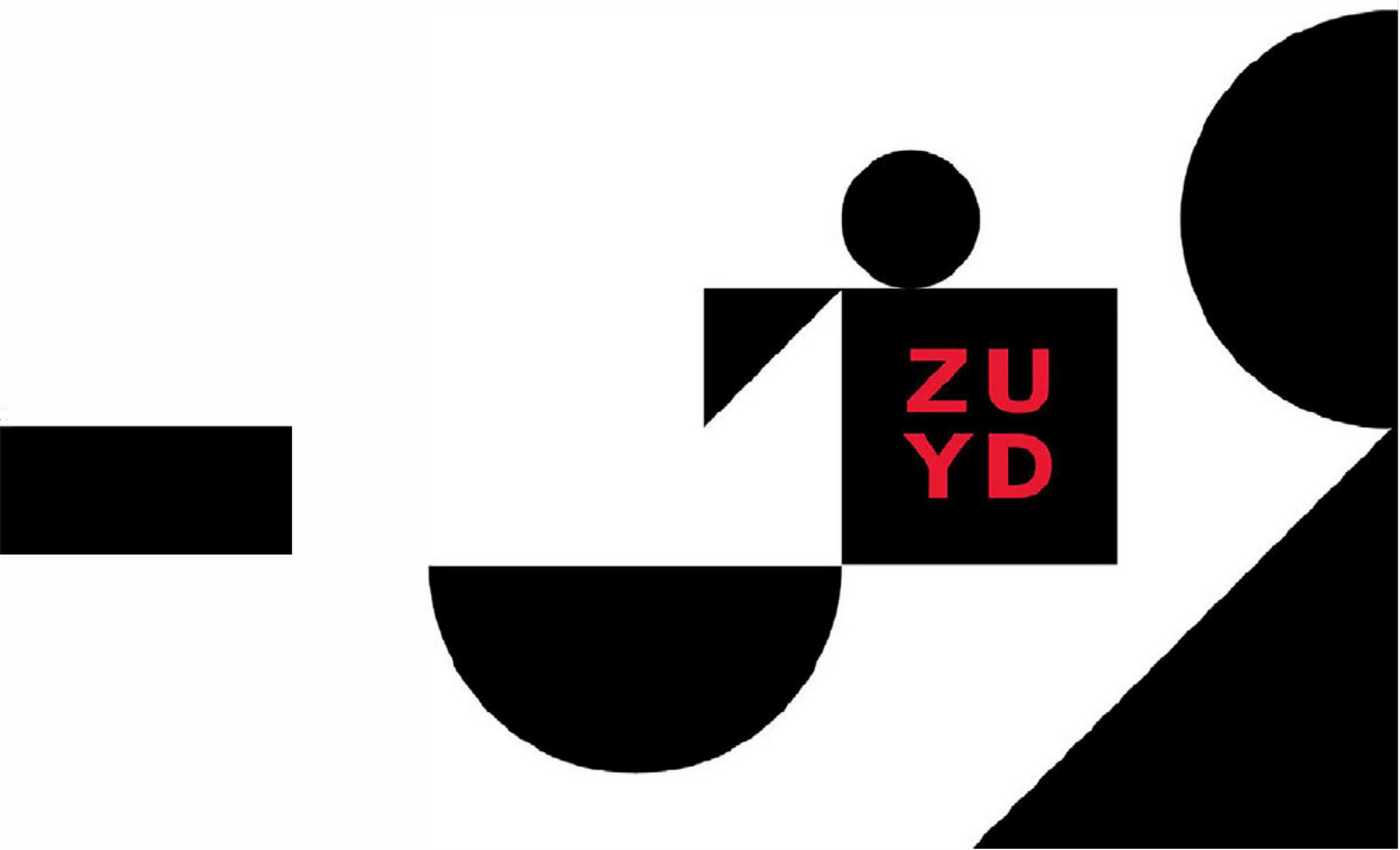


Macrodoelmatigheidstoets CDHO Aanvraag Nieuwe Vestigingsplaats

Ad Commercieel Management

13 juli 2026



Inhoud

Inleiding.....	2
1. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma	3
2. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen	5
3. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden.....	7
4. Afstemming met andere instellingen	8
5. Analyse verwant (toekomstig) aanbod	9
6. Geschatte instroom in de nieuwe vestigingsplaats	11
7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte	13
7.1 Maatschappelijke behoefte en regionale meerwaarde	13
7.2 Specifieke arbeidsmarktbehoefte	17
7.3 Conclusie arbeidsmarktbehoefte	19
8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding	20
9. Aansluiting instellingsprofiel.....	24

Aanvraagformulier Macrodoelmatigheidstoets Nieuwe Vestigingsplaats

Basisgegevens Instelling

Naam instelling(en)	Zuyd Hogeschool
BRIN-code(s)	25JX
KvK-nummer(s)	14 06 09 95
Contactpersoon aanvraag	Naam: [REDACTED] Email: [REDACTED] Telefoonnummer: [REDACTED]
Contactpersoon CvB	[REDACTED], lid College van Bestuur Email: [REDACTED] Telefoonnummer: [REDACTED]

Basisgegevens Opleiding

Kenmerk aankondiging	A25-055
Naam	Commercieel Management
ISAT-code	80096
Oriëntatie en niveau	Ad
Variant	Voltijd
Gemeente(n) waar de opleiding wordt gevestigd	Roermond
Taal	Nederlands
Beroepsvereisten	n.v.t.
Capaciteitsbeperking	n.v.t.
Beoogde startdatum	1-9-2027

Inleiding

Dit document onderbouwt de noodzaak van een nevenvestiging van de Associate degree Commercieel Management in Roermond, met een specifieke focus op het profiel Leidinggeven. Roermond is een unieke economische hotspot met een bovenregionale focus op retail, fashion en hospitality. Er is een urgente behoefte aan kwalitatieve professionals in middenmanagement die mensgericht leiderschap combineren met datagestuurd beslissen.

De Ad-opleiding Commercieel Management wil naast de huidige twee profielen, Online Marketing en Sales- & Accountmanagement (beiden in Sittard), een nevenvestiging hebben in Roermond alwaar het profiel Leidinggeven aangeboden gaat worden. In dit document zullen diverse analyses de noodzaak onderbouwen voor het vestigen van laatstgenoemd profiel in Roermond.

Ten eerste maakt de analyse duidelijk aan dat een nevenvestiging in Roermond nodig is om het profiel optimaal te verbinden met de regionale arbeidsmarkt en onderwijsinfrastructuur. De nevenvestiging maakt het mogelijk het profiel naadloos te verbinden aan de regionale arbeidsmarkt waarbij de samenwerking met Gilde Opleidingen in Roermond het uitgangspunt is. Hierdoor ontstaat er een opleidingsconcept waarbij mbo-doorstroom, praktijkopdrachten, stages en werkgeversnetwerken samenkomen rondom de ontwikkeling van toekomstig leidinggevend talent voor Midden-Limburg.

Ten tweede laten de analyses in dit document zien dat de economische en geografische positie van Roermond vraagt om een opleidingsaanbod op deze locatie. Roermond is niet alleen een unieke economische hotspot met een bovenregionale focus op retail, fashion, hospitality en events. De stad markeert ook de grens tussen Zuid- en Midden-Limburg. Zoals een geïnterviewde het verwoordde: geografisch is het slechts 20 kilometer, cultureel is het verschil tussen Zuid en Midden gigantisch. Dit culturele verschil maakt dat de student de beweging van 'het zuiden' in veel mindere mate maakt dan de beweging naar 'het noorden'. De geografische nabijheid ten spijt, de cijfers tonen dit aan. Dit is dan ook een belangrijk uitgangspunt om de nevenvestiging te hebben daar waar de economische buzz is, daar waar er een bovengemiddelde concentratie van Business-2-Consumer activiteiten is, daar waar de behoefte is aan de leidinggevende van morgen.

1. Inhoud opleiding en onderwijsprogramma

Binnen de Ad-opleiding Commercieel Management worden studenten opgeleid tot praktijkgerichte commercieel professionals die opereren op het grensvlak tussen organisaties en de markt. Zij verwerven inzicht in de markt, inzicht in de organisatie en inzicht in zichzelf dankzij hun onderzoekende houding. Ze dragen bij aan het uitzetten van de commerciële tactische koers, creëren toegevoegde waarde, ze dragen bij aan business development en een duurzaam commercieel product/concept vanuit de gegeven koers op tactisch niveau.

Ad Commercieel Management in Roermond richt zich op het specifieke profiel 'leidinggeven'. Studenten leren wat het betekent om leiding te geven in de context van commerciële dienstverlening (retail, fashion, hospitality, events, etc.). Vanuit de bestaande strategie van het bedrijf stuurt een afgestudeerd Ad-er een team aan. Beslissingen worden genomen op basis van data en niet op basis van onderbuikgevoel. Een afgestudeerd Ad-er kan goed omgaan met het veranderend gedrag van zowel de consument als de werknemer en realiseert zich dat het samenwerken met verschillende leeftijdsgeneraties inhoudt dat een 'one size fits all' leiderschapsstijl niet effectief is. Tegelijkertijd weet de afgestudeerd Ad-er dat personeel een asset is en geen kostenpost. Het koesteren van talent, het hebben van verschillende gespreksvaardigheden en oog hebben voor employability zijn slechts een greep van de set aan vaardigheden die een afgestudeerd Ad-er beheerst. Het meebewegen met de veranderende behoefte van de consument betekent dat innovatie binnen een bedrijf een constante is en samen met zijn/haar team zoekt een afgestudeerd Ad-er naar de balans hierin zonder de financiële, maatschappelijke, organisatorische en/of sociale impact uit het oog te verliezen.

Ad Commercieel Management is gepositioneerd onder de Academie voor Commerciële Economie. Naast de Ad Commercieel Management (verzorgd in voltijdvariant) vallen onder de academie de bacheloropleiding Commerciële Economie (verzorgd in voltijdvariant) en het lectoraat Innovatief Ondernemen.

De opleiding Commercieel Management door middel van intensieve samenwerking met Gilde Opleidingen en gebruikmaking van huisvesting van Gilde Opleidingen aan de Marathonlaan te Roermond het tweejarige Ad-traject aanbieden en heeft daarvoor meerdere redenen. De eerste reden is om daar te zitten waar de vraag naar toekomstige leidinggevers het grootst is (de kok moet in de keuken staan). Op die manier zijn de afstanden, letterlijk, het kortst en is de kans tot duurzame samenwerking te grootst. De tweede reden, min of meer een afgeleide van de eerste, is om duidelijk te maken dat er in Roermond hbo-onderwijs wordt aangeboden. Dit vergroot het studieperspectief en maakt het aantrekkelijker voor het jonge talent in om Midden-Limburg te blijven en niet al vroegtijdig weg te trekken naar de omgeving van Eindhoven. De derde en laatste reden is om op deze manier van elkaar te kunnen leren. Leren hoe de overgang van mbo4 naar Ad nog toegankelijker te maken, leren hoe de praktijkopdrachten nog dichterbij het werkveld kunnen worden gebracht en leren hoe de verschillende contexten van retail, fashion, hospitality en events samen kunnen worden gebracht in het profiel Leidinggeven. Die samenwerking wordt vormgegeven door in het Gilde-gebouw te gaan zitten en daar les te gaan geven. Om mbo-studenten al tijdens hun studie kennis te maken met en te laten proeven van het hbo-onderwijs, lopen er reeds projecten tijdens Gilde Opleidingen en de opleiding Commercieel Management. Zo hebben mbo-studenten samen met Ad-studenten meegedaan met een landelijke hackathon, zijn mbo-studenten aanwezig geweest bij een gastcollege van een invloedrijke Tiktokker en geven docenten van de opleiding Commercieel Management masterclasses over digitalisering en duurzaamheid. Dit plan sluit dus aan bij het huidige onderwijsaanbod en legt de verbinding tussen niveau 4 en niveau 5 met een doorkijk naar niveau 6.

Tevens zorgt het starten van deze nevenvestiging naar verwachting niet voor kannibalisering. Hier wordt onder verstaan het fenomeen waarbij opleidingen onbedoeld met elkaar concurreren en zo elkaars instroom wegnemen. Hiervan is geen sprake, omdat de Ad-opleiding Commercieel Management in Roermond zich richt op een aanvullende doelgroep (mbo-4 doorstromers in de regio), die zonder lokaal aanbod vaak niet of elders doorstroomt, en daarmee juist additionele instroom creëert. Daarnaast onderscheidt de opleiding zich inhoudelijk met het profiel 'leidinggeven in commerciële dienstverlening' en positioneert zij zich als schakel tussen mbo-4 en bachelorniveau, in nauwe samenwerking met [REDACTED] en het regionale werkveld. Hierdoor is sprake van versterking en verbreding van het bestaande aanbod, in plaats van het wegtrekken van studenten bij vergelijkbare opleidingen.

Opleidingsprogramma

De opleiding in Roermond volgt de standaard Ad-structuur van 8 blokken van elk 15 EC (uitgezonderd de stage, dat is een semester van 20 weken en 30 credits), verspreid over twee jaar.

- Het eerste jaar biedt een brede commerciële basis met thema's als marketing, organisatie & innovatie, verkoop en communicatie.
- Het tweede jaar is gericht op profilering en complexe beroepstaken.
- Het curriculum maakt gebruik van het ZelCom-model, waarbij de complexiteit van opdrachten en de zelfsturing van de student gedurende de opleiding toenemen

	Blok 1	Blok 2	Blok 3	Blok 4
Leerjaar 1	Marketing in het Commerciële werkveld	Organisatie en Innovatie	Verkopen aan de consument	Communiceren met de klant
Leerjaar 2	Leidinggeven 1	Leidinggeven 2	Stage	

Zie bijlage I. voor uitgebreider curriculumoverzicht

Het profiel en programma zijn gebaseerd op het landelijk vastgestelde domeinprofiel Ad Commerce (2021) waarin onder andere wordt gesteld dat het werkveld op zoek is naar integrale commerciële professionals.

Hoewel de basis in het landelijke domein commerce van het profiel is vastgesteld, wordt voor Roermond een specifieke focus gelegd op de behoeften van de regionale arbeidsmarkt (retail, fashion, toerisme en hospitality). Hier zien we namelijk specifieke behoefte aan kwalitatief goede leidinggevendenden (winkelmanagers, teamleiders) die enthousiast worden van de dynamische uitdagende werkomgeving (bijvoorbeeld supermarktwezen) en het ambitieniveau van de organisaties in de regio (groei van de outlet, investeringen van ontwikkelbedrijf Midden-Limburg) mee kunnen waarmaken.

2. Doelgroep van de opleiding en nadere vooropleidingseisen

De Associate degree Commercieel Management in Roermond richt zich op studenten die zich willen ontwikkelen tot praktijkgerichte commerciële professionals met een leidinggevend profiel. De opleiding is nadrukkelijk gericht op studenten die zich herkennen in een leeromgeving waarin theorie en beroepspraktijk vanaf de eerste dag met elkaar zijn verbonden. De opleiding sluit aan bij de regionale arbeidsmarkt van Midden-Limburg en biedt een laagdrempelige doorstroomroute naar het hoger onderwijs. De opleiding richt zich op een regio-gebonden doelgroep voor wie nabijheid een doorslaggevende factor is.

Primaire doelgroep: mbo-4 doorstromers

De belangrijkste doelgroep bestaat uit studenten met een mbo-diploma niveau 4, afkomstig uit met name de economische opleidingen van [REDACTED] in Roermond, Weert en Venlo. Het gaat onder meer om opleidingen als Retailmanager, Accountmanager, Marketing & Communicatie Specialist, Manager Ondernemer Retail, Leidinggevende Team/Afdeling/Project en Vakspecialist Ondernemer.

Voor deze groep vormt de Associate degree een logische vervolgstap. De opleiding sluit aan bij hun praktijkgerichte leerstijl en biedt een toegankelijk alternatief voor een vierjarige bacheloropleiding. Door de intensieve samenwerking met [REDACTED] wordt de overgang van mbo naar hbo verder versterkt. Studenten maken al tijdens hun mbo-opleiding kennis met het hbo via gezamenlijke projecten, masterclasses, gastcolleges en praktijkopdrachten.

Havisten en vwo'ers

Naast mbo-doorstromers richt de opleiding zich op havisten en vwo'ers. De Associate degree biedt voor deze groep een aantrekkelijk alternatief voor een traditionele bacheloropleiding. Studenten die kiezen voor een meer praktijkgerichte leerroute kunnen binnen twee jaar een hbo-diploma behalen en vervolgens direct instromen op de arbeidsmarkt of doorstromen naar een verwante bacheloropleiding.

Voor havisten en vwo'ers met interesse in commercie, retail, hospitality, ondernemerschap en leidinggeven biedt de opleiding een kleinschalige en intensieve leeromgeving waarin praktijkervaring, persoonlijke ontwikkeling en beroepsvaardigheden centraal staan.

Werkende professionals en zij-instromers

Een derde doelgroep bestaat uit werkende professionals met een mbo-4 diploma die zich willen ontwikkelen naar een leidinggevende functie. Vanuit het regionale bedrijfsleven is nadrukkelijk aangegeven dat behoefte bestaat aan medewerkers die kunnen doorgroeien naar functies als teamleider, assistent-storemanager, floormanagement of operationeel leidinggevend. Voor deze doelgroep biedt de Associate degree een passende mogelijkheid om zich verder te professionaliseren op niveau 5. Hoewel de opleiding in eerste instantie in voltijd wordt aangeboden, biedt deze doelgroep op termijn ook kansen voor duale of deeltijdvarianten.

Regionale doelgroep

De opleiding richt zich primair op studenten uit Midden-Limburg. Uit analyses van studentenmobiliteit blijkt dat veel jongeren uit deze regio voor een hbo-opleiding uitwijken naar andere delen van Nederland, terwijl een groot deel daarna niet terugkeert. Door het onderwijs lokaal aan te bieden wordt de drempel voor doorstuderen verlaagd en wordt tegelijkertijd de regionale binding van studenten versterkt. Dit draagt bij aan het behoud van talent voor de regionale arbeidsmarkt.

Vooropleidingseisen

Tot de opleiding worden toegelaten:

- een diploma mbo niveau 4;
- een diploma havo, ongeacht profiel;
- een diploma vwo, ongeacht profiel;
- kandidaten van 21 jaar of ouder die via een 21+-toelatingsonderzoek aantonen over het vereiste instroomniveau te beschikken.

Hiermee sluit de opleiding aan bij de wettelijke toelatingseisen voor Associate degree-opleidingen en biedt zij een brede toegankelijkheid voor studenten met verschillende vooropleidingen.

3. Beroeps-/arbeidsmarktprofiel afgestudeerden

Qua positie in de organisatie werkt een afgestudeerd Ad-er op tactisch niveau: een storemanager binnen een winkel in [REDACTED], een afdelingsmanager binnen [REDACTED], een junior eventverantwoordelijke, de floormanager van de frontdesk van een hotel of de teamleider bij de helpdesk.

Uitgangspunt is leidinggeven aan B2C activiteiten, bijvoorbeeld:

- Impact maken binnen bestaande strategieën
- Storemanager van winkel in [REDACTED]
- Afdelingsmanager/teamleider binnen grote(re) winkel

Vaardigheden die worden ontwikkeld zijn:

- Commerciële skills
(o.a. datadriven decision making)
- Veranderskills
(o.a. omgaan met veranderingen)
- Generieke skills
(o.a. gesprekstechnieken)

Kennis wordt opgedaan op het gebied van:

- Digitalisering
- Duurzaamheid (geframed als employability)
- Innovatie
- HR-tools
- Inzicht in managementstijlen
- Reflecteren
- Gespreksvoering

Student maakt impact door binnen de bestaande bedrijfsstrategie onderbouwde keuzes te kunnen maken om het consumentengedrag positief te kunnen beïnvloeden door interne (delen van) processen duurzaam te optimaliseren

4. Afstemming met andere instellingen

In het kader van de macrodoelmatigheidstoets is actief afstemming gezocht met verwante opleiders en relevante stakeholders in het hoger onderwijs, met specifieke aandacht voor het voorkomen van ongewenste overlap of 'kannibalisering' van bestaand aanbod. De uitkomst van deze afstemming is als volgt:

- **Vooraankondiging CDHO:** In september 2025 heeft Zuyd Hogeschool een vooraankondiging voor de Ad Commercieel Management in Roermond gepubliceerd via de CDHO. Naar aanleiding hiervan zijn geen zienswijzen ontvangen, hetgeen erop wijst dat andere instellingen geen bezwaren hebben tegen dit initiatief.
- **Afstemmingstafel Zuid-Oost Nederland:** Op 10 april 2026 vond de afstemmingstafel Zuid-Oost Nederland plaats, conform het verenigingskader portfoliomanagement van de Vereniging Hogescholen. Namens Zuyd was een van de bestuurders aanwezig; vanuit andere hogescholen namen vertegenwoordigers (counterparts) deel. Ter voorbereiding op dit overleg zijn de stukken van alle vooraankondigingen opnieuw gedeeld. Tijdens de bijeenkomst zijn geen vragen gesteld en zijn geen inhoudelijke opmerkingen gemaakt over het voorgenomen initiatief.
- **Afstemming met Fontys Hogeschool:** In relatie tot Fontys Hogeschool kan worden verwezen naar de geldende Code of Conduct, die richting geeft aan zorgvuldige afstemming bij (verwant) opleidingsaanbod. Daarnaast heeft er een bilateraal gesprek plaatsgevonden tussen [REDACTED] en zijn counterpart bij Fontys, [REDACTED]. In dit gesprek heeft Fontys expliciet aangegeven geen bezwaar te hebben tegen deze aanvraag en hier niet voor te zullen gaan liggen.
- **Afstemming met Avans:** In afstemming met Avans op 22 juni is expliciet bevestigd dat zij geen bezwaren hebben tegen het initiatief om de Ad-opleiding in Roermond te starten. Namens Avans heeft [REDACTED] schriftelijk aangegeven dat Avans het initiatief ondersteunt en de ontwikkeling ervan positief tegemoet ziet. Deze bevestiging onderstreept dat ook vanuit deze verwante partnerinstelling draagvlak bestaat voor de voorgenomen opleiding.
- **Afstemming Hogeschool van Arnhem en Nijmegen (HAN):** Op 2 juli 2026 is afgestemd met [REDACTED] van de HAN, waarin hij namens HAN bevestigt dat het ontwikkelen van de Ad-CM in Roermond geen raakvlak heeft met het Ad (of Ba) portfolio van de HAN. Bovendien is de reisafstand van Arnhem/Nijmegen naar Roermond dermate groot, dat ook vanuit die context geen "last" zal worden ervaren. De HAN maakt om die reden geen bezwaar tegen het initiatief van de Hogeschool Zuyd om in Roermond de genoemde Ad-opleiding te starten.

Gezamenlijk onderbouwen deze stappen dat het initiatief zorgvuldig is afgestemd met relevante instellingen en dat er geen signalen zijn van ongewenste overlap of verstoring van het bestaande opleidingsaanbod.

5. Analyse verwant (toekomstig) aanbod

Voor een analyse van verwant aanbod is gekeken naar verwante opleidingen, daarbij onderscheiden we twee niveaus:

- **Sterk verwant:** Een opleiding wordt als 'sterk verwant' geclassificeerd indien sprake is van substantiële overeenkomsten in doelgroep, opleidingsinhoud en opleidingsprofiel, en tevens de vestigingsplaats in relatieve zin binnen of in de nabijheid van de regio Roermond is gelegen.

Met deze opleidingen heeft afstemming plaatsgevonden om uit te sluiten dat er bezwaar is op het starten van een nevenvestiging van de opleiding Ad CM in Roermond (zie voorgaande hoofdstuk 4).

- **Aanverwant:** een opleiding wordt als 'aanverwant' geclassificeerd indien er alleen sprake is van overeenkomsten in doelgroep en opleidingsinhoud.

Aantal ingeschreven studenten in jaar 1 van verwante opleidingen:

Instelling	Opleiding	Vestigings- plaats	Cate- gorie	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Avans Hogeschool	Ad Marketing Management (deeltijd)	Breda	Sterk verwant	29	24	23	16	22	26
Avans Hogeschool	Ad Marketing Management (voltijd)	Breda	Sterk verwant	71	57	40	67	71	68
Avans Hogeschool	Ad Communicatie (deeltijd)	Breda	Aan-verwant	9	7	4	9	8	4
Avans Hogeschool	Ad Communicatie (voltijd)	Breda	Aan-verwant	61	40	55	84	57	61
Fontys Hogeschool	Ad Commerciële Economie (deeltijd)	Eindhoven	Sterk verwant	10	4	4	8	13	9
Fontys Hogeschool	Ad Commerciële Economie (voltijd)	Eindhoven	Sterk verwant	25	25	26	40	22	23
Zuyd Hogeschool	Ad Commercieel management (voltijd)	Sittard	Sterk verwant	42	38	35	41	34	41
Hogeschool van Arnhem en Nijmegen	Ad Commerciële Economie (deeltijd)	Arnhem	Sterk verwant	9	9	9	7	4	9
Hogeschool van Arnhem en Nijmegen	Ad Commerciële Economie (duaal)	Arnhem	Sterk verwant	23	20	16	20	15	29
Inholland	Ad Crossmediale Communicatie (voltijd)	Amsterdam	Aan-verwant	38	41	20	38	35	45
Inholland	Ad Crossmediale Communicatie (voltijd)	Den Haag	Aan-verwant	23	13	4	27	21	25

Aantal ingeschreven studenten in jaar 1 van verwante opleidingen (Bron: DUO)

Verwante opleidingen laten over de jaren heel een relatief stabiele instroom zien. Met name voltijdvarianten laten structureel hogere aantallen zien dan deeltijd. Uitschieters bevestigen dat de markt voldoende omvang heeft.

6. Geschatte instroom in de nieuwe vestigingsplaats

De instroom van de nieuwe vestigingsplaats komt potentieel vanuit de volgende doelgroepen:

- Mbo-doorstromers
- Weg-lekstudenten
- Werkende professionals

Deze groepen worden hieronder toegelicht.

Mbo-doorstromers: Studenten van [REDACTED] (economisch domein) in Roermond, Weert en Venlo. [REDACTED] biedt op niveau 4 in Roermond, Weert en Venlo aan:

- Ondernemen & leidinggeven: vakspecialist ondernemer, ondernemer en leidinggevende
- Commerciële economie: marketing en communicatiemedewerker, manager groothandel, online verkoopspecialist, eventmanager, verkoopmanager, accountmanager, manager internationale handel.

Aantal gediplomeerde mbo-studenten per jaar in verwante opleidingen in de regio zorgt voor een stabiele aanwas van potentiële studenten:

Instelling	Opleiding	Vestigingsplaats	2021	2022	2023	2024	2025
[REDACTED]	Mediavormgever	Roermond	4	20	16	11	4
[REDACTED]	Mediavormgever	Maastricht	17	28	34	31	26
[REDACTED]	Marketing & Communicatie specialist	Roermond	0	0	0	0	34
[REDACTED]	Marketing & Communicatie specialist	Eindhoven	0	0	0	0	56
[REDACTED]	Marketing & Communicatie specialist	Maastricht	0	0	0	0	72
[REDACTED]	Retailmanager	Roermond	0	0	0	0	14
[REDACTED]	Manager retail	Roermond	43	33	31	33	8
[REDACTED]	Accountmanager	Roermond	36	27	28	37	26
[REDACTED]	Leidinggevende team/afdeling/project	Roermond	11	39	37	51	25
[REDACTED]	Vakspecialist ondernemer	Roermond	0	0	0	0	6

Aantal gediplomeerde mbo studenten per jaar per opleiding (Bron: DUO)

Weg-lekstudenten: De studenten die niet kiezen voor een MBO-opleiding in Roermond (bij [REDACTED] en de regio uitgaan voor hun opleiding. Uit cijfers van de Vereniging van Hogescholen keert 75-85% niet meer terug naar de oorspronkelijke regio. Tevens is de aanname dat meespeelt in de afweging van deze studenten om niet voor Roermond te kiezen vanwege het ontbreken van een hbo-opleiding (als mogelijk vervolg na de opleiding bij [REDACTED]).

- Op basis van macrodoelmatigheidsonderzoek ([REDACTED] september 2025 zie bijlage II) en in afstemming met [REDACTED] gaat dit om 125 studenten. 30% hiervan (gebaseerd op het

marktaandeel [REDACTED] is in de instroomprognose meegenomen. Om een conservatieve schatting te maken wordt uitgegaan van een groei van 15 (2027-2028) naar 40 studenten (2035-2036). Daar is het potentieel van andere doelgroepen nog niet in meegenomen.

- Uit de DUO dataset met woon- en studeergemeenten blijkt dat er in totaal 11.098 hbo-studenten woonachtig zijn in Midden-Limburg. 8217 daarvan studeren in buiten Midden-Limburg.

Werkende professionals: Mbo-opgeleiden of zij-instroom (om- of bijscholing) in de groeiende regionale mkb-markt die behoefte hebben aan opscholing naar niveau. Gezien de markt en economische activiteit rondom Roermond zit hier instroompotentieel. Uit de gesprekken is ongeveer een handvol van deze 'zij-instroom' benoemd en in de enquête circa 12 medewerkers. Dit biedt kansen voor mogelijk een duale opleiding op langere termijn en dient nader verkend te worden.

De verwachte instroom voor de nevenvestiging Ad Commercieel Management in Roermond is zorgvuldig onderbouwd. De analyse laat zien dat er meerdere potentiële instroombronnen zijn, waaronder mbo-doorstromers uit de regio, studenten die momenteel voor een hbo-opleiding uit Midden-Limburg vertrekken en werkende professionals die zich willen doorontwikkelen.

Hoewel meerdere doelgroepen potentieel kunnen instromen, is de prognose uitsluitend gebaseerd op de kwantificeerbare groep weglekstudenten. Op basis hiervan wordt uitgegaan van een groei van circa 15 studenten bij de start van de opleiding naar circa 40 studenten op langere termijn. De andere doelgroepen zijn niet in de prognose meegenomen. Zij vormen aanvullend instroompotentieel, waardoor de gehanteerde prognose als behoudend kan worden beschouwd.

7. Onderbouwing van de arbeidsmarktbehoefte

In dit hoofdstuk wordt de arbeidsmarktbehoefte onderbouwd. Eerst wordt ingegaan op de maatschappelijke behoefte en regionale meerwaarde van de opleiding. Vervolgens wordt de arbeidsmarktbehoefte vanuit verschillende perspectieven beschreven, waaronder landelijke en regionale arbeidsmarktdata, de vraag-aanbodverhoudingen in Limburg en relevante vacaturegegevens. Tot slot wordt de behoefte vanuit het werkveld onderbouwd aan de hand van interviews, steunverklaringen en een enquête onder werkgevers in de regio.

7.1 Maatschappelijke behoefte en regionale meerwaarde

De maatschappelijke behoefte aan een nevenvestiging in Roermond ligt in het versterken van de regionale ontwikkeling van Midden-Limburg. De regio staat voor de uitdaging om talent te behouden, de economie te versterken en de leefbaarheid aantrekkelijk te houden. Door hoger onderwijs lokaal aan te bieden, kunnen studenten tijdens hun opleiding via stages, praktijkopdrachten en samenwerking met werkgevers vroegtijdig een regionaal netwerk opbouwen. Deze vroege regionale verankering zorgt voor een blijvend effect: afgestudeerden zijn sterker verbonden met de regio en blijven daardoor vaker in Midden-Limburg wonen en werken. Daarmee draagt de opleiding bij aan talentbehoud, een sterke arbeidsmarkt en de duurzame ontwikkeling van de regio.

7.1.1 Landelijke arbeidsmarktbehoefte (kwantitatief)

Op basis van een analyse van landelijke ROA data (zie bijlage III) is de spanningsindicator voor een aantal relevante beroepsgroepen bekeken. Landelijk gezien is er sprake van een lage uitbreidingsvraag en relatief beperkte baanopeningen. Dit wijst er landelijk op dat er geen structureel tekort aan personeel is. De meeste baanopeningen ontstaan door vervangingsvraag (vergrijzing, uitstroom). Indicatoren voor personeelskrapte tonen vrijwel geen tot geen knelpunten in veel segmenten. Enkel een aantal segmenten laten lichte spanning zien: Mbo management/ ondernemerschap en detailhandel management. Over het geheel genomen is er vanuit werkgeversperspectief ruim voldoende aanbod.

7.1.2 Regionale arbeidsmarktbehoefte (kwantitatief)

Voor de verdere economische ontwikkeling van Midden-Limburg is het van belang dat voldoende gekwalificeerd personeel beschikbaar is. Retail en hospitality blijven groeisectoren in Roermond, mede dankzij het [REDACTED] de binnenstad en de Maasplassen. Een onderzoek van het ROA van de universiteit van Maastricht¹ laat zien dat de vraag naar personeel vooral gericht is op niveau 4 (mbo) en niveau 5 (Ad) waarbij de behoefte bestaat uit een structurele vervangingsvraag door vergrijzing en verloop enerzijds en een uitbreidingsvraag door toeristische groei (als voorbeeld: het DOR had in 2024 8,3 miljoen bezoekers en wil doorgroeien naar 10 miljoen).

De behoefte aan medewerkers die data kunnen verzamelen, analyseren en vertalen naar commerciële beslissingen is in de regio Roermond relatief groot². De regio kent een bovengemiddelde concentratie van consumentgerichte bedrijven, waaronder detailhandel, leisure, toerisme en e-commerce. In tegenstelling tot business-to-businessmarkten wordt

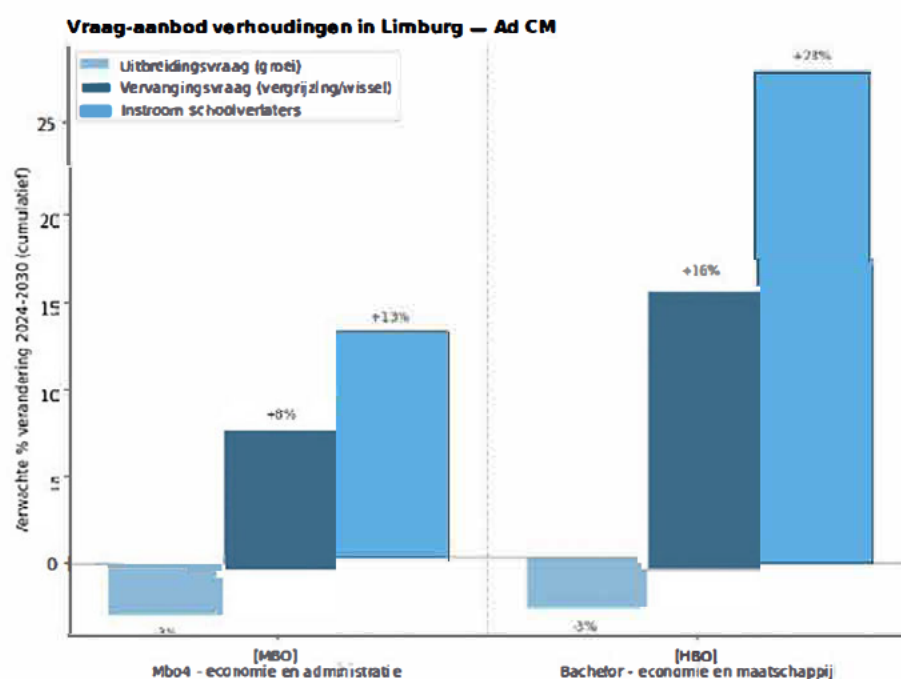
¹ https://cris.maastrichtuniversity.nl/ws/portalfiles/portal/174713431/ROA_R_2023_3_anob2028.pdf p10-11

² https://www.acm.nl/sites/default/files/old_publication/publicaties/11586_acm-behavioural-economics-competition-policy.pdf

consumentengedrag sterk beïnvloed door emoties, persoonlijke voorkeuren, merkbeleving en sociale factoren. Hierdoor is het voorspellen van consumentengedrag complex en zijn organisaties in toenemende mate afhankelijk van datagedreven analyses en continue monitoring van klantgedrag. Wetenschappelijk onderzoek en sectorstudies laten zien dat juist in retail en consumentgerichte dienstverlening de vraag naar medewerkers met data-analytische vaardigheden sterk toeneemt.

Vraag-aanbod verhouding in Limburg

Analyse van ROA-data (zie afbeelding onder) van de vraag-aanbod verhouding in Limburg bevestigt met name de groei in verwachte vervangingsvraag maar laat ook zien dat het instroom aanbod (schoolverlaters in de komende 6 jaar) naar verwachting harder groeit dan de vraag (uitbreidings- en vervangingsvraag gezamenlijk). De figuur laat zien dat in heel Limburg voor commerciële opleidingen de instroom structureel veel hoger ligt dan de arbeidsvraag, waardoor er sprake is van een duurzaam overschot en een competitieve arbeidsmarkt.



Vraag-aanbod verhoudingen in Limburg van mbo4 – economie en administratie en hbo-B – economie en maatschappij (Bron: ROA)

Als deze gegevens vervolgens worden uitgesplitst naar Noord-, Midden- en Zuid-Limburg, blijkt dat de verhoudingen in Midden-Limburg aanzienlijk gunstiger zijn dan in de overige delen van de provincie. Bij de mbo-4-opleiding Economie en Administratie houden vraag (uitbreidings- en vervangingsvraag) en aanbod (instroom schoolverlaters) elkaar daar in evenwicht, terwijl landelijk en in Noord- en Zuid-Limburg een overschot aan aanbod wordt verwacht. Ook bij de bacheloropleiding Economie en Maatschappij is de verhouding tussen vraag en aanbod op de arbeidsmarkt het meest gunstig in Midden-Limburg.

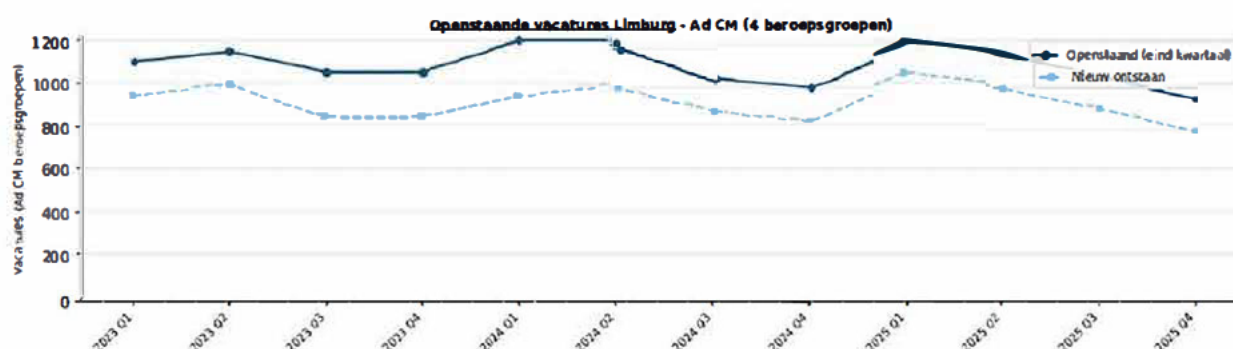
Mbo 4 – Economie en administratie	Landelijk	Limburg	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
Uitbreidingsvraag	1%	-3%	-2%	-1%	-3%
Vervangingsvraag	7%	8%	9%	9%	8%
Instroom schoolverlaters	13%	13%	22%	8%	11%
Vraag t.o.v. aanbod	-5%	-8%	-15%	0%	-6%

Bachelor – economie en maatschappij	Landelijk	Limburg	Noord-Limburg	Midden-Limburg	Zuid-Limburg
Uitbreidingsvraag	2%	-3%	-2%	0%	-3%
Vervangingsvraag	12%	16%	19%	14%	17%
Instroom schoolverlaters	24%	28%	27%	21%	32%
Vraag t.o.v. aanbod	-10%	-15%	-10%	-6%	-18%

Vraag-aanbod verhoudingen en verwachte % verandering in 2024-2030 (Bron: ROA)

Openstaande vacatures UWV

Een analyse van relevante openstaande vacatures in Limburg van de beroepsgroepen die aansluiten op de Ad CM laat een relatief stabiele trend zien. Dit is gebaseerd op een dataset van de vacaturemarkt per beroepsgroep voor de provincie Limburg vanuit het UWV.



Aantal relevante openstaande vacatures in Limburg van de beroepsgroepen die aansluiten op de Ad Commercieel Management (Bron: UWV)

7.1.3 Regionale arbeidsmarktdata (kwalitatief)

Steunverklaringen werkveld

In het kader van dit haalbaarheidsonderzoek zijn in de periode van 11 mei tot 5 juni 2026 diverse partijen in het werkveld benaderd door Zuyd Hogeschool om te toetsen hoe zij staan ten opzichte van het initiatief en welke vacatures zij de komende jaren verwachten. In interviews is hun visie op de relevantie van de opleiding in Roermond, het aantal verwachte vacatures en hun bereidheid om enige vorm van samenwerking aan te gaan met de studenten of opleiding getoetst. Op deze manier is een concreet beeld opgehaald van de arbeidsmarktbehoefte in relatie tot Ad CM in Roermond.

Vrijwel alle geïnterviewden³ beoordelen het initiatief als zinvol tot zeer wenselijk. In de gesprekken komt consequent naar voren dat er een duidelijke en groeiende behoefte bestaat, met name door de grote vraag naar personeel in het middenkader, zoals assistent-managers en storemanagers. Tegelijkertijd kampen sectoren als retail en hospitality met een hoge uitstroom en veel verloop, wat zorgt voor een continue instroombehoefte. Binnen die context wordt vooral het tekort aan goed opgeleide leidinggevenden met sterke praktische vaardigheden als een urgent probleem ervaren.

Tegen deze achtergrond wordt het initiatief breed omarmd. Respondenten typeren het expliciet als een “goed initiatief”, benadrukken dat er “zeker behoefte” aan is en zien het als “zinvol voor de regio”.

³ In bijlage IV is een overzicht opgenomen van de geïnterviewde personen inclusief organisatie en functie. Op verzoek zijn ook interviewverslagen beschikbaar.

De meerwaarde zit daarbij niet alleen in het opleiden van nieuw talent, maar ook in het beter aansluiten van onderwijs op de praktijk.

Dat laatste vormt een belangrijk accent in alle reacties: de opleiding wordt vooral gewaardeerd wanneer deze nadrukkelijk praktijkgericht is. Er is een duidelijke voorkeur voor een aanpak die direct inzetbare professionals opleidt, nauw aansluit bij de realiteit van de werkvloer en waarin de samenwerking met bedrijven structureel is georganiseerd.

De onderbouwing voor de keuze voor Roermond is opvallend consistent en breed gedragen onder respondenten. In de gesprekken komen telkens dezelfde, elkaar versterkende argumenten naar voren die samen een duidelijke regionale legitimatie vormen.

- **Economische en arbeidsmarktpositie:** Roermond wordt gezien als een krachtige retail- en hospitality hotspot met een duidelijke economische dynamiek. [REDACTED] trekt een internationaal publiek en fungeert als belangrijke trekker voor de regio, terwijl ook het retailpark en de binnenstad bijdragen aan een breed en levendig voorzieningenaanbod. Hierdoor is sprake van een sterke concentratie van werkgelegenheid. Meerdere respondenten typeren Roermond expliciet als een 'grote arbeidsplek', waar een continue vraag naar personeel ontstaat en waar de behoefte aan goed opgeleide medewerkers en leidinggevenden bovengemiddeld is.
- **Ontbreken van hoger onderwijs:** Tegelijkertijd wordt het ontbreken van een hogeschool in Roermond nadrukkelijk als gemis ervaren. Verschillende respondenten benoemen expliciet dat "er geen hogeschool in Roermond zit" en dat de regio daarmee een belangrijke hbo-voorziening mist. Dit heeft merkbare gevolgen: jongeren trekken vroegtijdig voor hun studie weg uit de regio en keren vrijwel niet terug.
- **Regionale binding en behoud van talent:** Juist die binding wordt door werkgevers als cruciaal gezien. Uit de gesprekken blijkt dat studenten aanzienlijk vaker in de regio blijven werken wanneer ze hun opleiding dichtbij huis kunnen volgen en wanneer stages lokaal plaatsvinden. Een regionale opleiding fungeert daarmee als anker voor talent. Werkgevers verwachten dat dit helpt om het huidige hoge verloop te verminderen en om beter in staat te zijn talent te behouden en door te laten groeien binnen de eigen organisatie.
- **Bereikbaarheid en verzorgingsgebied:** Tot slot wordt Roermond gezien als een logische en goed bereikbare hub voor Midden-Limburg. Respondenten verwachten dat studenten niet alleen uit de directe omgeving komen, maar uit een straal van circa 30 tot 50 kilometer, inclusief de grensregio's in Duitsland en België. Deze geografische ligging vergroot het potentiële verzorgingsgebied aanzienlijk en versterkt de haalbaarheid en impact van het initiatief.

De gesprekken laten tot slot zien dat er een sterke inhoudelijke aansluiting is tussen het initiatief en de behoeften van werkgevers, mits de opleiding nadrukkelijk praktijkgericht wordt ingevuld. In de reacties komt een opvallend consistent beeld naar voren van de competenties waar organisaties naar op zoek zijn en de manier waarop deze ontwikkeld zouden moeten worden.

7.2 Specifieke arbeidsmarktbehoefte

Verwachte vacatures per organisatie:

Naam organisatie	Verwachte vacatures in de komende 3 tot 5 jaar
[REDACTED]	Circa 10-15 junior leidinggevenden in de komende 5 jaar
[REDACTED]	40 tot 60 nieuwe leidinggevende functies in de komende 5 jaar
[REDACTED]	1 a 2 kandidaten per jaar in de komende 5 jaar
[REDACTED]	Circa 25 nieuwe managementfuncties in de komende 5 jaar
[REDACTED]	15 tot 20 vacatures in de komende 5 jaar
[REDACTED]	Toenemende krapte door verloop; behoefte aan een stabiele instroom van leidinggevenden (niet nader gekwantificeerd)
[REDACTED]	Circa 200 managementfuncties in de komende 5 jaar
[REDACTED]	Circa 10 nieuwe managementkrachten in komende 5 jaar
[REDACTED]	2 management posities in de komende 3 tot 5 jaar
[REDACTED]	1 tot 2 vacatures per filiaal voor medewerkersfuncties en 9 tot 18 vacatures per jaar voor de functie shiftleider en manager

(Bron: Steunverklaringen zie bijlage IV)

Strategische arbeidsmarktpartners:

Naam organisatie	Verwachte vacatures in de komende 3 tot 5 jaar
[REDACTED]	Tientallen vacatures (momenteel)
[REDACTED]	Honderden nieuwe arbeidsplaatsen op middellange termijn
[REDACTED]	Structurele vraag naar tientallen praktisch hoger opgeleide professionals per jaar

(Bron: Steunverklaringen zie bijlage IV)

Enquête

Aanvullend op de interviews met het werkveld is een enquête uitgezet onder organisaties in de regio. Hier zijn ruim 200 organisaties voor benaderd via e-mail en LinkedIn. De complete uitkomsten van de enquête worden als bijlage (Bijlage V) separaat meegestuurd.

De enquête laat zien dat er duidelijke, maar gedifferentieerde behoefte bestaat aan hbo-opgeleide professionals in commercieel management in de regio. Een aanzienlijk deel van de organisaties heeft momenteel vacatures of verwacht de komende vijf jaar nieuwe medewerkers aan te nemen op dit niveau. Deze vraag wordt deels gedreven door groei, maar voor een belangrijk deel ook door vervanging van vertrekkend personeel. Daarnaast geven veel organisaties aan structureel stageplaatsen te kunnen bieden, wat wijst op concrete mogelijkheden om studenten in de praktijk te laten instromen. Tegelijkertijd is het beeld over de beschikbaarheid van geschikt personeel gemengd. Een deel van de werkgevers ervaart het vinden van gekwalificeerd hbo-personeel als moeilijk tot zeer moeilijk, terwijl anderen dit als neutraal of relatief eenvoudig beoordelen. Dit verschil hangt samen met sector, omvang en type functie, maar bevestigt dat in delen van de markt sprake is van schaarste.

Werkgevers schetsen een consistent profiel van de gewenste afgestudeerde: een commercieel en communicatief sterke professional die proactief, zelfstandig en kritisch kan handelen en veranderingen weet te realiseren. Digitale en datagedreven vaardigheden zijn ondersteunend aan deze bredere competenties. Het voorgestelde opleidingsprofiel sluit volgens vrijwel alle respondenten goed aan op deze behoefte. Hoewel het bestaande opleidingsaanbod inhoudelijk als passend wordt gezien, wordt de geografische bereikbaarheid als onvoldoende ervaren. Dit onderstreept de meerwaarde van een opleidingslocatie in Roermond.

De bereidheid om te investeren in ontwikkeling van eigen medewerkers via deze Ad-opleiding is wisselend. Een deel van de organisaties ziet kansen om mbo-4 medewerkers door te laten groeien, maar vaak gaat het om kleine aantallen. Belemmeringen liggen vooral in het ontbreken van geschikte kandidaten, de praktische toepasbaarheid en de balans tussen werken en leren.

Uit de enquête is gebleken dat het draagvlak voor een nevenvestiging in Roermond overwegend positief wordt bevonden. Veel werkgevers zien duidelijke meerwaarde in termen van regionale talentontwikkeling, betere aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt en het behoud van jonge professionals voor de regio. Tegelijkertijd plaatst een kleinere groep kanttekeningen, bijvoorbeeld vanwege de beperkte afstand tot Sittard of twijfel of beide locaties niet in dezelfde vijver vissen. Door de profilering van Ad opleiding in Roermond zal deze zich echter wel onderscheiden van de andere opleiding en tevens zeer goed aansluiten op de specifieke behoefte in de regio Roermond vanwege de ligging van het outlet center. Verder blijkt dat er geen sprake is van kannibalisatie. Uit de instroomcijfers van Zuyd zien we dat er zeer weinig studenten vanuit Midden-Limburg naar Sittard komen voor het (ver)volgen van een opleiding op niveau 5 of 6.

Verwachte vacatures en eventueel bijscholing per organisatie:

Organisatie	Plaats	Sector	Vacatures komende 5 jaar (fte)	Evt. bijscholing mdw.
[REDACTED]	Roermond	Bouw sector	3	-
[REDACTED]	Sittard	Industriële dienstverlening	5	-
[REDACTED]	Elsloo	Leasemaatschappij mobiliteit	2	-
[REDACTED]	Roermond	Retail	0,5	-
[REDACTED]	Roermond	Consumentenelektronica	6	6
[REDACTED]	Roermond	Welzijn	2	-
[REDACTED]	Roermond	Sport	3	3
[REDACTED]	Roermond	Marketing en Communicatie	2	-
[REDACTED]	Roermond	Redame en marketing	2	1
[REDACTED]	Roermond	Vitaliteitsmarkt, evenementen, bedrijfssport	-	1
[REDACTED]	's-Hertogenbosch	Non-profit	1	-
[REDACTED]	Roermond	Uitzendbranche	-	-
[REDACTED]	Sittard	Bouw	-	-
[REDACTED]	Roermond	Zakelijke dienstverlening-business consultancy	0-1	-

Organisatie	Plaats	Sector	Vacatures komende 5 jaar (fte)	Evt. bijscholing mdw.
[REDACTED]				
[REDACTED]	Roermond	Catering en events	3	-
[REDACTED]	Roermond	Marketing	10	-
[REDACTED]	Roermond	Industrie	1	-
[REDACTED]	Roggel	Groothandel en detailhandel	2	1
[REDACTED]	Roermond	Metaal & techniek	1	-
[REDACTED]	Nederweert	Zakelijke dienstverlening, Automatisering, Softwareontwikkeling	1-2	-
[REDACTED]	Reuver	Sociale woningen / woningcorporatie	1	-
			Circa 45	Circa 12

* Een – betekent dat de organisatie geen zicht heeft op vacatures komende jaren of hier geen kwantificering aan kan geven op dit moment.

(Bron: Enquête zie bijlage V)

7.3 Conclusie arbeidsmarktbehoefte

Werkgevers in Midden-Limburgschetsen een eensluidend profiel van de vaardigheden die zij verwachten van aankomende professionals. Centraal staat mensgericht leiderschap: het vermogen om medewerkers te motiveren, te begeleiden en effectief aan te sturen. Daarbij horen sterke communicatieve vaardigheden, met name als het gaat om gespreksvoering in uiteenlopende situaties, van coaching tot het voeren van lastige gesprekken. Daarnaast is er veel aandacht voor verandervermogen en flexibiliteit, gezien de dynamiek van sectoren zoals retail en hospitality. Ook commercieel inzicht en probleemoplossend vermogen worden als essentieel gezien, net als een duidelijke hands-on mentaliteit waarbij leidinggevendend daadwerkelijk meewerken in de operatie. Aanvullend noemen werkgevers het belang van HR-kennis en het professioneel omgaan met personeel, inclusief het effectief samenwerken met verschillende generaties, en in het bijzonder Gen Z. Digitale vaardigheden worden eveneens genoemd, al spelen deze een ondersteunende rol en staan ze minder centraal dan de eerdergenoemde competenties.

De voorgestelde opleidingsrichting wordt overwegend positief beoordeeld en sluit volgens respondenten goed aan bij functies en werkomgevingen in retailmanagement, hospitality en operationele teamleiding. Werkgevers herkennen in het profiel direct de rollen waar zij moeite hebben om geschikte mensen voor te vinden. Met name de grote behoefte aan assistent-managers, keyholders en storemanagers wordt nadrukkelijk benoemd. In die zin voorziet de opleiding duidelijk in een concrete en actuele vraag vanuit de arbeidsmarkt.

Concluderend laat de enquête zien dat er een reële en onderbouwde arbeidsmarktbehoefte bestaat aan Ad-opgeleide commercieel professionals in de regio Roermond, met concrete kansen voor instroom, stages en regionale binding. Het succes van de opleiding zal daarbij sterk afhangen van de praktijkgerichtheid en de mate waarin deze aansluit op de directe behoeften van werkgevers.

8. Noodzaak tot start nieuwe opleiding

De beoogde ontwikkeling kan niet binnen het bestaande opleidingsaanbod worden gerealiseerd. De noodzaak voor een nevenvestiging van het profiel *Leidinggeven* binnen de Associate degree Commercieel Management in Roermond vloeit voort uit de combinatie van een specifieke regionale arbeidsmarktbehoefte, de samenwerking met [REDACTED] en het bereiken van een nieuwe doelgroep in Midden-Limburg. Een curriculumwijziging of nieuwe afstudeerrichting binnen de bestaande vestiging in Sittard biedt hiervoor onvoldoende mogelijkheden, omdat juist de regionale inbedding en de fysieke nabijheid van onderwijs, werkveld en mbo-doorstroom bepalend zijn voor het beoogde opleidingsconcept.

De keuze voor Roermond is hierbij zeer logisch, gezien de concentratie van economische activiteiten in onder meer retail, fashion en hospitality en de daaruit voortvloeiende vraag naar professionals in dit kader. Deze regionale dynamiek en het bijbehorende studentenbereik verschillen wezenlijk van Zuid-Limburg, waardoor inpassing binnen het bestaande aanbod daar niet passend is. De nevenvestiging vormt daarmee een gerichte en noodzakelijke aanvulling op het huidige opleidingsaanbod. Uit de afstemming met andere bekostigde instellingen is bovendien gebleken dat deze ontwikkeling niet binnen hun bestaande opleidingsaanbod wordt gerealiseerd.

Waarom deze ontwikkeling niet binnen het bestaande opleidingsaanbod kan worden gerealiseerd

Bij de voorbereiding van deze aanvraag is nadrukkelijk onderzocht of de beoogde ontwikkeling kon worden gerealiseerd binnen het bestaande onderwijsaanbod van Zuyd Hogeschool, bijvoorbeeld door middel van een afstudeerrichting, een curriculumwijziging of een beperkte profilering van de bestaande opleiding in Sittard. Daarbij is ook verkend of samenwerking met bestaande opleidingen of het aanbieden van onderdelen vanuit Sittard naar Roermond een passend alternatief zou kunnen vormen.

Uit deze verkenningen is gebleken dat deze alternatieven onvoldoende aansluiten bij de doelstelling van deze ontwikkeling. De regionale behoefte betreft namelijk niet uitsluitend een inhoudelijke accentverschuiving binnen het curriculum, maar vraagt om een duurzaam regionaal ingebedde onderwijsvoorziening. De meerwaarde van het initiatief wordt juist gevormd door de fysieke aanwezigheid van het hbo-onderwijs in Roermond, de structurele samenwerking met Gilde Opleidingen, de nauwe verbinding met het regionale werkgeversnetwerk en het kunnen organiseren van praktijkleren binnen de economische context van Midden-Limburg.

Een curriculumwijziging of nieuw afstudeerprofiel binnen de bestaande vestiging in Sittard zou deze regionale infrastructuur niet realiseren. Studenten uit Midden-Limburg blijven dan aangewezen op een opleiding buiten hun eigen regio, terwijl juist uit de analyses blijkt dat nabijheid een belangrijke factor is voor doorstroom vanuit het mbo, het voorkomen van weglek en het behouden van talent voor de regionale arbeidsmarkt. De kern van deze aanvraag is daarom niet primair een inhoudelijke onderwijsvernieuwing, maar het realiseren van een nieuwe regionale onderwijsvoorziening waarin onderwijs, arbeidsmarkt en doorlopende leerlijnen structureel met elkaar worden verbonden.

De afgelopen periode zijn hiervoor betekenisvolle inspanningen geleverd. Samen met [REDACTED] is onderzocht hoe de aansluiting tussen mbo en hbo verder kan worden versterkt. Daarbij zijn reeds gezamenlijke activiteiten georganiseerd, waaronder gezamenlijke praktijkprojecten, hackathons, gastcolleges en masterclasses. Tevens is onderzocht hoe bestaande onderwijsactiviteiten vanuit Sittard zouden kunnen bijdragen aan de regionale behoefte. Uit deze samenwerking is echter

juist gebleken dat de gewenste intensiteit van samenwerking alleen haalbaar is wanneer het onderwijs daadwerkelijk in Roermond wordt verzorgd en studenten, docenten en werkgevers elkaar structureel ontmoeten binnen één regionale leeromgeving.

Ook is nadrukkelijk gekeken naar de mogelijkheden binnen het bestaande opleidingsaanbod van andere instellingen. Daarbij is geconstateerd dat verwante opleidingen weliswaar beschikbaar zijn in onder meer Sittard, Eindhoven, Breda en Arnhem, maar dat deze instellingen een ander verzorgingsgebied bedienen en niet zijn ingebed in de onderwijs- en arbeidsmarktstructuur van Midden-Limburg. Zij beschikken niet over de regionale samenwerking met [REDACTED], richten zich niet specifiek op de economische context van Roermond en voorzien evenmin in de behoefte aan een lokaal hbo-aanbod dat de doorlopende leerlijn voor mbo-studenten in deze regio versterkt. Dit wordt bevestigd door de gevoerde afstemming met de betrokken hogescholen, waarbij geen bezwaren tegen deze aanvraag zijn geuit en het initiatief juist wordt gezien als een logische aanvulling op het bestaande landelijke aanbod.

De gevraagde ontwikkeling kan daarom niet worden gerealiseerd door een beperkte aanpassing van bestaand onderwijs of door gebruik te maken van het bestaande aanbod elders. De maatschappelijke meerwaarde ontstaat juist door de combinatie van een bestaand, geaccrediteerd onderwijsprogramma met een nieuwe regionale vestiging waarin onderwijs, arbeidsmarkt, talentbehoud en economische ontwikkeling duurzaam met elkaar worden verbonden.

Roermond als uitgesproken werkstad en handelscentrum

Het rapport 'Detailhandelsbeleid Roermond 2025–2030'⁴ en andere aanvullende regionale beleidsdocumenten geeft een strategische analyse van de economische ontwikkelingen in Roermond en omgeving. Roermond positioneert zich hierin nadrukkelijk als bovenregionale en internationale koopstad met als focusgebieden retail, fashion, toerisme en hospitality. Om die ambitie waar te kunnen maken is er ook aandacht voor innovatieve ontwikkelingen op het gebied van duurzaamheid en digitalisering om zo Roermond toekomstbestendig te kunnen maken en houden.

Per 1.000 inwoners telt Roermond 683 banen, ruim 25% meer dan het Nederlands gemiddelde en ruim een derde meer dan Limburg als geheel⁵. Roermond is een uitgesproken werkstad. De handelssector is (na zorg) een van de grootste regionale specialisaties (18% aandeel banen).

Data ready zijn geen keuze maar randvoorwaarde voor toekomstbestendigheid

Het gedrag van de consument wordt steeds dualer en daardoor meer onnavolgbaar. Met name voor een stad als Roermond (en in breder perspectief Midden-Limburg), waar de concentratie Business-2-Consumer activiteiten bovengemiddeld is, betekent het dat data mogelijk nog belangrijker zijn. Het maken van keuzes kan niet gebaseerd worden op het klantgedrag van de consument, de leidinggevende zal keuzes moeten kunnen maken op basis van inzichten die verkregen worden door het hebben van data en de juiste interpretatie ervan.

Om binnen retail, fashion, hospitality en events toekomstbestendig te kunnen zijn, worden of blijven speelt digitalisering, en dan met name data-analyse en diens mogelijkheden een cruciale rol. Diverse experts, zoals [REDACTED], benadrukken dat die retailers die de kracht van datagestuurde inzichten benutten, hun concurrentievoordeel niet alleen behouden maar ook een plek zullen hebben in de wereld van morgen. Geavanceerde data-analyses en platformtechnologieën veranderen nu al de manier waarop retailers aan hun klantrelaties werken. [REDACTED] stelt in maart 2025 dat digitalisering een kernvaardigheid geworden waarbij

⁴ <https://lokaleregelgeving.overheid.nl/CVDR746126/1>

⁵ [REDACTED] banen per 1.00 inwoners (BRP 1-1-2026)

digitale geletterdheid, kennis van AI, data-analyse, klantprofilering en merkbeleving met name de boventoon voeren. 'Data ready' zijn is niet langer een keuze maar is randvoorwaardelijk voor de toekomst. De impact van data en het gebruiken van data om beter te kunnen sturen, beperkt zich niet alleen tot retail.

Duurzaamheid als bindmiddel

Het hebben van een duurzame relatie met medewerkers is, gelet op de uitdagende arbeidsmarkt, een belangrijke voorwaarde voor de continuïteit van een bedrijf. De focus ligt voor het profiel Leidinggeven op het inzetten van de juiste instrumentaria om de medewerkers goed te kunnen aansturen en motiveren. Het toepassen van de leiderschapstijl passend bij de gevraagde situatie, het voeren van diverse soorten gesprekken en het om kunnen gaan met de verschillende generaties op de werkvloer vormen de kern van het begrip duurzaamheid. Daarnaast wordt duurzaamheid in toenemende mate gezien als een onderscheidend vermogen ten opzichte van concurrentie. Binnen de opleiding wordt hier aandacht aan besteed hoe bedrijven dit (nog) beter kunnen realiseren binnen de bestaande bedrijfsstrategie.

Werkveld behoefte aan kwalitatieve professionals als leidinggevend

Op basis van de gesprekken met het werkveld ontstaat sterk het beeld dat zij staan te springen om kwalitatieve professionals op leidinggevende functies. Het inhoudelijke profiel van de opleiding sluit goed aan op de behoefte van de arbeidsmarkt. Omdat dit type vacatures een hoge doorstroom kent is die behoefte ook blijvend aanwezig.

Ad sluit aan op doorlopende leerlijnen

De aansluiting op de behoefte van het werkveld maakt niet alleen de relevantie van de opleiding evident maar laat ook de Mbo-student kennis maken met de Ad-opleiding Commercieel Management. Die kennismaking geeft inzicht in de mogelijkheid om verder door te studeren op niveau 5 en, als stip op de horizon, inzicht in de regeling van volledige verwantschap tussen de Ad-opleiding Commercieel Management en de Ba-opleiding Commerciële Economie. Deze afspraak is gemaakt en vastgelegd in het nieuwe landelijke opleidingsprofiel van alle CE-opleidingen in Nederland. Ter illustratie: Op een gemiddelde instroom van 74 studenten (van de afgelopen drie studie jaren) stroomt 11-12% van de Ad-studenten Commercieel Management door naar niveau 6.

Opvullen van de geografische 'witte vlek' in het onderwijsaanbod

Zuyd Hogeschool is bij uitstek de partij om de geografische 'witte vlek' in het hbo-onderwijsaanbod in Midden-Limburg, en specifiek in Roermond, op te vullen. Momenteel wordt de Associate degree Commercieel Management (Ad CM) aangeboden in Sittard, maar door deze opleiding ook in Roermond te positioneren, opent Zuyd een nieuw en onbenut voedingsgebied in de regio.

Het ontbreken van een hbo-aanbod in Midden-Limburg leidt er nu toe dat veel potentiële studenten uitwijken naar steden als Eindhoven. Deze beweging is vaak eenrichtingsverkeer: studenten vertrekken en keren vervolgens nauwelijks terug naar de regio. Hierdoor verliest Midden-Limburg structureel jong talent, terwijl juist deze regio – met een groeiende handel en industrie – behoefte heeft aan goed opgeleide professionals om de economische ontwikkeling te ondersteunen.

Door het aanbod in Roermond uit te breiden, draagt Zuyd Hogeschool actief bij aan het herstellen van deze disbalans. Het lokaal aanbieden van de Ad CM zorgt voor talentbehoud, versterkt de regionale arbeidsmarkt en voorkomt dat economische groei stagneert door een gebrek aan gekwalificeerde instroom. Daarmee levert Zuyd niet alleen een onderwijsbijdrage, maar ook directe maatschappelijke en economische meerwaarde.

Verwante onderwijs- en samenwerkingspartners onderschrijven deze strategische rol van Zuyd Hogeschool. Zij zien Zuyd als de logische en meest geschikte partij om dit hiaat in het onderwijslandschap op te vullen, juist vanwege de sterke regionale verankering en het vermogen om onderwijs en arbeidsmarkt effectief met elkaar te verbinden.

Onderscheidend profiel: digitalisering en duurzaamheid

Daarnaast onderscheidt de academie Commerciële Economie van Zuyd Hogeschool zich nadrukkelijk op de thema's digitalisering en duurzaamheid. Deze twee speerpunten zijn cruciaal binnen het hedendaagse business-to-business (b2b) domein. Digitalisering is essentieel voor het maken van datagedreven keuzes en het optimaliseren van commerciële processen, terwijl duurzaamheid een steeds belangrijkere rol speelt in klant- en ketenrelaties.

Consumenten en zakelijke partners verlangen in toenemende mate transparantie over de herkomst van producten, productieprocessen en de maatschappelijke impact van organisaties. Bedrijven die hierop inspelen, hebben een duidelijke voorsprong. Zuyd speelt hierop in door studenten niet alleen commerciële vaardigheden bij te brengen, maar hen ook te leren hoe zij duurzame en toekomstgerichte keuzes kunnen maken.

Met deze inhoudelijke profilering positioneert Zuyd Hogeschool zich onderscheidend ten opzichte van andere instellingen en levert het onderwijs dat direct aansluit bij de behoeften van zowel de regionale economie als de bredere maatschappelijke ontwikkelingen.

9. Aansluiting instellingsprofiel

Zuyd als verbindend kennispartner

In haar strategie 2024-2028⁶ benoemt Zuyd Hogeschool als strategische ambities onder meer het vernieuwen en versterken van het onderwijsaanbod, het creëren van (eu)regionale onderwijsruimte en het verder ontwikkelen van haar rol als gewaardeerde en verbindende kennisinstelling.

De beoogde nevenvestiging van de Ad Commercieel Management – profiel Leidinggeven – in Roermond sluit rechtstreeks aan op deze ambities. Met deze uitbreiding versterkt Zuyd haar aanwezigheid in Midden-Limburg en vergroot zij de toegankelijkheid van het hoger onderwijs voor studenten in deze regio.

De keuze voor Roermond als nevenvestigingsplaats past bij de rol die Zuyd voor zichzelf ziet als kennispartner die onderwijs, onderzoek en beroepspraktijk met elkaar verbindt. Door de structurele samenwerking met [REDACTED] ontstaat een doorlopende leerlijn van mbo naar hbo, waarbij kennis, expertise en praktijkvraagstukken uit de regio samenkomen. In het bijzonder wordt de expertise van de opleiding Commercieel Management op het gebied van data en data-analyse ingezet om studenten en organisaties beter voor te bereiden op een arbeidsmarkt waarin datagedreven werken steeds belangrijker wordt. Daarmee levert Zuyd niet alleen een bijdrage aan de ontwikkeling van toekomstig leidinggevend talent, maar ook aan de versterking van de regionale kennisinfrastructuur.

De nevenvestiging sluit daarnaast aan bij het bestaande profiel en portfolio van Zuyd. Het betreft geen nieuw opleidingsdomein, maar een regionale uitbreiding van een reeds geaccrediteerde opleiding die voortbouwt op de aanwezige expertise binnen het economische domein van Zuyd. Tegelijkertijd richt de nevenvestiging zich specifiek op de behoeften van Midden-Limburg en op een doelgroep die momenteel in beperktere mate de stap naar het bestaande aanbod in Sittard maakt. Hiermee wordt voorzien in een regionale behoefte zonder dat sprake is van een substantiële overlap met het profiel of verzorgingsgebied van andere instellingen met verwant bekostigd onderwijsaanbod. Zoals tevens blijkt uit het gevoerde afstemmingsoverleg, zijn er geen signalen dat de beoogde nevenvestiging leidt tot ongewenste concurrentie of verdringing van bestaand aanbod.

Op deze wijze draagt de nevenvestiging bij aan de strategische doelstellingen van Zuyd, versterkt zij de positie van de hogeschool als verbindende kennispartner in Midden-Limburg en sluit zij aan bij de regionale behoefte aan toegankelijk hoger onderwijs en toekomstig leidinggevend talent.

⁶ <https://zuydhetbeginmetjou.nl/assets/pdfs/strategie.pdf>, p14, p16, p18.