

Aanvraagformulier

Ad Tourism Management

Macrodoelmatigheidstoets

Faculteit Business, Recht en Creatieve Industrie
20 maart 2026



Ad Tourism Management

Macrodoelmatigheidstoets

Auteurs



Soort object

Aanvraagformulier

Datum

20 maart 2026

Aanvraagformulier Macrodoelmatigheidstoets Nieuwe Opleiding

Basisgegevens Instelling

Naam instelling(en)	Hogeschool Inholland
BRIN-code(s)	27PZ
KvK-nummer(s)	37099586
Contactpersoon aanvraag	[REDACTED]
Contactpersoon CvB	[REDACTED]

Basisgegevens Opleiding

Kenmerk aankondiging	A25-22
Naam	Toerisme
ISAT-code (indien bekend)	80009 Ad Tourism Management (bestaande CROHO)
Oriëntatie en niveau	Hbo Associate degree
Variant	Voltijd
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Amsterdam
Taal	Nederlands
RIO-(sub)onderdeel	Economie
ISCED-rubriek (optioneel)	1015 Tourism
Beroepsvereisten	n.v.t.
Capaciteitsbeperking	nee
Beoogde startdatum	1 februari 2027

Inhoudsopgave

1. Inhoud opleiding en Onderwijsprogramma	5
1.1 Leeruitkomsten.....	5
1.2 Onderwijsprogramma.....	6
2. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen	7
3. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden.....	7
4. Afstemming (art. 4 lid 3)	8
5. Analyse verwant (toekomstig) aanbod (art. 5 lid 4)	8
5.1 Vergelijking bestaand aanbod	8
5.2 Onderscheidend vermogen ten opzichte van verwant aanbod.....	9
5.3 Ruimte binnen het bestaande aanbod	9
5.4 Aanvullende kwantitatieve ruimteanalyse (DUO 2019–2024).....	10
6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding	10
6.1 Methodiek en aannames.....	10
6.2 Scenario's en instroomprognose Amsterdam.....	11
6.3 Verantwoording en gevoeligheidsanalyse.....	12
7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte (art.6 lid1 sub a in samenhang met lid2)	12
7.1 Vacatureanalyse (NIDAP).....	12
7.2 Arbeidsmarktkrapte en toekomstperspectief (UWV & ROA).....	14
7.3 Behoeftte vanuit werkgevers en sector (NIDAP 2025)	16
7.4 Ontwikkelingen en trends in toerisme en hospitality	16
7.5 Duurzaamheidsdimensie van de arbeidsmarktbehoefte	17
8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding (art. 6 lid 1 sub b in samenhang met lid 3)	17
8.1 Maatschappelijke en economische context	17
8.2 Leemte in het huidige opleidingsaanbod	18
8.3 Maatschappelijke noodzaak.....	18
8.4 Toekomstbestendige vaardigheden.....	18
8.5 Relatie met arbeidsmarktbehoefte.....	18
8.6 Conclusie	19
9. Aansluiting instellingsprofiel (art. 6 lid 1 sub b in samenhang met lid 4)	19
9.1 Onderwijsvisie en kernwaarden.....	19
9.2 Bijdrage aan strategische pijlers.....	19
10. Voorstel RIO-indeling	20
11. Voorstel ISCED-indeling	20

12. Bijlagen	21
13. Bronnen.....	22

1. Inhoud opleiding en Onderwijsprogramma

Met deze aanvraag betoogt Hogeschool Inholland dat er vanuit de arbeidsmarkt en de maatschappij behoefte bestaat aan een voltijd Associate degree (Ad) Tourism Management¹ in de regio Amsterdam. Deze aanvraag betreft de vestigingsplaats Amsterdam.

Toerisme is wereldwijd een van de grootste en meest veranderlijke sectoren. Ook in Nederland, en met name in Groot-Amsterdam, neemt het toeristisch bezoek verder toe. Dit biedt economische kansen, maar vraagt om een aanpak waarin aandacht is voor leefbaarheid, spreiding en duurzaamheid. De sector verandert onder invloed van digitalisering, veranderend bezoekersgedrag en krapte op de arbeidsmarkt. Organisaties zoeken medewerkers die gastvrijheid, technologie en duurzaamheid kunnen combineren en die in staat zijn om in een operationele context beslissingen te nemen die aansluiten bij organisatorische en maatschappelijke doelen.

De Associate degree Toerisme van Hogeschool Inholland speelt in op deze behoefte door studenten op te leiden tot niveau-5-professionals die de verbinding vormen tussen uitvoering en beleid. Zij werken zelfstandig aan operationele en coördinerende taken, beschikken over analytisch vermogen om verbeteringen te signaleren en te onderbouwen met data, en vullen daarmee de ruimte tussen mbo-4-afgestudeerden (uitvoerend niveau) en hbo-bachelors (strategisch niveau).

De opleiding richt zich op werkzaamheden binnen toeristische en hospitality-organisaties in stedelijke context, waar thema's als bezoekersbeleving, hospitality, placemaking, duurzaamheid, data-analyse en digitale innovatie samenkomen. Studenten werken in samenwerking met bedrijven, overheden en culturele instellingen aan praktijkgerichte opdrachten die aansluiten bij actuele ontwikkelingen in het werkveld.

De Ad Tourism Management wordt aangeboden in Amsterdam, waar toeristische organisaties, hotels, culturele instellingen en citymarketingbedrijven een directe leeromgeving vormen. De opleiding is opgebouwd rond leeruitkomsten en beroepsproducten, waarbij studenten stapsgewijs groeien in zelfstandigheid, complexiteit en verantwoordelijkheid. Centrale thema's zijn gastvrijheid, bezoekersbeleving, duurzaamheid, data-analyse en het gebruik van digitale hulpmiddelen, waaronder AI-toepassingen.

Afgestudeerden functioneren in toeristische, culturele en stedelijke organisaties in functies waarin uitvoering en coördinatie samenkomen, zoals medewerker bezoekersbeleving, frontofficemanager, coördinator citymarketing of assistent-projectleider toerisme. Zij beschikken over de kennis en vaardigheden om op Ad-niveau bij te dragen aan duurzame, goed georganiseerde en gastvrije toeristische processen.

1.1 Leeruitkomsten

De opleiding is opgebouwd rond acht leeruitkomsten die centraal staan in het curriculum. Deze leeruitkomsten vormen de basis voor onderwijs, toetsing en ontwikkeling, en zijn afgeleid van concrete beroepstaken binnen het toeristisch werkveld.

1. Hospitality en Gastgerichtheid

Je verleent gastvrije dienstverlening in diverse toeristische contexten, zoals hotels, attractieparken, evenementen of informatiepunten. Je stemt je communicatie af op uiteenlopende doelgroepen en culturen, en toont een proactieve, dienstverlenende houding. Je speelt in op wensen van bezoekers en gasten en draagt bij aan een veilige, inclusieve en positieve beleving.

¹Tijdens de onderzoeksfase is gewerkt met de werktitel "Ad Toerisme & Hospitality". Deze naam is soms gebruikt in onderliggende onderzoeksrapportages. Voor de aanvraag is gekozen voor de definitieve CROHO-benaming "Associate degree Tourism Management", in lijn met landelijke kaders en het Landelijk Opleidingsprofiel Tourism Management (opgenomen in bijlage 01)."

2. Bezoekersbeleving en Storytelling

Je ontwerpt, organiseert en evalueert bezoekerservaringen op basis van storytellingprincipes en kennis van doelgroepgedrag. Je past creatieve en mensgerichte technieken toe om fysieke of digitale belevingen te versterken. Je meet en verbetert belevingsaspecten zoals routing, sfeer, contactmomenten en interactie.

3. Duurzame en Regeneratieve Ontwikkeling

Je ontwikkelt en implementeert toeristische initiatieven die bijdragen aan duurzame ontwikkeling en leefbare bestemmingen. Je herkent spanningen tussen bezoekersdruk en bewonersbelang en werkt aan oplossingen die sociale, ecologische en economische balans bevorderen. Je past principes van regeneratief toerisme toe.

4. Citymarketing en Placemaking

Je draagt bij aan het versterken van de aantrekkelijkheid van plekken voor bezoekers én bewoners. Je werkt samen met stakeholders in citymarketing, cultuur en recreatie om tot gebiedsgerichte concepten te komen. Je communiceert effectief in (inter)regionale netwerken en creëert content die aansluit bij identiteit en positionering van een bestemming.

5. Data en Digitale Tools

Je verzamelt, analyseert en interpreteert bezoekersdata en gebruikt digitale middelen om inzicht te krijgen in gedrag, voorkeuren en trends. Je werkt met dashboards, CRM-systemen of AI-tools om aanbevelingen te doen en beslissingen te onderbouwen. Je houdt rekening met privacy en dataveiligheid in toeristische context.

6. Projectmatig en Multidisciplinair Werken

Je voert toeristische opdrachten uit in teamverband en met externe opdrachtgevers. Je plant, organiseert en realiseert projecten binnen tijd en budget. Je houdt overzicht, stemt af met belanghebbenden en reflecteert op groepsprocessen. Je neemt initiatief en toont leiderschap waar nodig.

7. Professionele en Persoonlijke Ontwikkeling

Je werkt doelgericht aan je professionele houding, communicatievaardigheden en leervermogen. Je vraagt actief feedback, reflecteert op je functioneren en formuleert leerdoelen. Je ontwikkelt veerkracht en flexibiliteit in omgaan met veranderingen in de sector.

8. Adviseren en Communiceren met Doelgroepen

Je adviseert toeristische organisaties en stakeholders op basis van praktijkonderzoek, data en bezoekersinzichten. Je past verschillende communicatiestijlen toe, afhankelijk van doelgroep en context. Je ontwikkelt heldere rapportages, presentaties of (digitale) communicatie-uitingen, en weet complexe informatie toegankelijk te maken.

De volledige uitwerking van de leeruitkomsten, inclusief niveau-indicatie en programmatische opbouw, is opgenomen in het Opleidingsprofiel Ad Tourism Management², dat is afgeleid van het landelijk opleidingsprofiel Tourism Management³.

1.2 Onderwijsprogramma

Het onderwijs is opgebouwd rond leeruitkomsten en beroepsproducten, waarbij studenten stap voor stap groeien in zelfstandigheid, complexiteit en impact. De opleiding combineert theorie, praktijk en reflectie in hybride leeromgevingen die nauw verbonden zijn met het werkveld.

In het eerste studiejaar ligt de nadruk op de fundamenteën van toerisme en gastvrijheid, bezoekersgedrag en storytelling. Studenten leren hoe toerisme waarde creëert voor bezoekers én bestemmingen. In het tweede jaar verdiepen zij zich in datagedreven toerisme, duurzaamheid en advisering aan organisaties. De opleiding sluit af met een geïntegreerde praktijkopdracht waarin studenten aantonen dat zij zelfstandig op Ad-niveau kunnen functioneren binnen een toeristische context.

² Bijlage 02 Opleidingsprofiel Ad Tourism Management.

³ Bijlage 01 Landelijk Opleidingsprofiel Tourism Management (2024).

Het programma wordt verzorgd in nauwe samenwerking met bedrijven, overheden en culturele instellingen. Werkplekleren, gastcolleges, projecten en stages vormen een belangrijk onderdeel van het curriculum. Toetsing vindt plaats via beroepsproducten, portfolio's en criteriumgerichte interviews, zodat studenten hun groei in kennis, vaardigheden en professioneel handelen zichtbaar maken.

De volledige uitwerking van het programma, inclusief leeruitkomsten per semester en voorbeeldprojecten, is opgenomen in het Opleidingsprofiel Ad Tourism Management⁴.

2. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen

De voltijdse opleiding richt zich op studenten die na het mbo-4, de havo of het vwo een praktijkgerichte hbo-opleiding willen volgen met directe aansluiting op de beroepspraktijk in toerisme en hospitality. De opleiding is bedoeld voor studenten die leren door te doen, graag samenwerken en belangstelling hebben voor gastvrijheid, beleving, cultuur en duurzaamheid.

Voor mbo-4-afgestudeerden in toerisme, hospitality en evenementen biedt de Ad een logische vervolgstap: een tweejarige route op hbo-niveau waarin zij hun professionele en analytische vaardigheden verder ontwikkelen. Voor havisten vormt de opleiding een toegankelijk alternatief voor een vierjarige bachelor, met veel aandacht voor persoonlijke begeleiding en praktijkervaring. De keuze voor Amsterdam als vestigingsplaats sluit aan bij de sterke toeristische concentratie in de regio. De stad biedt een rijke leeromgeving met een breed scala aan toeristische en culturele organisaties waarmee de opleiding structureel samenwerkt.

3. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

Afgestudeerden komen terecht in een werkveld dat sterk in ontwikkeling is. Organisaties in toerisme, hospitality, recreatie, cultuur en evenementen hebben behoefte aan praktijkgerichte professionals die de brug slaan tussen strategie en uitvoering. De Ad'er is opgeleid op niveau 5 (NLQF) en functioneert als schakel tussen uitvoerend personeel (mbo) en beleids- of managementrollen (hbo).

De Ad-professional combineert gastvrijheid met inzicht in organisatie- en omgevingsvraagstukken. Vanuit een stevig praktijkfundament vertaalt hij strategische doelen, zoals duurzaamheid, bezoekersspreiding en beleving, naar concrete acties in de dagelijkse operatie.

Voorbeelden van beroepstaken zijn:

- Ontwerpen en optimaliseren van bezoekerservaringen op basis van data en storytelling;
- Coördineren van projecten en evenementen;
- Ondersteunen van citymarketing- en promotieactiviteiten;
- Adviseren over gastbeleving, inclusiviteit en duurzaamheid.

De Ad'er is inzetbaar in operationele en coördinerende functies binnen toeristische organisaties, culturele instellingen, overheden en evenementenbedrijven. Binnen kleinere organisaties werkt hij zelfstandig; in grotere contexten vervult hij een verbindende rol tussen uitvoering en middenmanagement. Afgestudeerden zijn werkzaam in uiteenlopende functies, zoals frontofficemedewerker of teamleider, coördinator bezoekersbeleving, medewerker citymarketing, assistent eventmanager of junior consultant in duurzame toeristische ontwikkeling.

Een uitgebreid overzicht van functieprofielen, competenties en werkveldcategorieën is opgenomen in Beroepsprofiel Ad Tourism Management⁵.

⁴ Bijlage 02 Opleidingsprofiel Ad Tourism Management.

⁵ Bijlage 03 Beroepsprofiel Ad Tourism Management.

4. Afstemming (art. 4 lid 3)

Voor deze aanvraag heeft Hogeschool Inholland overleg gevoerd met hogescholen die verwante opleidingen aanbieden in toerisme, hospitality en events. Het betreft:

- Breda University of Applied Sciences (BUas, Ad Tourism Management)
- NHL Stenden (Ad Hotel Management)
- Hogeschool Utrecht (Ad Event Manager)
- Hogeschool Rotterdam/ Rotterdam Academy (Ad Event & Experience Management)
- De Haagse Hogeschool (Ad Facility Management)
- Hogeschool Zuyd (Ad Tourism & Event Management)

In deze gesprekken is de positionering van de opleiding besproken. De meeste instellingen zien de opleiding als een aanvullend profiel binnen het bestaande aanbod. BUas wees op het belang van spreiding van toeristisch onderwijs en op mogelijke effecten op de instroom vanuit Zuidwest-Nederland bij een toekomstige aanvraag in Rotterdam. Inholland heeft toegelicht dat deze aanvraag uitsluitend betrekking heeft op Amsterdam en dat de opleiding zich onderscheidt door een focus op stedelijk toerisme, bezoekersbeleving, duurzaamheid en digitale innovatie. BUas heeft kennisgenomen van dit onderscheid.

De overige hogescholen zien de voorgenomen opleiding als een aanvulling binnen het landelijke Ad-portfolio en benadrukken het belang van samenwerking en differentiatie. Daarnaast is overleg gevoerd met mbo-instellingen in de regio Amsterdam, waaronder ROC Amsterdam en MBO College Airport (Hoofddorp). Deze instellingen beschouwen de opleiding als een logische vervolgstap voor mbo-4-studenten in toerisme, hospitality en evenementen. Zij zien mogelijkheden voor samenwerking via doorlopende leerlijnen, keuzedelen, gastlessen en gezamenlijke voorlichtingsactiviteiten. Met ROC Mondriaan (Den Haag) en Zadkine (Rotterdam) zijn oriënterende gesprekken gevoerd over toekomstige samenwerking.

De gesprekken laten zien dat de Ad Tourism Management van Inholland aansluit bij het bestaande mbo- en hbo-aanbod, inspeelt op de doorstroombehoefte van studenten en past binnen een evenwichtige spreiding van toeristisch onderwijs in Nederland.

Een overzicht van de gevoerde gesprekken, met datum, betrokken instelling en uitkomst, is opgenomen in de gespreksverslagen verwante Ad's⁶ en de gespreksverslagen MBO's⁷.

5. Analyse verwant (toekomstig) aanbod (art. 5 lid 4)

Dit hoofdstuk begint met een vergelijking van de beoogde Ad Tourism Management van Hogeschool Inholland met bestaande verwante opleidingen. Daarbij wordt gekeken naar vier criteria: (1) de inhoud van de opleiding, (2) de mogelijke uitstroomb beroepen waarvoor de opleiding opleidt, (3) de instroomdoelgroepen waarvoor de opleiding toegankelijk is, en (4) de opleidingsvorm. Vervolgens wordt een onderbouwde inschatting gemaakt van de ruimte in het bestaande aanbod, mede op basis van de instroomontwikkeling van verwante opleidingen in de afgelopen jaren.

5.1 Vergelijking bestaand aanbod

Op basis van deze criteria zijn acht Ad-opleidingen geanalyseerd die qua inhoud en werkveld verwant zijn aan de beoogde opleiding. Deze zijn onderverdeeld in sterk verwant en zijdelings verwant aanbod, afhankelijk van de mate van inhoudelijke overlap, doelgroep en positionering.

Sterk verwant zijn de Ad Tourism Managementopleidingen van Breda University of Applied Sciences, HZ University of Applied Sciences, NHL Stenden Hogeschool, de Ad Leisure & Events Management van NHL Stenden, de Ad Toerisme & Event Management van Zuyd en de Ad Hotel management van NHL Stenden.

Zijdelings verwant zijn de Ad Event Manager (Hogeschool Utrecht), de Ad Event & Experience Management (Hogeschool Rotterdam/ Rotterdam Academy), de Ad Facility Management (De Haagse Hogeschool en Zuyd) en de Ad Facilitair Eventmanagement van Inholland. Een volledig overzicht van de geanalyseerde verwante Ad-opleidingen, inclusief vestigingsplaats, inhoudelijke focus en positionering,

⁶ Bijlage 04 Gespreksverslagen Verwante Ad's.

⁷ Bijlage 05 Gespreksverslagen MBO's.

is opgenomen in bijlage 06: Matrix Verwant Ad-Aanbod⁸. Op basis van deze vergelijking wordt hieronder het onderscheidend profiel van de voorgenen opleiding nader toegelicht.

5.2 Onderscheidend vermogen ten opzichte van verwant aanbod

Inhoud van de opleiding

De Ad Tourism Management van Hogeschool Inholland richt zich op toerisme in grootstedelijke context en op de bijdrage van toeristische professionals aan maatschappelijke, duurzame en digitale transitie. De opleiding positioneert zich op het kruispunt van toerisme, stedelijke ontwikkeling en technologie. Studenten leren hoe toerisme kan bijdragen aan leefbare steden en hoe data en digitale middelen kunnen worden ingezet voor bezoekersmanagement, placemaking en inclusieve beleving. De opleiding wordt in voltijd aangeboden en is praktijkgericht ingericht, met structurele samenwerking met toeristische en culturele organisaties in Amsterdam. Daarmee verschilt de opleiding wezenlijk van bestaande Ad's, die zich primair richten op hotelier, evenementen of recreatie.

De inhoudelijke focus op stedelijke bezoekersstromen, placemaking, storytelling, duurzaamheid en digitale innovatie is besproken met andere aanbieders. NHL Stenden en BUas hebben bevestigd dat deze grootstedelijke en digitale oriëntatie het profiel van Inholland onderscheidt van hun eigen opleidingen (Zie Bijlage 04: Gespreksverslagen verwante Ad's⁹).

Mogelijke uitstroomberoepen

Afgestudeerden functioneren op tactisch en coördinerend niveau in functies waarin strategie en uitvoering samenkomen, zoals citymarketeer, bezoekersmanager, projectleider gastvrijheid of adviseur duurzame bestemming ontwikkeling. Zij werken in toeristische, culturele en stedelijke organisaties waar bezoekersbeleving, leefbaarheid en innovatie centraal staan. Een volledig overzicht van functies en competenties is opgenomen in het Beroepsprofiel Ad Toerisme¹⁰.

Instroomdoelgroepen

De opleiding richt zich op mbo-4-afgestudeerden uit toerisme-, hospitality- en evenementenopleidingen, op havisten die kiezen voor een praktijkgerichte hbo-route en op studenten die overstappen uit een bacheloropleiding met interesse in toerisme en stedelijke ontwikkeling. Deze doelgroepen zoeken korte, toepasbare hbo-trajecten waarin theorie en praktijk nauw verbonden zijn. De opleiding sluit hiermee aan op de behoefte aan toegankelijke, praktijkgerichte routes naar het hbo-niveau 5.

5.3 Ruimte binnen het bestaande aanbod

Analyse van instroomcijfers in tabel 1 laat zien dat verwante Ad's een stabiele instroom kennen van gemiddeld 30 tot 70 voltijdstudenten per jaar per opleiding (op basis van DUO-data 2019–2024; zie bijlage 07: NIDAP Onderbouwing¹¹). Er is geen sprake van verzadiging binnen het domein. Binnen de Randstad is het aanbod aan toeristische Ad's beperkt en vooral gericht op hospitality of events. Er bestaat nog geen Ad-opleiding die toerisme expliciet koppelt aan stedelijke ontwikkeling, placemaking en digitale vernieuwing. De Ad Tourism Management van Hogeschool Inholland vult deze ruimte in en sluit aan bij de arbeidsmarktvraag in grootstedelijke gebieden waar de toeristische sector sterk groeit en verandert.

⁸ Bijlage 06 Matrix_Verwant_Ad_Aanbod.

⁹ Bijlage 04 Gespreksverslagen Verwante Ad's.

¹⁰ Bijlage 03 Beroepsprofiel Ad Tourism Management.

¹¹ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing, p. 24-25.

Instroom verwante Ad-opleidingen				instroom sterk verwant aanbod						
OPLEIDINGSNAAM	INSTELLINGSNAAM	GEMEENTE	VORM	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Ad Toerisme Management	Breda University of Applied Sciences	Breda	voltijd	106	127	75	98	103	107	
	HZ University of Applied Sciences	Vlissingen	voltijd	6	9	6	6	11	6	
	NHL Stenden Hogeschool	Emmen	voltijd	13	10	10	0	0	0	
Ad Leisure & Events Management	NHL Stenden Hogeschool	Leeuwarden	voltijd	45	24	24	30	24	36	
		Emmen	voltijd	24	15	13	23	24	23	
		Leeuwarden	deeltijd	9	10	9	9	13	10	
Ad Toerisme & event management *	Zuyd Hogeschool	Leeuwarden	voltijd	28	48	42	70	41	51	
			duaal	0	0	0	0	0	9	
		Heerlen	voltijd	0	0	0	0	0	0	
Ad Hotel Management	NHL Stenden Hogeschool	Emmen	duaal	6	0	0	0	0	0	
			voltijd	44	70	24	25	22	30	
			deeltijd	3	6	6	3	3	6	
		Leeuwarden	duaal	29	22	39	27	32	42	
			voltijd	27	45	46	30	45	47	
		Amsterdam **	duaal	0	0	0	0	0	0	
				instroom zijdelings verwant aanbod						
OPLEIDINGSNAAM	INSTELLINGSNAAM	GEMEENTE	VORM	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Ad Eventmanager	Hogeschool Utrecht	Amersfoort	deeltijd	25	27	26	29	30	47	
			voltijd	142	150	101	125	176	193	
Ad Event & Experience Management	Hogeschool Rotterdam	Rotterdam	voltijd	0	0	0	0	78	105	
Ad Facilitair Eventmanagement	Hogeschool Inholland	Amsterdam	voltijd	68	55	43	57	86	132	
Ad Facility Management	De Haagse Hogeschool	Den Haag	deeltijd	30	23	22	15	21	22	
	Zuyd Hogeschool	Heerlen	deeltijd	10	11	8	6	14	9	
			voltijd	50	51	35	60	52	64	
Eindtotaal				664	701	527	613	773	939	

Tabel 1: Instroom verwante Ad-opleidingen (Bron: NIDAP Onderbouwing)

5.4 Aanvullende kwantitatieve ruimteanalyse (DUO 2019–2024)

De instroomgegevens van verwante Associate degree (Ad)-opleidingen binnen het domein toerisme en hospitality laten over de periode 2019–2024 een stabiel beeld zien. De gemiddelde jaarlijkse instroom ligt tussen 30 en 70 voltijdstudenten per opleiding. Deze cijfers zijn gebaseerd op de openbare onderwijsdata van DUO (2019–2024) en weergegeven in Tabel 1.

De trend over de afgelopen vijf jaar is stabiel tot licht groeiend, met een gemiddelde jaarlijkse stijging van ongeveer drie procent. Er zijn geen aanwijzingen voor structurele dalingen of sterke fluctuaties in de instroom van Ad-opleidingen binnen het toeristisch domein.

Binnen de Randstad is het aantal toeristische Ad-opleidingen beperkt. De bestaande opleidingen bevinden zich voornamelijk buiten de Randstad (Breda, Leeuwarden, Vlissingen, Heerlen) en kennen daar een vergelijkbare of iets lagere instroom dan gemiddeld. Daarmee is de spreiding van het aanbod ongelijk verdeeld over Nederland.

Op basis van de beschikbare gegevens kan worden geconcludeerd dat er geen dalende trend is en geen aanwijzingen voor verzadiging binnen het Ad-segment toerisme. De cijfers duiden op voldoende landelijke en regionale ruimte voor de voorgenomen Associate degree Toerism management te Amsterdam van Hogeschool Inholland.

6. Geschatte instroom in de nieuwe opleiding

6.1 Methodiek en aannames

De instroomraming voor de Ad Tourism Management Amsterdam is gebaseerd op de omvang van de mbo-doelgroep binnen de sector Voedsel, Groen en Gastvrijheid (VG&G) in de arbeidsmarktregio Groot-Amsterdam. Deze sector omvat opleidingen op het gebied van toerisme, hospitality, evenementen en facilitaire dienstverlening. De berekening gebruikt de studentenprognoses mbo 2020–2039 (SBB, update januari 2025) en de ROA-projecties over de doorstroom van mbo naar hbo.

Volgens deze bronnen telt de regio Groot-Amsterdam circa 2.350 mbo-4-studenten binnen het VG&G-domein (populatie). Hiervan studeert naar verwachting ongeveer 33% per jaar af (ongeveer 780 diploma's), waarvan 20–30% (ROA, OCW) doorgaans doorstroomt naar het hbo. Deze groep vormt de kernpopulatie voor de beoogde opleiding. De VG&G-populatie wordt beschouwd als een conservatieve ondergrens, aangezien aanvullende instroom wordt verwacht vanuit andere mbo-sectoren (zoals Economie, Marketing & Communicatie en Creatieve Industrie), evenals van havisten en hbo-switchers. De aannames voor hbo-switchers zijn gebaseerd op ervaringsgegevens van vergelijkbare Ad-opleidingen binnen Inholland. De berekening maakt gebruik van de volgende parameters, gebaseerd op landelijke en regionale trends:

Parameter	Range	Toelichting/ bron
Jaarlijks afstudeercohort	33% van mbo-populatie	Afstudeerders per jaar binnen VG&G (SBB 2025)
Doorstroom mbo → hbo	20–30%	ROA, OCW in Cijfers
Aandeel Ad binnen hbo	30–50%	Landelijke trend groei Ad-instroom
Marktaandeel Inholland	25–35% (realistisch)	Gebaseerd op regionale positie Inholland in vergelijkbare Ad's en bachelors
Extra instroom	Havisten: 20–25% · Switchers: 10–15% · Mbo andere sectoren: 20–30% · Correctie overlap: –10%	Gebaseerd op doorstroompatronen bij andere Ad's en Inholland-bachelors in toerisme en hospitality

Tabel 2: Parameters geschatte instroom

De parameter extra instroom omvat naast havisten en hbo-switchers ook mbo-afgestudeerden uit andere sectoren, zoals Economie, Marketing & Communicatie en Creatieve Industrie. Bij bestaande opleidingen binnen het toeristische domein van Inholland bestaat 15–25% van de instroom uit deze groep.

Op basis van de VG&G-populatie bedraagt de potentiële instroom circa 10–20 studenten per jaar. Dit wordt beschouwd als een conservatieve ondergrens. Met de aanvullende instroomcomponenten ontstaat een realistische verwachting van 40–50 studenten per jaar in het basisscenario, oplopend naar circa 50–60 studenten in de hogere scenario's.

De gehanteerde parameters zijn gebaseerd op actuele openbare data. De omvang van de mbo-populatie is ontleend aan de SBB-prognoses mbo 2020–2039 (update januari 2025). De doorstroompercentages van mbo naar hbo zijn gebaseerd op de open onderwijsdata van DUO (2019–2024) en de doorstroomanalyses van het ROA (2024). Voor het aandeel Associate degree binnen het hbo is gebruikgemaakt van landelijke trendgegevens van DUO (2024). Het marktaandeel van Inholland is vastgesteld op basis van een realistische bandbreedte van 15–20%. De gekozen bandbreedtes sluiten aan bij de spreiding die in deze bronnen zichtbaar is.

6.2 Scenario's en instroomprognose Amsterdam

Op basis van de hierboven genoemde aannames zijn drie scenario's opgesteld met identieke rekenlogica, variërend binnen de bandbreedtes van de parameters.

Scenario	Doorstroom mbo → hbo	Aandeel Ad	Marktaandeel Inholland	Extra instroom	Verwachte instroom (studenten/ jaar)
Conservatief	20%	30%	25%	+45%	15-20
Realistisch	25%	40%	30%	+55%	30-40
Hoog	30%	50%	35%	+65%	65-75

Tabel 3: Instroomprognose Amsterdam

De verwachte instroom ligt tussen **25 en 75 studenten per jaar**. Deze bandbreedte sluit aan bij de instroom in verwante Ad's elders in Nederland (gemiddeld 40–70 studenten per locatie, zie hoofdstuk 5). De prognose laat een toename van de instroom zien in de eerste twee cohorten, waarna deze stabiliseert:

Jaar	2026	2027	2028	2029	2030
Instroom (verwachting)	25	50	75	75	75

Tabel 4: Prognose studenten 2026-2030 Amsterdam

6.3 Verantwoording en gevoeligheidsanalyse

De bovengrens van circa 75 studenten wordt als haalbaar beschouwd, omdat verwante Ad's landelijk vergelijkbare instroom bereiken en de arbeidsmarktvraag in Groot-Amsterdam bovengemiddeld hoog is (ongeveer 625 vacatures op Ad-niveau in 2023–2024). Werkgeversonderzoek in de regio geeft aan dat jaarlijks ruim 100 fte aan nieuwe instroom nodig is in functies op niveau 5 binnen toerisme, hospitality en evenementen.

Een gevoeligheidsanalyse laat zien dat de instroomprognose robuust is.

Wanneer het aandeel Ad binnen de hbo-doorstroom daalt van 30% naar 25%, ligt de verwachte instroom nog steeds rond 35–42 studenten per jaar.

Wanneer het marktaandeel van Inholland daalt van 25% naar 20%, resulteert dit in een instroom van 32–40 studenten. Zelfs onder deze conservatieve aannames blijft de opleiding doelmatig uitvoerbaar.

7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte (art.6 lid1 sub a in samenhang met lid2)

7.1 Vacatureanalyse (NIDAP)

De toerisme en hospitalitysector in Groot- Amsterdam kent een aanhoudende en structurele vraag naar professionals op Ad-niveau (niveau 5). Zowel landelijke als regionale arbeidsmarktcijfers laten zien dat organisaties behoefte hebben aan medewerkers die operationele werkzaamheden combineren met coördinerende en klantgerichte taken. Uit de vacatureanalyse van NIDAP (zie *bijlage 13: NIDAP Vacatureanalyse*¹²) gebaseerd op Jobfeed-data over de periode 2020–2024 blijkt dat er landelijk **6.891** vacatures op Ad-niveau zijn geregistreerd binnen toerisme en hospitality, waarvan **2.935** in 2023–2024.

In Groot-Amsterdam zijn in dezelfde periode 625 relevante vacatures vastgesteld, goed voor ruim één vijfde van het landelijke totaal. Het merendeel betreft leidinggevende en frontofficefuncties binnen hotels, reisorganisaties en evenementenbedrijven. Belangrijk hierbij is dat functies met titels als *manager horeca*, *manager hotel*, *assistent manager*, *teamleider hospitality* en *front-office manager* in de praktijk grotendeels op Ad-niveau worden gevraagd. Volgens de vacatureanalyse wordt 62% van alle vacatures voor *manager horeca* en 39% van alle vacatures voor *manager hotel* op mbo-/hbo-niveau (Ad-niveau) uitgezet. Deze functies betreffen geen strategische managementrollen, maar operationeel leidinggeven op de werkvloer, passend bij het uitvoerend-tactische profiel van een Associate degree. Opvallend is de sterke groei sinds 2020: het aantal toerismevacatures in de regio is met circa 72% toegenomen, een trend die ook na de coronaperiode structureel doorzet. Omdat bij een deel van de vacatures geen regio is vermeld (21% in toerisme en 2% in horeca), vormen deze aantallen een conservatieve schatting van de werkelijke vraag.

Voor de vacatureanalyse is gebruikgemaakt van de standaardmethodiek van NIDAP, waarbij vacatures systematisch zijn geselecteerd op zowel functietitel als op termen die in de vacaturetekst voorkomen. Op basis van deskresearch en input van Inholland is hiervoor een set indicatieve woorden en functietitels vastgesteld (o.a. reisadviseur, travel consultant, frontoffice medewerker/manager, manager horeca/hotel, teamleider hospitality). Deze selectieprocedure is beschreven in bijlage 13¹³ en vormt de basis voor de latere categorie-indeling. Alle gevonden vacatures zijn vervolgens handmatig gecontroleerd op inhoudelijke relevantie voor Ad-niveau en ingedeeld in beroepscategorieën. Voor Ad-niveau is uitgegaan van mbo/hbo-vacatures en hbo-vacatures met titels als 'junior', 'assistent' of 'starter'¹⁴, en uitsluitend door werkgevers zelf geplaatste vacatures zijn meegenomen om dubbeltellingen te voorkomen. Deze werkwijze maakt inzichtelijk hoe de gerapporteerde aantallen tot stand komen en sluit aan bij de gebruikelijke procedure voor macrodoelmatigheidsonderzoeken.

¹² Bijlage 13 NIDAP Vacatureanalyse.

¹³ Bijlage 13 NIDAP Vacatureanalyse, p. 10-12.

¹⁴ Bijlage 13 NIDAP Vacatureanalyse, p. 5.

Aantallen vacatures op Ad-niveau: Landelijk & Regionaal							
	Totaal aantal vacatures 2023+2024 op Ad-niveau				Regio Amsterdam	Regio Den Haag	Regio Rotterdam
	Totaal Nederland	Regio Amsterdam	Regio Den Haag	Regio Rotterdam			
Reisadvies en medewerkers reisbureau	300	32	28	12	11%	9%	4%
Leidinggevend travel & hospitality	144	22	7	15	15%	5%	10%
Touroperatie en reisbegeleiding	167	16	5	7	10%	3%	4%
Medewerkers culturele instelling (museum, cultuurhuis, theater)	89	14	4	10	16%	4%	11%
Business travel	130	10	2	2	8%	2%	2%
Sales & Marketing – reizen en vrije tijd	46	7	2	4	15%	4%	9%
(Algemeen) medewerker hospitality	62	5	3	8	8%	5%	13%
Beleidsadviseurs en -medewerkers (recreatie, toerisme)	17	5			29%	0%	0%
Project- en productmanagers travel & hospitality	13	2		5	15%	0%	38%
Totaal Toerisme	968	113	51	63	12%	5%	7%
	Totaal aantal vacatures 2023+2024 op Ad-niveau				Regio Amsterdam	Regio Den Haag	Regio Rotterdam
	Totaal Nederland	Regio Amsterdam	Regio Den Haag	Regio Rotterdam			
Manager horeca	959	268	38	104	28%	4%	11%
Manager hotel	367	101	16	16	28%	4%	4%
Evenementencoördinator	183	53	14	15	29%	8%	8%
Restaurant manager	162	37	16	3	23%	10%	2%
Assistent manager	80	14	2	2	18%	3%	3%
Hoofd huishouding	35	13	2		37%	6%	0%
Banqueting coördinator	26	12	5	2	46%	19%	8%
Teamleider	128	10		4	8%	0%	3%
Gastvrouw/Gastheer	23	2	3	1	9%	13%	4%
Shift manager	4	2			50%	0%	0%
Totaal Horeca	1967	512	96	147	26%	5%	7%

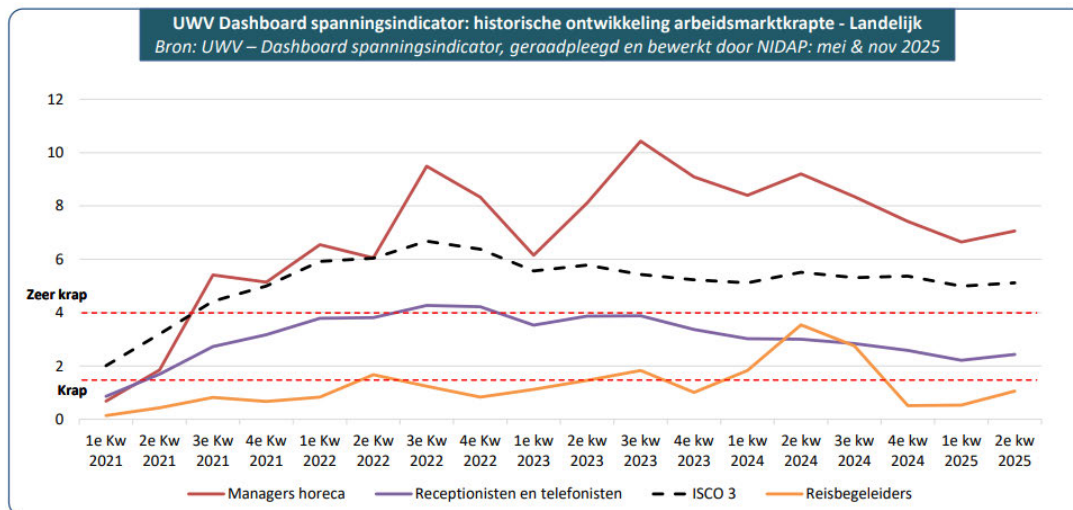
Tabel 5: Vacatures op Ad-niveau landelijk & regionaal (Bron: Onderbouwing NIDAP ¹⁵)

De tabel laat zien dat Amsterdam ruim een vijfde van de totale Ad-vacatures in toerisme en hospitality vertegenwoordigt, met een nadruk op leidinggevende functies als manager horeca, manager hotel en evenementencoördinator.

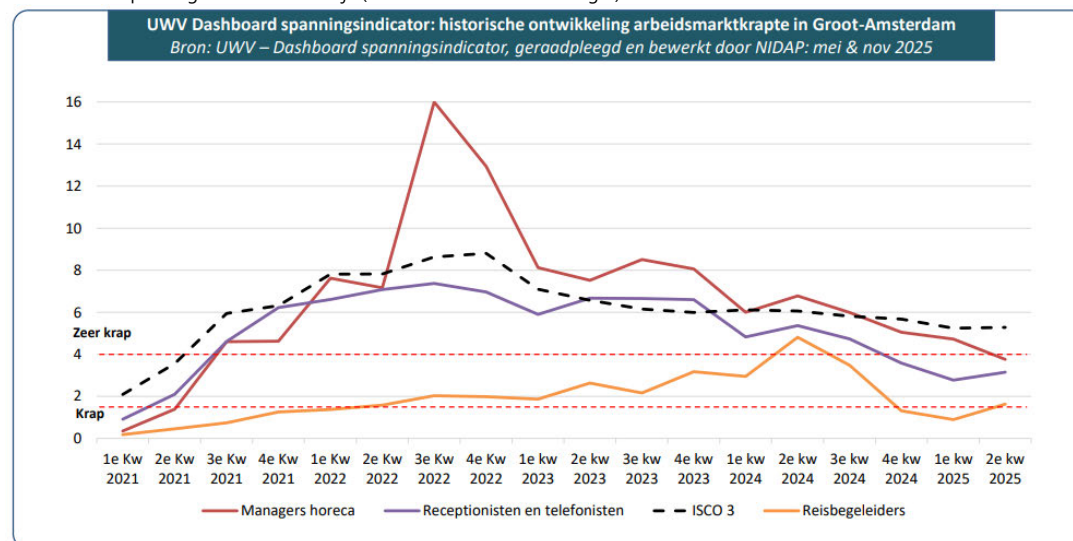
¹⁵ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing, p. 9.

7.2 Arbeidsmarktkrapte en toekomstperspectief (UWV & ROA)

De UWV-Spanningsindicator kwalificeert de arbeidsmarkt sinds 2021 voor relevante beroepsgroepen – zoals *managers horeca*, *receptionisten/telefonisten* en *reisbegeleiders* – als (zeer) krap, zowel landelijk als in Groot-Amsterdam. Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van de arbeidsmarktkrapte voor toerisme- en hospitalityfuncties sinds 2021. Tabel 6 laat het landelijke beeld zien; Tabel 7 geeft de ontwikkeling weer voor de regio Groot-Amsterdam.



Tabel 6: UWV Spanningsindicator Landelijk (bron: NIDAP Onderbouwing¹⁶)



Tabel 7: UWV Spanningsindicator Groot-Amsterdam (bron: NIDAP Onderbouwing¹⁷)

¹⁶ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing, p. 7.

¹⁷ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing, p. 8.

Het ROA verwacht binnen het opleidingstype *horeca, vrije tijd en faciliteiten* tot 2028 een blijvende uitbreidings- en vervangingsvraag. Tabel 8, 9 en 10 tonen de prognoses naar opleidingstype, beroepsgroep en sector.

ROA-prognoses naar opleidingstype Bron: ROA AIS					
	aantal	totaal 6 jr. %	gem. jaarlijks %	indicator	typering
Bachelor - horeca, vrije tijd en faciliteitsmanagement					
verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	2.900	2%	0,4%		gemiddeld
verwachte vervangingsvraag tot 2028	9.000	8%	1,2%		gemiddeld
verwachte baanopeningen tot 2028	11.800	10%	1,6%		gemiddeld
verwachte instroom van schoolverlaters tot 2028	33.700	28%	4,2%		hoog
ITKP toekomstige knelpunten personeelsvoorziening in 2028				1,15	vrijwel geen
ITA toekomstige arbeidsmarktsituatie in 2028				1.15	matig

Tabel 8: ROA-Prognoses naar opleidingstype (bron: NIDAP Onderbouwing ¹⁸)

ROA-prognoses naar beroepsgroepen Bron: ROA AIS, bewerking NIDAP					
	aantal	totaal 6 jr. %	gem. jaarlijks %	indicator	typering
Managers horeca					
verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	3.000	12%	2,0%		erg hoog
verwachte vervangingsvraag tot 2028	1.800	8%	1,2%		erg laag
verwachte baanopeningen tot 2028	4.800	20%	3,1%		gemiddeld
ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2028				0.897	enige
Receptionisten en telefonisten					
verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	15.300	8%	1,3%		
verwachte vervangingsvraag tot 2028	25.400	14%	2,1%		
verwachte baanopeningen tot 2028	40.700	22%	3,3%		
ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2028				0.902	enige
Reisbegeleiders					
verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	1.600	7%	1,1%		gemiddeld
verwachte vervangingsvraag tot 2028	3.100	14%	2,2%		gemiddeld
verwachte baanopeningen tot 2028	4.800	21%	3,2%		gemiddeld
ITKB toekomstige knelpunten beroepsgroep in 2028				0.925	vrijwel geen

Tabel 9: ROA-Prognoses naar beroepsgroepen (Bron NIDAP Onderbouwing ¹⁹)

ROA-prognoses naar bedrijfssector Bron: ROA AIS					
	aantal	totaal 6 jr. %	gem. jaarlijks %	indicator	typering
Horeca					
verwachte uitbreidingsvraag tot 2028	8.700	2%	0,3%		gemiddeld
conjunctuurgevoeligheid (maatstaf voor de mate waarin de werkgelegenheid gevoelig is voor veranderingen van de economische situatie)				1.73	hoog

Tabel 10: ROA-Prognoses naar beroepsgroepen (Bron: NIDAP Onderbouwing ²⁰)

De ROA-cijfers laten zien dat de arbeidsmarkt voor toerisme en hospitality ook op de middellange termijn krap blijft, met een gemiddeld tot gunstig arbeidsmarktperspectief voor personeel op niveau 5

¹⁸ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing, p. 5.

¹⁹ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing, p. 7.

²⁰ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing, p. 5.

De groei van de sector blijkt ook uit bedrijfs- en omzetdata. Het CBS rapporteert dat het aantal toerisme- en hospitalitybedrijven landelijk steeg van circa 47.800 (2017) naar 74.400 (2024) (+56%). In Groot-Amsterdam groeide het aantal ondernemingen van 11.215 (2022) naar 14.455 (2024) (+29%). De toeristische bestedingen namen toe tot bijna €105 miljard in 2023, ruim boven het pre-coronaniveau. Deze structurele groei wijst op een groeiende vraag naar medewerkers die klantcontact, gastbeleving en bedrijfsvoering combineren, een profiel dat kenmerkend is voor Ad-niveau 5. De cijfers laten zien dat de vraag naar toerisme en hospitality-professionals op niveau 5 structureel is en in de regio Amsterdam bovengemiddeld toeneemt.

7.3 Behoeftte vanuit werkgevers en sector (NIDAP 2025)

Om de kwantitatieve analyses te verdiepen, is in april–mei 2025 een aanvullend werkgeversonderzoek uitgevoerd door NIDAP²¹ onder organisaties in toerisme, hospitality en aanverwante dienstverlening. In totaal namen 42 organisaties deel, waarvan 34 HR- of directieverantwoordelijken de vragen over arbeidsmarktbehoefte volledig invulden. Daarnaast zijn zes diepte-interviews gehouden met vertegenwoordigers uit hotels, vakantieparken, evenementen- en tour operatingbedrijven.

Werkgevers verwachten op korte en middellange termijn een blijvende vraag naar medewerkers met een opleidingsniveau tussen mbo-4 en hbo-bachelor. Zij waarderen het Associate-degree-niveau vanwege de combinatie van praktische inzetbaarheid en een breder theoretisch inzicht. Afgestudeerden worden gezien als direct productief, maar ook in staat om operationele processen te coördineren en kwaliteitsverbeteringen door te voeren.

Het onderzoek laat een substantiële aanruimte zien: op landelijk niveau circa 400–750 fte in de periode 2025–2035, waarvan 60–150 fte in de regio Amsterdam.

Tabellen 11 en 12 tonen de volledige uitsplitsing van deze behoefte op middellange en langere termijn.

Omvang behoefte – Totaal

Behoeftte afgestudeerden

Vraag: U heeft aangegeven dat er (op middellange of lange termijn) behoefte is aan afgestudeerden de Ad-opleiding Toerisme en Hospitality. Kunt u aangeven om hoeveel afgestudeerden het in totaal gaat, uitgedrukt in fte?

Aantal antwoorden met fte – middellang	26
Aantal antwoorden met fte – lang	24
Totaal aantal genoemde fte – middellang	Tussen 429 en 755
Totaal aantal genoemde fte – lang	Tussen 455 en 791
Totaal aantal genoemde fte	Tussen 884 en 1.546

Omvang behoefte – Regionaal (indicatief)

		AANTAL FTE, TUSSEN:		AANTAL FTE, TUSSEN:	
Totaal regio Amsterdam	Middellange termijn (n=11)	66	139	Lange termijn (n=11)	77
Totaal regio Den Haag	Middellange termijn (n=2)	6	35	Lange termijn (n=2)	12
Totaal regio Rotterdam	Middellange termijn (n=4)	117	330	Lange termijn (n=3)	115
Totaal rest van NL	Middellange termijn (n=9)	240	251	Lange termijn (n=8)	251

Tabel 11 & 12 Behoeftte aan Ad-afgestudeerden in toerisme en hospitality (bron: NIDAP-werkgeversonderzoek²²)

De cijfers bevestigen dat er binnen de regio voldoende ruimte is om nieuwe Ad-afgestudeerden op te nemen zonder risico op overaanbod.

Werkgevers noemen vooral functies waarin coördinatie en gastbeleving samenkomen, zoals frontoffice-coördinator, operationeel leidinggevende, assistent-manager, eventcoördinator en travel-consultant. Naast klassieke hospitalityvaardigheden vragen zij steeds vaker om aanvullende competenties, waaronder:

- Meertalige communicatie en interculturele sensitiviteit;
- Duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen;
- Veiligheid, risicomanagement en crisiscommunicatie;
- Digitale gastbeleving, data-analyse en gebruik van AI-tools voor klantfeedback en serviceverbetering.

De uitkomsten laten zien dat werkgevers de Associate degree positioneren als brug tussen uitvoerende en beleidsmatige functies. Het Ad-niveau voorziet in een segment dat door zowel mbo- als hbo-opleidingen slechts beperkt wordt bediend: praktisch opgeleid, maar met het vermogen om processen en teams aan te sturen.

7.4 Ontwikkelingen en trends in toerisme en hospitality

Naast de kwantitatieve analyses bevestigen diverse externe onderzoeken de structurele aard van de arbeidsmarktbehoefte. Deze bevindingen zijn opgenomen en geanalyseerd in de NIDAP-rapportage 'Onderbouwing'²³.

²¹ Bijlage 08 Werkgeversonderzoek.

²² Bijlage 08 Werkgeversonderzoek, p. 4.

²³ Bijlage 07 NIDAP Onderbouwing.

- De *Arbeidsmarktrapportage Horeca 2024 (KHN/SVH)* noemt jaarlijks circa 150.000 vacatures in de horeca, waarvan een groot deel vervangingsvraag. De instroom van gediplomeerden uit het mbo daalt structureel, waardoor de kloof tussen vraag en aanbod groter wordt.
- De *NBTC Arbeidsmarktmonitor Gastvrijheid 2024* laat zien dat het aantal bedrijven in de gastvrijheidssector in tien jaar met +55% is toegenomen; de werkgelegenheid groeide met +8% in horeca, +5% in recreatie, en +4% in de reissector.
- De *Reiswerk Factsheet Arbeidsmarkt Reissector 2024* rapporteert een groei van het aantal banen met +27% sinds 2021, vooral door de toename van maatwerkreizen en business travel.

Ook CBS-data bevestigen dat toeristische bestedingen in 2023 zijn gestegen tot bijna €105 miljard, waarmee het pre-coronaniveau ruimschoots is overschreden. Deze rapporten duiden unaniem op aanhoudende krapte, groeiende vraag en afnemende instroom vanuit het mbo.

De combinatie van vacaturegroei, structurele krapte en bedrijfsontwikkeling wijst op een duurzame en bestendige vraag naar professionals op Ad-niveau binnen toerisme en hospitality.

7.5 Duurzaamheidsdimensie van de arbeidsmarktbehoefte

De vraag naar medewerkers op Ad-niveau binnen toerisme en hospitality heeft een duurzaam karakter. Arbeidsmarktrapportages van ROA (2024), NBTC (2024) en UWV (2024) laten zien dat de uitbreidings- en vervangingsvraag in deze sectoren structureel is en samenhangt met langlopende beleidsdoelen op het gebied van leefbaarheid en duurzame stedelijke ontwikkeling.

De NBTC stelt in de *Samenvatting Arbeidsmarktmonitor Toerisme (najaar 2024)*:

"In 2023 is het aantal bedrijven in de toeristische sector met 2 procent toegenomen tot bijna 79.000 bedrijven. In de afgelopen tien jaar is het aantal toeristische bedrijven met 55 procent gegroeid." (NBTC, 2024)

Ook binnen de horeca, als onderdeel van de gastvrijheidssector, is sprake van een structurele personeelsvraag. Koninklijke Horeca Nederland stelt in de *Standpuntenwijzer 2024*:

"Jaarlijks moeten in de horeca zo'n 150.000 vacatures worden vervuld; ongeveer tweederde daarvan via nieuwe instroom." (KHN, 2024) De organisatie wijst daarbij op het belang van opleidingsmogelijkheden en loopbaanperspectief voor de structurele versterking van de arbeidsmarkt. De verschuiving van traditionele operationele functies naar taken waarin data, technologie en duurzaamheid samenkomen, wijst op een blijvende behoefte aan professionals die deze transitie kunnen ondersteunen. Deze ontwikkelingen zijn niet conjunctuurgevoelig, maar volgen uit structurele veranderingen in de sector en stedelijk beleid.

De vraag naar Ad-niveauprofessionals met kennis van duurzaam toerisme, data-driven bezoekersmanagement, inzet van technologie, data en gastvrijheid is niet conjunctuurgevoelig, maar structureel gekoppeld aan beleidsdoelen voor leefbare steden en duurzaam toerisme (ROA 2024; NBTC 2030-visie).

8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding (art. 6 lid 1 sub b in samenhang met lid 3)

8.1 Maatschappelijke en economische context

De toerisme en hospitalitysector in Nederland, en met name in Groot-Amsterdam, staat voor grote uitdagingen. Enerzijds is de sector van groot economisch belang: in 2023 bedroegen de toeristische bestedingen volgens het CBS bijna €105 miljard, waarmee het niveau boven dat van vóór de coronaperiode uitkwam. Anderzijds leidt de groei van bezoekersstromen tot druk op leefbaarheid, duurzaamheid en stedelijke infrastructuur.

De voorgenomen opleiding richt zich op de grootstedelijke context waarin toerisme, leefbaarheid en stedelijke economie nauw met elkaar verweven zijn. In deze omgeving ontstaat behoefte aan professionals die toerisme kunnen verbinden met duurzaam stadsbeheer, bewonersbelangen en innovatieve bezoekerservaringen.

8.2 Leemte in het huidige opleidingsaanbod

Binnen het huidige hbo-aanbod bestaat geen Associate degree die zich specifiek richt op toerisme in de grootstedelijke context. Bestaande Ad-opleidingen in dit domein hebben andere accenten en doelgroepen:

- Ad Hotel Management (NHL Stenden, ook in Amsterdam – dual) richt zich primair op hotellerie en hospitality binnen hotels en resorts
- Ad Eventmanager (Hogeschool Utrecht) is gericht op de organisatie van evenementen
- Ad Tourism Management wordt aangeboden door BUas, NHL Stenden, HZ en Zuyd

Deze opleidingen zijn gevestigd buiten de Randstad (Breda, Leeuwarden, Vlissingen en Heerlen) en hebben een bredere oriëntatie op recreatie, leisure en toeristische bestemmingen.

De beoogde Ad Tourism Management in Amsterdam onderscheidt zich door haar focus op stedelijk toerisme, bezoekersmanagement, duurzaamheid en digitalisering. Daarmee wordt ingespeeld op vraagstukken die zich vooral voordoen in een grootstedelijke context.

Binnen Inholland bestaat de Ad Facilitair Eventmanagement (Amsterdam). Deze opleiding richt zich op facilitaire processen, veiligheid, logistiek en eventorganisatie binnen uiteenlopende organisaties. De voorgenomen opleiding heeft een andere inhoudelijke focus en doelgroep. Waar de Ad Facilitair Eventmanagement opleidt voor coördinatie en uitvoering binnen evenementen en facilitaire dienstverlening, richt de Ad Tourism Management zich op bezoekersmanagement, stedelijke beleving, toeristische spreiding en placemaking. Deze inhoud valt buiten het profiel en curriculum van de bestaande Ad Facilitair Eventmanagement en kan daarbinnen niet doelmatig worden gerealiseerd.

Een uitgebreide vergelijking met het verwante landelijke Ad-aanbod is opgenomen in bijlage 06: Matrix Verwant Ad-Aanbod²⁴. Deze vergelijking onderbouwt de geconstateerde leemte en maakt het onderscheidend profiel van de voorgenomen opleiding inzichtelijk.

8.3 Maatschappelijke noodzaak

Amsterdam behoort tot de meest bezochte steden van Europa. De stad heeft te maken met complexe vraagstukken rond bezoekersspreiding, inclusieve stedelijke ontwikkeling en duurzaamheid.

Tegelijkertijd vraagt de arbeidsmarkt om professionals die operationele kennis combineren met coördinerende vaardigheden, en die bijdragen aan een balans tussen toerisme, economie en leefomgeving.

De Ad Tourism Management sluit aan bij deze behoefte door mbo-4-afgestudeerden en havisten op te leiden tot medewerkers die op Ad-niveau bijdragen aan duurzaam en verantwoord toerisme in de stad. De opleiding vormt een schakel tussen uitvoerende functies op mbo-niveau en strategische functies op bachelorniveau.

8.4 Toekomstbestendige vaardigheden

Binnen toerisme en hospitality vindt een verschuiving plaats richting digitale en duurzame bedrijfsvoering. Naast klassieke hospitalityvaardigheden wordt steeds vaker gevraagd om kennis van data-analyse, digitale gastbeleving en technologie gestuurde processen.

De opleiding speelt hierop in met aandacht voor digitale technologie, duurzaamheid en inclusieve bezoekerservaringen. Deze combinatie van praktische, technologische en maatschappelijke vaardigheden komt in bestaande Ad's binnen het domein nog beperkt aan bod, maar is essentieel voor de stedelijke toerismesector.

8.5 Relatie met arbeidsmarktbehoefte

Uit de arbeidsmarktanalyse (zie hoofdstuk 7) blijkt dat in de regio Amsterdam sprake is van een structurele vraag naar medewerkers op Ad-niveau binnen toerisme en hospitality. Wanneer deze vraag wordt afgezet tegen de instroom in verwante opleidingen, is er voldoende ruimte om de nieuwe opleiding binnen het bekostigde domein vorm te geven. De vestiging in Amsterdam draagt bovendien bij aan een evenwichtiger spreiding van het landelijke Ad-aanbod.

²⁴ Bijlage 06 Matrix_Verwant_Ad_Aanbod.

8.6 Conclusie

De start van de Ad Tourism Management in Amsterdam is noodzakelijk omdat:

1. binnen de Randstad geen vergelijkbare Ad bestaat met een focus op toerisme in grootstedelijke context;
2. de opleiding inspeelt op stedelijke vraagstukken rond bezoekersmanagement, leefbaarheid en duurzaamheid;
3. de regionale arbeidsmarkt een structurele behoefte heeft aan professionals op Ad-niveau;
4. mbo- en havo studenten behoefte hebben aan een korte, praktijkgerichte hbo-route;
5. de opleiding inspeelt op digitalisering en technologische ontwikkelingen binnen de toerismesector;
6. zij zich binnen Inholland onderscheidt van Ad Facilitair Eventmanagement door de focus op toerisme, stedelijke context en maatschappelijke impact.

De opleiding vormt daarmee een logische en noodzakelijke aanvulling op het bestaande bekostigde opleidingsaanbod en draagt bij aan een evenwichtige spreiding en versterking van de toeristische kennisketen in Nederland.

9. Aansluiting instellingsprofiel (art. 6 lid 1 sub b in samenhang met lid 4)

De Ad Tourism Management sluit aan bij de strategische koers van Hogeschool Inholland. In het Strategisch Plan 2022–2027 *Samenwerken aan een vitale metropool*²⁵ en de Herijkte strategie 2025 *Samen het verschil maken*²⁶ staat centraal dat studenten worden opgeleid tot professionals die bijdragen aan een duurzame, veerkrachtige en inclusieve samenleving. De opleiding sluit aan bij de vier strategische pijlers: Begrijpen-Beloven-Bewijzen, Goed onderwijs & onderzoek, Passend portfolio en Eenvoudige organisatie.

9.1 Onderwijsvisie en kernwaarden

De kernwaarden van Inholland – *persoonlijk & dichtbij, durven leren van elkaar* en *inclusief*²⁷ (bijlage 10, p. 10) – komen terug in het kleinschalige, praktijkgestuurde onderwijs. Studenten leren in hybride leeromgevingen samen met het werkveld, waarbij diversiteit en inclusie uitgangspunt zijn. Zo ontwikkelen zij zich tot reflectieve professionals die in een dynamisch en internationaal werkveld kunnen handelen. De opleiding wordt ontwikkeld volgens de Ontwerp- en uitvoeringscriteria van de Inholland-visie op onderwijs²⁸.

9.2 Bijdrage aan strategische pijlers

1. Begrijpen, beloven, bewijzen

De opleiding begrijpt de behoeften van mbo'ers, havisten en de grootstedelijke arbeidsmarkt. Ze belooft een praktijkgerichte route naar tactisch-operationele functies. Dit wordt bewezen door nauwe samenwerking met werkveldpartners in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag, en portfolio-assessments waarin studenten hun ontwikkeling tonen.

2. Goed onderwijs & onderzoek

De opleiding is ingebed in het domein Creative Business en werkt samen met lectoraten aan grootstedelijke thema's. De thematische lijn ReIS (Regenerative, Inclusive, Smart Tourism) sluit aan bij de aandachtsgebieden 'adaptief vermogen', 'gezonde leefomgeving' en 'verantwoorde economie'. Studenten ontwikkelen onderzoekend vermogen via praktijkgericht onderzoek naar bezoekersdruk, inclusiviteit en regeneratief toerisme.

3. Passend portfolio

De opleiding versterkt het portfolio door een kortcyclische opleiding te bieden die inspeelt op de behoefte aan niveau 5-professionals. Ze creëert een doorlopende leerlijn mbo → Ad → bachelor Tourism Management en biedt een laagdrempelige instap voor doorstromende studenten.

4. Eenvoudige organisatie

De opleiding maakt gebruik van bestaande infrastructuur en expertise binnen Creative Business, stemt af met de bachelor Tourism Management en werkt met een helder curriculum van 2 jaar (120 EC) rond 8 leeruitkomsten.

²⁵ Bijlage 09 Strategisch plan Inholland 2022-2027, p. 4–7, 11–12.

²⁶ Bijlage 10 Herijkte strategie Inholland, p. 5–8, 11–12.

²⁷ Bijlage 10 Herijkte strategie Inholland, p. 10.

²⁸ Bijlage 11 Ontwerp- en uitvoeringscriteria Inholland visie op onderwijs.

Inbedding en doorstroom

De opleiding is inhoudelijk en organisatorisch verbonden met de bachelor Tourism Management. Ad-afgestudeerden kunnen in een verkort traject doorstromen naar het derde jaar van de bachelor. Voor mbo'ers en havisten biedt de Ad een laagdrempelig alternatief, waarmee instroom en doorstroom worden versterkt. Deze afstemming draagt bij aan de Inholland-ambitie van flexibilisering en leven lang ontwikkelen.

Toekomstbestendig profiel

De opleiding bereidt studenten voor op een sector waarin digitalisering, AI en duurzaamheid centraal staan. Naast hospitality-vaardigheden ontwikkelen studenten competenties in data-analyse, digitale gastbeleving en inclusief ontwerp van toeristische ervaringen. Dit sluit aan bij de Inholland-visie waarin technologie en maatschappelijke impact samengaan.

Financiële haalbaarheid

De financiële haalbaarheid is onderbouwd in de interne businesscase²⁹, waaruit blijkt dat de opleiding binnen bestaande middelen doelmatig uitvoerbaar is.

10. Voorstel RIO-indeling

De voorgenomen Ad Tourism Management van Hogeschool Inholland valt onder het RIO-onderdeel Economie. Deze indeling sluit aan bij het beroepsdomein waarin toerisme, hospitality, citymarketing en placemaking centraal staan. De keuze is in overeenstemming met de indeling van verwante Ad-opleidingen, zoals Ad Tourism Management (BUas) en Ad Leisure & Events Management (NHL Stenden), die eveneens onder het onderdeel Economie zijn geregistreerd.

De sector Economie weerspiegelt het toepassingsgerichte karakter van de opleiding, waarin toeristische waardecreatie, ondernemerschap en managementvaardigheden samenkomen.

11. Voorstel ISCED-indeling

Voor de Ad Tourism Management wordt voorgesteld de opleiding te registreren onder de volgende ISCED-categorie:

- DUO-opleidingcode: 80009
- Nederlandse omschrijving: *Ad Tourism Management*
- Engelse omschrijving: *Ad Tourism and recreation*
- Internationale ISCED-F rubriek: *1015–Tourism*

De voorgestelde indeling sluit het best aan bij de inhoud van de Ad Toerisme, die zich richt op bezoekersmanagement, placemaking en duurzame toeristische ontwikkeling in stedelijke context.

Deze thematiek valt binnen de internationale ISCED-rubriek *1015 – Tourism*, die wordt toegepast voor opleidingen gericht op het plannen, beheren en promoten van toerisme.

Deze indeling sluit aan bij de internationale systematiek die OCW en DUO hanteren voor vergelijkbare opleidingen binnen het hbo-domein.

²⁹ Bijlage 12 BusinessCase_Ad TM Amsterdam.

12. Bijlagen

Bijlage 01: Landelijk Opleidingsprofiel Tourism Management
Bijlage 02: Opleidingsprofiel Ad Tourism Management
Bijlage 03: Beroepsprofiel Ad Tourism Management
Bijlage 04: Gespreksverslagen verwante Ad's
Bijlage 05: Gespreksverslagen MBO's
Bijlage 06: Matrix verwant Ad Aanbod
Bijlage 07: NIDAP Onderbouwing
Bijlage 08: NIDAP Werkgeversonderzoek
Bijlage 09: Inholland Strategisch plan 2022-2027
Bijlage 10: Herijkte Strategie Inholland
Bijlage 11: Inholland Visie op Onderwijs
Bijlage 12: Business Case financieel Inholland
Bijlage 13: NIDAP Vacatureanalyse

13. Bronnen

- DUO (2025). *Studentenprognoses mbo 2020–2039 (update mei 2025)*. Den Haag: Dienst Uitvoering Onderwijs. [Studentenprognoses mbo 2020–2039 \(Mei 2025\) DUO](#)
- OCW (2024). *Kans op doorstromen van mbo naar hbo*. In: Thema's, OCW in cijfers. Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. [Kans op doorstromen van mbo naar hbo | Thema's | OCW in cijfers](#)
- ROA (2023). *Schoolverlaters tussen onderwijs en arbeidsmarkt 2023*. Maastricht: Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt, Universiteit Maastricht. [Schoolverlaters tussen onderwijs en arbeidsmarkt 2023](#)
- ROA (2024). *Doorstroom van het mbo naar het hbo: doorstroomkansen en studiesucces over de tijd*. Maastricht: Researchcentrum voor Onderwijs en Arbeidsmarkt. [Doorstroom van het mbo naar het hbo: doorstroomkansen en studiesucces over de tijd](#)
- KHN (2024). *Standpuntenwijzer 2024*. Woerden: Koninklijke Horeca Nederland. [Standpuntenwijzer-2024.pdf](#)
- NBTC (2024). *Samenvatting Arbeidsmarktmonitor Toerisme, najaar 2024*. Den Haag: NBTC Holland Marketing. [Samenvatting Arbeidsmarktmonitor Toerisme najaar2024.pdf](#)