

3. Een slimme streek aan de slag




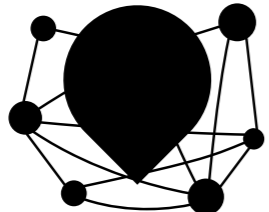
Randvoorwaarden voor structuurversterking Duin- en Bollenstreek

Deze visual is een samenvatting van de hoofdlijnen van bovengenoemd rapport uitgebracht door Blauwberg in opdracht van de Economic Board Duin- en Bollenstreek.

Checklist slimme streek



We zetten in het rapport op een rij wat er nodig is om een regio die niet over de vestigingsvoordelen van een kenniscluster met jonge, hoogopgeleide en ondernemende mensen beschikt toch vitaal, veerkrachtig en economisch weerbaar te houden. Daar komt de volgende checklist uit.

Politieke uitgangspunten 	<ul style="list-style-type: none">• Gevoel voor urgentie, zien van gezamenlijke opgave• Hebben van realistisch zelfbeeld, diagnose van de opgave en propositie aan de buitenwereld• Publieke support voor zowel diagnose als propositie	<ul style="list-style-type: none">• Erkennen noodzaak om jonge talenten te werven en te binden• Regio zet zich in etalage als woon- én werkplek• Gemeentelijke samenwerking volgens benadering adaptief bestuur
Inhoudelijke uitgangspunten 	<ul style="list-style-type: none">• Technologische innovatie behoort vrijwel altijd tot de kern van een succesvolle regiostrategie• Kortst mogelijke samenvatting van succes is dus: jong, techniek, ondernemerschap	<ul style="list-style-type: none">• Inzet op technologisch gedreven bedrijvigheid betekent niet perse nieuwe ruimtebehoefte, het gaat om clustering (campusvorming).• Bij niet-technische clusters: inzet op activiteiten met hoge toegevoegde waarde, en nieuwe spin-offs (start-ups, diversificatie)
Randvoorwaarden 	<ul style="list-style-type: none">• Creëren van een 'hotbed' voor start-ups is vooral een kwestie van functiemenging.• Beleid van lokaal bestuur in domeinen als de woningmarkt, ruimtelijke planning en cultuur moet meebewegen met de drieslag 'jong, techniek, ondernemerschap'	<ul style="list-style-type: none">• Voor de woningmarkt betekent dat doorstroming bevorderen en diversiteit in woningtypen nastreven• Binnenhalen van hbo- en wo-outlets is noodzakelijk
Organiserend vermogen 	<ul style="list-style-type: none">• Er is een operationeel werkcentrum nodig• Het ligt in de rede dat dit centrum door de 'triple helix' gedragen wordt• Een stabiele maar veranderingsgezinde ondernemersorganisatie is een pre	

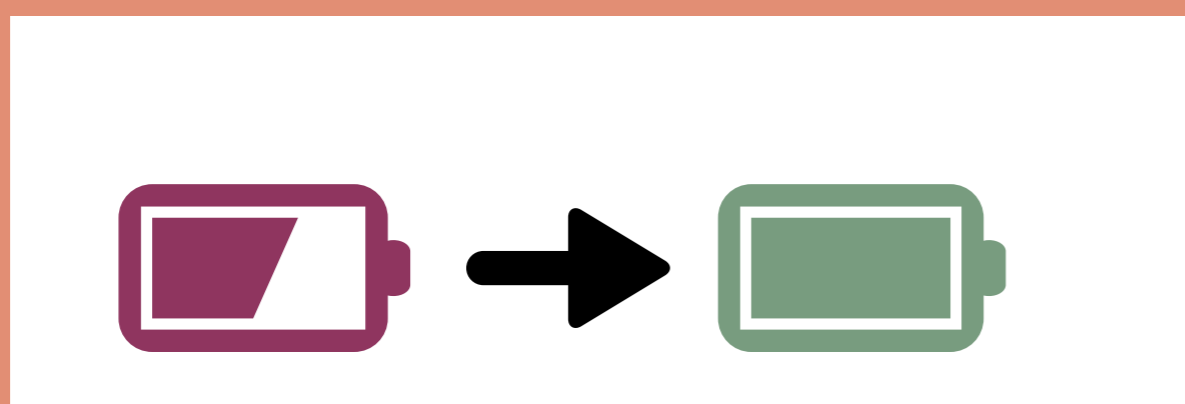
Hoe bouw je een slimme streek?

De Duin-en Bollenstreek heeft in 2016 een economische agenda vastgesteld met vier pijlers: de spacecampus, de greenport, toerisme en zorg&welzijn. Die pijlers bieden voldoende houvast om een innovatieve agenda omheen te ontwikkelen.

Het gaat uiteindelijk echter niet om de vier pijlers, het gaat om de inzet van de pijlers in het verwerven van veerkracht en vitaliteit van de streek. Daar is meer voor nodig dan de pijlers op zich, hoe productief die ook zijn.

We verkennen in deze notitie de flankerende 'randvoorwaarden' die noodzakelijk zijn voor effectieve economische structuurversterking. Dat doen we 'evidence-based' met gebruik van betekenisvolle regio-interventies in binnen- en buitenland, passend bij de schaal van de Duin- en Bollenstreek.

De vraag verandert in de tijd



Achterstandscriterium

Tot in de jaren '90 werd naar regio's gekeken vanuit oogpunt van achterstand. Om gelijke kansen te verzekeren in het hele land moesten grote regionale verschillen voorkomen worden.

Dat denken in achterstand is in 2006 pas beëindigd met rijksnota 'Pieken in de Delta'. Regio's dienden voortaan te redeneren vanuit kracht. De taal heeft zich daarop aangepast: van zwakteanalyse naar marketing.

Economische Agenda Duin- en Bollenstreek met de 4 pijlers is direct 'product' van deze gedachte.



Blik vanuit de centrumstad

Het heersende beeld tot tien jaar geleden: een regio is een periferie rondom een centrumstad. Dit ging gepaard met bestuurlijke pogingen tot samenhang: stadsregio's, indeling volgens de Wet Gemeenschappelijke Regelingen, agglomeratieraden.

Telkens om belangen van het centrum – ruimtegebrek! – goed te verankeren in de periferie. Leidde tot vrees bij kleinere gemeenten dat regiosamenwerking voorportaal van herindeling zou zijn. Centrum-periferie benadering wordt nu verdrongen door archipel- of ketenbenadering.

Voor de steden: de 'nieuwe' Hanze, Citydeals, Netwerk Kennisstedden.

Platform voor region building

We noemen twee voorbeelden, een voorbeeld van een kennispositie en één van een onderhandelingspositie.



ERRIN European Regions Research and Innovation Network

ERRIN

Europees samenwerkingsverband van 125 triple helixorganisaties die zich bezig houden met regionale innovatie.



Regiodeals

Landelijk mechanisme waarbij regio's beroep doen op financiële en capaciteitssteun Rijksoverheid. Kan door plan in te dienen dat bijdraagt aan 'brede welvaart' en betekenis heeft voor landsbelang. Met voorkeur in te dienen door triple helix organisaties.

Waar moet je aan voldoen voor groei?



Ruimte voor ondernemerschap

1. Verwaardig
economische pijlers

Geen compound, maar een waardeketen creëren. Pijlers als motor voor regio-economie, arbeidsmarkt en samenleving. Betekent differentiatie, toegang voor start-ups, balans tussen micro en macro, relaties met onderwijs, samenhang met regulier mkb, arbeidsmarktbeleid.

2. MKB als regionale
stakeholder

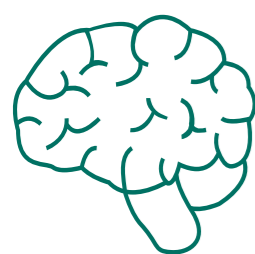
Betrokkenheid bij streek organiseren, bedrijfsleven als mede drager van goed vestigingsmilieu.

3. Micro-
ondernemerschap

Zelfstandigen voegen veelzijdige dynamiek toe (levendigheid, zelfredzaamheid, participatie). Je kan daarop anticiperen met zzp-beleid: werving, netwerkvorming, ontmoetingsplekken en verzamelgebouwen, hoogwaardig internet.

4. Civic economy

Waarde scheppen zonder ambitie ondernemer te zijn. Belang voor regio is binden van talent: het bied hen ontplooiingsmogelijkheden buiten het werk om.



Contextrijk onderwijs

Onderwijs dat veel inhoud en prikkels uitwisselt met de regio. Crux zit 'm in presentie van mbo, hbo- en wo-onderwijsinstellingen. Liefst met technische component. De kunst is om dat te organiseren zonder een gebouw te projecteren.

Goede voorbeelden:

- Campus Gouda: geen fysieke locatie maar vanuit sterk netwerk, vraag- en sectorgericht
- Oss: binnenhalen van Bossche hbo-initiatieven, o.a. rond verduurzaming verpakkingen
- Middelburg: University College, bijzondere buitenpost Universiteit Utrecht
- Waddinxveen: Bouwacademie, doorlopende leerlijn vmbo-mbo-hbo samen met mkb
- Achterhoek: Grensland College, praktijkgerichte hbo-opleidingen i.s.m. Saxion/HAN



Dynamische woningmarkt



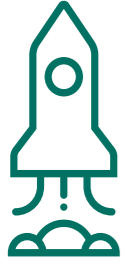
Als je wilt dat mensen in beweging komen, moet er een functionerende woningmarkt zijn. Het gaat om twee dingen: een doorstroomagenda en een agenda voor 'passende huisvesting'.

Doorstroomagenda

Versneld op gang brengen doorstroming op woningmarkt. Oudere generaties interesseren voor comfortabele appartementen in de centra.

Passende huisvesting (voor nieuwe generaties)

- Differentiatie in het aanbod, zelfbouw
- Functiemenging
- Tijdelijke architectuur



Gebiedsmarketing

Gebiedsmarketing gaat om meer dan alleen ‘destinatiemarketing’ gericht op bezoekers. Er wordt wel onderscheid gemaakt naar vier doelgroepen, de vier b’s: bezoekers, bewoners, bedrijven en bollebozen.

- Bezoekers: gericht op vergroten van (kwaliteit van) de bezoekersstroom
- Bewoners: gericht op sociale cohesie, streekkennis en zelfvertrouwen.
- Bedrijven: gericht op zowel acquisitie nieuwe bedrijven als inzicht op ideeën/wensen bestaande bedrijven.
- Bollebozen: verwelkomings- en introductieprogramma’s voor getalenteerde jongeren.

Twee aspecten van marketing zijn voor de vraagstelling van de Duin- en Bollenstreek van belang.

1. De eigen zelfdefinitie dient het midden te vinden tussen opgewekte marketing, en transparante kritische zelfevaluatie. Met ‘sugarcoating’ alleen kom je als regio niet verder.
2. De zelfdefinitie moet door de bevolking gedragen worden, open staan voor nieuw talent hoort daarbij.



Toegevoegde waarde strategie

Als regio is het noodzakelijk om goed te kijken met welke activiteiten je de meeste waarde schept. Elke regio heeft een ‘verzorgende’ economie nodig: bedrijvigheid die het dagelijks leven mogelijk maakt, zoals winkels, onderhoud, zorg. Daarnaast moet er ‘stuwende’ bedrijvigheid zijn: bedrijvigheid waarmee je koopkracht van buiten aantrekt en laat rondgaan in het regionale systeem. Dat is de kurk waar de rest op kan drijven.

Voor de Duin- en Bollenstreek zijn dat de vier pijlers. Gezamenlijk maken zij circa 25% van de regionale economie uit. De toegevoegde waarde is met name hoog voor de spacetech en de greenport.

	% van werkgelegenheid	% van toegevoegde waarde
Greenport	7,6%	8,8%
Space	3,9%	4,8%
Toerisme	8,4%	7,4%
Zorg	3,0%	1,4%



Samenwerking en concurrentie

Het gaat om samenwerking in een verhouding tot concurrentie. Bedrijven, instellingen, gemeenten, steden en streken – en misschien ook collega’s en echtelieden – zijn zowel concurrenten als samenwerkingspartners van elkaar. In de economie gebruiken we het begrip ‘pre-concurrentie samenwerking’.

Samenwerking en concurrentie zijn twee kanten van dezelfde medaille. Ze horen allebei op het speelveld. Na elk rapport over samenwerking – brede consensus, neuzen dezelfde kant op, krachten bundelen – moet er ook eer een rapport over ‘backing winners’ volgen – steun voor de briljante eenlingen, pionierschap, leiderschap, voorhoedgedrag. Je hebt allebei nodig. Daarnaast is het van belang om als eenheid samen te werken boven regionaal niveau (groeiagenda, regiodeals, etc).

Paradoxaal speelveld geïllustreerd aan meest succesvolle voorbeeld van region building, Zuid-Oost-Brabant.

- Er was urgentie door deels wegvallen drijvende kracht Philips. Het was pompen of verzuipen.
- Philips bleek bij nader inzien ook maar een ‘olifant in de kamer’. Het wegvallen van deze dominante positie werkte bevrijdend
- Eindhoven kon rekenen op een ‘business elite’ die de moed erin hield en sterke private kijk op de reconstructie van de regio kon leveren
- Er was een grote gunfactor, de werknaam is Brainport Eindhoven terwijl daar nog een hele regio bij hoort
- Er was en is een sterk programmabureau
- Eindhoven heeft de mythe doorbroken dat alleen een historische binnenstad ‘hip and happening’ kan zijn.
- Het ‘zijweggetje’ design trekt inmiddels stromen kunstzinnig talent en bezoekers aan.
- Terzijde: Brainport is nog steeds kritisch naar zichzelf toe, de woordvoerder kan klip en klaar de tekortkomingen van de streek schetsen.