts 1 tot 10 medewerkers bleven er uiteindelijk 37 verschillende organisaties over (p. 3). De respondenten die de vraag over de 'aantallen medewerkers' hebben ingevuld zijn weergegeven op p. 28 en p. 32. De respondenten kregen aparte vragen voor de behoefte aan opscholing op de middellange termijn (tussen 2025 en 2030) en de lange termijn (tussen 2030 en 2035) (p. 27).

Resultaten;

- 75% van de respondenten vindt de Ad Food (zeer) aantrekkelijk (p. 23)
- 84% van de respondenten wil de komende jaren nieuwe medewerkers op mbo- of hbo-niveau aannemen.
- De functies productontwikkelaar, productverbeteraar, kwaliteitsverbeteraar en kwaliteitsmanager en kwaliteitsconsultant worden het meest vaak genoemd (p. 11)

Daarnaast is door NIDAP ook contact gezocht met recruitmentbureaus die specifiek in de Food sector opereren. Dit omdat betrokkenen uit de foodsector aangaven dat specifiek voor de foodsector vaak via specifieke recruitmentbureaus wordt geworven. De resultaten hiervan zijn beschreven op p. 35 en 36 van het rapport. De respondenten gaven aan dat er veel vacatures zijn en relatief weinig actieve kandidaten t.o.v. bijvoorbeeld 10 jaar geleden. De resultaten zijn tevens weergegeven in de samenvatting van tabel 2.

In tabel 2 is te zien dat de respondenten samen (zonder recruitmentbureaus) een behoefte aan nieuwe medewerkers met het profiel Ad Food hebben van 66-77 fte tot 2030 en 77-92 fte van 2030 tot 2035. Recruitmentbureaus hebben aanvullend hierop een behoefte van 30-35 fte tot 2030 en 35-45 fte van 2030 tot 2035.

Tabel 2. Resultaten werkegeversonderzoek NIDAP naar behoefte aan nieuwe medewerkers met de opleiding Ad Food.

Ad Food	Behoefte aan afgestudeerden		
	Aantal bedrijven met behoefte nieuwe mdw	Behoefte aan nieuwe medewerkers in fte	Recruitmentbureaus met behoefte aan nieuwe mdw (p. 36).
Middellange termijn; van 2025 tot 2030	16	66-77	30-35
Lange termijn; van 2030 tot 2035	19	77-92	35-45
Totale behoefte in 10 jaar		143-169	65-80

b. Vacatureanalyse Ad Food 2025 door Nidap¹³ landelijk

Nidap heeft in 2025 specifiek vacatureonderzoek gedaan naar de Ad Food. Het doel van de analyse was om de omvang van de arbeidsmarktbehoefte te kwantificeren in termen van aantallen vacatures waarvoor afgestudeerden in aanmerking komen. Ook geeft de vacatureanalyse een beeld van de ontwikkeling van deze arbeidsmarkt over de afgelopen jaren, op een fijnmaziger niveau dan ROA-data. De methode is beschreven op p.16-20 van de vacatureanalyse. Er zijn alleen directe werkgevers betrokken en alleen werkgevers in het food domein zijn geïncludeerd. De relevante vacatures zijn uitgesplitst in 15 verschillende categorieën, en ingedeeld op drie niveaus; mbo, Ad en hbo-niveau. Er is voor deze analyse een 'Ad-niveau' ingebouwd. Dit bestaat uit vacatures uitgezet op mbo/hbo-niveau, aangevuld met junior, starter en assistent hbo-functies methode beschrijving. De samenvatting van de resultaten luidt:

- P. 3 en 4; Er zijn in 5 jaar tijd 1.110 relevante landelijke vacatures specifiek op Ad-niveau gevonden. De gevonden vacatures op Ad-niveau groeien samen met 46%. Deze groei is sterk gerelateerd aan een groeiende behoefte aan functies gerelateerd aan kwaliteitszorg.
- P. 4; Er zijn landelijk ruim 600 vacatures (categorie 4, 5 en 6) gevonden voor functies op het gebied van kwaliteitszorg. 111 vacatures voor productieleader (categorie 7 en 8), 110 vacatures voor voedingsdeskundigen en 88 vacatures (categorie 1 en 2) voor productontwikkelaar.
- We zien een veel sterkere groei van het aantal vacatures op het gebied van kwaliteitszorg op Ad-niveau (trend 138%, p. 4) dan op mbo- en hbo niveau (respectievelijk 31% en 26%, p. 14 en p. 13).
- De groei van het aantal Ad vacatures in de afgelopen 5 jaar is relatief groter (+46%, p. 4) dan de groei op mbo-niveau (+17%, p. 14) en op hbo-niveau (+11%, p. 13).
- P. 14; De gevonden vacatures op hbo-niveau bestaan, net als op Ad-niveau, met name uit de categorie kwaliteitszorg, maar de groei is beduidend minder sterk dan op Ad-niveau. Dit is een duidelijk teken van arbeidsmarktrelevantie voor een nieuwe opleiding Ad Food die zich o.a. richt op kwaliteitszorg.

Er zijn de afgelopen jaar gemiddeld 220 relevante Ad-vacatures per jaar gevonden en het aantal is groeiende. Ook zal een deel van de hbo-vacatures geschikt zijn voor Ad-opgeleiden. Het is immers aannemelijk dat werkgevers geen expliciete Ad-vacatures plaatsen, doordat er, behalve de twee verwante Ad-opleidingen voedingsmiddelentechnologie (deeltijd), nog geen Ad Food opleidingen zijn. De gevonden en groeiende behoefte is een indicatie voor de behoefte aan de opleiding Ad Food.

c. Vacatureanalyse Ad Food 2025 door Nidap¹⁴ regionaal

In de reeds in paragraaf b ingebrachte vacature-analyse is ook een regionale behoefte te zien. Op p. 6 van de vacature-analyse zijn de gevonden vacatures regionaal verdeeld over de drie potentiële vestigingslocaties van Aeres Hogeschool en HAS green academy. De regionale verdeling omvat steeds een aantal arbeidsmarktregio's (zie methodiek beschreven op p. 16). De gevonden percentages als onderdeel van het totaal aantal gevonden landelijke vacatures variëren van 11 tot 32% per vestigingslocatie (p. 6).

13 Nidap (2025) Rapportage vacature-analyse Ad Food. Bijlage 8.7

14 Nidap (2025) Rapportage vacature-analyse Ad Food. Bijlage 8.7

Het aantal gevonden vacatures op Ad en hbo-niveau zijn weergegeven in tabel 3 en zijn beiden een indicatie voor de behoefte aan Ad Food.

Het is aannemelijk dat ook een deel van de gevonden vacatures in de regio Den Bosch geschikt is voor vestigingslocatie Venlo. De arbeidsmarktregio Noord-Oost Brabant is nu toebedeeld aan Den Bosch, maar grenst ook aan de arbeidsmarktregio waar Venlo onder valt, de arbeidsmarktregio Noord Limburg.

Tabel 3. Resultaten regionale vacatureanalyse NIDAP per nieuwe vestigingsplaats.

	Aantal gevonden vacatures op Ad-niveau (en % van landelijk)	Aantal gevonden vacatures op hbo-niveau (en % van landelijk)
Almere, p. 6 en 9	231 (25%)	1116 (30%)
Den Bosch, p. 6-7	294 (32%)	1161 (31%)
Venlo, p. 6	100 (11%)	303 (8%)

d. ROA gegevens uit het Arbeidsmarktinformatiesysteem – ROA – opleidingstype.

ROA AIS, het Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt (ROA), biedt inzicht in de arbeidsmarktprognoses voor beroepsgroepen en opleidingstypen.

De Ad Voedingsmiddelentechnologie en de B Food Innovation zijn beide inhoudelijk verwante opleidingen en bevinden zich respectievelijk in het opleidingstype 'Bachelor - chemische technologie' en 'Bachelor - landbouw, biologie en biochemische technologie'. Beide opleidingstypes zijn dus relevant, afgestudeerden van de Ad Food vervullen immers een rol in het domein, voeding, voedsel en gezondheid, als productverbeteraar, procestechnoloog, kwaliteitsadviseur of voedingsdeskundige. Voor het opleidingstype 'chemische technologie' wordt een groot toekomstig knelpunt in de personeelsvoorziening verwacht in 2028, voor het opleidingstype 'landbouw, biologie en biochemische technologie' enig toekomstig knelpunt, zie ook tabel 4.

Tabel 4: Arbeidsmarktprognoses relevante opleidingstype tot 2028 (ROA, geraadpleegd op 22 mei 2025)

Bachelor	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Typering
Chemische technologie				
	Verwachte uitbreidingsvraag tot 2028		200	Laag
	Verwachte vervangingsvraag tot 2028		11700	Hoog
	Verwachte baanopeningen tot 2028		11900	Gemiddeld
	Verwachte instroom van schoolverlater tot 2028		6500	Laag
	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2028	0,95		Groot
	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2028	0,95		Goed

Bachelor	Arbeidsmarktprognose variabele	Indicator	Aantal	Typering
Landbouw, biologie en biochemische technologie				
	Verwachte uitbreidingsvraag tot 2028		400	Laag
	Verwachte vervangingsvraag tot 2028		11300	Gemiddeld
	Verwachte baanopeningen tot 2028		11700	Gemiddeld
	Verwachte instroom van schoolverlater tot 2028		13500	Gemiddeld
	ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2028		1.05	Enige
	ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2028		1.05	Redelijk

e. UWV data- kansrijke beroepen¹⁵

Het UWV publiceert regelmatig kansrijke beroepen om te laten zien welke beroepen ruim voldoende tot goede baankansen bieden. In de meest recente publicatie (juni 2025) vallen de volgende bij het Ad Food beroepsprofiel aansluitende beroepen op; de beroepen proces- en levensmiddelen-technologieën, productontwikkelaars, kwaliteitsmedewerkers en QA managers. De landelijk kansrijke beroepen zijn tevens ook kansrijke beroepen in de regio's Almere, Den Bosch en Venlo¹⁶. Het beroepsprofiel Ad Food leidt ook op tot deze twee categorieën beroepen, zie ook de beschrijving van het beroepsprofiel in hoofdstuk 3 van deze aanvraag. Beide beroepsgroepen zijn landelijk en in alle van toepassing zijnde regio's een kansrijk beroep, zie ook tabel 5.

Tabel 5. Kansrijke beroepen, landelijk en regionaal

	Landelijk	Regio Flevoland	Regio Noord-Oost Brabant	Regio Noord-Limburg
Proces- en levensmiddelen-technologieën, productontwikkelaars	x	x	x	x
Kwaliteitsmedewerkers, QA managers	x	x	x	x

f. ABN AMRO (2025) Voedingsindustrie voorzichtig terug op groeipad¹⁷

In dit artikel van de ABN AMRO wordt de prognose van de sector food beschreven. Het aanhoudend personeelstekort is reden dat er beperkte groei wordt verwacht in de sector. Daarnaast staat beschreven dat er vooral kansen liggen in het bieden van een onderscheidend assortiment. Daar kan de Ad Food aan bijdragen en dus is dit artikel een indicatie van de arbeidsmarktbehoefte aan de Ad Food.

p. 2 De zoektocht naar hogere arbeidsproductiviteit wordt steeds belangrijker Een grote uitdaging blijft het structurele personeelstekort in de sector, zo blijkt ook uit de conjunctuurenquête van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Daarin geeft bijna een kwart van de bedrijven aan dat het tekort aan arbeidskrachten een belemmering vormt voor groei. In het algemeen groeit de arbeidsproductiviteit van

15 UWV (2025) Kansrijke beroepen. Vindplaats; <https://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/kansen-arbeidsmarkt/kansrijke-beroepen>

16 UWV (2024) Kansrijke beroepen per regio. Regio Flevoland en Regio Noord-Oost Brabant. Vindplaats;

<https://www.werk.nl/arbeidsmarktinformatie/kansen-arbeidsmarkt/regionale-kansrijke-beroepen>

17 ABN AMRO (2025) Voedingsindustrie voorzichtig terug op groeipad Bijlage 8.8. Vindplaats;

<https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/sectorprognoses/food/voedingsindustrie-voorzichtig-terug-op-groeipad.html>

voedingsbedrijven al jaren mondjesmaat. Hiervoor zijn innovatie en procesverbetering nodig. Temeer gezien de sterke stijging in loonkosten.

Andere ondersteunende argumenten voor de komst van de Ad Food in dit artikel betreffen;

p. 3 Gezondheid en duurzaamheid stevig verankeren in de strategie Supermarktorganisaties spreken zich steeds explicieter uit over hun rol in de transitie naar een gezonder voedselpatroon, de Nutri-score heeft zijn intrede gedaan en belangstelling voor de Schijf van Vijf neemt toe. Het Nationaal Preventieakkoord heeft echter niet kunnen voorkomen dat het aantal Nederlanders met obesitas toeneemt. Hiervoor is onder andere een gezonder voedingspatroon nodig. Uit de meest recente Voedingsscores Gezondheidsenquête van het CBS blijkt dat een groot deel van de Nederlanders nog relatief ongezond eet. Dit geldt vooral voor jongeren en jongvolwassenen, waar ouderen meer aandacht hebben voor gezond eten.

p. 4 Ook de nieuwe EU-verordening inzake verpakkingen en verpakkingsafval (Packaging and Packaging Waste Regulation, PPWR), die vanaf begin 2025 van kracht is, verhoogt andermaal het ambitieniveau dat de voedingsindustrie moet hebben op dit thema. Een veel besproken onderdeel hiervan is het verbod op verpakkingen voor eenmalig gebruik. Dit verbod zal per 2030 ingaan en naar verwachting een grote impact hebben op voedingsbedrijven. Tot slot blijven reductie van voedselverspilling en in het verlengde hiervan de eiwittransitie van invloed en komt er steeds meer aandacht voor waterkwaliteit, gedreven door de aankomende Kader Richtlijn Water (KRW)

g. Rabobank (2024) Update Food; Markontwikkelingen dwingen tot innovatie¹⁸.

In deze update van de foodsector van de Rabobank wordt ook de krappe arbeidsmarkt in de voedingsmiddelenindustrie benadrukt. Dit dwingt ondernemingen tot het verbeteren van de productiviteit. Onder de kop 'innovatie in food' beschrijft de update drie trends, twee hiervan staan in relatie met het beroepsprofiel van de Ad Food, namelijk;

(2) Efficiëntere, industriële productie. Om efficiënter te produceren zien we vier inspirerende trends bij startups in food:

- a. Meer circulariteit, gericht op minder verspilling en betere (op)waardering van reststromen.*
- b. Verlengen van houdbaarheid en verbetering van voedselveiligheid met nieuwe technieken.*
- c. Slimme verpakkingsoplossingen, met minder vervuiling en lagere klimaatimpact.*
- d. Automatisering en robotisering van productieprocessen*

(3) Diversificatie van ingrediënten. Toenemende schaarste vraagt om diversificatie van ingrediënten. We zien hierbij drie dominante strategieën terugkomen:

- a. Herformuleren van producten en recepten, met behulp van voedingswetenschap, moleculaire biologie en AI om ingrediënten en grondstoffen te verbeteren en processen te versnellen.*
- b. Verlagen van de impact op klimaat en biodiversiteit die gepaard gaat met de productie, verwerking en handel van ingrediënten.*
- c. In het verlengde hiervan: het stimuleren van meer transparantie in de herkomst en productieprocessen van ingrediënten*

¹⁸ Rabobank (2024) Update Food; Markontwikkelingen dwingen tot innovatie Vindplaats; <https://www.rabobank.nl/kennis/d011442530-food-markontwikkelingen-dwingen-tot-innovatie>

9. Noodzaak tot start nieuwe opleiding(en)

De landelijke en regionale arbeidsmarktbehoefte aan afgestudeerden van de Ad Food is groot, zo beargumenteerden we eerder in dit dossier in hoofdstuk 8, door te verwijzen naar het vacatureonderzoek, arbeidsmarktonderzoeken en deskresearch. Om meer gediplomeerden aan het werkveld te kunnen leveren is het noodzakelijk dat deze opleiding op meer plaatsen in Nederland kan worden gevolgd.

De nieuwe Ad Food zal in voltijd op drie locaties in Nederland worden verzorgd. De Ad Food is voor zowel HAS green academy, als Aeres Hogeschool een nieuwe opleiding, die niet kan worden gerelateerd aan een bestaande Ad-opleiding, doordat er nog geen gerelateerd aanbod is binnen deze hogescholen. Hierdoor is het niet mogelijk de Ad Food via een wijziging van een bestaande opleiding te realiseren.

Er is ruimte in het landelijk aanbod doordat er nu nog geen voltijd Ad gericht op voeding bestaat. Met de komst van de nieuwe Ad Food opleidingen op de vestigingslocaties Almere, Den Bosch en Venlo zal er een gespreid landschap aan Ad Food opleidingen ontstaan.

10. Aansluiting instellingsprofiel(en)

Aansluiting op eigen instellingsprofielen

Eerst leggen de twee instellingen uit waarom de Ad Food goed aansluit bij hun instellingsprofiel.

Aeres Hogeschool

Aeres Hogeschool¹⁹ profileert zich als groene kennisinstelling met onderwijs op alle niveaus van vmbo tot hbo. Aeres wil nieuwe kennis ontwikkelen en ‘groene veranderaars’ opleiden die hun rol pakken in de transitie naar een wereld met een gezond, duurzaam voedselsysteem in een ecologisch rijke, veerkrachtige leefomgeving. De Ad Food operationaliseert de Aeres-missie om ‘groene veranderaars’ te vormen voor een duurzaam voedselsysteem, verrijkt het toonaangevende food-portfolio van Aeres, sluit naadloos aan op de voedseltransitie-focus van faculteit Almere en bedient een aantoonbare arbeidsmarktbehoefte op niveau 5. Daarmee is deze nieuwe associate degree niet alleen passend maar strategisch noodzakelijk binnen het profiel van Aeres Hogeschool.

	Strategie Aeres 2023-2027	Instellingsplan Aeres Hogeschool 2024-2028	Concretisering met Ad Food
1. Food is kerndomein	Food is één van de zeven inhoudelijke zwaartepunten waarop Aeres reeds investeert.	De missie luidt: “Groene Veranderaars opleiden voor een gezond, duurzaam voedselsysteem”.	Ad Food vult het food-domein in op niveau 5, precies waar nog een schakel ontbrak tussen mbo-4 en bachelor.
2. Toonaangevend onderwijsportfolio	Aeres kiest bewust voor toonaangevend productleiderschap in agro, food & groene leefomgeving.	Strategische prioriteit 1 is “een toonaangevend onderwijs- en onderzoeksportfolio”.	De Ad voegt een nieuw, praktijkgericht programma toe waarmee Aeres haar food-aanbod complementeert en onderscheidt.
3. Focus Almere: voedseltransitie	Almere is in de strategie benoemd als lichtgroene locatie met cross-overs.	De faculteit Almere focust op “de voedseltransitie”.	Curriculumonderdelen als receptuur--verduurzaming, reststroomvalorisatie en plantaardige eiwittransitie sluiten direct op die focus aan. Hierin wordt vanuit zowel het perspectief van de leverancier als dat van de consument gehandeld.
4. Vraag-gestuurd & regionaal verankerd	Strategie onderstreept dat Aeres opleidingen kiest waar reële arbeidsvraag en maatschappelijke relevantie samenkomen.	Het instellingsplan noemt een tekort aan professionals voor voedsel, klimaat en leefbare steden.	Nidap-onderzoek toont een behoefte van 66-77 fte Ad-niveau in 2025-2030; Ad Food adresseert die krapte.
5. Doorlopende leerlijn & inclusiviteit	Strategie benadrukt LLO en verticale mobiliteit in groene kolom.	Randvoorwaarde “Samen”: nauwe vmbo-mbo-hbo samenwerking.	Ad Food biedt mbo-4-afgestudeerden én werkenden een hbo-doorstroomroute, in lijn met het inclusieve leerpad.
6. Lichtgroen innovatie-accent	Strategie ziet groeikansen in lichtgroene cross-overs zoals food technology.	Almere profileert zich als living lab voor gezonde, stadsgerichte food-innovaties.	De opleiding combineert food-technologie met gezondheid, digitalisering en duurzaamheid – precies het gezochte lichtgroene profiel.

HAS green academy

De Ad Food past goed bij het groene instellingsprofiel van HAS green academy. HAS green academy is dé kennisinstelling waar iedereen met hart voor het groene domein zich voortdurend kan ontwikkelen om optimaal bij te dragen aan een toekomst met genoeg gezond voedsel in een groene, gezonde leefomgeving. De instelling wil de Ad Food in Venlo en Den Bosch verzorgen omdat het nauw aansluit bij

¹⁹ Aeres Hogeschool. Missie en visie. Vindplaats: <https://www.aereshogeschool.nl/over-aeres-hogeschool/missie-en-visie>

zowel de landelijke als de regionale arbeidsmarktbehoefte, de ambities in het instellingsplan, én aansluit bij zwaartepunten uit de onderzoeksvisie;

HAS Instellingsplan²⁰

HAS green academy heeft in haar instellingsplan acht ambities geformuleerd, waarbij de ontwikkeling van de Ad Food aanhaakt bij de volgende ambities:

- Ambitie 1. “We maken scherpere keuzes op basis van onze missie; Alles wat we doen, moet optimaal bijdragen aan een toekomst met genoeg gezond voedsel in een gezonde leefomgeving”. De Ad Food draagt hieraan bij doordat de opleiding gaat over het verduurzamen en gezonder maken van de voedselproductie. Dit draagt bij aan een gezonde leefomgeving.
- Ambitie 2. “We bouwen ons onderwijs-portfolio verder uit; en richten ons op een breed onderwijsportfolio.” Middels de Ad Food in Den Bosch en Venlo wordt het aanbod van de HAS op Ad-niveau verbreed.
- Ambitie 4. “We verstevigen de samenwerking met partners en werkveld; In onze samenwerkingsrelaties en allianties versterken wij de ander en de andere partijen ons. We worden nog ondernemender in onze samenwerking. We zijn ons bewust van onze plek in de regio en de verbindingen met anderen en ontwikkelen nieuwe manieren van samenwerken. De gemaakte afspraken in de Europese Green Deal zijn hierbij leidend.” De Ad Food is onlosmakelijk verbonden met het werkveld. Dit is te zien aan de grote arbeidsmarktbehoefte welke gepresenteerd is in hoofdstuk 8. Het curriculum van de opleiding is dusdanig opgebouwd dat een hechte samenwerking met het werkveld vanzelfsprekend is, door de afwisselende weekinvulling met binnenschoolse beroepsopdrachten, buitenschoolse stages en diverse excursies naar voorbeeldprojecten.

Onderzoeksprogramma

Het onderzoeksprogramma van de HAS green academy²¹ richt zich tot 2030 op drie zwaartepunten: 1) Gezonde voedselproductie; 2) Gezonde voeding en gezond leven; en 3) Gezonde leefomgeving. De gewenste ontwikkeling van de Ad Food sluit aan bij met name zwaartepunten 1 en 2 van het onderzoeksprogramma. Achtereenvolgens beschrijven we kort de zwaartepunten.

1. Gezonde voedselproductie. Het thema gezonde voedselproductie heeft betrekking op de hele voedselketen; thema's zoals kringlooplandbouw, bodem, reductie voedselverspilling, eiwittransitie, nieuwe voedselsystemen, ketenontwikkeling, verdienmodellen en ondernemerschap in de primaire sector hebben hierin een plek.

2. Gezonde voeding en gezond leven. Het thema gezonde voeding en leven gaat enerzijds over nutriënten, gezonde voedingsmiddelen en -diëten en haakt anderzijds ook aan inrichtingsvraagstukken die gerelateerd zijn aan mentale en fysieke gezondheid. Door beide vraagstukken te combineren dragen we bij aan een gezond leven. Het gaat hier over thema's zoals doelgroepenvoeding, inhoudsstoffen, groente en fruitconsumptie en de waarde van groen.

²⁰ HAS (2024) Instellingsplan HAS green academy 2024-2027. Ontwikkelen met hart voor het groene domein: een verbindend perspectief. Vindplaats; <https://www.has.nl/meer-has/>

²¹ HAS green academy (2021) Onderzoeksvisie. Bijlage 10.1

3. Gezonde leefomgeving. Binnen het thema gezonde leefomgeving onderzoeken we hoe de verschillende vraagstukken zich ruimtelijk tot elkaar verhouden en gemeenschappelijke oplossingen in zich hebben. Thema's die aan bod komen hebben te maken met de kracht van biodiversiteit, veerkracht als het gaat om klimaatadaptatie en de bijdrage aan de energie/ klimaattransitie. Als zodanig verbindt dit thema een aantal transitie binnen en buiten het traditionele groene domein.

HAS green academy wil de opleiding Food ook op nevenvestiging Venlo verzorgen omdat het tevens nauw aansluit bij de unieke Brightland Campus Greenport²² regio Venlo. De nieuwe opleiding sluit aan bij de expertise 'Gezonde en duurzame voeding' vanuit Brightlands Campus Greenport Venlo. Binnen deze expertise staat food-innovatie richting gezondheid en duurzaamheid centraal. De opleiding versterkt het kennisecosysteem rondom Brightlands door onderwijs en onderzoek in de agrosector. Studenten zullen tijdens hun opleiding stagelopen bij de deelnemende bedrijven van de Campus en op deze wijze het kennisecosysteem versterken.

Daarnaast onderzoekt HAS green academy of de start van de Ad Food in Venlo een positief effect kan hebben op de instroom in de B Food Innovation in Venlo. Deze bachelor had in 2024 en 2025 zo weinig instroom dat de opleiding niet heeft kunnen starten in Venlo.

Geen betere aansluiting op andere instellingsprofielen

Vervolgens leggen de instellingen uit waarom de opleiding niet beter aansluit bij het profiel van een andere instelling

De Ad Food behoort tot de sector agro en food en heeft een 'groen' profiel. De opleiding sluit om deze reden niet aan op de instellingsprofielen van grijze/brede hogescholen.

De drie beoogde vestigingslocaties van de Ad Food betreffen Almere, Den Bosch en Venlo. Hier zijn tevens de instellingen Avans, Fontys en Windesheim gevestigd. Wanneer we specifieker kijken naar de instellingsprofielen van deze grijze/ brede hogescholen zien we geen reden waarom de Ad Food beter bij hen zou aansluiten;

Avans²³ is een brede hogeschool met opleidingen verdeeld over 12 academies. Avans heeft vier Centres of Expertises (CoE) die zich richten op onderzoekszwaartepunten en twee expertisecentra (Ec) met een doorsnijdend thema. Het betreft;

- CoE Brede Welvaart & Nieuw Ondernemerschap
- CoE Materialen- en energietransitie
- CoE Perspectief in gezondheid
- CoE Veiligheid en Veerkracht
- Ec Arts Design en Technology
- Ec Future-Proof Education

We hebben het CoE 'Perspectief in Gezondheid' nader bekeken. De Missie van deze CoE is om iedereen in de samenleving perspectief te bieden op optimale gezondheid, zorg en welzijn. We zien hierbij geen directe link gevonden naar de kern van Ad Food.

²² Vindplaats; [Brightland Campus Greenport Venlo](#)

²³ <https://www.avans.nl/onderzoek>

Fontys²⁴ is een brede hogeschool met 150 verschillende opleidingen. Fontys focust in het multidisciplinair onderzoek op zes thema's die spelen in de samenleving; creatieve economie, enabling technologies, toekomst van leren, gezonde & inclusieve samenleving, slimme mobiliteit en duurzaamheid & circulariteit. De projecten behorende bij het laatst genoemde thema 'duurzaamheid & circulariteit' hebben wij nader bekeken, maar we hebben geen link gevonden met de kern van de Ad Food.

Windesheim²⁵ is een brede hogeschool met locaties in Zwolle en Almere. Met de ambitie 'dichter bij de wereld; samen transitie versnellen' wil Windesheim bijdragen aan een betere wereld. In alle curricula wordt aandacht besteed aan transitie geïnspireerd door de Sustainable Development Goals. Windesheim heeft geen food-gerelateerde opleiding in Zwolle of Almere. De Ad Food past dan ook niet beter bij het instellingsprofiel van Windesheim.

²⁴ <https://www.fontys.nl/Over-Fontys/Wie-we-zijn.htm>

²⁵ <https://www.windesheim.nl/over-windesheim/onze-missie-en-ambities>

11. Voorstel RIO-indeling

De inhoud van de Ad Food is gericht op voedselproductie en verwerking. Aansluitend op deze inhoud en de indeling van de andere groene opleidingen stellen we voor de opleiding in te delen in Landbouw & Natuurlijke Omgeving.

12. Voorstel ISCED-indeling

De CDHO adviseert over de indeling in ISCED, deze International Standard Classification of Education (ISCED) is de internationale onderwijsindeling van UNESCO naar niveau en richting van de opleidingen. De CDHO gebruikt de indeling bij de afbakening van het verwante aanbod. Opleidingen zijn ingedeeld op basis van inhoudelijk verwantschap op vier niveaus.

Wij stellen voor de beoogde opleiding Ad Food in te delen in de rubriek 'levensmiddelen algemeen', hier zijn ook andere opleidingen in gepositioneerd op het snijvlak van voeding en techniek zoals de Ad en B voedingsmiddelentechnologie. Anderzijds is indeling in de rubriek 'voeding en gezondheid', ook een optie. Hier is ook de B Food Innovation ingedeeld. De Ad Food heeft overlap met beide rubrieken.

13. Overzicht bijlages

- 3 Beroepsprofiel Ad Food
- 4.1 Reactie Inholland
- 4.2 Reactie Hogeschool Zeeland
- 4.3 Sectorplan Agro & Food
- 5.1 Verslag Koepelorganisatiebijeenkomst Ad Food
- 6.1 Verwantschapsanalyse Ad Food
- 7.1 Rekenmethode instroomschatting
- 8.1 Nationaal Preventieakkoord
- 8.2 Berenschot. Meta-analyse maatschappelijke opgaven
- 8.3 KIA Landbouw Water Voedsel 2024-2027
- 8.4 Deloitte. Consumer Survey 2023
- 8.5 Ontwikkelagenda Groen Onderwijs 2016-2025
- 8.6 NIDAP Werkgeversonderzoek Ad Food
- 8.7 NIDAP Vacature-analyse Ad Food
- 8.8 ABN AMRO Foodprognose 2025
- 10.1 HAS 2021 Onderzoeksvisie