

Regiovisie House of Hospitality



Publiek-private samenwerking Metropoolregio Amsterdam

Aanvraag Regionaal Investeringsfonds mbo

Amsterdam, 30 januari 2017
Kenmerk RIF 16046



Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
1.1	Afbakening	3
2	Marktanalyse	4
2.1	Metropoolregio Amsterdam: groeiende hospitality hotspot	4
2.2	Hospitality in ontwikkeling	5
2.3	Arbeidsmarkt hospitalitysector	5
2.4	Onderwijssituatie in de Metropoolregio Amsterdam	7
2.5	Macrodoelmatigheid	8
2.6	Trackrecord	8
2.7	Conclusie	9

1 Inleiding

1.1 Afbakening

Voor u ligt de regiovisie van House of Hospitality, een uniek programma op het gebied van horeca, toerisme- en facilitaire opleidingen in de Metropoolregio Amsterdam (MRA). De regiovisie beschrijft de (ontwikkelingen en trends in) toerisme en leisuresector in de regio. De MRA omvat het grondgebied van het noordelijk deel van de Randstad. De MRA strekt zich uit over 32 gemeenten; van IJmuiden tot Lelystad en van Purmerend tot de Haarlemmermeer. Het plan wordt ondersteund door toonaangevende bedrijven in deze sector en de regio. Het plan is opgesteld door ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland in samenwerking met Amsterdam ArenA, Het Amsterdamse Proeflokaal, ISS, Corendon, ANVR, Randstad, Inholland, Hotelschool The Hague, gemeente Amsterdam, Casa400, NH Hotels, Vacansoleil, TUI, Horeca Nederland, I Amsterdam, Vermaat Groep, West Cord Fashion Hotel en Van der Valk Sassenheim.

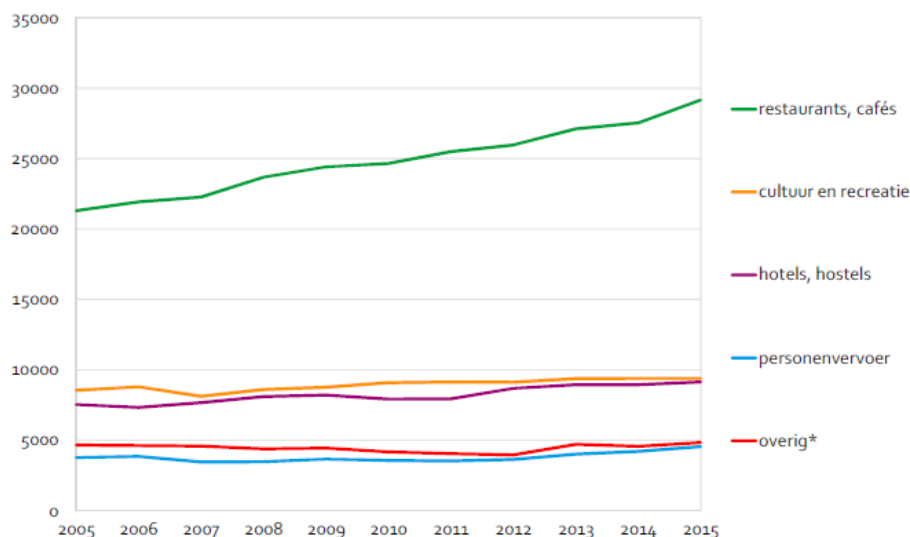
Onder hospitality wordt in dit plan verstaan: *"de mate waarin een gast, bezoeker, reiziger, klant of cliënt zich welkom voelt in een bedrijf en/of omgeving onder invloed van het samenspel tussen de drie belangrijke pijlers die van invloed zijn op deze ervaringen; het product, de omgeving en het gedrag van mensen."* In dit plan omvat de hospitalitysector de sectoren horeca en toerisme inclusief facilitair.

De hospitalitysector is in beweging. In plaats van harde kennis en vaardigheden wordt juist gedrag steeds belangrijker. Bedrijven zijn op zoek naar werknemers die een unieke ervaring kunnen geven aan bezoekers, gasten of klanten. De vraag die bedrijven aan (toekomstige) werknemers stellen verandert hierdoor. De hospitalitysector in de MRA is van groot belang, de regio trekt jaarlijks miljoenen (inter)nationale bezoekers. De verwachtingen zijn dat dit tot 2025 nog gaat verdubbelen tot circa 25 miljoen bezoekers per jaar. De vraag naar goed opgeleid personeel om al deze bezoekers te kunnen helpen groeit daardoor ook enorm. Tekorten op de arbeidsmarkt zijn aan het ontstaan en worden steeds groter in de regio.

2 Marktanalyse

2.1 Metropoolregio Amsterdam: groeiende hospitality hotspot

Hospitality is een belangrijke sector voor de Metropoolregio Amsterdam (MRA). De sector is goed voor circa 10% van de totale werkgelegenheid in de regio en circa 71.500 banen. De werkgelegenheid in de hospitalitysector is met 4,5% gestegen ten opzichte van 2014 en met circa 13% ten opzichte van 2011. Het grootste deel van de banen in de toeristische sector betreft restaurants en cafés. De absolute toename van de werkgelegenheid is in deze branche het sterkst. In procenten was de groei het sterkst bij het personenvervoer. Hotels en andere soorten logiesaccommodaties zijn samen goed voor circa 9.150 banen, zo'n 13% van de totale hospitality sector¹.



Figuur 1: Verdeling en ontwikkeling werkgelegenheid hospitalitysector

De MRA is de grootste trekker van (internationale) bezoekers in Nederland en de verwachting is dat dit blijft groeien. Prognoses laten zien dat de bezoekersstroom in 2025 verdubbelt ten opzichte van de huidige situatie. Dat betekent dat in 2025 meer dan 25 miljoen bezoekers worden verwacht in de MRA. Momenteel vindt 42% van de hotelovernachtingen in Nederland plaats in de MRA, met als zwaartepunt Amsterdam. Het aantal overnachtingen groeit sneller dan in andere delen van Nederland, met respectievelijk 11% tegenover 7%². Daarnaast groeit het aantal overnachtingen via particuliere verhuur, bijvoorbeeld AirBnB, snel. Het aantal bezoekers bestaat naast veel toeristen voor ongeveer de helft uit bezoekers uit Nederland. Niet alleen de hotelovernachtingen en andere soorten logies groeien hard, ook restaurants en personenvervoer profiteren van het groeiend aantal bezoekers. De bezoekers aan de MRA dragen circa 11 miljard euro bij aan het bruto regionaal product van de regio.

Belangrijke spelers in de regio op het gebied van hospitality zijn Schiphol, Amsterdam ArenA, Amsterdam RAI, Lelystad Airport, Passenger Terminal Amsterdam en het grote aantal musea en hotels in de MRA.

Het Amsterdam Economic Board heeft in 2011 de hospitalitysector als een van de kern clusters geïdentificeerd en toegevoegd aan de Kennis en Innovatie Agenda van de MRA³. De nadruk van de ontwikkelde strategie ligt op het vergroten van de economische waarde van dit cluster, met name door een stijging van de bestedingen van de bezoekers.

De grote toename van bezoekersstromen in de MRA vraagt om meer goed gekwalificeerd personeel in de hospitalitysector.

¹ OIS Amsterdam, MRA in Cijfers 2015

² OIS Amsterdam, toerisme in MRA 2014-2015

³ Clusterstrategie KIA, Toerisme en Congressen.

2.2 Hospitality in ontwikkeling

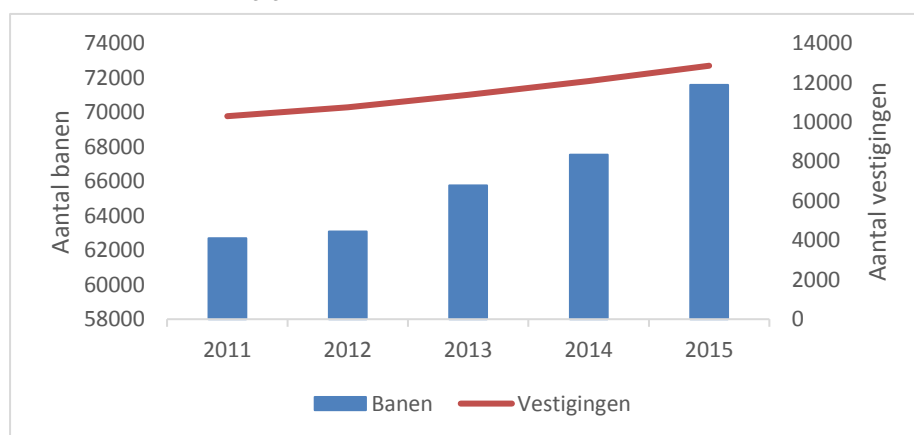
In de branchevisie 2025 schetst de ANVR (brancheorganisatie voor Ondernemers in Reizen) een veranderende consumentenmarkt. Merkentrouw van consumenten is aan het verdwijnen, technologie heeft een grote impact op bestaande businessmodellen en social media geeft de consument meer mogelijkheden. Daarnaast worden steeds hogere eisen gesteld aan de kwaliteit en met name de beleving van het hospitalityproduct. Medewerkers in de hospitality moeten zich onderscheiden via excellente dienstverlening om toegevoegde waarde te blijven houden⁴.

Technologie verandert de sector op diverse manieren. Ten eerste worden laagdrempelige taken steeds meer vervangen door technologie, denk bijvoorbeeld aan selfservice balies bij luchthavens. Daarnaast wordt technologie toegepast om extra beleving te bieden aan consumenten. Beleving is van essentieel belang in de huidige hospitalitysector en speelt in alle branches. De meerderheid van de Nederlandse bevolking geeft aan grotendeels alles te hebben wat zij wenst, waardoor een tendens ontstaat waarbij personen meer geïnteresseerd raken in belevingen (experiences) dan in bezittingen⁵. Als gevolg van de consumentenvraag naar meer beleving zoeken bedrijven naar manieren om hier op in te spelen. Kansen liggen in de integratie van verschillende schakels in de keten⁶. Bedrijven zoals Corendon zijn actief als reisbureau, vliegtuigmaatschappij en hotelgroep om zo de ultieme beleving te kunnen bieden op elk vlak. Dit voorbeeld van integratie van de hospitalityketen laat zien hoe bedrijven meebewegen met de beschreven trends.

Naast de ontwikkelingen die hierboven zijn benoemd heeft de hospitalitysector een imago probleem. De sector wordt gezien als doorstroommarkt en kent veel verloop van werknemers⁷. Het vasthouden van talent en het interesseren van jongeren voor de sector is daarom een essentiële uitdaging voor de sector⁸. Veel functies worden vervuld door studenten of scholieren als bijbaan. Met de huidige ontwikkelingen is er behoefte aan beter geschoold personeel en betere waarborging van de kennis, dus het verminderen van de grote uitstroom.

2.3 Arbeidsmarkt hospitalitysector

De hospitalitysector omvat circa 12.000 bedrijven in de MRA en biedt werkgelegenheid aan circa 71.500 personen. In 2011 was de sector nog goed voor circa 62.700 banen⁹.



Figuur 2: aantal banen en vestigingen hospitalitysector in MRA

Het aantal banen zal blijven stijgen door de verwachte stijging van het aantal bezoekers. De groei van de werkgelegenheid doet zich met name voor in de operationele functies. Hogere managementposities groeien minder hard mee. De reden hiervoor is dat bedrijven zo *lean & mean* mogelijk moeten opereren met minder managementlagen.

⁴ ANVR branchevisie 2025

⁵ ANVR branchevisie 2025

⁶ Rabobank Cijfers en Trends

⁷ Uit ervaringsgegevens van ROC van Amsterdam blijkt dat circa 50% van de studenten gaat werken in de branche nadat zij het diploma hebben ontvangen. Van deze groep is 25% nog werkzaam in de branche na 5 jaar. Na 10 jaar is dit nog 10%.

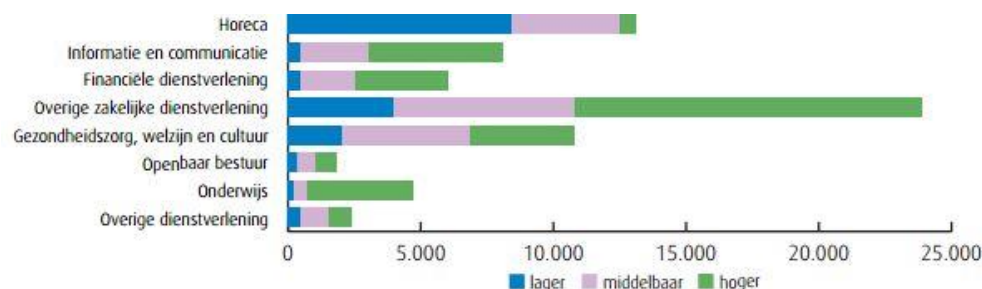
⁸ Strategische agenda MRA – Toerisme en Congressen, 2015

⁹ LISA

Kwantitatieve vraagontwikkeling

De kwantitatieve arbeidsvraag wordt veroorzaakt door de enorme groei van bezoekers aan de MRA. Daarnaast is er meer vraag naar gekwalificeerd personeel in plaats van personeel die als bijbaan in de hospitality werken.

In onderstaand figuur wordt het aantal vacatures in de MRA weergegeven. In de horeca staan circa 14.000 vacatures open, waarvan het grootste deel is gericht op lager niveau, zie **Figuur 3**. Op het gebied van toerisme en facilitair zijn circa 1.900 openstaande vacatures¹⁰. De hospitalitysector is bij uitstek een sector die veel instroom vanuit het mbo kent. ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland leiden momenteel circa 4.000 studenten per jaar op in de hospitality. ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland verwachten dat dit binnen tien jaar moet stijgen naar 10.000 studenten per jaar. Uit data van ROA blijkt dat de uitbreidingsvraag in de hospitalitysector in de MRA hoger is dan gemiddeld¹¹. Met de huidige groei van het aantal banen zijn tekorten aan het ontstaan in de sector. Naast de uitbreidingsvraag heeft de sector te maken met een grote vervangingsvraag doordat de sector beperkt in staat is het personeel lang vast te houden. Veel personeel stroomt uit naar functies in andere sectoren. Dit wordt deels



veroorzaakt door het grote aantal studenten dat in deze sector werkt.

Figuur 3: Aantal vacatures per niveau in MRA, UWV juni 2016

Kwalitatieve vraagontwikkeling

De hospitalitysector is in beweging. Het belang van ketenintegratie wordt steeds duidelijker zichtbaar. Verschillende vormen van hospitality komen steeds vaker voor onder één vlag van een bedrijf. Denk in dat verband aan touroperators die naast een boekingskantoor ook eigen hotels en vliegtuigen hebben. Zij zijn op zoek naar medewerkers die in al deze divisies kunnen werken. Dat vraagt een verbreding van de kennis en vaardigheden van personeel. De vraag uit het bedrijfsleven verschuift hierdoor naar werknemers met het juiste hospitality gedrag: gastvrij, servicegericht en optimale klantfocus. Het belang van soft skills neemt toe: sociaal communicatieve vaardigheden (in meerdere talen), netwerkvaardigheden, ondernemerschap, inlevingsvermogen, samenwerking en aanpassingsvermogen. Daarnaast zijn de bedrijven in de hospitalitysector op zoek naar werknemers met brede kennis van segmenten uit de hele keten. Wanneer werknemers een brede basis hebben kunnen zij vrijwel overal ingezet worden. Bedrijven maken het verschil met gastvrijheid en kunnen hierdoor een unieke ervaring creëren voor hun klanten of bezoekers. Opleidingen daarentegen zijn momenteel gericht op het ontwikkelen van kennis en vaardigheden en het toepassen hiervan in een stage. In House of Hospitality wordt deze keten omgedraaid. Studenten beginnen met het leren van het gevraagde gedrag in de praktijk. Als zij dit beheersen zullen zij bijbehorende vaardigheden leren en ook kennis opdoen over het beroep.

Daarnaast merkt ook de hospitalitysector het toenemende belang van technologie. Technologie heeft grote impact op bestaande businessmodellen in de hospitalitysector. Voorbeelden zijn: incheckbalies bij hotels worden vervangen door self-check in automaten. Hierdoor verandert rol van receptiemedewerker naar gastvrouw. Een ander voorbeeld is het inzetten van sensoren om te bepalen waar aandacht nodig is, bijvoorbeeld voor housekeeping of bediening. Taken worden geautomatiseerd en de invloed van social media neemt enorm toe. (Toekomstige) werknemers moeten hiermee kunnen werken. Technologische innovatie vindt in een steeds hoger tempo plaats. Hierdoor moeten (toekomstige) werknemers hun adaptief vermogen en kennis van technologie continu moeten blijven ontwikkelen. In onderstaande tabel wordt de kwalitatieve vraag goed duidelijk. Onderwijs is momenteel gericht op de aspecten die zijn beschreven in de eerste kolom (IST). De arbeidsmarkt vraagt om een verandering van deze aspecten. In de tweede kolom (SOLL) wordt deze verandering voor het onderwijs beschreven.

¹⁰ CBS, Statline

¹¹ ROA, De arbeidsmarkt naar opleiding en beroep tot 2020

IST (2017)	SOLL (2020)
1. Focus op kennis en vaardigheden	1. Focus op gedrag
2. Tech savyness van docenten & praktijk onder de maat	2. Tech savyness is key
3. Vaak "one size fits all" aanpak	3. Maatwerk & flexibiliteit
4. Onderwijs in schoolgebouw	4. Gepersonaliseerd leren in de praktijk
5. Interne focus docententeams	5. Interne & externe focus docententeams
6. Docent als vakdocent	6. Docent als pedagoog & didacticus

Tabel 1: Verandering in onderwijs hospitality¹²

2.4 Onderwijssituatie in de Metropoolregio Amsterdam

In de MRA is onderwijs aanwezig op verschillende niveaus op het gebied van hospitality. Verschillende ROC's en hbo-scholen bieden opleidingen aan. Op mbo-niveau zijn dat ROC van Amsterdam, ROC van Flevoland, Nova College, Regio College en ROC TOP. Op hbo-niveau zijn dat Inholland en The Hague Hotelschool. ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland verzorgen samen bijna 35% van de opleidingen in deze sector in het verzorgingsgebied van de samenwerkingspartners, waarbij ROC van Amsterdam de grootste partij is. Ook landelijk gezien is ROC van Amsterdam een van de grootste opleiders in deze sector. In de regio bieden de samenwerkingspartners (ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland) onderwijs aan ruim 4.000 studenten in de hospitalitysector. Het project stelt zich ten doel om dit aantal in de projectperiode met 1.000 te verhogen om de kwantitatieve vraag te .

De opleidingen in de richtingen Horeca, Toerisme en Facilitair vallen volgens de visie van het House of Hospitality onder dezelfde sector en worden in dit project meegenomen. Het doel van het project is om deze verschillende richtingen aan elkaar te verbinden om de studenten optimaal voor te bereiden op wat in het bedrijfsleven van hen wordt verwacht. Het opleidingsprogramma gaat uit van het leren in de praktijk door middel van het verplaatsen van de schoolomgeving naar het bedrijfsleven. Hierdoor leren studenten in eerste instantie het gedrag dat van ze wordt verwacht (gastvrijheid) en leren ze daarna en tegelijkertijd de kennis en vaardigheden die dit per sector vraagt. Studenten worden hierdoor in diverse branches binnen het brede veld van hospitality inzetbaar.

Opleiding	Crebo	Niveau	Aantal studenten
Travel, Leisure & Hospitality	23134		
Leidinggevende leisure & hospitality	25351	BOL 4	221
Leidinggevende travel & hospitality	25352	BOL 4	528
Zelfstandig medewerker leisure & hospitality	25353	BOL 3	76
Zelfstandig medewerker travel & hospitality	25354	BOL 3	393
Bediening	23081		
Gastheer/-vrouw	25168	BOL 2	166
Gastronoom/sommelier	25169	BOL 4	7
Leidinggevende bediening	25170	BOL 4	0
Zelfstandig werkend gastheer/-vrouw	25171	BOL 3	86
Keuken	23085		
Gespecialiseerd kok	25179	BOL 4	41
Kok	25180	BOL 2	254
Leidinggevende keuken	25181	BOL 4	0
Zelfstandig werkend kok	25182	BOL 3	327
Facilitair leidinggeven	23083		
Facilitair leidinggevende	25175	BOL 4	350
Ondernemer horeca/bakkerij	23087	BOL 4	297
Manager/ondernemer horeca	25184	BOL 4	582
Meewerkend horeca ondernemer	25185	BOL 4	101
Dienstverlening	23189		
Medewerker facilitaire dienstverlening	25499	BOL 2	408

Tabel 2: Betrokken opleidingen (oktobertelling 2016) bij House of Hospitality ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland

¹² Branchevisie ANVR, Travel Tomorrow

2.5 Macrodoelmatigheid

Instelling	Aantal studenten	Instelling	Aantal studenten
ROC van Amsterdam	3789	Deltion College	1145
ROC van Flevoland	239	Friese Poort	529
Nova College	514	Horizon College	779
Regiocollege	255	Landstede	659
ROC TOP	237	ROC Leiden	964
ROC Midden Nederland	1301	MBO Amersfoort	1160
MBO Utrecht	170		
		Totaal	11741

Tabel 3: Aantal studenten per instelling in hospitalitysector

In bovenstaande tabel is het aantal studenten in de hospitalitysector per onderwijsinstelling in de MRA en aan de randen van het verzorgingsgebied van de samenwerkingspartners weergegeven. ROC van Amsterdam en ROC van Flevoland leiden meer dan een derde van de studenten op in de hospitalitysector in de regio.

De ontwikkeling van House of Hospitality is op diverse niveaus besproken. In landelijk verband met de MBO Raad (bedrijfstakinggroepen), in het regionaal verband met KHN Amsterdam, bij de regionale RIF-bijeenkomsten van de provincie Noord-Holland en in bilaterale gesprekken met mbo en hbo-instellingen. De plannen voor House of Hospitality zijn afgestemd met andere ROC's in de regio. Met het samenwerkingsverband Centre of Expertise Leisure, Travel & Hospitality (CELTH) in Breda zijn goede relaties opgebouwd. Het doel is dat meerdere mbo-instellingen in de regio (Nova College, ROC TOP en Regio College) zich gedurende het project aansluiten bij House of Hospitality. Met de huidige onderwijspartners in de startfase wordt ongeveer 75% van alle huidige studenten op (v)mbo en hbo-niveau binnen hospitality gerelateerde opleidingen in de metropoolregio Amsterdam bereikt. Ook is afgestemd met ROC Mondriaan omdat zij een proctoraat op het gebied van hospitality exploiteren. Met hen zijn afspraken gemaakt over onder andere kennisuitwisseling, best practices en onderzoeksresultaten. ROC Mondriaan wordt nauw betrokken bij de brede ontwikkeling van het House of Hospitality.

2.6 Trackrecord

Binnen de Metropoolregio Amsterdam, en specifiek in Amsterdam, zijn ook andere initiatieven ondernomen ten aanzien van de brede hospitality sector, zoals Sectorplan Hospitality Amsterdam. Dit plan richt zich op mensen die een afstand hebben tot werk en/of leren, een uitkering hebben, een beperking hebben, te maken hebben (gehad) met het failliet gaan van bedrijven, vluchtelingen en mensen met statushouderschap. In diverse kleinschalige samenwerkingsverbanden met bedrijven uit de hospitality sector worden hiervoor oplossingen gezocht in de vorm van training, opleiding, werkervaringsplaatsen en (tijdelijk) werk. De partijen in dit sectorplan werken samen met House of Hospitality op diverse gebieden, zoals bevorderen van instroom, gesprekken met werkgevers. Het is de ambitie om deze twee projecten op termijn te integreren.

Daarnaast vindt in Amsterdam overleg plaats in de horecasector. KHN-Amsterdam en de verschillende beroepsopleiders in Amsterdam ondernemen actie om hospitalityonderwijs te bevorderen. De activiteiten die in dit overleg worden uitgevoerd, worden grotendeels bij House of Hospitality ondergebracht.

Binnen de MRA zijn eerder diverse initiatieven opgezet om de hospitalitysector aan te jagen. Zo zijn in het verleden het 'Masterplan Toerisme' (2000), 'Toeristisch Actieplan Regio Amsterdam' (2007), 'Toeristisch Actieplan Metropoolregio Amsterdam' (2008), 'Amsterdam Bezoeken, Holland Zien' (2009) en de 'Werkgroep Toerisme in de MRA' (2009) opgezet¹³. Deze plannen richtten zich voornamelijk op het vergroten van de hospitalitysector in de MRA. Aan de hand van deze plannen is grote vooruitgang geboekt met het op de kaart zetten van deze sector. De hospitalitysector vraagt nu om gerichte acties om de enorme bezoekersstromen te kunnen bedienen. Door nauwe samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven in House of Hospitality wordt de kwaliteit van (toekomstige) werknemers vergroot en het tekort aan personeel verkleind.

¹³ Strategische agenda MRA – Toerisme en Congressen, 2015

2.7 Conclusie

De hospitalitysector heeft behoefte aan meer (kwantitatieve vraag) en beter opgeleide (kwalitatieve vraag) studenten en werknemers. De huidige manier van opleiden voldoet niet meer aan deze behoefte van de sector. Bedrijven hebben behoefte aan medewerkers met andere vaardigheden, kennis en vooral hospitality gedrag. Deze vaardigheden en gedrag kunnen studenten maar beperkt op school leren. Vernieuwing van het onderwijs is nodig zodat studenten in de praktijk deze vaardigheden kunnen opdoen. House of Hospitality realiseert deze nieuwe vorm van onderwijs. Ook de instroom in de opleidingen en uitstroom naar de hospitality sector moet worden vergroot. Meer studenten (onder andere vanuit andere doelgroepen) moeten enthousiast gemaakt worden om in de hospitality sector te komen werken. Ook moet gewerkt worden aan (imago)verbetering van de hospitalitysector als werkgever. House of Hospitality zet hier met een gericht programma stevig op in.