



NHTV flexibiliseert Academie voor Toerisme

Verbinding met werkveld wordt sterker

INTERVIEW MET DIRECTEUR JOS VAN DER STERREN

NHTV FLEXIBILISEERT
ACADEMIE VOOR TOERISME



VERBINDING MET WERKVELD WORDT STERKER

In september 2016 starten de eerste studenten van de Academie voor Toerisme van NHTV in een vernieuwd curriculum van Management toerisme. De opleiding gaat nog meer aandacht besteden aan e-business en wordt flexibeler ingericht. Hierdoor kan beter worden ingespeeld op actuele ontwikkelingen in de sector en wordt de verbinding met het werkveld hechter. Studenten kunnen nog meer dan nu met real-live cases aan de slag gaan en er wordt sterk ingezet op digitale competenties. NHTV wil de flexibele professionals voor de toekomstige arbeidsmarkt blijven afleveren, die in staat zijn de vertaalslag tussen techniek en economische bedrijvigheid te maken. Directeur van de academie, Jos van der Sterren in een openhartig interview over de achtergronden van de verandering.

Wat was de aanleiding voor deze grote verandering?

"Door digitalisering is de snelheid van verandering in het internationale toeristisch bedrijfsleven zo toegenomen dat studenten andere competenties moeten verwerven, die hen in staat stellen om met die dynamiek om te gaan. We hebben naar ons competentieprofiel en curriculum gekeken en zijn tot de conclusie gekomen dat we ons portfolio moeten aanpassen om als academie toekomstbestendig te zijn en de beste professionals voor de toekomst te kunnen blijven opleiden."

"Door digitalisering is de snelheid van verandering in het internationale toeristisch bedrijfsleven zo toegenomen dat studenten andere competenties moeten verwerven."

Wat verandert er precies in de opleiding?

"We proberen binnen onze academie tegelijkertijd drie doelstellingen te bereiken. Allereerst gaan we meer aandacht besteden aan de technologische ontwikkelingen in onze sector die elkaar snel opvolgen. In het eerste en tweede jaar worden modules ingebouwd die we deels in samenwerking met het internationale bedrijfsleven ontwikkelen. De studenten leren dan de nieuwe realiteit van onze sector kennen, via real-live cases en zogenaamde labs. We stellen hen in staat de creativiteit, weerbaarheid en flexibiliteit te ontwikkelen die ze straks nodig hebben als professional.

De tweede doelstelling is flexibilisering. De nieuwe opleiding stelt studenten in staat om hun opleiding meer gepersonaliseerd in te richten. We bouwen het curriculum op in de vorm van modules, waaruit studenten met name in de laatste twee jaar kunnen kiezen. Ze kunnen dan hun onderwijsprogramma beter laten aansluiten bij hun professionele ambities en de veranderende eisen van de sector.



De laatste doelstelling is vereenvoudiging. We voegen twee vierjarige toeristische bacheloropleidingen samen en anticiperen hiermee op de landelijke strategie om de fragmentering in het hoger economisch onderwijs terug te dringen. Het aantal specialisaties wordt teruggebracht, mede ook omdat in onze sector de grenzen tussen verschillende bedrijfskolommen vervagen.”

Hoe brengen jullie studenten meer in contact met de praktijk?

“Laat ik vooropstellen dat onze studenten op dit moment gedurende de opleiding al regelmatig in contact met het bedrijfsleven komen. Ze gaan in het eerste of tweede jaar op studiereis, hebben een half jaar stage en kunnen afstuderen in opdracht van het bedrijfsleven. Ook worden bedrijven bezocht of worden cases behandeld die intern zijn ontwikkeld. Dat werkt op zich prima en wordt erg gewaardeerd door zowel studenten als het bedrijfsleven. Toch kunnen we de relatie met het werkveld verdiepen en meer real-life en vraaggestuurd werken, daarbij aansluitend bij innovaties. Op een aantal terreinen pakken we daarom relaties met de sector meer strategisch op, bijvoorbeeld met technologische bedrijven zoals Amadeus en online bookingplatforms. Het interessante van dergelijke bedrijven is dat ze globaal opereren en steeds nieuwe technologische oplossingen voor reizigers ontwikkelen. Voor hen zijn onze

studenten als jonge gebruikers en toekomstige toerismeprofessionals interessant: ze kunnen applicaties leren kennen en testen en suggesties geven voor innovaties. De studenten worden geconfronteerd met de snelheid en dynamiek van verandering in onze sector en kunnen de competenties ontwikkelen die ze nodig hebben zoals ondernemersvaardigheden. Verder gaan we nog meer aandacht besteden aan disciplines verbonden met e-commerce, online customer journeys, digitalisering en social media.”

Je had het eerder over zogenaamde labs, wat moet ik me daarbij voorstellen?

“In het Leisure Design Lab bezoeken ieder jaar zo’n 30 studenten in korte ‘scrum’ sessies een aantal recreatie-ondernemers, waarbij ze antwoord geven op hun bedrijfsvragen. Die zijn zeer divers, het kan gaan om het bedenken van duurzame businessmodellen, innovaties voor kostenreductie, optimaliseren van een website of het aantrekken van nieuwe markten. In het tweede lab, het I-tours design lab ontwikkelen studenten digitale rondleidingen in opdracht van bedrijven als IZI-travel. We hebben daarnaast drie leerbedrijven, waarin studenten in een realistische bedrijfsomgeving werken. Allereerst het bedrijf Newways, een leerbedrijf dat studiereizen, congressen en evenementen organiseert. Zij beschikken



over een business travel desk, waar zakenreizen voor medewerkers van NHTV worden geboekt. We doen dit in samenwerking met BCD Travel. Dan is er een online leerbedrijf MIYO- travel, waarin we samenwerken met onder andere KLM, @Leisure, Fletcher Hotels en Vuelandia. In het online marketingplatform Travelnext.nl, dat we samen met Reiswerk hebben ontwikkeld, leren studenten techniek van het bloggen, het optimaliseren van online platforms en de techniek van online communitymanagement. Tenslotte bieden we studenten een leeromgeving in een project waarbij we in samenwerking met de gemeente Breda en de VVV een online boekingsplatform, BookingBrabant.nl, ontwikkelen. Ze werken mee aan het bouwen, onderhouden en analyseren van de content van het platform. De ambitie voor de komende jaren is deze pilots verder door te ontwikkelen, ze nog meer te verbinden met het internationale werkveld en in de eerste jaren en volle breedte van de opleiding te integreren.”

Wat gaat het bedrijfsleven hiervan merken?

“We gaan het bedrijfsleven meer actief vragen ons te gebruiken en onze studenten in te zetten bij hun innovaties. De disruptors van deze wereld, de technologieplatforms, daar willen we meer mee in dialoog. Hoewel we geen technici willen en hoeven opleiden, zie ik dat we elkaar wat kunnen bieden.”

"We gaan het bedrijfsleven meer actief vragen ons te gebruiken en onze studenten in te zetten bij hun innovaties."

Dat is de flexibele invulling aan de kant van het bedrijfsleven. Hoe flexibel kunnen studenten zelf hun leerroute invullen?

“De nieuwe opleiding biedt een student vele opties om zelf een studieroute te kiezen. De propedeuse is voor alle studenten gelijk, waarbij ze met name kunnen kiezen uit verschillende vreemde talen, waaronder Chinees. In het tweede jaar kunnen ze kiezen uit vier specialisaties: tourism destination management, tourism & travel industry management, entrepreneurship in recreation & hospitality en attraction and themepark management. Daarna, in het derde en vierde jaar, bieden we de student de kans zich te verdiepen in vier disciplinaire rollen: e-tourism, planning en beleid, business innovation en (online) klantbeleving. Een dergelijke opzet geeft de student de kans om zijn of haar talenten functioneel te ontwikkelen in de volle breedte van de sector.”

Vanwaar die grote flexibiliteit?

“Allereerst vraagt de arbeidsmarkt dat. De sector is niet meer georganiseerd rondom beroepen of specialisaties, maar vraagt om professionals die hun creatieve en innovatieve talenten ontplooiën waarbij ze gebruik maken van technologische innovaties. De student moet de kans krijgen zijn of haar eigen pad te kiezen waardoor meer gepersonaliseerde routes ontstaan. Toerisme bestaat niet meer uit bedrijven in sectoren die naast elkaar staan, er is een sterke verwevenheid tussen sectoren en disciplines. Daarnaast past flexibiliteit bij de jonge studiekeuzer. De verwachting is dat deze met de invoering van het leenstelsel steeds bewuster kiest. Het fenomeen toerisme trekt studenten met allerlei talenten en passies, dus je wilt de student zo snel mogelijk aan de slag laten gaan met het ontdekken van de professionele talenten. Eenmaal bekend met de diversiteit van onze sector, kan hij zich disciplinair verdiepen. De nieuwe opleiding biedt zowel aan de beleidsmaker als aan de ondernemer de kans zich te ontwikkelen, daarbij gebruik makend van de rijke wereld van internationale bedrijven in toerisme en recreatie.”



Wat verwachten jullie van studenten als ze aan de opleiding beginnen?

"We verwachten dat ze gepassioneerd zijn voor toerisme, snel zelfstandig leren, creatief denken en flexibel zijn. We proberen ze daarin te coachen en te begeleiden zodat ze snel een professionele ethiek te pakken hebben: 'Ik ben in deze opleiding schepper van mijn eigen toekomst en krijg in deze opleiding de kans om deze te bouwen', in die modus willen we ze zo snel mogelijk krijgen. Studenten moeten al na het eerste jaar in staat zijn om hun leerroute te identificeren en daar keuzes in te maken. Zelfstandig werken, creatief denken, analytisch vermogen, snel kunnen schakelen, dat zijn zo'n beetje de skills die we van studenten verwachten."

"Studenten moeten al na het eerste jaar in staat zijn om hun leerroute te identificeren en daar keuzes in te maken."

Lukt dat?

"We merken dat sommige studenten als ze binnenkomen nog wel een inhaalslag moeten maken op het gebied van begrijpend lezen of in het Engels. Aan de andere kant worden ze steeds handiger in het zoeken naar informatie. Mijn dochter moet voor geschiedenis op 5 VWO een boek bestuderen en kennis stampen. Ze zoekt veel online naar kennisclips van geschiedenisleraren die helemaal niet op school zitten maar wel perfect aansluiten bij het onderwerp. Ze gebruikt niet meer de les van de leraar maar zoekt haar eigen weg. Als zulke studenten hier binnenkomen biedt dat allerlei mogelijkheden om ons onderwijs tijd- en plaatsonafhankelijk aan te bieden. Ook de techniek maakt het nu gemakkelijker om e-learning meer in te zetten."

Wat maakt Management toerisme-studenten uniek?

"De servicegerichtheid, het gemak waarmee ze met allerlei culturen kunnen communiceren en de internationale focus gecombineerd met een goede hands- on economische basis maakt ze vrij uniek. Toerisme blijft een economische opleiding maar we schakelen deze op naar digitale, online en semi- technische inhoud. Onze studenten worden



geen technuten maar moeten wel begrijpen wat de programmeurs en ontwikkelaars bezighoudt en die realiteit kunnen vertalen naar de markt. In die interface moeten ze kunnen opereren. Daarnaast zijn strategisch denken, conceptontwikkeling en ondernemersvaardigheden belangrijk."

In feite hebben we het steeds over de hbo-bachelor Management Toerisme maar binnen de academie zijn nog meer mogelijkheden, welke opleidingen bieden jullie nog meer?

"Onze Academie is de enige die in Nederland een universitaire toerisme-opleiding aanbiedt, de driejarige Bachelor of Science in Tourism. Deze Engelstalige opleiding is alleen toegankelijk voor VWO-ers, en wordt in samenwerking met Wageningen Universiteit aangeboden. Daarnaast bieden we een tweejarige bacheloropleiding, de Associate Degree toerisme aan, een Nederlandstalige opleiding waar met name MBO studenten baat bij kunnen hebben. Op Masterniveau leveren we de MA Tourism Destination Management. Dit is een engelstalige eenjarige professionele Master, waarbij studenten drie maanden in Zuid-Oost Azië onderzoek doen en advies geven over de ontwikkeling van toerismebestemmingen. Het interessante van deze Master is dat er echt sprake is van een 'international classroom': de groep van zo'n 25 studenten bestaat ieder jaar uit 15-18 nationaliteiten. Dat biedt hen echt een

"Ik hoop dat we dan met de innovators en de internationale voorlopers in onze sector strategisch samenwerken."

fantastisch rijke leerervaring. Tot slot bieden we met het excellentieprogramma Strategic Business Management een pre-master aan, waardoor Havo-studenten in vier jaar tijd toegang hebben tot Masters van onder andere Nijenrode en Universiteit Maastricht. Samen met het bedrijfsleven bieden we een Executive Leadership Programme aan en korte trainingen op het gebied van risicomanagement voor bestemmingen, nieuwe businessmodellen of beleidsontwikkeling in toerisme."

Waar hoop je over twee jaar te staan?

"Ik hoop dat we dan met de innovators en de internationale voorlopers in onze sector strategisch samenwerken, zodat zij ons blijven zien als leverancier van de beste toerismeprofessionals voor hun innovatie en verdere ontwikkeling. Met name ook buiten Nederland, omdat bedrijven in toenemende mate in internationale markten moeten opereren. Dat zou het droomplaatje zijn. Ik hoop ook dat we over twee jaar kunnen zeggen dat nog meer bedrijven ons hebben gevonden omdat ze weten dat ze bij ons een antwoord vinden voor hun innovatie- en bedrijfsvraagstukken. Tot slot hoop ik dat onze studenten over een aantal jaren in de beste globale startfuncties terecht komen tegen een goed salaris. Daar mag het bedrijfsleven trouwens ook wel een slag maken."

Hoor ik hier wat kritiek op het bedrijfsleven als het gaat om arbeidsvoorwaarden?

"Massavakanties worden steeds meer aangeboden via technologieplatforms. Alle handelingen die repetitief zijn worden door software overgenomen. Toegevoegde waarde in de markt wordt in de toekomst bepaald door de competenties die niet gestandaardiseerd zijn maar gepersonaliseerd. Je bereikt als bedrijf die toegevoegde waarde door hoogwaardig personeel maar die moet je dan wel goed betalen. Het besef dat goed personeel wat waard is, begint langzaam door te dringen. Als onze afgestudeerden voldoen aan die verwachtingen is er ook voor hen een leuke toekomst weggelegd in deze groeiende en dynamische sector. Voor iedere technologische innovatie die ontworpen wordt heb je veel meer mensen dan technuten nodig om dat naar de maatschappij te brengen. En in die vertaalslag naar de maatschappij zijn onze studenten gespecialiseerd." ◀



NRIT
media

**DE GROOTSTE KENNISCOMMUNITY OP HET GEBIED
VAN LEISURE, TOERISME EN HOSPITALITY**



Kennis voor professionals in leisure, toerisme en hospitality

- Alle artikelen uit Recreatie & Toerisme en Vrijtijdsstudies in één integrale kennisbank
- Elke dag het actuele nieuws uit de sector
- Exclusief toegang voor abonnees
- Wel abonnee maar geen inloggegevens, mail dan naar info@nrit.nl

NRIT Media Vrijtijdsplatform

NRITmedia.nl is hét kennisplatform voor professionals in leisure, toerisme en hospitality. Op dit platform werken de redacties samen van de tijdschriften Recreatie & Toerisme, Vrijtijdsstudies en de digitale uitgave NRIT Actueel. Alle artikelen die in de tijdschriften verschijnen vindt u ook op deze site. Dit wordt aangevuld met blogs uit het werkveld, een vakagenda, cases, een academie, een bedrijvengids en kengetallen.

WWW.NRITMEDIA.NL