

Trots, trend en traditie *in het Noorden*

De samenhang tussen innovatie, cultuur en
identiteit in de Noord-Nederlandse economie



BBo


Universiteit Twente
de economische faculteit


KAMER VAN KOOPHANDEL

Trots, trend en traditie *in het Noorden*

De samenhang tussen innovatie, cultuur en
identiteit in de Noord-Nederlandse economie

Engbert Boneschansker, Gert-Jan Hospers

Leeuwarden, februari 2009

VOORWOORD

De Kamer van Koophandel heeft als taak de economische belangen van het bedrijfsleven in de regio te bevorderen. De Kamer van Koophandel heeft daarbij een aantal wettelijke taken uit te voeren, zoals het voeren van het handelsregister, het verstrekken van informatie aan ondernemers over diverse aspecten van het ondernemen en het uitvoeren van stimuleringsactiviteiten.

Naast kamers van koophandel zijn er een aantal andere partijen die ijveren voor welvaart in de regio. Dat geldt nog in versterkte mate voor Noord-Nederland. Noord-Nederland is een regio, waar in de loop der tijden meer dan gemiddelde aandacht uit is gegaan naar het stimuleren van de bedrijvigheid en de welvaart in de regio. Diverse beleidsinstrumenten en projecten zijn daarvoor met wisselend succes ingezet.

De resultaten van het stimuleringsbeleid zijn in sterke mate afhankelijk van gelden die speciaal voor dit doel zijn vrijgemaakt. In de periode 2000 tot en met 2006 werden de gelden grotendeels gebundeld in het Kompas voor het Noorden. De beleidsinstrumenten genoemd in het Kompas voor het Noorden richtten zich met name op de aanwezige infrastructuur, op stimulering van de economie door locatiekeuzebeïnvloeding, investeringsbevordering en het stimuleren van specifieke aspecten van de bedrijvigheid en arbeidsmarkt. Het beleid voor Noord-Nederland was in het begin van deze eeuw kortom nog vooral gericht op het beïnvloeden van de hardware van de economie. De opvolger van het Kompas voor het Noorden, 'Koers Noord, op weg naar pieken', verlegde de bakens. De totstandkoming van een kenniseconomie is het belangrijkste doel geworden. De accenten in het regionaal economisch beleid verschoven daarmee dus van de hardware naar de software.

Bijna gelijktijdig met de accentverschuiving in het regionaal economische beleid is de fusie van de drie noordelijke kamers van koophandel tot de Kamer van Koophandel Noord-Nederland gerealiseerd. Bij dit proces wilden we ook bekijken of onze activiteiten nog aansluiten bij de veranderende omgeving. Daarom hebben we besloten een inventarisatie te maken van sterke en zwakke punten van Noord-Nederland en te kijken naar instrumenten die in andere regio's in Europa zijn ingezet om deze sterke en zwakke punten om te zetten in voorwaarden voor economische groei.

De inventarisatie heeft vooral ten doel gehad onze eigen activiteiten eens kritisch tegen het licht te houden en ideeën op te doen voor vernieuwende projecten. Diverse partijen in Noord-Nederland hebben echter aangegeven geïnteresseerd te zijn in het resultaat van de inventarisatie. Daarom hebben wij besloten de rapportage te publiceren. Het rapport roept op niet amechtig achter iedere trend aan te hollen, maar in te spelen op die trends die aansluiten op onze eigen tradities. Niet om de traditie te eren, maar om voort te bouwen op waar we trots op mogen zijn.

Trots zijn is iets wat een noorderling in stilte doet. Het voor u liggende rapport geeft aan dat het tijd wordt hierin verandering aan te brengen. Het beeld van Noord-Nederland en zijn bedrijvigheid wordt vaag en bleek als de regio zijn sterke punten niet geregeld in de schijnwerpers plaatst. Naast hardware en software is mindware van toenemend belang. De eerste stappen die wij reeds zetten op het pad van de regiomarketing zullen de komende jaren daarom met kracht moeten worden voortgezet.

Ik wens u als lezer toe dat deze studie u inspiratie biedt bij uw werkzaamheden en ik roep u op om met ons de handen ineen te slaan om onze regio en zijn bedrijfsleven te laten floreren.

J. Emmelkamp
voorzitter

INHOUD

1	INLEIDING	
1.1	Cultuur, geschiedenis en economie van het Noorden	9
1.2	Economische ontwikkeling en achterstand	11
1.3	Hardware, software en mindware voor de kenniseconomie	13
1.4	Leeswijzer	15

DEEL I: HARDWARE, SOFTWARE EN MINDWARE VAN HET NOORDEN

2	STEUN EN ACHTERSTAND	
	Samenvatting hoofdstuk 2	18
2.1	Steungebied Noord-Nederland	19
2.2	Achterstand en dynamiek van het Noorden	23
2.3	Macro, meso en micro	27
3	HARDWARE-SOFTWARE-MINDWARE	
	Samenvatting hoofdstuk 3	32
3.1	Hardware	33
3.2	Software	41
3.3	Mindware	51
3.4	Verband tussen hardware, software en mindware	55

DEEL II: ERVARINGEN UIT HET BUITENLAND

4	DE NORTH-EAST OF ENGLAND	
	Samenvatting hoofdstuk 4	58
4.1	De North East in vogelvlucht	59
4.2	Regiostimulering in de North East	61
5	VORARLBERG	
	Samenvatting hoofdstuk 5	66
5.1	Vorarlberg in vogelvlucht	67
5.2	Regiostimulering in Vorarlberg	69
6	DE ØRESUND	
	Samenvatting hoofdstuk 6	74
6.1	De Øresund in vogelvlucht	75
6.2	Regiostimulering in de Øresund	77
6.3	Aandachtspunten bij grensoverschrijdende samenwerking	79
7	SCAN ANDERE BUITENLANDSE REGIO'S	
	Samenvatting hoofdstuk 7	82
7.1	Inleiding	83
7.2	Het Noorse Hordaland	83
7.3	Het Zweedse Kalmar	85
7.4	De Zwitserse Watch Valley	87
7.5	De Eems-Dollard regio	89

DEEL III: SAMENVATTING, BELEIDSAANBEVELINGEN EN ACTIVITEITEN

8	SAMENVATTING EN CONCLUSIES	
8.1	Het Noorden: eenheid in verscheidenheid	95
8.2	Hardware, software en kindware van het Noorden	96
8.3	Trots, trend en traditie	97
9	BELEIDSAANBEVELINGEN: KOERSEN VOOR HET NOORDEN	
I	Ondersteuning bestaande, stuwende en innovatieve bedrijven	99
II	Stimuleren samenwerking tussen bedrijven	103
III	Banen voor hoger opgeleiden	105
IV	Stimuleren onderwijs en opleiding	107
V	Stimuleren van R&D en spin-off	109
VI	Stimuleren internationalisering en export	111
VII	Stimuleren vestiging voor grotere zakelijke diensten	111
VIII	Oplossen bereikbaarheidsknelpunten op (inter)nationale verbindingen	113
IX	Overheid meer gericht op innovatie en scholing en regelvrije zones in het Noorden	113
X	Stimuleren ondernemerschap	115
XI	Regiopromotie gericht op verbetering van zwakke imago-aspecten	115
10	ACTIVITEITEN KAMER VAN KOOPHANDEL	
1.	Netwerk Noordelijke groeiers recreatie en toerisme	118
2.	KvK Skills!	119
3.	Top Start	120
4.	How healthy is my business?	121
5.	Facility sharing	122
6.	Noordelijke innovatiefondsen	123
7.	Industrieel design	124
8.	Uitwisseling van ideeën politiek-bedrijfsleven	125
9.	Dating site	126
10.	Consultancy vouchers	127
11.	Parels van de economie	128
12.	Top of Holland	129
13.	Innovation center (maquette kenniseconomie)	130
14.	Over de grenzen kijken	131
15.	Kenniskaart	132
	BIJLAGE: INTERVIEWS	135
	GERAADPLEEGDE LITERATUUR	137

Noord-Nederland: bestuurlijke driedeling

Vanaf de late Middeleeuwen ontwikkelen zich de steden als brandpunten van economische bedrijvigheid (veelal via de gilden) en bovenal handel. Technologische ontwikkelingen in de scheepvaart – zoals het koggeschip – dragen daaraan bij. Veel noordelijke steden voeren handel met Europese Hanzesteden. Met de ontwikkeling van de steden ontwikkelen zich ook de politiek-bestuurlijke instituties. De reformatie en de opstand tegen de Spanjaarden versnellen dit proces. Bij de oprichting van de Republiek der Vereenigde Nederlanden is de driedeling van het Noorden in feite politiek-bestuurlijk vastgelegd. Een driedeling die niet meer zal veranderen, en in 1848 ook in de nieuwe Grondwet wordt verankerd.

De Friese Staten scharen zich, als handels- en zeenatie achter de Opstand en hebben ook in het vervolg van de Gouden Eeuw een duidelijke rol binnen de Republiek der Vereenigde Nederlanden. De Friese Staten hebben bijvoorbeeld een eigen admiraliteit. Binnen de Republiek is de Groninger regio vooral van strategisch belang. Het gebied kent vele schansen, zoals Bourtange, Oudeschans, Nieuweschans en Booneschans en ook de stad Groningen zelf is een belangrijke vestingstad. Friesland en Groningen krijgen hun Staten in de 16^e eeuw en vormen twee van de zeven gewesten van de Republiek der Vereenigde Nederlanden. Drenthe is de eerste tijd nog slechts een zogenoemd 'Landschap', zonder stemrecht binnen de Unie (de Staten-Generaal). Drenthe wordt pas een provincie in 1815. Voor het overige is Drenthe in die tijd een relatief dunbevolkt gebied, met vooral hoogveen. Ook de reformatie komt in Drenthe maar laat op gang.¹ Drenthe kent wel enkele strategisch belangrijke vestingsteden, zoals Coevorden.

Historische 'roots': (Vroege) geschiedenis van het Noorden

Al voor de Romeinse tijd vestigen zich mensen in de vruchtbare kleigronden die achter de duinenrijen aan de Noordzeekust waren ontstaan. Drenthe was als hoger gelegen gebied al veel eerder bewoond, getuige de vele nog oudere sporen van bewoning – hunebedden als meest duidelijk voorbeeld. De bevolking van de lager gelegen kwelders zijn dan ook veelal via of vanuit Drenthe naar de noordelijker gelegen gebieden getrokken. De eerste bewoners zijn vanwege het water op zelf opgeworpen verhogingen gaan wonen – terpen of wierden – waaruit het zo typische landschap met terp- of wierdedorpen van vooral de noordelijkste streken van het huidige Friesland en Groningen zijn ontstaan. Pas vanaf de vroege Middeleeuwen wordt, mede vanuit de kloosters, overgegaan tot bedijking.

Tot aan de Middeleeuwen wordt het hele gebied aan de Noordzeekust – van Zeeland tot in Denemarken bewoond door mensen die economisch (handel), cultureel, en deels ook politiek en juridisch met elkaar verbonden zijn. Al in de vroege Middeleeuwen kan gesproken worden van een bevolking met ook een min of meer gemeenschappelijke taal – het oud Fries, waarvan flarden zijn overgeleverd in vroeg-Middeleeuwse wetteksten, zoals het Hunsingoër landrecht.² Er bestonden ook wetten onder de naam Lex Frisionum (in de Frankische tijd) die het hele 'Friese' gebied langs de Noordzee betroffen.

Tot en met de vroege Middeleeuwen (ruwweg de periode 800-1100) is er dus een uitgestrekt gebied met een zekere mate van samenhang en gedeelde identiteit. Vandaag de dag is dat nog terug te vinden in (plaats)namen (veel met de uitgang -um), wapens (de Friese kleuren in het wapen van de Groninger Ommelanden) en taal. Varianten op het Fries worden gesproken in West-Friesland (Noord-Holland), Noord-Duitsland en zuidwest Denemarken. De verschillende dialecten in de regio hebben vaak veel gemeen.

¹ Zie Bergsma (2002) en Boneschansker (1998).

² Merk op dat Hunsingo in de huidige provincie Groningen ligt.

1 INLEIDING

1.1 Cultuur, geschiedenis en economie van het Noorden

Het gebied waar het in dit rapport over gaat, is Noord-Nederland, dat wil zeggen de drie noordelijke provincies van Nederland. Eigenlijk bestaat Noord-Nederland als zelfstandig gebied niet. In statistieken worden nog wel eens landsdelen genoemd, waaronder Noord-Nederland, maar bestuurlijk en historisch is er geen sprake van een landsdeel **Noord-Nederland** (zie kader). Bestuurlijk bestaan er alleen gezamenlijke bijeenkomsten van de drie noordelijke Provinciale Staten in verband met besluitvorming rond het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (SNN).³

Ook cultureel is het Noorden niet een duidelijk geheel. Weliswaar bestaat in de ogen van iemand uit het zuiden van Nederland of uit de Randstad wel zo iets als een 'typische' noorderling, in het Noorden zelf voelt iemand zich waarschijnlijk eerder een Fries, Grunneger of Drenth. Ontegengesteld kennen de drie provincies ieder een eigen geschiedenis, een eigen cultuur en een eigen identiteit. Binnen de provincies kennen deelgebieden vaak ook weer hun eigen geschiedenis en cultuur. Zo kennen streken als het Bildt in Friesland, Oost-Groningen, en de Drentse veengebieden een eigen, specifieke geschiedenis in demografisch, sociaal, economisch en vaak ook politiek opzicht. Zo is de geschiedenis van Oost-Groningen gekleurd door de sterke aanhang van het communisme in de regio.

Dat neemt niet weg dat de drie provincies ook veel gemeen hebben. Er mag worden gesteld dat naast historische, culturele en economische verschillen de drie provincies ook een gezamenlijke geschiedenis hebben, er iets als een noordelijke identiteit en cultuur is, en er overeenkomende economische kenmerken in het Noorden zijn. Die eenheid in verscheidenheid is juist kenmerkend voor het Noorden.

In cultureel opzicht is er een samenhang, al is cultuur een lastig af te bakenen begrip. Het Noorden is over het algemeen ten opzichte van Nederland minder religieus, minder traditioneel, minder hiërarchisch en meer egalitair.⁴ Het sterkst is dat in streken met een door socialisme of communisme gekleurde geschiedenis. Er zijn echter ook streken die vooral protestants conservatief zijn. Alweer: eenheid en verscheidenheid. 'De' Noorderling wordt vaak gezien als nuchter, 'met beide benen op de grond', en in de omgang wat stug en afstandelijk. Dat geldt voor de Noorderlingen uit alle drie provincies.

De drie noordelijke provincies hebben gezamenlijke **historische 'roots'**. Tot en met de vroege Middeleeuwen is er een uitgestrekt gebied, wat doorloopt in het huidige Noord-Holland en Noord-Duitsland, met een min of meer gedeelde cultuur, vandaag de dag nog terug te vinden in (plaats)namen en taal. Een Fries kan zich soms met het Fries redden tot in Denemarken. Een Groninger kan zich met Gronings redelijk verstaanbaar maken in Noordwest-Duitsland. Belangrijke gezamenlijke elementen waren de strijd tegen het water (met eerst terpen of wierden en later dijken), de kerstening en vestiging van kloosters, en handel via het water.

³ Daarvoor was er ook een noordelijke Bestuurscommissie. Zie Speelman et al. (1980)

⁴ Zie Keuning (1970) en Brons (2004, 2007). Het Noorden lijkt in termen van de Hofstede's criteria sterk op de Scandinavische landen.

Industrie: late industrialisatie

In Nederland komt de industrialisatie internationaal gezien laat op gang. De industrialisatie is bovendien meer geleidelijk en betreft in mindere mate industrieën gebaseerd op spoor, staal en steenkolen.⁵ Tot ver in de 19^e eeuw kent Nederland vooral kleinschalige industrie in de vorm van ambachtelijke nijverheid (denk aan vervaardiging van aardewerk en hout-, wol-, leer- en tabaksverwerking). Kenmerkend voor de industrialisatie in Nederland is de samenhang met de landbouw (voedingsindustrie) en de handel (scheepsbouw). Het Noorden is nog minder gericht op 'spoor, staal en steenkolen'.⁶ De eerste industrialisatie leidt er in eerste instantie toe dat de ambachtelijke nijverheid voor een groot deel verdwijnt. Op het platteland blijft daardoor de landbouw bijna als enige belangrijke sector over. Daarvoor in de plaats komen vestigingen van grote fabrieken in aan de landbouw gelieerde industrie, zoals aardappelzetmeel- en strokartonindustrie. Daaraan is in het Noorden bijvoorbeeld de naam verbonden van een 'groot-industrieel' als Scholtens. In de 20^e eeuw komt daar de grootschalige mechanisatie van de landbouw bij, die het economische landschap verandert. De werkgelegenheid in de landbouw neemt zeer sterk af. De landbouw gebaseerd op paardenkracht en met boer en vele knechten verandert in een landbouw gebaseerd op machinale, grootschalige bewerking, vaak door één of enkele personen. Een proces dat tot op de dag van vandaag, onder andere door gebruik van ict, doorgaat.

Kenmerkend voor de noordelijke economie is ook het belang van de energiesector. Tot in de 20^e eeuw zijn de veenkoloniën in het oosten van Groningen en Drenthe belangrijke leveranciers van turf. De turfsector trekt veel laaggeschoolde arbeid. Later komt daar oliewinning in Zuidoost-Drenthe bij, met de zo kenmerkende 'ja-knikkers'. Eind jaren vijftig van de twintigste eeuw komt de ontdekking van grote gasvoorraden. Het eerst bij Slochteren, maar al snel ook op andere plekken in het Noorden. Het Noorden is dé gasleverancier van Nederland. De effecten van de gasexploitatie op werkgelegenheid en ruimtelijke patronen gaan echter minder ver dan die van de turfexploitatie.

De laatste decennia is de ontwikkeling van met name de industrie niet langer eenduidig streekgebonden, zoals dat vroeger – denk aan zoiets als de textiel in Twente – nog wel was. Het ruimtelijk patroon van de economische ontwikkeling in Nederland is diffuser geworden, alhoewel in het Westen van Nederland nog steeds wel het economisch hart van het land ligt.⁷ Ook de economische ontwikkeling wordt meer en meer bepaald door een complex geheel van elkaar beïnvloedende factoren. Mede door de daling van transportkosten, wordt de locatie van industrie minder bepaald door de aanwezigheid van grondstoffen.

Kenniseconomie

Sinds de jaren tachtig voltrekken zich in de wereldeconomie een aantal belangrijke veranderingen die hebben geleid tot het ontstaan van een kenniseconomie.

1. Globalisering: onder invloed van globalisering kunnen ondernemingen hun activiteiten uitbreiden en nieuwe markten in het buitenland aanboren. Tegelijkertijd krijgen deze bedrijven te maken met concurrenten uit delen van de wereld waar de lonen een stuk lager liggen.
2. Technologische ontwikkelingen: het rappe tempo van de technologische vooruitgang zorgt ervoor dat bedrijven in de huidige economie over steeds meer kennis moeten beschikken.
3. Veranderingen in de marktvrage: de klant stelt steeds hogere kwaliteitseisen aan de producten en diensten die hij of zij afneemt, wat hoge eisen stelt aan het bedrijfsleven.

⁵ Atzema en Wever (1999).

⁶ De eerste spoorlijn in het Noorden wordt bijvoorbeeld pas in 1863 geopend tussen Harlingen en Leeuwarden. Zie Boneschansker (2004).

⁷ Atzema en Wever (1999).

Ruimtelijk en economisch ontstaat er in de loop der eeuwen een meer eigen provinciaal patroon. Friesland kent een groot aantal kleinere steden, met alle een regionale en soms bovenregionale functie. In Franeker is tot aan 1811 een universiteit gevestigd. Franeker en Leiden zijn een periode de enige twee universiteiten in de Republiek der Vereenigde Nederlanden. Later wordt Leeuwarden het bestuurlijk centrum. In Friesland is de melkveeteelt belangrijk en ontwikkelt zich zuivelindustrie – veelal op coöperatieve basis. In Groningen is de positie van ‘stad’ en de Ommelanden typerend. Groningen kent vanaf 1614 een universiteit. Drenthe kent tot aan de 19^e eeuw weinig stedelijke centra en is deels een nog ruig gebied met kleinschalige landbouw. Drenthe en ook Oost-Groningen zijn ook de gebieden met veen en dus turf – tot ver in de 19^e eeuw de belangrijkste brandstof in Nederland. Turfwinning is een belangrijke activiteit in deze regio’s die ook ruimtelijk haar sporen heeft achtergelaten (denk aan de vele kanalen, vaarten en ‘veendorpen’).

In economisch opzicht kennen alledrie noordelijke provincies ook nu nog een relatief grote nadruk op landbouw en industrie. Het belang van landbouw en aan de landbouw gerelateerde **industrie** – denk aan zuivelindustrie, aardappelzetmeelindustrie, kartonindustrie – kenmerkt de regio van oudsher. Toch is de noordelijke economie bepaald niet een agrarische economie te noemen. Net als in Nederland en andere westerse landen is de dienstensector de grootste sector. In termen van banen vormen de diensten (overheid en privaat) bijna driekwart van de economie. De industrie is goed voor bijna een kwart, de landbouw voor 2% van de banen. Wel zijn de landbouw en industrie in het Noorden belangrijker dan voor Nederland als geheel. Ook de energiesector is nog steeds kenmerkend voor het Noorden. Het Noorden is dé gasleverancier van Nederland, met exploitatie van gasvelden bij Slochteren en op andere plekken in het Noorden.

Kenmerkend voor de economie van alledrie provincies is de relatief kleine omvang. In termen van toegevoegde waarde – een indicator voor de omvang van de economie – neemt de noordelijke economie ruim 8% van het Nederlandse totaal in; het aandeel van de bevolking is 10,5%. Het Noorden wordt ook wel een ‘ijle economie’ genoemd met een kleine en minder koopkrachtige bevolking en dus een kleinere eigen afzetmarkt. Het Noorden kent ook geen grote, ruimtelijk geconcentreerde clusters van bedrijvigheid, zoals die elders in Nederland wel voorkomen. Het Noorden kent relatief weinig grote bedrijven. De grootste werkgever in de regio is veelal de zorgsector.⁸

1.2 Economische ontwikkeling en achterstand

Het Noorden wordt gekenmerkt door een economische achterstand ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde. De toegevoegde waarde en het inkomen per hoofd van de bevolking zijn lager en de werkloosheid is hoger.⁹ Die situatie is niet nieuw. De achterstand van het Noorden is een constante factor en een van de redenen voor het steunbeleid van de Europese en rijksoverheid voor het Noorden.

Het ruimtelijk-economisch patroon in Nederland wordt al vanaf de Gouden Eeuw gekenmerkt door concentratie van economische activiteiten in het westen van Nederland. In de 17^e en 18^e eeuw waren dat vooral de handelssteden, zoals Amsterdam. Tegenwoordig spreken we van de Randstad en mainports (Schiphol en de haven van Rotterdam) en brainports (Zuidoost Brabant/Eindhoven) waar het zwaartepunt van de economie ligt.

⁸ Wever (2003).

⁹ Zie hoofdstuk 2.

Innoveren: wat zijn innovaties?

Met innovaties kunnen bedrijven zich van hun concurrenten onderscheiden en hun klanten aan zich binden. In de literatuur komen veel omschrijvingen van innovatie voor. Over het algemeen gaat het bij innovaties om vernieuwingen die niet alleen door het bedrijf zelf, maar ook door de markt als nieuw worden ervaren. Vaak hebben ze betrekking op nieuwe goederen of diensten (productinnovaties) of op nieuwe productieprocessen (procesinnovaties). Maar ook op het gebied van de bedrijfsorganisatie of de marketing kunnen innovaties plaatsvinden.

Een ander onderscheid is dat tussen innovaties die echt iets nieuws betreffen (iets dat er voorheen nog niet was), en innovaties waarbij een bestaand product of proces op onderdelen wordt verbeterd. De eerste worden ook wel 'radicale' innovaties genoemd, de tweede 'incrementele' innovaties. In de praktijk zijn innovaties veelal combinaties van bestaande inzichten. Een innovatie is overigens niet hetzelfde als een uitvinding (inventie), al is de laatste vaak wel een voorwaarde voor de eerste. Zolang een uitvinder zijn creatie nog in de knutselruimte heeft staan, is hij nog niet aan het innoveren. Pas wanneer een uitvinding met succes aan de man wordt gebracht, heet het innovatie.

Om te kunnen innoveren, is kennis nodig. Vaak gaat het om technologische kennis: kennis van materialen, chemische processen, elektronica enzovoort. Maar alleen kennis van de techniek is geen voldoende voorwaarde voor innovatie. Om iets nieuws met succes aan de man te kunnen brengen, heeft een bedrijf ook andere kennis nodig. Daarbij valt te denken aan kennis van de markt (het gedrag van consumenten), strategische kennis (wat doen de concurrenten?) en organisatiekennis (hoe moet het innovatieproces georganiseerd worden?). In de kenniseconomie moet een bedrijf dus verschillende soorten kennis combineren om vernieuwingen tot stand te kunnen brengen.

Uiteindelijk zit kennis in de hoofden van mensen. Mensen met specifieke kennis, originele ideeën (en lef) kunnen voor een bedrijf dat wil innoveren van grote waarde zijn. De bekende econoom Joseph Schumpeter zag dergelijke 'entrepreneurs' (ondernemers) zelfs als de bron van alle innovaties.

Innoveren is een onzeker proces. Ten eerste is niet altijd duidelijk of een nieuw bedacht concept in de praktijk ook technologisch haalbaar is (technologische onzekerheid). Ten tweede is het in sommige gevallen moeilijk in te schatten of er in de markt überhaupt behoefte aan de vinding bestaat (marktonzekerheid). Desondanks kan een bedrijf de kans dat innovaties worden gerealiseerd, vergroten door meer in kennis te investeren: ondernemingen met meer kennis dan hun concurrenten hebben meer kans om iets nieuws op het spoor te komen en om marktaandeel te verkrijgen.

Productiefactoren

In de standaard theorie over economische ontwikkeling wordt de productie of het inkomen van een regio bepaald door de productiefactoren arbeid en kapitaal en de technologische ontwikkeling. Het gaat dan om bijvoorbeeld de omvang en het opleidingsniveau van de beroepsbevolking (arbeid), investeringen, gebruik van machines en ICT en infrastructuur (kapitaal) en om innovatiegehalte (technologische ontwikkeling).

In meer ruimtelijk georiënteerde theorieën wordt ook gewezen op clustereffecten. Dat wil zeggen dat naast de standaard productiefactoren ook de aanwezigheid van clusters (samenwerking) van bedrijven en andere instellingen van belang kan zijn. Het samenvoegen van de productiefactoren levert dan meer op dan op basis van alleen de productiefactoren verwacht mag worden.

Ten slotte kan worden gewezen op meer soft factoren zoals cultuur, mentaliteit, identiteit, en institutionele aspecten (hoe zijn zaken georganiseerd?) die ook van invloed zijn op economische ontwikkeling.

Er zijn wel verschuivingen zichtbaar in de loop der tijd. Deels hadden die te maken met de vestiging van industrie in specifieke regio's, zoals de textiel in Twente, Philips in Eindhoven, of bijvoorbeeld de mijnen in Zuid-Limburg (waaruit DSM is voortgekomen). De laatste decennia is er een verschuiving uit de Randstad gaande naar de Brabantse steden en de Flevopolder en Gelderland, onder andere vanwege de congestie en ruimtelijke druk die in de Randstad is ontstaan. Die verschuiving heeft het Noorden (nog) niet of nauwelijks bereikt. De Noord-Nederlandse provincies kunnen dan ook met recht als 'stillere provincies' worden aangeduid.¹⁰

De economische achterstand van het Noorden moet worden gezien in het licht van wat de **kenniseconomie** wordt genoemd. Voor die kenniseconomie is innovatie nodig. Konden bedrijven vroeger volstaan met concurrentie op basis van loonkosten, tegenwoordig moeten ze **innoveren**. Bedrijven hebben te maken met globalisering. Bedrijven verkopen producten en diensten internationaal en hebben productievevestigingen in verschillende landen. Dat geeft kansen, maar ook risico's. Bedrijven hebben in toenemende mate te maken met concurrentie uit goedkope productielanden. Bedrijven moeten in technologisch opzicht sneller en innovatiever worden, willen ze succesvol zijn. Ze hebben daarvoor kennis nodig.

Het Noorden heeft een aantal kenmerken die aansluiting bij de kenniseconomie belemmeren. Die liggen deels in de vaak genoemde 'harde' economische kenmerken, zoals traditionele sectorstructuur, lage arbeidsproductiviteit, lage scholing van de beroepsbevolking, lage exportgerichtheid, beperkte infrastructuur, perifere ligging, en kleine afzetmarkt.

Er is echter meer dan de 'harde' economische cijfers, bijvoorbeeld in de vorm van cultuur, mentaliteit en identiteit. Er is meer nodig om regio's succesvol te laten zijn dan te investeren in infrastructuur en bedrijventerreinen of het kopiëren van een succesregio. Succesvolle regio's laten zien dat innovatief succes afhankelijk is van specifieke, plaatsgebonden factoren. Naast 'klassieke' **productiefactoren** kunnen ook andere, meer 'softe', gebiedskenmerken als samenwerking, cultuur en imago een rol spelen. Zo zijn verschillen in samenwerking van het bedrijfsleven en ondernemersmentaliteit van invloed op het succes in de kenniseconomie. De achterstand in het Noorden ligt mogelijk juist ook in 'softe' kenmerken die de aansluiting met de kenniseconomie belemmeren.

1.3 Hardware, software en mindware voor de kenniseconomie

In dit onderzoek is gekozen voor een brede benadering waarbij zowel naar de 'harde' als de meer 'softe' elementen is gekeken. Dat biedt meer inzicht in de factoren die een rol spelen bij de achterstand van het Noorden. Bovendien is het denkbaar dat negatieve harde factoren wellicht juist gecompenseerd kunnen worden door meer softere factoren. Ze kunnen echter de achterstand ook versterken. Daarvoor is dan wel inzicht nodig in die softere factoren.

Er is in dit onderzoek gekeken naar specifieke aspecten van de noordelijke economie in samenhang met sociale, culturele, en 'mentale' kenmerken van het Noorden.¹¹ Om enig overzicht te krijgen, is een onderscheid gemaakt in de '**hardware**', '**software**' en '**mindware**' van een regio.¹² Het onderscheid in hardware, software en mindware is op zich geen nieuw inzicht, maar geeft wel een logische ordening aan in de kennis van regionaal-economische ontwikkeling. Het geeft als het ware een 'kapstok' om inzichten te kunnen plaatsen en factoren die de regionale economie beïnvloeden helder te benoemen.

¹⁰ Blom (2006).

¹¹ Zie hoofdstuk 3.

¹² Zie Hospers (2005c).

Hardware, software en mindware

Hardware

Regionale economische ontwikkeling wordt in de eerste plaats bepaald door de hardware van een regio, dat wil zeggen de zichtbare en tastbare ('harde') elementen in de regionale economie: arbeid, kapitaal, grondstoffen, maar ook infrastructuur, R&D en kennis. Regionale innovatiekracht is in de eerste plaats een kwestie van de 'hardware', dat wil zeggen de zichtbare en tastbare ('harde') elementen in de regionale economie. Traditioneel wijzen economen op het belang van de productiefactoren arbeid, natuur en kapitaal voor economische dynamiek. Een locatie die beschikt over voldoende gekwalificeerde arbeidskrachten, natuurlijke hulpbronnen (zoals nabijheid van de zee en grondstoffen) en productiemiddelen (denk aan machines en gebouwen) zou zonder problemen moeten kunnen innoveren, zo is de gedachte. De laatste decennia zijn wetenschappers er echter achter gekomen dat met deze basisfactoren niet alle verschillen in regionale innovatiekracht te verklaren zijn. Ook de aanwezigheid van infrastructuur – wegen, (lucht)havens en de digitale ontsluiting van een gebied – en het kennisniveau van bedrijven en instellingen in een regio zijn van groot belang. Met name de laatste factor blijkt een grote rol te spelen in het regionale innovatieproces. Om het kennisniveau in een regio te meten, wordt bijvoorbeeld gekeken naar de 'R&D-intensiteit'. Toch gaat het in het proces van regionale innovatie niet louter om de 'hardware'. Techno-economische factoren zoals arbeid, natuur, kapitaal, infrastructuur en kennis mogen dan noodzakelijke voorwaarden zijn, het zijn zeker geen voldoende voorwaarden voor regionale innovatiekracht.

Software

Naast hardware gaat het om de ondernemers die al die faciliteiten gebruiken, hun instelling en de wijze waarop ze met elkaar omgaan. Innovatie is tenslotte mensenwerk: een ondernemer is een mens van vlees en bloed, onderhoudt relaties met anderen in de buurt en ontleent daaraan juist de inspiratie en creativiteit die nodig zijn voor vernieuwing. Onderzoek laat zien dat regionale ontwikkeling ook tot stand komt door verschillen in 'sociaal kapitaal', met andere woorden de mate waarin de plaatselijke bevolking deelneemt aan netwerken en elkaar vertrouwt. Termen als 'netwerken' en 'leren' staan ook centraal in de recente literatuur over 'regionale innovatiesystemen' en 'lerende regio's'. In beide benaderingen wordt innovatie gezien als een zichzelf versterkend leerproces. De geografische nabijheid van partijen die bij innovatie betrokken zijn maakt niet alleen 'face-to-face' contact mogelijk, maar leidt ook tot vertrouwen en leren en daarmee tot innovatie. Nieuwe ideeën ontstaan veelal door intensieve communicatie en kennisuitwisseling met naaste collega's of anderen in de buurt. In dat kader hoort men wel eens de kreet: 'high-tech' vereist 'high touch'. Men zou ook kunnen zeggen: innovatie is meer gebaat bij een goede buur dan bij een verre vriend. Het geheel aan relaties tussen regionale partijen die in het innovatieproces met elkaar samenwerken vormt een regionaal innovatiesysteem dat na verloop van tijd kan uitgroeien tot een lerende regio. Hoe abstract al deze redeneringen over de regionale 'software' ook lijken, ze komen allemaal tot een even paradoxale als interessante conclusie: zachte, sociaal-culturele factoren kunnen leiden tot regionale innovatiekracht die zich vertaalt in harde economische cijfers.

Mindware

Bij mindware gaat het om de cognitief-psychologische aspecten rond een regio: beeldvorming, perceptie en imago bij de inwoners en buitenstaanders hebben ook invloed op regionale ontwikkelingen. Uit recent onderzoek blijkt dat de beeldvorming van zowel innovatie als regio's positief beïnvloed wordt door de mate van bekendheid, oftewel 'onbekend maakt onbemind' en 'bekend maakt bemind'.

Naast de indeling hardware-software-mindware *an sich* moet de samenhang tussen de drie elementen worden getoond. Het is in het samenspel van de drie 'krachten' dat economische ontwikkeling tot stand komt. Daarbij kan het ene element versterkend of aanvullend zijn voor andere elementen (of in sommige gevallen zelfs als een voorwaarde gelden).

Regionaal-economische ontwikkeling betreft volgens de indeling hardware-software-mindware altijd een combinatie van deze elementen. In het beleid zou idealiter voor alle drie aandacht moeten zijn. Concreet: bij de Eemshaven werd wel aandacht besteed aan de infrastructuur (hardware), maar niet of te weinig aan de software en de mindware, die uiteindelijk juist belangrijke factoren bleken. Bovendien zou een en ander ingebed moeten zijn in de specifieke regionale situatie. Er moet dus worden gekeken hoe de gewenste economische ontwikkeling zich bijvoorbeeld verhoudt tot bestaande economische activiteiten, netwerken van ondernemers, bedrijven en kennisinstellingen, en de regionale cultuur en mentaliteit.

1.4 Leeswijzer

Deze rapportage bestaat uit drie delen. In deel I wordt ingegaan op de economie van Noord-Nederland en worden 'lessen' gegeven voor Noord-Nederland op basis van de analyse van hardware, software en mindware. Hoofdstuk 2 gaat over op de achterstandssituatie van Noord-Nederland. Hoofdstuk 3 bevat de analyse van het schema hardware-software-mindware voor de noordelijke economie. Deze hoofdstukken zijn gebaseerd op een achtergrondrapportage met een meer kwantitatieve onderbouwing.¹³

In deel II wordt informatie gegeven over de regionaal-economische ontwikkeling en de 'aanpak' in een aantal regio's in het buitenland. Dit deel bevat 'lessen' voor Noord-Nederland op basis van buitenlandse ervaringen. Op de economische situatie en regionaal-economische stimulering in een aantal regio's wordt uitgebreid ingegaan. Dit betreft de regio's waar een studiereis naar is georganiseerd: North East England (hoofdstuk 4), Vorarlberg (hoofdstuk 5) en de Øresundregio (hoofdstuk 6). Naar een aantal andere regio's wordt alleen beknopt gekeken (hoofdstuk 7)

Deel III gaat in op de aanbevelingen voor plannen en activiteiten voor regionaal-economisch beleid en economische ontwikkeling van Noord-Nederland. Hoofdstuk 8 geeft een samenvatting en de belangrijkste conclusies van het rapport. Hoofdstuk 9 en 10 geven beleidsaanbevelingen: hoofdstuk 9 gaat in op 'koersen' voor het Noorden, hoofdstuk 10 geeft concrete activiteiten voor de Kamer van Koophandel.

Elk hoofdstuk begint, in een kader, met een kort overzicht van de belangrijkste conclusies.

¹³ Zie 'Hardware, software en mindware van de Noord-Nederlandse economie', (Kwantitatief) achtergrondrapport, Boneschansker en Hospers (2007).

DEEL I: HARDWARE, SOFTWARE EN MINDWARE VAN HET NOORDEN

SAMENVATTING HOOFDSTUK 2

Het Noorden krijgt al enkele decennia economische steun van het Rijk (en Europa). Het verschil in toegevoegde waarde per hoofd van de bevolking tussen het Noorden en Nederland is de afgelopen twintig jaar echter weinig veranderd, ondanks het gevoerde regionaal-economische beleid.

Het Noorden kent traditioneel een aantal economische kenmerken die de regio op 'achterstand' zetten ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde. De achterstand van het Noorden ligt vooral in:

- lagere toegevoegde waarde per hoofd van de bevolking;
- een relatief hardnekkige werkloosheid bij specifieke groepen aan de onderkant van de arbeidsmarkt;
- een lager inkomen.

De achterstand van het Noorden is vooral een 'macro-verhaal'. Als men wat dieper kijkt, dan wordt het beeld minder eenduidig. Nadere beschouwing laat zien dat er nuanceringen zijn en dat er ook tal van economische indicatoren zijn waarop het Noorden het juist relatief goed doet, of op zijn minst gelijkwaardig is aan Nederland. De noordelijke economie doet het minstens net zo goed als Nederland op een aantal punten:

- de economische groei ligt globaal op het Nederlandse niveau;
- er is een net zo grote dynamiek als Nederland in termen van bedrijfsvestigingen en starters;
- er is een aantal interessante (partiële) clusters in het Noorden, zoals de voedingsverwerkende industrie en het agrocomplex, de scheepsbouw, energie- en delfstoffenwinning, het multisensorensysteem en water;
- het Noorden kent veel middelgrote bedrijven die stuwend en innovatief zijn en op hun (internationale) markt vaak een sterke positie innemen – 'pareltjes van het Noorden'

2 STEUN EN ACHTERSTAND

2.1 Steungebied Noord-Nederland

Kenmerkend voor het Noorden is de sociaal-economische achterstand die de drie provincies al lange tijd kennen ten opzichte van Nederland. Die achterstand heeft zich steeds vertaald in een hogere werkloosheid, een lager inkomen en, tot in de vijftiger jaren, bijvoorbeeld ook slechtere woonomstandigheden.¹⁴

Al vanaf de vijftiger jaren is er daarom steunbeleid vanuit het Rijk voor het Noorden. Het steunbeleid is in het begin vooral gericht op het stimuleren van de industrie in het Noorden. Drenthe heeft de twijfelachtige eer om (in 1951) als het eerste economische ontwikkelingsgebied van Nederland te worden aangewezen. Kort daarop volgen, naast enkele ander gebieden in Nederland, ook oostelijk Friesland en Oost-Groningen.

Kernpunt van het steunbeleid is in die jaren het stimuleren van de industrie – de banenmotor in die tijd. Dat wordt vooral gedaan door overheidsinvesteringen in infrastructuur. Daarnaast is er in die tijd nog sprake van werkverschaffingsprojecten en van een beleid gericht op migratie van arbeiders naar de economische centra van het land.¹⁵

Doordat de economische groei in de wederopbouwfase snel toeneemt, ontstaan er na 1950 langzamerhand tekorten aan arbeid. Dat maakt dat een aantal industriële bedrijven er voor kiest zich in het Noorden te vestigen. Na de Tweede Wereldoorlog kende het Noorden enkele voordelen voor bedrijfsvestiging: ruimte en een relatief groot aanbod van laag geschoolde arbeid (deels uit de landbouw afkomstig). Daardoor verandert de industriële sectorstructuur. Was de industrie eerst vooral landbouw gerelateerd (voedings- en genotmiddelen), in de vijftiger en zestiger jaren komen er ook textiel- en metaalindustrie en chemie.¹⁶

De werkloosheid neemt in de zeventiger en tachtiger jaren toe, mede door herstructureringen in de industrie als gevolg van loongolven en oliecrises. Waar het regionaal-economisch beleid eerst gericht was op industrialisatie, blijkt in de zeventiger jaren dat met name de arbeidsintensieve industrie het hoofd niet boven water kan houden. De ontstane werkloosheid is in belangrijke mate – ook in het Noorden – opgevangen door werkgelegenheidsgroei in de publieke sector (overheid en zorg).

Vanaf de zeventiger jaren is het Noorden als geheel een (economisch) **stimuleringsgebied**. Het steunbeleid komt onder andere tot stand na aandringen van de noordelijke overheden dat de achterstand moet worden ingelopen.¹⁷ Het steunbeleid krijgt eind jaren negentig de vorm die het nu nog heeft. Naast de nationale steun komen er Europese subsidies (met cofinanciering door nationale en provinciale overheden). Het steunbeleid krijgt haar huidige vorm onder andere door de commissie-Langman en het daarop volgende **Kompasprogramma**. Het doel van het Kompasprogramma is het verschil met Nederland te overbruggen.

¹⁴ Wever (2003).

¹⁵ Zo was er in Eindhoven een 'Drents dorp' van Drentse arbeiders die bij Philips gingen werken (Wever, 2003). Tegenwoordig vormt min of meer opgelegde binnenlandse arbeidsmigratie geen onderdeel van beleid.

¹⁶ Wever (2003).

¹⁷ Wever (2003).

Figuur 2.1: Stimuleringsgebieden in drie perioden



* De gemeenten Urk en Lelystad alleen 2007-2008.

Bron: Rijksbegroting 2007 (30 800 XIII), Wever (2003).

Kompasprogramma/Koers Noord

Het Kompas voor het Noorden is een investeringsprogramma voor economische structuurversterking in het Noorden in de periode 2000-2006. Doel van het investeringsprogramma is het inlopen van de economische achterstand. Er zijn verschillende regelingen die de economie van het Noorden moeten stimuleren. De belangrijkste is de zogenoemde IPR-regeling (Investeringspremieregeling). De economische versterking moet volgens het Kompas bovendien worden gerealiseerd door het ontwikkelen van een internationale transportas in de Noord-corridor, waaronder de Zuiderzeelijn, en door investeringen in de vijf kernzones.¹⁸

Het Kompas is voor de periode 2007-2013 voortgezet in het Koers Noord programma. Koers Noord gaat meer uit van het stimuleren van zogenoemde pieken en speerpunten van de noordelijke economie.¹⁹ (Innovatieve) 'pieken' en 'speerpunten' zijn:

- multisensorensysteem (piek);
- water (piek);
- Energy Valley (piek);
- agribusiness (piek);
- Life Sciences/nanotechnologie (speerpunt);
- toerisme (speerpunt);
- ICT (speerpunt);
- zorg (speerpunt);
- chemie (speerpunt);
- scheepsbouw (speerpunt).

Daarnaast wordt nu meer de nadruk geld op het 'menselijk kapitaal' door te kijken naar het:

- verbeteren van het benutten van menselijk kapitaal in het bedrijf (HRM);
- stimuleren van bedrijfsgerichte scholing;
- verbeteren van het aanpassingsvermogen van het onderwijs en de arbeidsmarkt;
- verbeteren van de onderwijsinfrastructuur in Noord-Nederland;
- bevorderen van ondernemerschap.

¹⁸ Zie SNN (1999). De plannen voor de Zuiderzeelijn gaan niet door. In plaats daarvan worden rijksmiddelen ingezet voor een zogenoemd transitieprogramma voor de Noordelijke economie.

¹⁹ SNN (2006, 2007).

Concreet is in het Kompas-programma (uit 1999) het doel geformuleerd in termen van werkgelegenheid: er moeten 43.000 extra arbeidsplaatsen worden gecreëerd om het zogenoemde faseverschil met Nederland te overbruggen.²⁰ In het kader van een evaluatie van het Kompas is aangegeven dat er meer aandacht moest komen voor innovatie en het versterken van de kennisinfrastructuur.²¹ Dit is ook in een aantal programma-onderdelen gedaan. Waar eerst vooral werd gekeken naar werkgelegenheidseffecten van investeringen in zaken als bedrijventerreinen, infrastructuur en stedelijke vernieuwing, wordt nu meer gekeken naar investeringen in innovatieve pieken en speerpunten. Daarmee wordt nu meer nadruk gelegd op de transitie naar een kenniseconomie en wordt het principe van clusters omarmd.²²

Het doel van het Kompas is dus in eerste instantie niet geformuleerd in termen van groei van het regionaal inkomen of (bruto) regionaal product. Groei van het regionaal inkomen of product zou echter een centraal element moeten zijn; werkgelegenheid is immers daarvan een afgeleide. In groei van het regionaal inkomen of product komen zaken als (arbeids)productiviteitsgroei en innovatie naar voren die centraal staan in de kenniseconomie. De beleidsdoelen zijn tot nu toe echter niet geformuleerd in termen van groei (bijvoorbeeld een hogere groei dan het landelijke gemiddelde).

Het steunbeleid is, met accentverschuivingen, een continu element in het Noorden. Het is echter lastig om in termen van werkgelegenheid, laat staan economische groei en innovatie, de effectiviteit van de steun te meten.²³ De recente evaluatie-onderzoeken die er zijn rond delen van het Kompas-programma maken voorbehouden in termen van *verwachte* en niet feitelijk behaalde werkgelegenheidseffecten of zijn nogal vaag over de omvang van zogenoemde 'dead weight' effecten – effecten die ook zonder de maatregelen zouden zijn opgetreden.²⁴

Hoe het ook zij met de effectiviteit van afzonderlijke beleidsmaatregelen, feit is dat het verschil in toegevoegde waarde tussen het Noorden en Nederland de afgelopen twintig jaar weinig is veranderd. Alhoewel het kan zijn dat met het steunbeleid is voorkomen dat het verschil nog groter is geworden, geeft dat een indicatie dat het gevoerde regionaal-economische beleid, in termen van toegevoegde waarde, niet tot grote veranderingen in de regionaal-economische verhoudingen heeft geleid (figuur 2.2).²⁵ Al lijkt het Noorden, en dan met name Groningen, het de laatste jaren relatief goed te doen.²⁶

Het is mede daarom dat er vanuit het Rijk meer nadruk in het regionaal-economisch beleid is komen te liggen op de bijdrage van regio's aan de nationale welvaart. Het gaat niet langer meer om alleen maar steun, maar steeds meer om steun met als doel de concurrentiekracht van het Noorden en van Nederland te versterken. Dit komt ook tot uitdrukking in de voorkeur voor steun aan zogenoemde stuwende bedrijvigheid – bedrijven die exporteren.

²⁰ De 43.000 arbeidsplaatsen zijn berekend als de situatie in 2010 waarbij de netto-arbeidsparticipatie van Noord-Nederland gelijk is aan die van het Nederlandse gemiddelde. Zie daarover bijvoorbeeld Van Dijk (2001).

²¹ ECORYS-NEI (2003).

²² SNN (2006).

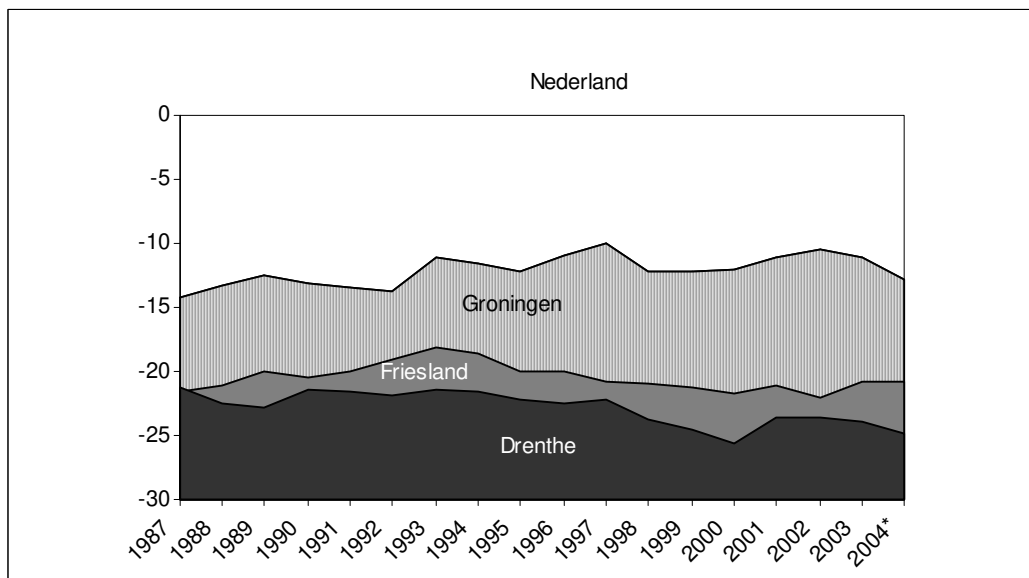
²³ ECORYS-NEI (2005). Zie ook SNN (2006).

²⁴ Bijvoet en Koopmans (2004).

²⁵ Bijvoet en Koopmans (2004). Zie ook paragraaf 2.2.

²⁶ NAV (2007).

Figuur 2.2: Procentueel verschil in toegevoegde waarde per hoofd t.o.v. Nederland*



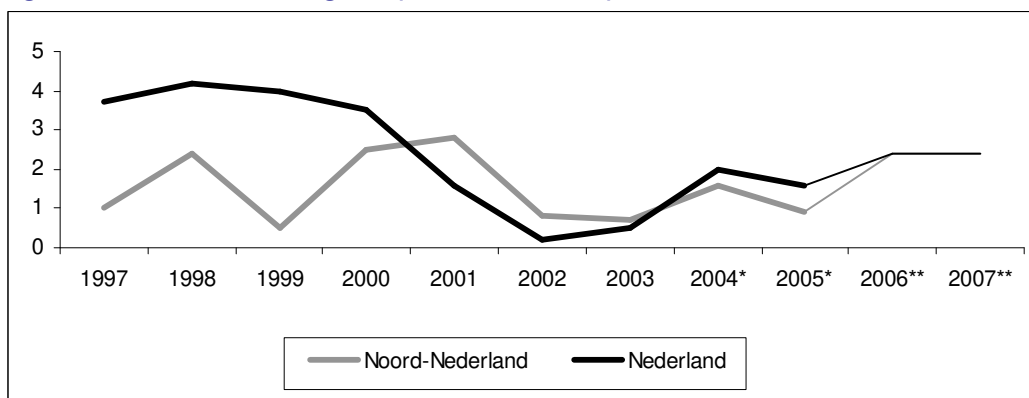
* In de figuur staat de bovenste 0-lijn voor de toegevoegde waarde per hoofd in Nederland. De andere lijnen geven de (negatieve) procentuele afwijking daarvan voor de drie noordelijke provincies. Zo geldt bijvoorbeeld voor Groningen dat de toegevoegde waarde per hoofd steeds 10-15% lager is dan het landelijke gemiddelde.

Bron: CBS

Toegevoegde waarde

De toegevoegde waarde is een indicator voor de omvang van de economische activiteiten. Het bestaat uit de waarde van de productie minus de waarde van het intermediaire gebruik (de waarde van de producten die in het productieproces zijn gebruikt, c.q. toegeleverde goederen en diensten). Op basis van de toegevoegde waarde wordt het bruto binnenlands product berekend.

Figuur 2.3: Economische groei (volumemutaties), 1997-2007*



* Voorlopige cijfers.

** Prognose.

Bron: CBS, NAV (2007)

In het recente rijksbeleid gericht op 'Pieken in de Delta' wordt gesteld dat regionale steun in beginsel alleen daar plaatsvindt waar een regio bijdraagt aan nationale economische doelen, dus de nationale concurrentiekracht. Een gevolg is dat de economische subsidies voor Noord-Nederland weliswaar nog een aantal jaren blijven bestaan, maar wel minder worden en op de langere duur in de huidige vorm worden afgebouwd.²⁷

2.2 Achterstand en dynamiek van het Noorden

Hoe groot is de achterstand van het Noorden? Indicatoren die de achterstand van het Noorden ten opzichte van Nederland aangeven, zijn:

- een lager bruto regionaal product;
- een hogere werkloosheid;
- een lager inkomen.

De **toegevoegde waarde** per hoofd van de bevolking is in het Noorden lager dan het Nederlandse gemiddelde. Het verschil is aanzienlijk. De provincies verschillen echter sterk onderling. Groningen kent een toegevoegde waarde per hoofd die ruim 10% lager is dan landelijk; in Friesland en Drenthe is dat rond de 20% (figuur 2.2). Het verschil heeft vooral te maken met de Nederlandse economische structuur, waarbij een aantal sterke economische activiteiten met een hoge toegevoegde waarde geconcentreerd zijn in de Randstad.²⁸

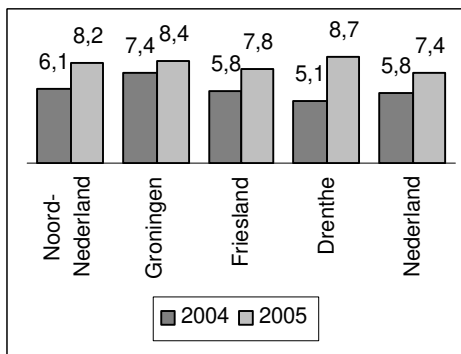
Het relatieve verschil in toegevoegde waarde – de achterstand van het Noorden – is vanaf eind jaren tachtig licht teruggelopen. In de tweede helft van de jaren negentig is de achterstand echter weer opgelopen. Vooral in die periode was het patroon dat bij een laagconjunctuur het Noorden extra 'klappen' kreeg en langer in de laagconjunctuur bleef hangen. Per saldo was het relatieve verschil in 2004 ongeveer gelijk als dat van twintig jaar geleden.

De achterstand is dus niet veel minder geworden, maar ook niet groter. Dat betekent dat de **economische groei** in het Noorden op de langere termijn niet veel verschilt van het Nederlandse gemiddelde (figuur 2.3). Nadere beschouwing leert dat met name de laatste jaren het groeiverschil relatief klein is. Dat kan betekenen dat de noordelijke economie steeds meer 'aanhaakt' aan de landelijke ontwikkeling. Alle drie noordelijke provincies kenden de afgelopen periode jaren waarin de economische groei ongeveer gelijk was aan of zelfs sneller was dan het Nederlands gemiddelde. Vooral Groningen kent in bepaalde jaren groeicijfers die gelijk zijn aan of hoger zijn dan het Nederlandse gemiddelde. In 2004 en 2005 kende het Noorden juist weer wat lagere groeicijfers dan landelijk. Prognoses geven aan dat in 2006 en 2007 het groeicijfer weer ongeveer op het landelijke gemiddelde zou liggen.

²⁷ Vooralsnog is door de Tweede kamer via de zogenoemde motie Van Dijk voor de komende jaren geld toegezegd aan het Noorden.

²⁸ Er is hier gecorrigeerd voor delfstoffenwinning. Van die sector is juist een groot aandeel in Noord-Nederland – met name Groningen – te vinden.

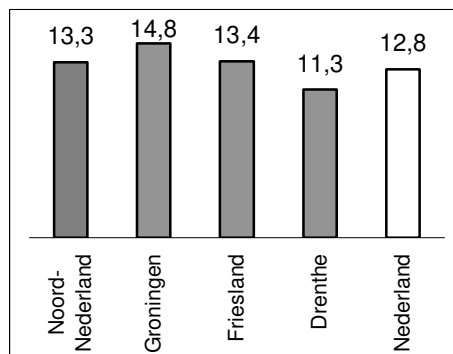
Figuur 2.4: Aandeel starters*



* Aandeel starters in het totaal aantal bedrijfsvestigingen.

Bron: Kamer van Koophandel (uit NAV 2007)

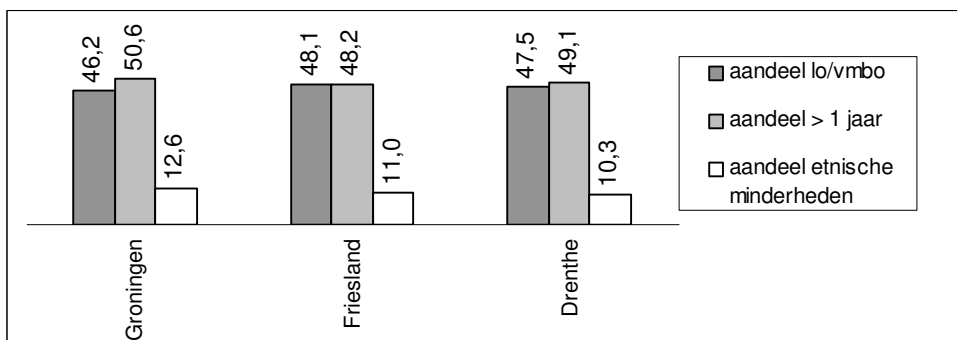
Figuur 2.5: Investeringsquote, 2004*



* De investeringsquote is de investeringen als aandeel van de toegevoegde waarde. Nader voorlopige gegevens; alleen investeringen in bedrijfsgebouwen, vervoermiddelen, machines en installaties, en 'overige investeringen in vaste activa'; exclusief woningen, GWW en grond.

Bron: CBS

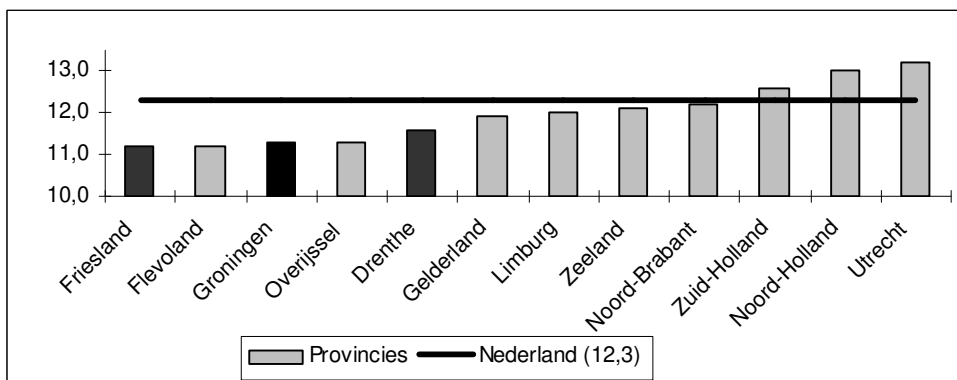
Figuur 2.6: Werkloosheid naar aandeel laag opgeleiden, duur en etniciteit, 2003*



* Het aandeel etnische minderheden onder werklozen is beduidend hoger dan het aandeel in de bevolking; het bevolkingsaandeel van niet-westerse allochtonen is in Groningen, Friesland en Drenthe 5,5%, 3,7% en 3,2%.

Bron: CWI, bewerking BBO

Figuur 2.7: Gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner, 2003 (x 1.000 euro)



Bron: CBS

Er zijn ook andere economische indicatoren die laten zien dat op dit moment de noordelijke economie een dynamiek kent, die vergelijkbaar is met het Nederlandse gemiddelde. Zo is de groei van het aantal vestigingen niet lager dan landelijk. Ook het aandeel **starters** in het totaal aantal vestigingen is niet lager dan landelijk. De groei doet zich vooral voor in de bouw en de zakelijke diensten. Een aanzienlijk deel van de groei komt door zogenoemde zzp'ers – zelfstandigen zonder personeel. In termen van starters, oprichtingen, opheffingen en faillissementen blijken de noordelijke provincies een positie te hebben die niet onderdoet voor het landelijke gemiddelde.²⁹

Een andere indicator voor dynamiek zijn de investeringen. De **investeringsquote** ligt in het Noorden al jaren rond het landelijke niveau. Dat betekent dat in termen van uitbreiding van productiecapaciteit, het Noorden in beginsel niet minder groeipotentie heeft dan Nederland als geheel.

De **werkloosheid** in het Noorden is hoger dan landelijk, maar nadere beschouwing geeft aan dat de kans op werkloosheid lang niet voor iedereen gelijk is. De werkloosheid concentreert zich bij de groep langdurig werklozen, bij allochtonen en bij laag opgeleiden, vaak in de stedelijke gemeenten. De hoge werkloosheid in het Noorden is dus niet zozeer een algemeen probleem voor werkzoekenden in Noord-Nederland, maar eerder een specifiek probleem voor bepaalde groepen aan de onderkant van de arbeidsmarkt. Het Noorden kent een relatief grote vertegenwoordiging van mensen met een grote achterstand tot de arbeidsmarkt. Er zijn echter geen aanwijzingen dat de arbeidsmarkt in het Noorden imperfecties kent die anders zijn dan die voor heel Nederland gelden. Dat is ook logisch, want veel arbeidsmarktimperfecties komen voort uit wetgeving en regelingen (zoals CAO's) die nationaal geregeld zijn.

In 2003 lag het **besteedbaar inkomen** per inwoner in het Noorden lager dan het landelijke gemiddelde. Het verschil belooft zo'n 8%. Het lagere inkomen is vooral een resultante van een hogere werkloosheid, meer uitkeringen en een iets lagere beloning van werknemers in het Noorden. Tegenover het lagere inkomen staat dat de inwoners van het Noorden minder kosten hebben voor bijvoorbeeld woningen. Bovendien is inkomen niet de enige factor in de welvaart. Uit scores over het geluksgevoel van mensen blijkt dat de gemiddelde Noorderling gelukkiger is dan andere Nederlanders.³⁰ Wel leidt het lagere inkomen tot een relatief grote kans op een beroep op sociale ondersteuning van gemeenten. En ook betekent een laag besteedbaar inkomen dat de omvang van de economie kleiner is. Met name de vraag naar de wat luxere producten zal gemiddeld genomen kleiner zijn in het Noorden dan elders in Nederland.

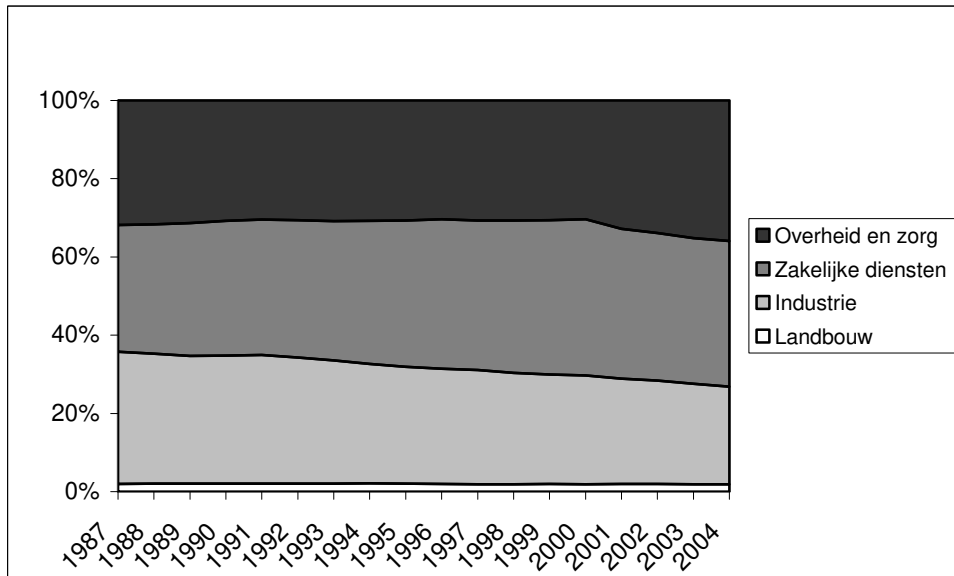
Binnen het Noorden zijn er overigens aanzienlijke verschillen te zien. Zo is het inkomen in Oost-Groningen en Noordoost-Friesland het laagst. In de grotere steden Groningen, Leeuwarden en Assen ligt het inkomen juist hoger dan het noordelijke gemiddelde (maar nog wel onder het landelijk niveau). Haren is, niet geheel onverwacht, de gemeente met verreweg het hoogste inkomen in het Noorden.

Ook bij de werkloosheidscijfers zijn er verschillen binnen het Noorden. Oost-Groningen en Noordoost-Friesland komen duidelijk hoger uit dan het landelijk gemiddelde. Ook de grotere steden (Groningen, Leeuwarden, Assen en Emmen) kennen een relatief hoge werkloosheid. Zuidwest-Friesland en westelijk Groningen kennen juist relatief minder werkloosheid.

²⁹ Blom (2006).

³⁰ Zie hoofdstuk 3.

Figuur 2.8: Sectorstructuur, 1987-2004*



* Werknemers (dus exclusief zelfstandigen en meewerkende gezinsleden). 2004 voorlopige cijfers.

Bron: CBS

Pareltjes van het Noorden (agrocomplex)

- **Avebe Group (Veendam)**

Avebe is een wereldspeler op het terrein van aardappelzetmeel. Zetmeel wordt gebruikt in voedsel, papier, bouwmaterialen, kleding en lijmen. Avebe zet zich in voor innovatie in de productieketen.

- **CSK Food Enrichment (Leeuwarden)**

CSK levert ingrediënten voor de voedselindustrie met de nadruk op zuivelproducten. Belangrijk element is innovatie en toepassing van biotechnologie.

- **Douwe Egberts Coffee Treatment & Supply (Joure)**

De 'theepakkerij' van Douwe Egberts is gevestigd in Joure. Hier wordt thee gemelangeerd en voor de (inter)nationale markt gereed gemaakt.

- **Ecostyle (Appelscha)**

Bedrijf maakt ecologische tuinproducten voor consument en teler. Uitgangspunten zijn duurzaamheid en innovativiteit.

- **FrieslandCampina (Meppel)**

Coöperatief bedrijf houdt zich bezig met het ontwikkelen, produceren en vermarkten van zuivelproducten; ontstaan uit Friesland Foods en Campina. Binnen Nederland is Friesland Foods het grootste zuivelconcern; wereldwijd speler op markten in Centraal Europa, Midden-Oosten, Zuidoost Azië en West Afrika.

- **Hoefijzerfabriek Werkman & Co (Groningen)**

Bedrijf, opgericht in 1909, maakt breed spectrum aan hoefijzers met veel specialisatie. Het bedrijf exporteert 95% van de productie.

- **Meko (Assen)**

Meko is marktleider in Nederland en een grote Europese leverancier van melkkoeltanks. Naast de melktanks zelf houdt het bedrijf zich ook bezig met zaken als robotmelken en energiebesparing.

Samengevat, de toegevoegde waarde ligt in het Noorden beduidend lager, maar het verschil wordt niet groter. Het verschil in economische *groei* lijkt vooral de laatste jaren minimaal. Andere indicatoren voor economische dynamiek, zoals aantal vestigingen, aandeel starters en investeringen laten weinig verschil tussen het Noorden en Nederland zien. De arbeidsmarkt is in beginsel niet minder dynamisch dan elders, maar er is wel een werkloosheidprobleem voor bepaalde risicogroepen. Het inkomen van huishoudens is lager, maar dat geldt ook voor kosten. Wel is de consumentenmarkt, zeker voor luxere goederen kleiner.

2.3 Macro, meso en micro

Er is ook een ander 'verhaal' over de noordelijke economie te vertellen. De 'achterstand' is namelijk vooral een 'macro-verhaal'. Als men wat dieper kijkt, dan wordt het beeld echter minder eenduidig. Dat wordt hier gedaan door in te gaan op afzonderlijke sectoren en clusters.

Landbouw

De noordelijke economie heeft een relatief groot aandeel van de landbouw. In Nederland was het aandeel van de landbouw in 2004 in termen van toegevoegde waarde 2,2%; in het Noorden was dat 4,0%. De **sectorstructuur** is daarom traditioneel te noemen. Immers, over het algemeen beweegt de economie zich richting een diensteneconomie en is een hoog aandeel landbouw iets van 'vroeger'. Echter, dat de landbouw relatief groot is, is op zich geen probleem (en in een regio met relatief veel landbouwgrond ook niet zo vreemd), mits de landbouw geïntegreerd is in een agrocomplex met een hoge productiviteit en een sterk innovatievermogen.³¹

En dat is rond de landbouw juist aan de orde. De landbouw gekoppeld aan het hele agrocomplex – dus samen met de voedselindustrie en andere landbouw gebonden bedrijvigheid – is een sterk productieve en innovatieve sector. Dat geldt voor Nederland als geheel en ook voor het Noorden. Het totale agrocomplex is in het Noorden een belangrijke stuwende sector – met name kunnen het melkvee-/zuivelcomplex in Friesland en de tuinbouw in Zuidoost-Drenthe worden genoemd. Er is wel een verschil met het Nederlandse agrocomplex. In het Noorden is een beperkte aanwezigheid van tuinbouw en groothandel (veilingen), die van oudsher dicht bij de grootstedelijke centra in het westen van Nederland gevestigd zijn.³²

Het Noorden kent binnen het agrocomplex een aantal toonaangevende bedrijven. Voorbeelden van noordelijke bedrijven die internationaal opereren en op hun deelmarkt sterke posities innemen zijn:

- **Avebe Group**
- **CSK Food Enrichment**
- **Douwe Egberts Coffee Treatment & Supply**
- **Ecostyle**
- **FrieslandCampina**
- **Hoefijzerfabriek Werkman & Co**
- **Meko**

³¹ Juist dat mag als een typisch kenmerk van de Nederlandse landbouw worden gezien. De Nederlandse landbouw is hoog-technologisch en sterk verweven met het totale agrocomplex.

³² Zie Boneschansker (2007).

Cluster subsectoren Noord-Nederland*

Sector/ 'speerpunt'	Ruimtelijke concentratie	Samenwerking tussen bedrijven	Samenwerking overheid/kennis- instellingen	Innovatie	Aandeel economie	Exportoriëntatie
Voedings- en genotmiddelen	+/-**	+	+	+	+	++
Metaalproductenindustrie	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	+
Papier en karton	+	+/-	+/-	+/-	+/-	+
Uitgeverijen en drukkerijen	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+/-
Elektrotechnische industrie	+	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-
Scheepsbouw	+/-	+	+/-	+	+/-	+
Transportmiddelenindustrie	+/-	+	+/-	+	+/-	+
Chemische industrie	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+
Machine-industrie	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-
Agrocomplex	+/-	+	+	+	++	++
Energie en delfstoffenwinning	+	+/-	+	+	+	++
Financiële dienstverlening	+	+/-	+/-	+/-	+/-	+/-
Telecommunicatie	+	+/-	+/-	+	+/-	+/-
Onderzoek en onderwijs	+	+/-	.	+	+/-	+/-
Life sciences	+	+/-	.	+	+/-	+/-
Toerisme	+/-	+/-	+/-	+/-	+	++
Multisensorsystemen	+	++	++	+	+/-	+/-
Water	+	++	++	++	+/-	+/-
Ict	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+/-
Zorg	+/-	+	+	+/-	+/-	+/-

* +/- = neutraal of zowel sterke als zwakke elementen; + = overwegend sterk aanwezig; ++ = duidelijk sterk aanwezig; . = niet van toepassing. Vet gedrukt = drie keer of vaker een '+'. Een (sub)sector is een cluster, indien:

- de economische activiteiten ruimtelijk geconcentreerd zijn;
- er sprake is van expliciete samenwerking tussen bedrijven;
- er sprake is van intensieve samenwerking tussen bedrijven aan de ene kant en overheid en kennisinstellingen aan de andere kant;
- de activiteiten innovatief en productiviteitsverhogend zijn;
- de economische activiteiten een redelijk groot aandeel in de totale economie hebben;
- de sector stuwend is, d.w.z. een aanzienlijk onderdeel van de omzet buiten de regio plaatsvindt.

** Ruimtelijke concentratie wel voor melkvee/zuivelcluster in Friesland.

Bron: BBO

Pareltjes van het Noorden (industrie)

- **Cross Point (Emmen)**

Producent van elektronische apparatuur en systemen op het gebied van preventie, veiligheid en alarmsystemen.

- **Paques (Balk)**

Internationaal gericht bedrijf dat zich bezig houdt met innovatieve milieu-biotechnologie, onder andere gericht op waterzuivering, en -bewerking.

- **Photonis Night Vision (Roden)**

Bedrijf maakt beeldschermen en nachtkijkers op basis van innovatieve *photon sensor technology*, onder andere voor militaire afnemers. Onderdeel van wereldwijd actieve Photonis Group.

Industrie

De industrie is in het Noorden relatief belangrijk. In Nederland was het aandeel van de industrie in 2004 in termen van toegevoegde waarde ruim 16%%; in het Noorden was dat 18%. Er is in het Noorden sprake van traditionele arbeidsintensieve industrie die het moeilijk heeft in de concurrentie met lage lonen landen. De vooruitzichten voor dat type industrie zijn niet rooskleurig. Dat geldt overigens voor al dat soort industrie in heel Nederland. Daarin wijkt het Noorden niet duidelijk af van het landelijke beeld. Het verliezen van bedrijfsvestigingen met veel werknemers komt in een ijl gebied als het Noorden echter, zeker op lokaal niveau, relatief hard aan.

Als dieper wordt gekeken, dan blijken er individuele bedrijven in de industrie te zijn die de internationale concurrentie wel met succes aan kunnen. Het gaat vaak om innovatieve bedrijven. Voorbeelden van noordelijke bedrijven die internationaal opereren en op hun deelmarkt sterke posities innemen zijn:

- **Cross Point**
- **Paques**
- **Photonys Night Vision**
- **Prolyte Products**
- **Ruma Rubber**
- **Spark**
- **Tichelaar**
- **Variass**
- **Xendo**

Een echt (industriële) **cluster** bestaat niet in het Noorden. Als er al clustervorming is dan geldt dat alleen partieel. Clustervorming is in het Noorden bovendien altijd relatief klein. Sectoren die tot op zeker hoogte clusterkenmerken hebben, zijn vooral de voedingsverwerkende industrie en het agrocomplex (met name het melkvee/zuivelcluster in Friesland), de scheepsbouw, de energie- en delfstoffenwinning, het multisensorensysteem en water.

Diensten

De dienstensector in het Noorden is relatief iets kleiner dan die in Nederland. In Nederland was het aandeel van de diensten in 2004 in termen van toegevoegde waarde ruim 76%%; in het Noorden was dat 72%.³³ De kleinere dienstensector kan deels worden verklaard worden doordat de dienstensector voor een groot deel verzorgend is en dus afhankelijk van het aantal inwoners. De sector is dus automatisch kleiner in het Noorden. De kleinere zakelijke diensten worden in het Noorden in zekere mate gecompenseerd door een relatief grote (semi-)publieke sector. Dat levert in elk geval werkgelegenheid op in de dienstensector. Opvallend is dat juist de publieke diensten in het Noorden gegroeid zijn en de commerciële dienstensector niet. Nadeel van een concentratie in de publieke diensten is dat die sector per definitie weinig stuwend is. Het Noorden kent weinig (hoofd)vestigingen van meer stuwende, internationaal georiënteerde diensten (denk aan ict, financiële diensten).

³³ Handel, horeca, vervoer, zakelijke diensten, overheid en zorg.

Pareltjes van het Noorden (vervolg industrie)

- **Prolyte Products (Leek)**

Wereldspeler op het gebied van aluminium constructies, bijvoorbeeld voor toepassingen bij standbouw en evenementen, maar ook in industriële toepassingen.

- **Ruma Rubber (Hoogeveen)**

Ruma is een wereldspeler op het vlak van rubber en polyurethaan. Het gaat onder andere om innovatieve toepassingen in bijvoorbeeld het bekleden van walsen en kopieermachines.

- **Spark (Emmen)**

Producent van (laboratorium) instrumenten, inclusief software. Bedrijf is sterk internationaal georiënteerd.

- **Tichelaar (Makkum)**

Oudste bedrijf van Nederland en producent van keramiek. Het bedrijf combineert techniek met vormgeving.

- **Variass (Veendam)**

Variass is een industriële dienstverlener voor de elektronica industrie. Het bedrijf verzorgt logistiek, assemblage en ontwikkeling van producten.

- **Xendo Drug Development (Groningen)**

Bedrijf in de farmaceutische sector, gespecialiseerd in onder andere het testen van geneesmiddelen. Onderdeel van wereldwijd opererend farmaceutisch bedrijf Xendo.

Pareltjes van het Noorden (diensten)

- **Boom Uitgevers (Meppel)**

Bedrijf dat zich vanuit een 'pure' drukkerij/uitgeverij heeft ontwikkeld naar een uitgeversconcern dat zich houdt met multimediale activiteiten.

- **The Factor-E (Groningen)**

Internetbedrijf gericht op internetapplicaties en content management sites.

- **De Haske Publications (Heerenveen)**

Internationale uitgever op het gebied van bladmuziek, muziek(les)boeken.

- **Van der Heide Groep (Kollum)**

Dienstverlener op het gebied van (elektro)technische infrastructuur voor veiligheid en continuïteit van productieprocessen. Oorsprong ligt in de productie van bliksembeveiliging.

- **Ni Hao Group (Tynaarlo)**

Onderneming die zich bezig houdt met internationale handel en verkoop van (Chinese) meubels, bouwmaterialen en porselein. Onderdeel van het bedrijf zijn ook Chinese (en Japanse) restaurants.

- **Rovecom (Hoogeveen)**

Internetbedrijf dat zich bezig houdt met softwareontwikkeling, internettoepassingen, web sites, en computerhardware.

- **Snakeware (Sneek)**

Internetbedrijf gericht op web sites, intranet sites, online applicaties en content management.

- **Traffic4u (Groningen)**

Zoekmachine marketingbureau houdt zich bezig met het positioneren van web sites in en bij zoekmachines op internet.

- **Vitalis, Drachten**

Producent en dienstverlener op het gebied van zorg. Het gaat om producten als scootmobielen, rollators en trapliften.

Toch zijn ook in de (niet-publieke) diensten 'pareltjes van het Noorden' te vinden. Voorbeelden van noordelijke bedrijven die internationaal opereren en op hun deelmarkt sterke posities innemen zijn:

- **Boom Uitgevers**
- **The Factor-E**
- **De Haske Publications**
- **Van der heide Groep**
- **Ni Hoa Group**
- **Rovecom**
- **Snakeware**
- **Traffic4u**
- **Vitalis**

Samengevat, kan men stellen dat als dieper wordt gekeken dan het 'macro-niveau' de achterstand van het Noorden minder duidelijk is. In delen van de economie doet het Noorden het zeker niet slechter dan de rest van Nederland. Er zijn veel voorbeelden van noordelijke bedrijven die internationaal opereren en op hun deelmarkt sterke posities innemen: de 'pareltjes van het Noorden'.

SAMENVATTING HOOFDSTUK 3

Over het algemeen kent het Noorden in termen van hardware een aantal zwakke plekken, die de economische achterstand verklaren, zoals:

- een achterblijvende, stuwende dienstensector;
- een relatief hardnekkige werkloosheid aan de onderkant van de arbeidsmarkt, bij specifieke groepen;
- een laag opleidingsniveau van de beroepsbevolking en weinig aantrekkelijke banen voor hoger opgeleiden;
- een lagere arbeidsproductiviteit;
- perifere ligging en slechte aansluiting op internationale knooppunten;
- weinig R&D en afwezigheid van grotere bedrijven met R&D en grotere onderzoeksinstituten.

Er zijn echter ook positieve elementen, zoals veel ruimte. Ook in software-elementen doet het Noorden het niet slecht. Software-elementen waarin het Noorden het redelijk goed doet in vergelijking met Nederland betreffen netwerken en contacten, en identiteit, cultuur en mentaliteit van de bevolking. Andere software-elementen zijn minder sterk. Zo komt samenwerking tussen bedrijven of rond clusterachtige structuren in het Noorden relatief weinig voor. Noordelijke ondernemers werken bij innovatie minder vaak samen met universiteiten en hogescholen en onderzoeksinstituten. Het Noorden kent een lage score op bedrijven per inwoner. Ondernemende Noorderlingen zijn bovendien vaker actief in minder innovatieve en stuwende sectoren. Verder zijn noordelijke ondernemers minder 'outward looking', wat ook blijkt uit de lagere exportintensiteit. Er ligt minder oriëntatie op 'vernieuwen'. De noordelijke ondernemer is meer gericht op continuïteit en minder op groei en expansie. Een verklaring is dat de ambities van noordelijke ondernemers gemiddeld lager zijn: continuïteit is 'ook al mooi'.

Wat betreft mindware heeft het Noorden deels een positief imago (ruimte, rust, natuur), en deels een negatief imago (ver weg, geen banen, traditioneel). Negatieve aspecten worden door Noorderlingen zelf echter als minder erg ervaren. Op het terrein van regiomarketing is het beeld wisselend. Het positieve imago wordt goed gebruikt, maar negatieve aspecten worden weinig weersproken. Er is een gebrek aan coördinatie op noordelijk niveau wat betreft regiopromotie. Er ontbreekt een noordelijk *landmark*.

3 HARDWARE-SOFTWARE-MINDWARE

3.1 Hardware

In het vorige hoofdstuk is gekeken naar de economische (achterstands)situatie in het Noorden. In dit hoofdstuk wordt gekeken naar verklaringen voor de achterstand van het Noorden. Er wordt bij de factoren die van invloed zijn op de achterstand een onderscheid gemaakt in hardware, software en mindware. Hier wordt eerst stil gestaan bij de hardware.

Onder de hardware worden hier de volgende factoren genoemd:

- traditionele sectorstructuur;
- knelpunten op de arbeidsmarkt;
- minder grote exportgerichtheid;
- perifere ligging en bereikbaarheid;
- relatief veel ruimte voor bedrijven en woningen;
- laag R&D-gehalte;
- lage (arbeids)productiviteit.

Traditionele sectorstructuur

Vaak wordt gewezen op de traditionele **sectorstructuur** als verklaring voor de economische achterstand. Het Noorden heeft inderdaad een economie met een meer traditioneel te noemen sectorstructuur: relatief veel landbouw en industrie, relatief weinig diensten. De redenatie is dan dat zo'n gebied meer gevoelig is voor internationale concurrentie met lage-lonenlanden, waardoor werkgelegenheid bedreigd wordt. Bovendien kent zo'n sectorstructuur een oververtegenwoordiging in sectoren waar geen banengroei plaatsvindt, maar juist uitstoot van banen.

Een meer diepgaande analyse laat zien dat de bedrijven zeker niet allemaal 'traditioneel' zijn. Met name delen van het agrocomplex en de industriële bedrijvigheid zijn wel degelijk innovatief en stuwend in het Noorden.³⁴ Een (iets) meer traditionele sectorstructuur is niet een probleem indien de 'traditionele' sectoren wel vernieuwend en stuwend zijn. Het zijn – enigszins paradoxaal – juist de diensten die minder stuwend zijn, doordat een relatief groot aandeel de publieke diensten betreft. Het zijn de zakelijke diensten die in het Noorden achterblijven. Het argument van de traditionele sectorstructuur moet daarom als oorzaak van de achterstand sterk worden relativerd.

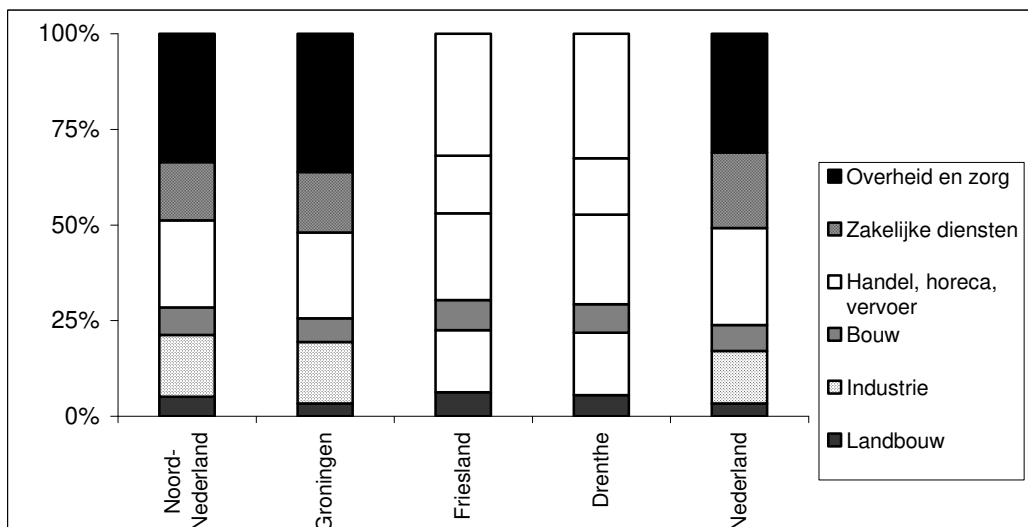
Knelpunten op de arbeidsmarkt

Op de noordelijke arbeidsmarkt speelt een aantal knelpunten een rol: een lage arbeidsparticipatie, vergrijzing en verwachte arbeidstekorten, *brain drain* en een lager opleidingsniveau beroepsbevolking. Het Noorden kent een lagere **arbeidsparticipatie** dan Nederland. In het Noorden is het aandeel van mensen in de leeftijd 15-64 jaar dat actief is op de arbeidsmarkt nog geen 66%; in Nederland is dat ruim 68%.³⁵

³⁴ Zie hiervoor hoofdstuk 2.

³⁵ Het gaat hier om de zogenoemde bruto arbeidsparticipatie. Cijfers 2006.

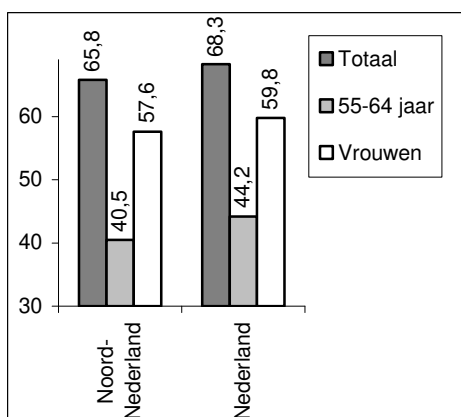
Figuur 3.1: Sectorstructuur Noord-Nederland, 2004*



* Werkzame personen (inclusief zelfstandigen en meewerkende gezinsleden); 2004 voorlopige cijfers

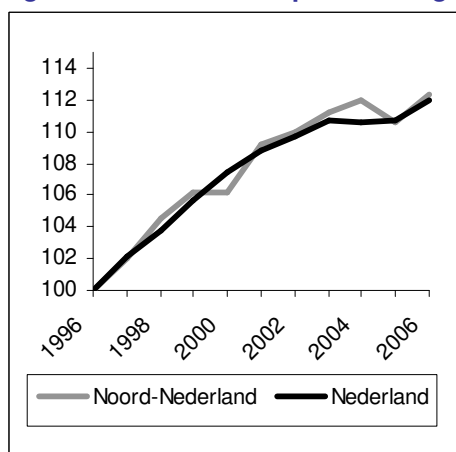
Bron: CBS

Figuur 3.2: Bruto arbeidsparticipatie, 2006



Bron: CBS (EBB)

Figuur 3.3: Groei beroepsbevolking



Bron: CBS (EBB)

Brain drain

Een specifiek aspect van de noordelijke arbeidsmarkt is de zogenoemde *brain drain*, het verschijnsel dat jonge (hoog opgeide) mensen na hun studie wegtrekken uit het Noorden. Uit onderzoek blijkt dat er inderdaad sprake is van een brain drain; ook blijkt dat met name afgestudeerden op wo-niveau wegtrekken. Van de wo-ers trekt ruim 60% weg; van de hbo-ers 40%.

Het beperkte aanbod van geschikte banen is de belangrijkste push factor bij de brain drain. Juist bij pas afgestudeerden is er een sterke focus op de arbeidsmarkt, in termen van een goede baan, carrièremogelijkheden en inkomen. Het Noorden scoort daarop niet sterk ten opzichte van met name de Randstad. Mogelijke vestigingsvoordelen als rust, ruimte en goedkope woningen worden door pas afgestudeerden (nog) niet belangrijk gevonden.

Een bijzonderheid van de Noordelijke arbeidsmarkt is de lage participatie van vrouwen. Die ligt in Friesland en Groningen onder de 40%; in Drenthe net boven de 40%. Een deel van de arbeidspotentie in de regio wordt dus niet gebruikt, wat mede met het oog op vergrijzing een gemis kan zijn.'

De vergrijzing betekent dat (nu al) de **groei van de beroepsbevolking** stagneert. Een toename van de vraag naar arbeid wordt dus niet langer gecompenseerd door een toename van het aanbod. Ook uit signalen van bedrijven blijken er nu al tekorten aan personeel te ontstaan. De grootste tekorten worden overigens vooral in publieke sectoren zoals overheid, zorg en onderwijs verwacht. Een mogelijke oplossing is de instroom van (arbeids)migranten uit het buitenland. Het Noorden kent nu nog een relatief kleine allochtone bevolking. Een andere oplossing is het verhogen van de arbeidsparticipatie, die nu relatief laag is in het Noorden.

Als instroom van allochtonen en verhoging van arbeidsparticipatie onvoldoende arbeidsaanbod opleveren, zal er in vijf tot tien jaar zeker scherpe concurrentie tussen regio's komen om de schaarse arbeidskrachten. De concurrentie om arbeidskrachten zal zich in een kenniseconomie vooral richten op de middelbaar en hoger opgeleiden. Het Noorden kent nu al een achterstand in opleidingsniveau van de beroepsbevolking. Het is de vraag of het Noorden voldoende aantrekkingskracht heeft voor middelbaar en hoger opgeleiden ten opzichte van andere regio's. Uit onderzoek blijkt dat de **brain drain** vooral voortkomt uit carrièrevoorkeuren van hoger opgeleiden en uit een tekort aan banen in het Noorden die aansluiten bij de wensen van hoogopgeleiden. Op dat vlak doet het Noorden het relatief niet goed.

De beroepsbevolking is in het Noorden minder hoog opgeleid. Groningen kent wel een min of meer gemiddeld patroon, maar Friesland en Drenthe kennen vooral een relatief laag aandeel hoger opgeleiden. Friesland kent juist een hoog aandeel middelbaar opgeleiden. Drenthe kent juist een hoog aandeel laag opgeleiden. Het Noorden heeft ook relatief minder studenten en afgestudeerden in het hoger en wetenschappelijk onderwijs. Dat betekent dat de toevoer van hoger opgeleiden naar de arbeidsmarkt in het Noorden ook minder is dan het landelijk gemiddelde. Daarmee blijft de scholingsachterstand van de beroepsbevolking bestaan.

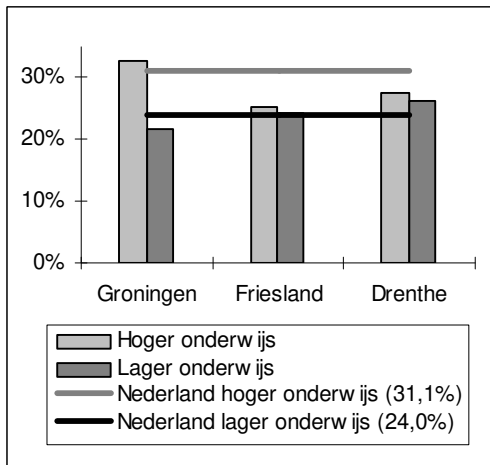
Op het terrein van de arbeidsmarkt is, samengevat, een risico dat door vergrijzing het aanbod van middelbaar en hoger opgeleiden zal dalen, terwijl het de vraag is of het Noorden voldoende aantrekkingskracht heeft voor deze arbeidskrachten ten opzichte van andere regio's.

Lage exportgerichtheid

Cijfers laten zien dat er in het algemeen in het Noorden een achterstand is in **exportintensiteit**. Export is juist in een ijle economie van groot belang, omdat de eigen afzetmarkt beperkt in omvang is. Gezien de kleinere schaal van de noordelijke afzetmarkt zou juist een hogere exportintensiteit mogen worden verwacht in het Noorden ten opzichte van Nederland.

Er zijn per sector wel verschillen. Het exportaandeel van de landbouw *an sich* is laag. Cijfers over het exportaandeel van de sector voedings- en genotmiddelensector laten echter wel een hoge exportintensiteit zien (vooral in Groningen en Friesland). Het totale agrocomplex kent dus wel een hoge exportintensiteit. De industrie neemt het leeuwendeel van de noordelijke export voor haar rekening. In het Noorden zijn met name metaalproducten en de chemie relatief meer gericht op de nationale of regionale markt. Het zijn juist de diensten in het Noorden die niet sterk exportgericht zijn.

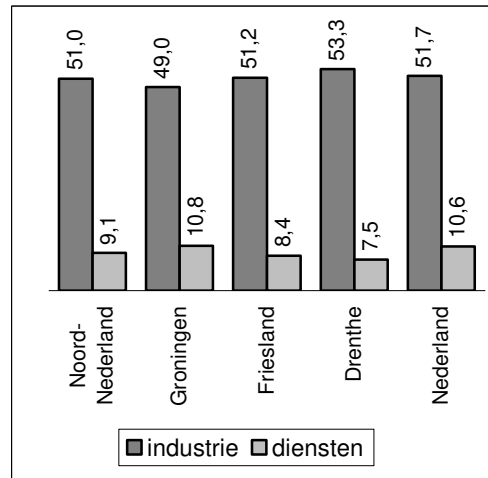
Figuur 3.4: Opleidingsniveau beroepsbevolking, 2006*



* Aandeel hoger en lager opgeleiden in beroepsbevolking.

Bron: CBS

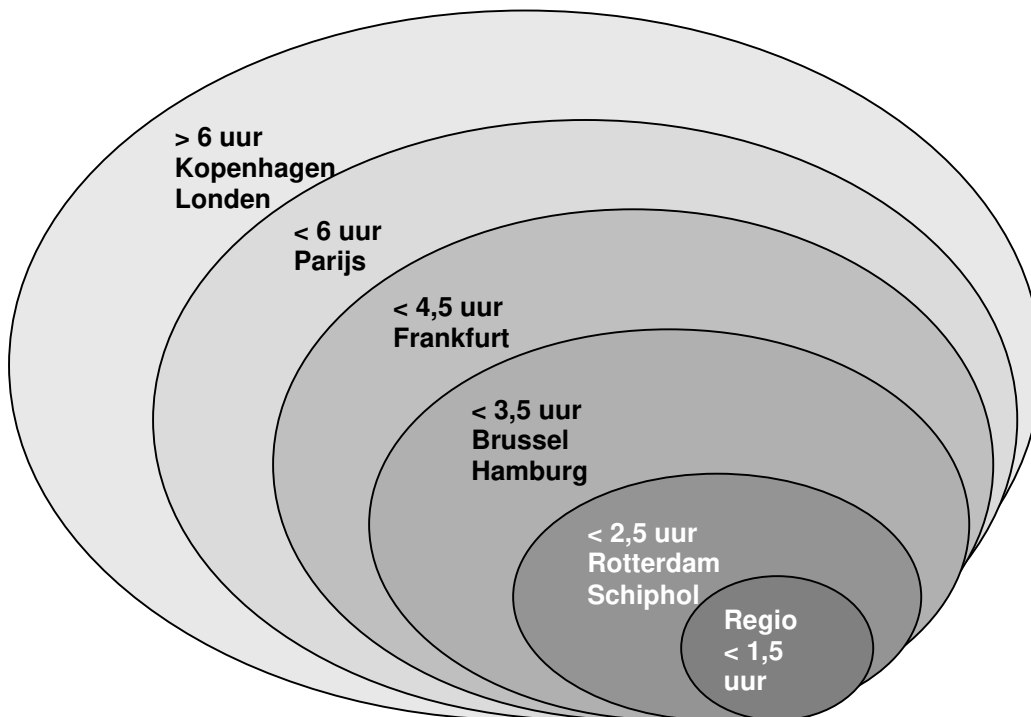
Figuur 3.5: Exportintensiteit, 2005*



* Exportintensiteit = aandeel van export in totale sectorale productie; schatting.

Bron: NAV 2007

Figuur 3.6: Reistijden per auto vanuit Noord-Nederland*



* Reistijden zijn exclusief congestie en pauzes.

Bron: Mappoint Route Planner

Het verschil in exportintensiteit heeft deels te maken met de mate van exportgerichtheid van de ondernemers – in zekere zin een mentaliteitskwestie. Het lage aandeel wordt echter ook verklaard doordat vooral het grootbedrijf een hoog aandeel exporterende bedrijven kent. Het zijn de grootbedrijven die een relatief groot deel van de export voor hun rekening nemen. Het Noorden kent minder grote bedrijven.³⁶

Perifere ligging en bereikbaarheid

Bereikbaarheid is een belangrijke locatiefactor voor bedrijven. Het Noorden kent een perifere ligging in termen van **reistijd**. De internationale bereikbaarheid van het Noorden is beperkt vanwege de grote afstanden, met name naar economische kerngebieden als London, Parijs en Frankfurt. Ook de bereikbaarheid per vliegtuig is beperkt. Een as naar het Noorden bestaat vooral in nationaal opzicht, waarbij onevenwichtigheden op de arbeidsmarkt, de woningmarkt en de markt voor bedrijventerreinen ruimtelijk gespreid kunnen worden. Een noord-oost-corridor heeft internationaal beperkte betekenis.

Congestie beperkt de bereikbaarheid. De bereikbaarheid *binnen* het Noorden wordt echter minder bedreigd door files, dan de bereikbaarheid van het Noorden als geheel vanuit de Randstad. Binnen het Noorden zijn er enkele fileknelpunten die de bereikbaarheid binnen de regio beperken. Buiten de regio liggen echter grotere knelpunten die de bereikbaarheid van de regio van *buiten* het Noorden beperken.

Ruimte voor bedrijven en woningen

De beschikbaarheid en de prijzen van bedrijventerreinen, kantoren en woningen zijn factoren die de relatieve aantrekkelijkheid van een regio als vestigingslocatie aangeven. Van alle uitgeefbare bedrijventerreinen in Nederland nam het Noorden met ongeveer 22% een relatief groot deel voor haar rekening. De prijzen van bedrijventerreinen liggen beduidend onder het Nederlandse niveau. Wat betreft kantoorkruimte neemt het Noorden landelijk een veel bescheidener plaats in. De prijzen van kantoorkruimte liggen lager dan het Nederlandse gemiddelde, maar het verschil is veel minder groot dan bij de prijzen van bedrijventerreinen.

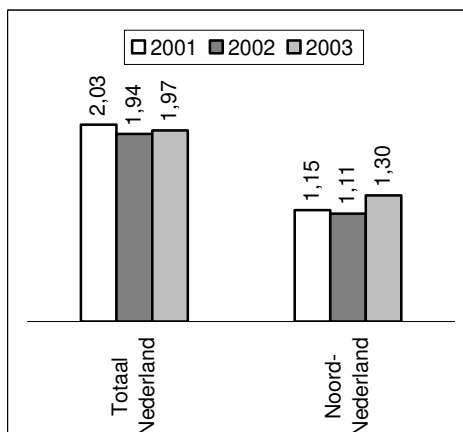
In het Noorden is relatief veel ruimte voor wonen. Zo zijn de kavels voor nieuwbouw in de provincie Groningen gemiddeld bijna twee keer zo groot als een nieuwbouwkavel in de Randstad. Dat uit zich ook in lagere woningwaardes. Die liggen tussen de 10% en 25% lager dan het Nederlandse gemiddelde.

Lage R&D

R&D is belangrijk voor innovaties. Het Noorden kent, buiten de RuG, slechts een beperkt aantal vestigingen waar R&D wordt gedaan. Het aandeel R&D-uitgaven en -personeel en de **R&D-intensiteit** zijn duidelijk lager dan landelijk. Ook de spin off is lager dan landelijk. In Noord-Nederland werden in de periode 2002-2003 ruim 3,5 octooi-aanvragen gedaan per 1.000 bedrijven; landelijk is dat 6,2 per 1.000 bedrijven.

³⁶ EIM (2003). Het grootbedrijf betreft bedrijven met 100 of meer werknemers.

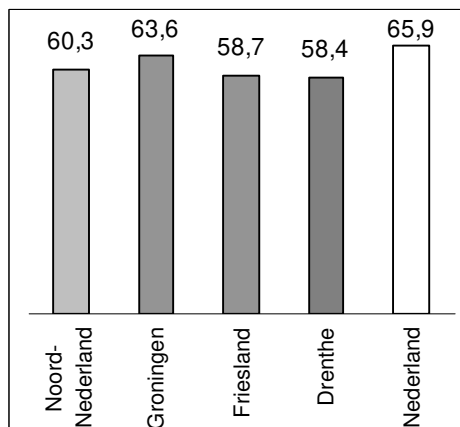
Figuur 3.7: R&D-intensiteit*



* R&D-intensiteit = R&D-uitgaven als percentage van bruto toegevoegde waarde

Bron: CBS

Figuur 3.8: Arbeidsproductiviteit, 2004*



* Arbeidsproductiviteit; bruto toegevoegde waarde per arbeidsjaar, exclusief Delfstoffenwinning.

Bron: CBS

Factoren arbeidsproductiviteitsgroei³⁷

Factor	Groningen	Friesland	Drenthe
Vestigingsomvang	0	-	0
Opleiding werknemers	0	-	-
Kapitaalintensiteit bedrijven	+	-	-
Innovatie mkb	0	-	-
IT intensiteit bedrijfsleven	-	-	-
Agglomeratievoordelen	-	-	-

- = onder landelijk gemiddelde, 0 = op landelijk gemiddelde, + = boven landelijk gemiddelde; gegevens hebben betrekking op de periode tot 2000.

Bij **vestigingsomvang** geldt over het algemeen dat grotere bedrijven een hoger productiviteitsniveau hebben. Dit wordt veroorzaakt door schaalvoordelen en de relatief sterke positie op inkoopmarkten van grotere bedrijven. Het Noorden kent minder grotere bedrijven. **Hoger opgeleiden** zijn vooral werkzaam in de diensten, terwijl in de industrie juist relatief veel middelbaar opgeleiden werken. Friesland en Drenthe kennen een ondervetegenwoordiging van hoog opgeleiden in de beroepsbevolking en juist een relatief groot aandeel middelbaar opgeleiden. De **kapitaalintensiteit** van bedrijven betreft de kapitaalgoederenvoorraad per werknemer. Er geldt: hoe hoger de kapitaalintensiteit, hoe hoger de arbeidsproductiviteit. De kapitaalintensiteit hangt sterk samen met de grootte van de bedrijven. Met name Friesland en Drenthe kennen een lage kapitaalintensiteit. Voor Friesland vormt de voedselsector hierop overigens een uitzondering. Technologische **innovaties** vormen een indicatie voor de mate waarin bedrijven nieuwe producten of nieuwe productieprocessen inzetten en daarmee een hogere productiviteit halen. Friesland en Drenthe scoren relatief laag. Groningen zit ongeveer op het landelijke niveau. Een mogelijke verklaring vormt ook de mate waarin het bedrijfsleven gebruik maakt van (vernieuwingen op het gebied van) ict: de **ict-intensiteit**. Onderzoek laat zien dat het Noorden relatief laag scoort. Ook de investeringen in ict zijn in de noordelijke provincies laag. **Agglomeratievoordelen** ontstaan wanneer economische activiteiten in een gebied geconcentreerd zijn en er daardoor sprake is van schaalvoordelen en uitwisseling van kennis. Harde gegevens hierover voor het Noorden ontbreken, maar de relatief ijle economie in het Noorden maakt het lastiger om tot agglomeratievoordelen te kunnen komen.

³⁷ Broersma en Van Dijk, 2003.

De afwezigheid van grotere (high tech) bedrijven en onderzoeksinstituten speelt een belangrijke rol. Die hebben de omvang om R&D-investeringen te doen. Ook dit is overigens een macro-verhaal, waardoor onderbelicht blijft dat er wel degelijk in het Noorden op innovatief gebied vooraanstaande bedrijven zijn en er initiatieven zijn die op een specifiek terrein innovatie bevorderen. Gedacht kan worden aan Wetsus, Agrobiokon-4, Multimedia NHL en Roestvrij initiatief.

Lage arbeidsproductiviteit

Voor Noord-Nederland als geheel lag de **arbeidsproductiviteit** in 2004 ruim 5%-punten lager dan landelijk. Een lagere arbeidsproductiviteit betekent dat met het zelfde arbeidsvolume in Noord-Nederland minder toegevoegde waarde wordt gegenereerd (dan wel dat meer arbeidskrachten nodig zijn om dezelfde toegevoegde waarde te genereren). Het probleem met een lagere arbeidsproductiviteit is dat bedrijven in beginsel duurder zijn, omdat er meer arbeid nodig is voor de productie. Het tast dus de concurrentiepositie aan. Dit wordt in het Noorden overigens voor een deel gecompenseerd doordat ook de beloning van werknemers enigszins lager is: zo'n 2,5% tot 3,0%.

Een lagere arbeidsproductiviteit wijst ook op een lager niveau van innovatie en toepassing van (arbeidsbesparende) technologie. Dit kan met name op de langere termijn de concurrentiekracht van bedrijven uithollen, die moeten concurreren met nationale en internationaal opererende bedrijven.

Wel moet worden bedacht dat de achterstand niet voor alle sectoren in alle provincies geldt. Zo kennen de landbouw in Friesland, de industrie in Drenthe en vervoer, opslag en communicatie in Groningen een hogere arbeidsproductiviteit dan landelijk. De achterstand in productiviteit geldt dus niet voor de hele economie. Er zijn verschillende factoren van invloed op de lagere arbeidsproductiviteit, zoals:³⁸

- beperkte aanwezigheid van grote bedrijven/minder innovatie in het mkb;
- lager opleidingsniveau van werknemers;
- beperkte kapitaalintensiteit van bedrijven;
- lagere ict-intensiteit van het bedrijfsleven;
- weinig agglomeratievoordelen.

Conclusie hardware

Hardware-elementen waarin het Noorden het even goed of zelfs beter in doet dan Nederland zijn:

- economische groei;
- interessante pieken en speerpunten;
- bedrijvendynamiek;
- ruimte voor bedrijventerreinen en woningen.

Minder goed zijn:

- een achterblijvende, stuwende dienstensector;
- een relatief hardnekkige werkloosheid aan de onderkant van de arbeidsmarkt, bij specifieke groepen;

³⁸ Bij al de genoemde factoren speelt onder andere de sectorstructuur een rol. Uit onderzoek blijkt dat de sectorstructuur de verschillen in arbeidsproductiviteit alleen in beperkte mate beïnvloedt. De sectorstructuur bepaalt wel mede de hiervoor genoemde factoren (Broersma en Van Dijk, 2003).

Overzicht indicatoren hardware		
Hardware	Relatieve score	Opmerking
Bruto regionaal product, regionaal-economische groei	+/-	Er is een economische achterstand, maar de economische groei blijft niet langer achter
Export	-	Exportintensiteit is te laag, maar ligt in de industrie dicht bij Nederlands gemiddelde
Sectorale diversiteit	+/-	Landbouw en industrie zijn gedeeltelijk innovatief; de stuwende, commerciële diensten blijven achter
Clusters	+/-	In het Noorden zijn geen grote clusters, maar wel interessante pieken of speerpunten
Investerings	+/-	Investeringsquote is vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde
Bedrijvendynamiek	+/-	Groei vestigingen en starters ligt op Nederlands niveau
Beroepsbevolking	--	Beroepsbevolking is minder goed opgeleid
Werkgelegenheid	-	Weinig banen voor hoger opgeleiden
Werkloosheid	--	Er is een hardnekkige werkloosheid bij specifieke groepen aan de onderkant van de arbeidsmarkt
Arbeidsparticipatie	-	Vooraf bij vrouwen is de participatie laag
Infrastructuur/bereikbaarheid	-	Echte fileknelpunten liggen buiten de regio; er is een slechte aansluiting op internationale knooppunten
Studenten/afgestudeerden	-	Minder hoog opgeleiden
Onderzoeksprestaties	+/-	Omvang van onderzoek is beperkt
Research & Development (R&D)	-	Relatief weinig R&D
Spin-off bedrijven kennisinstellingen	+/-	Ligt bij RuG op gemiddeld niveau; bij bedrijven onder landelijk gemiddelde
Arbeidsproductiviteit	--	Arbeidsproductiviteit blijft achter bij Nederland
Kantoor- en bedrijfsruimte	+	Relatief veel bedrijventerreinen tegen lage prijs
Woningen	+	Relatief veel ruimte en lage prijzen

+ = boven landelijk gemiddelde, +/- = rond of niet eenduidig boven of onder het landelijk gemiddelde, - = onder landelijk gemiddelde

- een laag opleidingsniveau van de beroepsbevolking en weinig aantrekkelijke banen voor hoger opgeleiden;
- een lagere arbeidsproductiviteit;
- perifere ligging en slechte aansluiting op internationale knooppunten;
- weinig R&D en afwezigheid van grotere bedrijven met R&D en grotere onderzoeksinstituten.

3.2 Software

Onder de software van het Noorden worden hier de volgende indicatoren weergegeven:

- netwerken en sociale cohesie;
- identiteit/cultuur/mentaliteit;
- samenwerking bedrijven;
- beslisstructuur bedrijven;
- ondernemerschap/ondernemerscultuur;
- rol overheid.

Netwerken en sociale cohesie

Indicatoren als culinair en cultureel aanbod, aanwezigheid van een creatieve klasse en verenigingsleven worden hier vooral bedoeld als indicatoren die iets zeggen over de mogelijkheid om contact te maken en de aanwezigheid van netwerken. In een kenniseconomie is het bestaan van netwerken en contacten waarlangs informele kennis kan worden overgebracht van belang. Het beeld voor het Noorden van indicatoren als **restaurants en cafés**, cultureel aanbod, aanwezigheid **creatieve klasse** en **verenigingsleven** is wisselend. De gelegenheid voor netwerken en contacten zijn vanuit het culturele aanbod ruim te noemen. De relatieve omvang van de creatieve klasse is in de twee grootste steden, Leeuwarden en vooral Groningen, zeer behoorlijk.

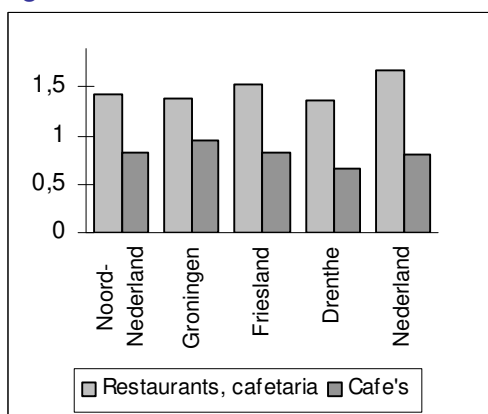
In termen van netwerken is ook het verenigingsleven van belang. Dit is sterk ontwikkeld in het Noorden. Er wordt relatief veel vrijwilligerswerk gedaan en men is relatief actief binnen verenigingen. Het Noorden heeft dit gemeen met regio's als de Achterhoek, Twente en Limburg. De provincie Groningen scoort overigens in de figuur wat laag, omdat Oost-Groningen zeer laag scoort. Overigens kan een rijk verenigingsleven en de netwerken die daaruit voortvloeien ook beperkend werken, indien het leidt tot een gesloten netwerk, waar weinig ruimte is voor invloeden van buitenaf.³⁹

Sociale verbanden kunnen veel terreinen bevatten. Er is enige informatie over de scores van de noordelijke provincies op een aantal indicatoren die sociale cohesie uitdrukken.⁴⁰ Daaruit volgt dat met name Groningen op sociale cohesie ondergemiddeld scoort. Dit heeft te maken met relatief minder goede scores voor Oost-Groningen en voor stad Groningen. In grote steden is vaak de sociale cohesie minder. Friesland en Drenthe scoren bovengemiddeld.

³⁹ Zie Twente index (2006).

⁴⁰ Hier is gewerkt met de indicatoren als contact met familie en vrienden, cafébezoek, actief zijn in vereniging, aantal éénpersoonshuishoudens en opkomst bij verkiezingen. Merk op dat meer cafébezoek hier positief wordt beoordeeld. Groningen scoort daarop bijvoorbeeld positief, terwijl het kennelijke gebrek aan een cafécultuur in Drenthe negatief is beoordeeld.

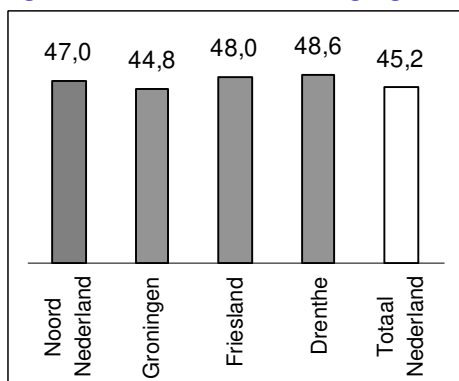
Figuur 3.9: Restaurants en cafés*



* Aantal economisch relevante vestigingen per 1 januari 2007.

Bron: KvK

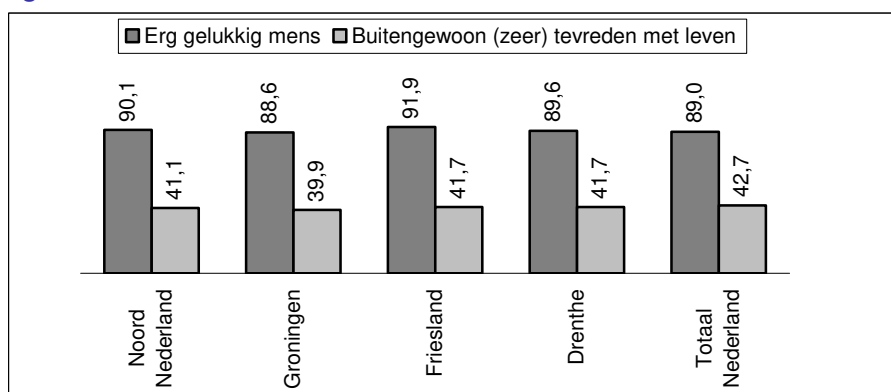
Figuur 3.11: Actief in vereniging



* Aandeel van de bevolking dat aangeeft maandelijks actief te zijn in een vereniging.

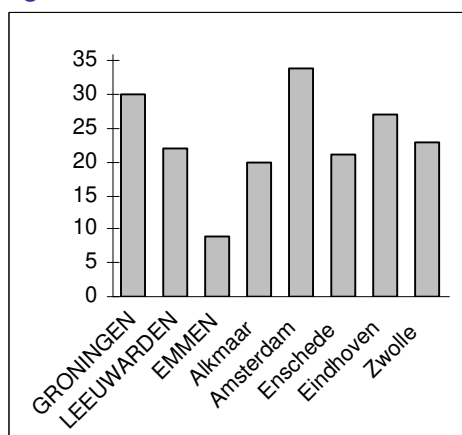
Bron: CBS/SCP

Figuur 3.12: Geluk en tevredenheid



Bron: CBS/SCP

Figuur 3.10: Creatieve klasse*



* De gemeenten buiten de drie noordelijke zijn ter vergelijking toegevoegd. Creatieve klasse = het aandeel in de beroepsbevolking van wetenschappers en onderzoekers, innovatieve ict-ers, ingenieurs, architecten, tv-makers, journalisten, musici, vormgevers, schrijvers en kunstenaars en enkele andere beroepen waarbij creatieve ideeën centraal staan.

Bron: Atlas voor gemeenten 2007

Identiteit/cultuur/mentaliteit bevolking

De begrippen identiteit, cultuur en mentaliteit zijn lastig in eenduidige indicatoren te vatten. Over het algemeen hebben de meeste mensen echter wel een vrij helder beeld bij wat wordt bedoeld. Er mag gesteld worden dat het Noorden een duidelijke eigen identiteit heeft. Er is sprake van een eigen cultuur, inclusief eigen talen of dialecten. Ook kan er worden gesproken van een bepaalde mentaliteit van Noorderlingen.

'De' Noorderling wordt vaak gezien als nuchter, 'met beide benen op de grond', en in de omgang wat stug en afstandelijk. Het Noorden is relatief sterk **ontkerkelijkt**. Als men dan een kerk aanhangt, is dat in het Noorden vooral protestants. Vooral het aandeel van (oorspronkelijk) gereformeerde huize is relatief hoog.

De Noorderling, met als opvallende uitzondering van mensen in Oost-Groningen, zien zichzelf als relatief **gelukkig**. Opvallend is ook dat de Noorderling relatief als niet (buitengewoon) tevreden kan worden aangemerkt, wat men als een algemeen kritische houding zou kunnen zien.⁴¹

Ten slotte wordt wel aangegeven dat de Noorderling een goede werknemer is: loyaal, relatief weinig ziek e.d. Harde gegevens hierover ontbreken echter. De indruk is dat dit in elk geval kan gelden voor specifieke sectoren als de bouw, waar een bepaalde arbeidsmentaliteit wordt gevraagd.

Samenwerking bedrijven

In het Noorden zijn er verschillende samenwerkingsverbanden voor bedrijven en ondernemers. Het gaat bijvoorbeeld om verbanden vanuit branche-organisaties, ondernemersverenigingen (lokaal en regionaal), Kamer van Koophandel, MKB-Noord e.d. In beginsel wijkt het aanbod van dergelijke, min of meer geïnstitutionaliseerde **samenwerkingsverbanden** in het Noorden niet veel af van wat er landelijk is. Er blijkt nauwelijks verschil in samenwerking tussen het Noorden en de rest van Nederland als het gaat om deelname in dit type netwerken.

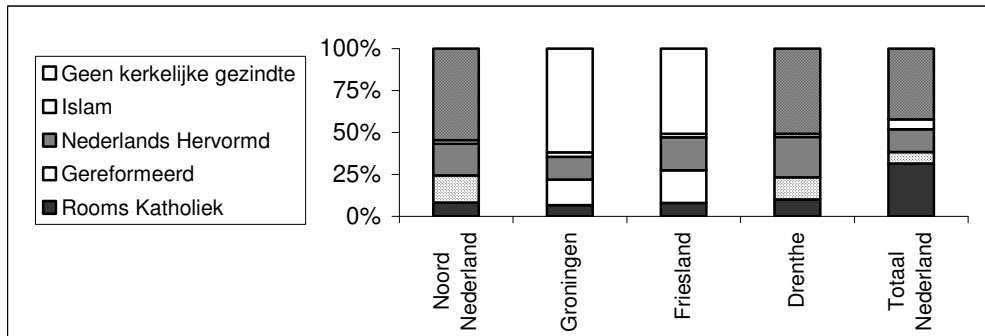
Op andere punten scoort samenwerking in het Noorden echter minder goed dan in Nederland. Het Noorden ontbeert enkele grote bedrijven of onderzoeksinstituten die samenwerking als het ware 'trekken'. Samenwerking rond clusterachtige structuren komt in het Noorden relatief weinig voor. Dat wil niet zeggen dat het niet bestaat, maar wel op een kleinere schaal. Voorbeelden in het Noorden met intensieve en expliciete samenwerking tussen bedrijven en kennisinstellingen zijn Wetsus, Energy Valley en Noord Tech Venture (RuG).

Er is ook een verschil in het gebruik van (externe) adviseurs. Ook dat kan worden opgevat als een indicatie voor de mate van samenwerking tussen bedrijven. Er blijkt dan dat ondernemingen in het Noorden relatief minder gebruik maken van **externe adviseurs**. Ook valt op dat de noordelijke ondernemers, als ze innoveren, minder vaak dan ondernemers in de rest van Nederland *structureel* samenwerken, maar juist meer op ad hoc basis.

Noordelijke ondernemers werken vaker dan ondernemers in de rest van Nederland bij **innovatie** samen met branche-organisaties, maar minder met universiteiten en hogescholen en onderzoeksinstituten. Zoals hiervoor al opgemerkt, valt dat deels te verklaren uit het feit dat universiteiten en hogescholen dunner gezaaid zijn in het Noorden. Mogelijk speelt ook de kwaliteit van de contacten een rol; daarover is echter geen eenduidige informatie voorhanden.

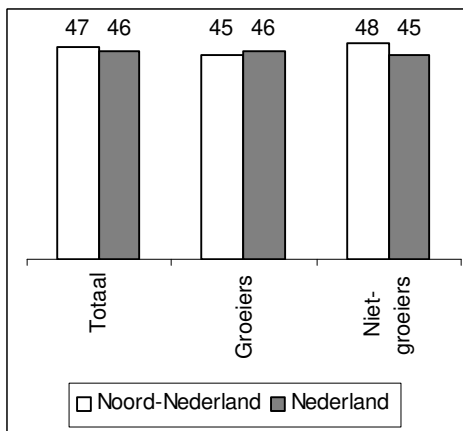
⁴¹ Bron: CBS.

Figuur 3.13: Kerkelijke gezindte



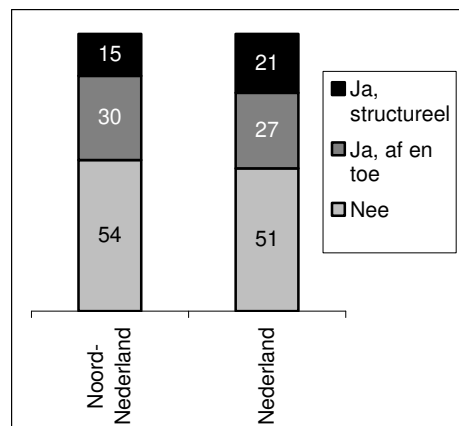
Bron: CBS/SCP

Figuur 3.14: Ondernemer is actief in netwerken



Bron: ING (2005)

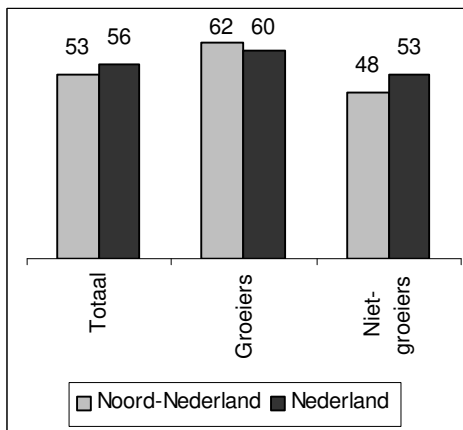
Figuur 3.15: Samenwerking bij innovatie*



* Aandeel van innoverende bedrijven.

Bron: ING (2005)

Figuur 3.16: Ondernemer maakt gebruik van externe adviseurs*



* Overlegt minimaal vier keer per jaar met adviseur

Bron: ING (2005).

Beslisstructuur bedrijven

Het Noorden kent minder hoofdvestigingen van bedrijven. In het Noorden zijn veelal filialen van elders gevestigde ondernemingen. Dit wordt daarom ook wel een 'filiaal'- of toeleverancierseconomie genoemd. Een nadeel dat wordt genoemd van een filiaaleconomie is dat deze meer gevoelig zou zijn voor de conjunctuur. De redenatie is dat als de conjunctuur tegenzit een bedrijf eerder geneigd is te 'snijden' in de ver van het hoofdkantoor gelegen filialen. Onder druk van internationale concurrentie kunnen vestigingen dan bijvoorbeeld verplaatst worden.

De vraag is of de noordelijke situatie afwijkt van elders. Het gaat immers om de mate waarin er op regionaal niveau (strategische) beslissingsmacht ligt. Voor nevenvestigingen die in de regio van een hoofdvestiging liggen, kan er echter net zo goed minder beslissingsmacht zijn. Het is eerder de specifieke beslisstructuur binnen een onderneming die bepaalt in hoeverre regionale vestigingen meebeslissen over strategische keuzes. Overigens speelt bij strategische bedrijfsbeslissingen de factor toeval vaak een grote rol.⁴²

Ondernemerschap/ondernemerscultuur

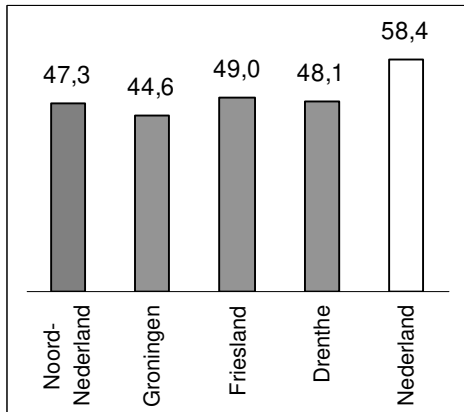
De mate van ondernemerschap kan worden afgelezen uit de **bedrijvendichtheid**: het aantal bedrijven per inwoner. Er blijkt dat het aantal bedrijven per inwoner duidelijk kleiner is dan in Nederland. De drie noordelijke provincies zitten bij de provincies met het laagste aandeel bedrijven per inwoner. Het Noorden kent een iets groter aandeel ondernemers in sectoren als de bouw en detailhandel dan landelijk. Landelijk zijn er relatief iets meer ondernemers actief in bijvoorbeeld economische en automatiseringsdiensten. Ondernemende Noorderlingen zijn dus vaker actief in minder innovatieve en stuwende sectoren. Gesteld zou dus kunnen worden dat het verschil in ondernemerschap nog versterkt wordt doordat er nog te weinig ondernemerschap is in het Noorden in meer innovatieve sectoren.

Bedrijven in vooral Groningen en Drenthe zijn relatief meer gericht op de eigen provincie dan bedrijven uit andere provincies. Friesland scoort min of meer gemiddeld. Hier zal deels de perifere ligging van het Noorden een rol spelen. Bij de andere provincies gaat het echter niet alleen om bedrijven uit de Randstad, maar ook om bedrijven uit Limburg of Overijssel. Dat geeft aanleiding te veronderstellen dat een zekere mate van 'outward looking' ontbreekt. Ook de lagere exportintensiteit zegt iets over het ondernemerschap en de bereidheid om risico's te nemen.

Een zekere mate van 'inward looking' kan ook worden opgemaakt uit het feit dat noordelijke ondernemers iets minder vaak een **cursus** volgen of een **congres** bezoeken. Opvallend is dat noordelijke groeiers wel vaker een cursus volgen of een congres bezoeken dan groeiers in de rest van Nederland, maar dat noordelijke niet-groeiers juist duidelijk minder extern georiënteerd zijn dan niet-groeiers in de rest van Nederland.

⁴² Wever (2003).

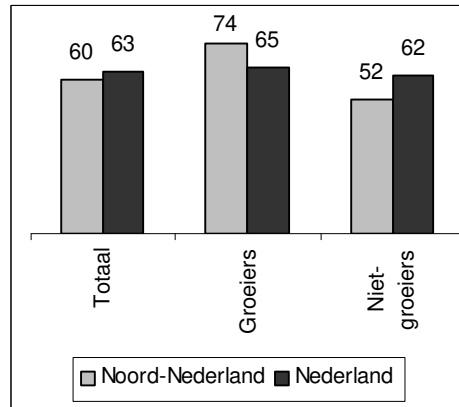
Figuur 3.17: Bedrijvendichtheid, 2007*



* Aantal economisch relevante vestigingen per 1.000 inwoners, 1 januari 2007.

Bron: KvK

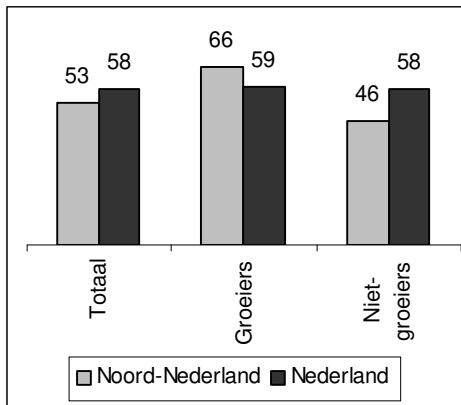
Figuur 3.18: Cursus*



* Volgt minimaal 1 cursus per jaar.

Bron: ING (2005)

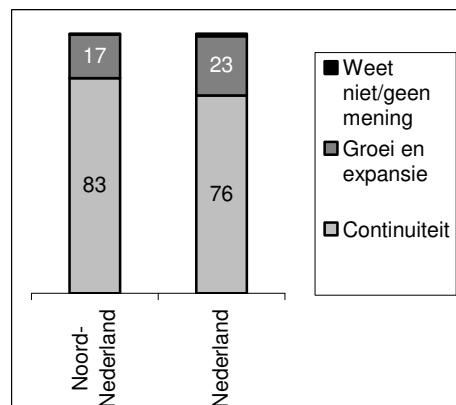
Figuur 3.19: Congresbezoek*



* Bezoekt minimaal 1 congres per jaar.

Bron: ING (2005)

Figuur 3.20: Focus onderneming



Bron: ING (2005)

Er kan ook iets gezegd worden over ondernemerscultuur. Met name Friesland en Groningen scoren relatief goed op vertrouwen en betrouwbaarheid, in elk geval in termen van betalingsgedrag. Op deze indicator scoort de provincie Drenthe opvallend genoeg juist relatief slecht. In termen van vertrouwen lijkt Drenthe dus minder goed te scoren. In hoeverre dit in overeenstemming is met een 'volkse' typering van Drenthe als het land van 'jenever, turf en achterdocht' is hier niet aan te geven; de parallel is echter wel opvallend.

Verder lijkt het Noorden niet getypeerd te kunnen worden als regio waar men 'snel' zaken kan doen. In Drenthe wordt het zakelijk verkeer door ondernemers ten opzichte van andere provincies als 'gemoedelijk' ervaren, in Friesland als 'vriendschappelijk'. Overigens wordt het zaken doen in Groningen wel vooral ervaren als 'op je tellen passen'. Mogelijk wordt hier in zekere mate een parallel gevonden in het grapje over wat een Groninger als eerste doet als hij de lotto wint: 'noatell'n'.

De **focus** is in het Noorden vooral gericht op 'organiseren en regelen' en 'verkopen en netwerken'. Er ligt minder oriëntatie op 'vernieuwen'. De wat grotere gerichtheid op klanten en leveranciers gaat dus in het Noorden in zekere mate ten koste van de gerichtheid op vernieuwing. In dit verband is een interessante onderzoeksuitkomst dat in het Noorden ondernemers minder geïnteresseerd zijn in het gebruik van zogenoemde innovatievouchers.⁴³

De noordelijke ondernemer is beduidend meer gericht op continuïteit en minder op groei en expansie. Dit kan er op wijzen op dat het gemiddelde noordelijke bedrijf meer moeite heeft het hoofd boven water te houden. Gezien de ijle noordelijke economie zou dat een rol kunnen spelen. Er zijn echter geen duidelijke aanwijzingen dat het noordelijk bedrijfsleven (bijna) verliesgevend is. Gevraagd naar eventuele financieringsproblemen geeft eenzelfde aandeel ondernemers in het Noorden als in de rest van Nederland aan knelpunten te ervaren in de sfeer van marktomstandigheden of onvoldoende solvabiliteit of liquiditeit.⁴⁴ Een andere verklaring is daarom dat de ambities van noordelijke ondernemers gemiddeld lager zijn: men hoeft niet zo nodig te expanderen; continuïteit is 'ook al mooi'.

Rol overheid

De overheid kan op een aantal manieren ingrijpen in het economische leven. Ten eerste kan ze via subsidies activiteiten proberen te stimuleren. Ten tweede kan ze via regulering (wet- en regelgeving) het gedrag van producenten en consumenten proberen te beïnvloeden. Ten derde kan ze via economische instrumenten (prijzen) ingrijpen. En ten slotte kan ze via informatie of overtuigen zaken proberen te beïnvloeden.⁴⁵

In de Nederlandse context is er weinig speelruimte voor regionale overheden. Verreweg de meeste overheidsinstrumenten worden op nationaal niveau vastgesteld. Het betreft bovendien veelal instrumenten die nationale geldigheid hebben. Regio's kunnen daarop niet differentiëren. Zo is de invloed van het landelijk geldend verklaren van CAO's op het economische reilen en zeilen groot.

⁴³ ING (2005).

⁴⁴ ING (2005).

⁴⁵ Zie Koopmans en Wellink (2003).

Overzicht indicatoren software		
Software	Relatieve score	Opmerking
Culinair aanbod	+/-	Buiten stad Groningen kwaliteit van aanbod beperkt
Cultuur	+	Breed cultureel aanbod
Creatieve klasse	+/-	Groningen en in mindere mate Leeuwarden scoren relatief goed; rest van regio laag
Sociale verbanden	+	Een relatief sterk verenigingsleven
Samenwerking bedrijven	-	Samenwerking is minder goed in het Noorden dan elders
Beslisstructuur bedrijven	+/-	Veel nevenvestigingen, maar negatieve invloed moet worden gerelativeerd
Rol overheid	+/-	Economische stimulering vooral via subsidies. Ruimte regionaal beleid beperkt
Ondernemerschap/ ondernemerscultuur	-	Het Noorden kent minder bedrijvigheid; ondernemerscultuur is voor een deel inward looking
Identiteit/cultuur/mentaliteit	++	Sterk ervaren regionale identiteit, met eigenheid in taal en cultuur; vertrouwen ('trust')

+ = boven landelijk gemiddelde, +/- = rond of niet eenduidig boven of onder het landelijk gemiddelde, - = onder landelijk gemiddelde

Het overheidsbeleid ten aanzien van regiostimulering maakt wel enige differentiatie mogelijk, in de zin dat er voor het Noorden (en andere steungebieden) speciale subsidieregelingen zijn. De beïnvloeding loopt dus vooral via het instrument subsidies. De noordelijke overheden zetten ook het informatie-instrument in de zin dat het Noorden actief is in lobby's richting het Rijk, maar dat zijn andere regio's ook. Bovendien is er een zekere neiging van de (regionale) overheid om zich te concentreren op infrastructurele projecten.

Ten aanzien van de uitvoering van deze subsidieregelingen hebben regionale overheden een zekere mate van beleidsvrijheid. Het is lastig een oordeel te vellen over de effectiviteit van de subsidieprogramma's. Zo zijn de evaluaties die er op dat vlak zijn, niet eenduidig over de netto-effecten van het subsidiebeleid.⁴⁶ Vergelijkingen met alternatieve inzet van middelen, bijvoorbeeld in de vorm van kosten-batenanalyses, zijn niet voorhanden.

Ten slotte hebben gemeenten enige beleidsvrijheid bij het vaststellen van bestemmingsplannen en het ontwikkelen van bedrijventerreinen. Op gemeentelijk niveau zal er meer variatie zijn in het ondernemersklimaat vanuit de overheid. Daarbij speelt ten eerste mee welke beleidsruimte een gemeente heeft. Gaat het om een grote gemeente of een kleine gemeente en heeft de gemeente ruimte voor bedrijventerreinen en woningbouw? Ten tweede speelt de politiek-bestuurlijk kleur een rol.

Naast directe bemoeienis van de overheid zijn er in het Noorden ook semi-overheidsorganisaties die zich bezig houden economische stimulering. Zo zijn er de NOM en is Syntens ook in het Noorden actief. Specifiek voor het Noorden kan TCNN worden genoemd dat is gericht op innovatie.

Conclusies software

Software-elementen waarin het Noorden het redelijk goed doet in vergelijking met Nederland betreffen:

- netwerken en contacten;
- sociale verbanden;
- identiteit, cultuur en mentaliteit van de bevolking;

Minder goed zijn:

- samenwerking tussen bedrijven;
- ondernemerschap/ondernemerscultuur

Samenwerking tussen bedrijven of rond clusterachtige structuren komt in het Noorden relatief weinig voor. Noordelijke ondernemers werken bij innovatie minder vaak samen met universiteiten en hogescholen en onderzoeksinstituten.

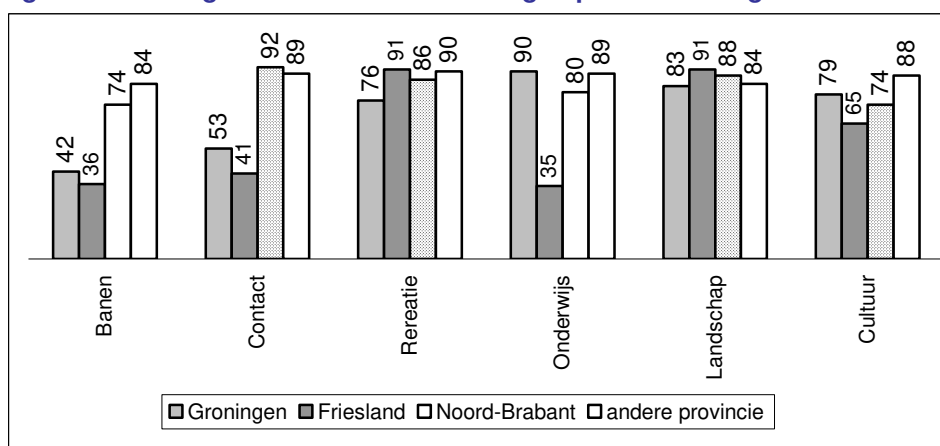
Het Noorden kent een lage score op bedrijven per inwoner. Ondernemende Noorderlingen zijn bovendien actiever in minder innovatieve en stuwende sectoren. Verder zijn noordelijke ondernemers minder 'outward looking', wat ook blijkt uit de lagere exportintensiteit. Er ligt minder oriëntatie op 'vernieuwen'. De noordelijke ondernemer is beduidend meer gericht op continuïteit en minder op groei en expansie. Een verklaring is dat de ambities van noordelijke ondernemers gemiddeld lager zijn: continuïteit is 'ook al mooi'.

⁴⁶ Zie Bijvoet en Koopmans (2004) en bijvoorbeeld ECORYS-NEI (2003).

Imago: relatieve waardering kenmerken Noorden door hoog opgeleide jongeren	
Relatieve waardering	Onderwerp
positief (+)	<ul style="list-style-type: none"> • Gunstige huizenmarkt • Natuurlijke omgeving • Gevoel van veiligheid • Nabijheid familie/vrienden/kennissen • Mentaliteit van inwoners • Voorzieningen • Mogelijkheden tot zelfontplooiing • Stad/regio waar veel te beleven valt • Baanperspectief voor partner • Werk dat nauw aansluit bij interesses • Een baan met carrièremogelijkheden • Werk waar ik veel geld mee kan gaan verdienen
↕	
neutraal	
↕	
negatief (-)	

Bron: RuG, 2001

Figuur 3.21: Imago en relatieve waardering aspecten van regio's



Bron: Pellenburg en Meester, 2005

3.3 Mindware

Onder de mindware van het Noorden worden hier de volgende indicatoren weergegeven: imago extern, zelfbeeld, regiomarketing/bekendheid.

Imago extern

Uit onderzoeken waar (ook) naar het **imago** van het Noorden is gevraagd, komt een aantal elementen steeds terug. Zo is onder toeristen het imago van rust, ruimte en natuur duidelijk aanwezig. Ook worden 'gezellig, sfeervol en vriendelijk' genoemd. Het is niet zo gek dat vooral toeristen die beelden oproepen; het is wat zij ook zoeken in het Noorden.⁴⁷ Het 'toeristische' imago wordt echter ook gedeeld door anderen. In onderzoek onder een meer algemene doelgroep scoort het Noorden goed op punten als natuurlijke omgeving, recreatie en schoonheid van het landschap. Ook andere zaken die met de(woon)omgeving te maken hebben scoren positief, zoals de gunstige huizenmarkt en veiligheid. Op deze 'omgevings'-waarden scoort het Noorden dus positief. Bovendien mag verondersteld worden dat dit imago in brede zin bekendheid geniet.

Er is ook een imago van traditie. Dit blijkt onder andere uit reclame-uitingen waarbij veelal een min of meer verstillend plattelands- of dorpskarakter wordt getoond. Dat is ook het beeld van de nuchtere plattelander die zich niets wijs laat maken. Dit beeld is op zich positief maar benadrukt ook het verschil tussen het dynamische, stedelijke Nederland en het meer traditionele, achtergebleven 'boeren'-Noorden.

De beeldvorming betreft ook negatieve imago's. Negatief is het imago van het Noorden als het gaat om afstand. Het Noorden wordt als ver weg ervaren door mensen uit de rest van Nederland. Het 'ver weg'-imago is misschien wel het sterkst negatieve beeld van het Noorden.

Een ander negatief beeld is het imago van weinig banen. Dat wijst erop dat in het imago van het Noorden de minder grote economische dynamiek een rol speelt. Het beeld is dat van een achterstandsregio waar je kennelijk niet moet zijn voor de (betere) banen. Ook wordt als negatief element in onderzoek het beeld bevestigd van de afstandelijke Noorderling, waarmee het moeilijk is contact te maken.

Zelfbeeld

Noorderlingen hebben een beduidend positiever beeld van de eigen regio dan buitenstaanders. Men is er in zekere zin trots op om Noorderling te zijn. In imago-onderzoek waar het onderscheid tussen beide groepen is gemaakt, komt dat verschil steeds boven water. Het verschil lijkt zich voor te doen bij zowel mensen die in het Noorden wonen als mensen die zichzelf Noorderling noemen maar niet per se in het Noorden wonen.⁴⁸

Ook onder ondernemers doet zich dit verschil in waardering voor. In waardering van noordelijke vestigingsplaatsen is de waardering door noordelijke ondernemers steeds hoger dan die van alle Nederlandse ondernemers.⁴⁹ Het waarderingsverschil is vooral groot bij plaatsen als Groningen, Drachten, Heerenveen, Hoogeveen en Meppel.

⁴⁷ Bron: Bosma en Vervoer (2004).

⁴⁸ RuG (2001).

⁴⁹ Pellenbarg en Meester (2005).

Promotiecampagnes Noord-Nederland	
Provincies	Naam/slogan campagne
Groningen	Er gaat niets boven Groningen
Friesland	Beleef Friesland
Drenthe	Da's nou Drenthe
Gemeenten	
Groningen	Er gaat niets boven Groningen, Groningen Kennisstad*
Leeuwarden	Expeditie Leeuwarden, Leeuwarden Kennisstad*
Emmen	eMMen Maakt Meer Mogelijk
Harlingen	Harlingen Wereldstad
Hoogeveen	Ja Hoogeveen
Heerenveen	de Sportstad van het Noorden

* Er zijn meerdere gemeenten in Nederland die zich Kennisstad noemen. Zo promoten steden als Amsterdam, Delft en Leiden zich nadrukkelijk als Kennisstad. Minder voor de hand liggend doen ook gemeenten als Vlissingen, Breda en Almere dat.

Bron: BBO



Omdat de recreatieve en omgevingsvariabelen ook landelijk hoog scoren, mag worden verondersteld dat het verschil vooral wordt veroorzaakt door een positiever beeld ten aanzien van factoren die vooral negatief worden beoordeeld. Dat betekent dat de Noorderling ten aanzien van de eigen regio een positiever beeld heeft ten aanzien van zaken als banen en afstand. Dat is ook wel logisch, omdat de Noorderling vaak beschikt over een baan, waar hij of zij kennelijk redelijk tevreden mee is. Bekend is dat Noorderlingen minder moeite hebben met de afstand naar het Westen van het land, dan 'westerlingen' hebben met de omgekeerde route.

Regiomarketing/bekendheid

De uitgangspositie van het Noorden voor regiopromotie is positief. Het Noorden kent een aantal positieve imago-aspecten die vrij goed gecommuniceerd kunnen worden. Zoals gezegd, laat het gebruik van die aspecten in reclame-uitingen dat ook zien. Er zijn wel twee nuanceringen aan te geven.⁵⁰ Ten eerste gaan veranderingen in imago langzaam, tenzij er in de werkelijke wereld herkenbare concrete veranderingen zijn. Dat betekent dat promotiecampagnes over het algemeen een langere periode moeten beslaan. De afwisseling van campagnes en de verschillen in het karakter van campagnes tussen subregio's in het Noorden zijn in dat opzicht waarschijnlijk niet erg bevorderlijk voor de effectiviteit.

Ten tweede moet promotie een relatie hebben met feitelijke ontwikkelingen. Het kopiëren van campagnes in de sfeer van de zoveelste '.... Valley' of 'Kennisstad ...' zal – op de langere termijn – weinig effectief zijn, indien niet ook daadwerkelijk de betreffende regio een relatief sterke positie op het betreffende terrein heeft.

Tot nu toe maken **noordelijke promotiecampagnes** op zijn minst voor een deel gebruik van het positieve beeld rond ruimte, rust en natuur, met name waar het om wonen gaat. Ook in personeelsadvertenties wordt het woonaspect wel gebruikt. Campagnes zijn niet of weinig gericht op het veranderen van negatieve percepties rond het Noorden.⁵¹

Negatieve percepties hebben, zoals gezegd, te maken met traditionaliteit, 'ver weg'-imago en weinig banen. Het verbeteren van het imago op deze aspecten kan sterk bijdragen aan een positieve overall imago van het Noorden.

Opvallend is verder dat het Noorden geen duidelijk beeldmerk of *landmark* heeft, zoals tulpen en molens dat zijn voor Nederland. Op provinciaal niveau is dat er wel in zekere mate (water in Friesland, hunebedden en landschap in Drenthe, en cultuur en universiteit in Groningen).

Ten slotte kan worden opgemerkt dat met name de overheid een imagoprobleem oproept door aan de ene kant het Noorden economisch te willen stimuleren, maar aan de andere kant via de nadruk op de achterstand en rijkssteun het imago van achtergesteld steungebied juist bevestigd. Het Noorden kent zo al decennia een negatief imago van steungebied.

Conclusies mindware

Bij het externe imago heeft het Noorden deels een positief imago (ruimte, rust, natuur), en deels een negatief imago (ver weg, geen banen, traditioneel). Negatieve aspecten worden door Noorderlingen zelf als minder erg ervaren.

⁵⁰ Pellenburg en Meester (2005).

⁵¹ Alleen gemeenten als Hoogeveen en Meppel gebruiken hun bereikbaarheid expliciet als een positief item.

Overzicht indicatoren mindware		
Software	Relatieve score	Opmerking
Imago extern	+/-	Deels positief (ruimte, rust, natuur), deels negatief (ver weg, geen banen, traditioneel)
Zelfbeeld	+	Negatieve aspecten worden door Noorderling als minder erg ervaren
Regiomarketing/bekendheid	+/-	Positieve imago word goed gebruikt; negatieve aspecten worden weinig weersproken; gebrek aan coördinatie op noordelijk niveau

+ = boven landelijk gemiddelde, +/- = rond of niet eenduidig boven of onder het landelijk gemiddelde, - = onder landelijk gemiddelde

Verband tussen hardware, software en mindware

Hiervoor zijn hardware, software- en mindware-indicatoren genoemd van het Noorden. In economische analyses wordt meestal volstaan met hardware-elementen. Zo wordt de achterstand van het Noorden meestal beschreven in termen van hardware-indicatoren.

De analyse van software en mindware voegt wat toe aan de analyse van hardware. Alhoewel vaak niet duidelijk is wat de exacte invloed is van software en mindware-achtige zaken – die zijn soms sowieso lastig te meten of in kaart ten brengen – kunnen dergelijke softere factoren in een situatie waarin hardware-verschillen soms nuances betreffen wel degelijk van belang zijn. Anders gezegd, daar waar een economie zich minder onderscheidt van andere regio's op het gebied van hardware, wint het onderscheid van software en mindware aan belang.

Bovendien, sommige achterstanden in de hardware zijn niet of alleen op lange termijn te veranderen. Juist bij dat soort achterstanden kan de oplossing of verzachting van het probleem worden gezocht in software- en mindware-achtige zaken. Juist de software en mindware geven dan aanknopingspunten voor beleid.

Hardware is wel van groot en primair belang. Met goede hardware en matige soft- en mindware kan men nog een heel eind komen. Met slechte hardware is (goede) software en mindware zo goed als onbruikbaar: de machine doet het niet. Hardware kan worden gezien als een noodzakelijke (maar niet per se voldoende) voorwaarde; software en mindware meer als versterkende factoren voor economische ontwikkeling.

Op het terrein van regiomarketing is het beeld wisselend. Het positieve imago wordt goed gebruikt, maar negatieve aspecten worden weinig weersproken. Er is een gebrek aan coördinatie op noordelijk niveau wat betreft regiopromotie. Er ontbreekt een noordelijk *landmark*.

3.4 Verband tussen hardware, software en mindware

Er is een aantal hardware-factoren in het Noorden die niet of alleen geleidelijk te beïnvloeden zijn. Genoemd kunnen worden de ijle economie, de laag opgeleide beroepsbevolking, de beperkte aanwezigheid van grote bedrijven en de periferie/afstand. Ook de achterblijvende arbeidsproductiviteit is een factor die niet op korte termijn is op te lossen. Risico's voor de noordelijke economie in de aansluiting op de kenniseconomie liggen voor een deel ook in dit soort harde factoren: te weinig hoog opgeleide mensen en te weinig innovatie/R&D.

Tegelijkertijd is er een aantal factoren waar het onderscheid tussen regio's minder groot is. Veel zaken zijn in een klein land als Nederland centraal geregeld. Zo kan het Noorden zich nauwelijks onderscheiden door afwijkende wet- en regelgeving. Ook bijvoorbeeld onderwijssystemen en de inhoud van opleidingen zijn in belangrijke landelijk bepaald.

Juist daar waar software en mindware als het ware compenserend kunnen zijn, blijkt uit de analyse hiervoor dat het Noorden op software- en mindware gebied lang niet altijd relatief sterk naar voren komt, of dat potentiële kansen onbenut blijven.

De beperkte aanwezigheid van grote bedrijven en te weinig innovatie/R&D (hardware) kunnen als het ware bestreden worden door meer samenwerking (software) tussen bedrijven onderling en tussen bedrijven en kennisinstellingen. Echter, juist op het gebied van samenwerking scoren noordelijke bedrijven minder goed.

Een ijle economie hoeft voor het noordelijke bedrijfsleven geen probleem te zijn als tegelijkertijd de blik naar buiten gericht is en de bedrijven in termen van groei-oriëntatie en exportgerichtheid juist heel dynamisch zijn. Van een dergelijke dynamiek lijkt onder het gros van het noordelijke bedrijven juist geen sprake. Daar waar het Noorden zou moeten uitblinken, is het beeld – uitzonderingen daar gelaten – bepaald niet bovengemiddeld.

Een tekort aan hoger opgeleiden en de brain drain komen voor een groot deel voort uit economische krachten op de arbeidsmarkt, die nauwelijks te beïnvloeden zijn (aantal banen, beloning). In de sfeer van software – bijvoorbeeld het organiseren van aantrekkelijke banen met veel ontplooiingskansen – zou het Noorden dan juist een extra stap moeten doen.

Ook de perifere ligging en de relatief grote reisafstanden zijn, gegeven de huidige vervoertechnieken, in beginsel slechts beperkt te beïnvloeden. Omdat afstanden ook een psychologische kant hebben, zou via campagnes de perceptie van afstand wel kunnen worden beïnvloed (mindware). Tot nu toe is dat – behalve de imagokant van de Zuiderzeelijn – in het Noorden nauwelijks gedaan.

Concluderend – er is gezien de economische achterstand van het Noorden alle reden om naast de hardware ook naar soft- en mindware-elementen te kijken. Echter, lang niet op alle meer softere elementen scoort het Noorden goed, daar waar dat misschien wel verwacht zou mogen worden. In het volgende zal worden gekeken hoe in een aantal buitenlandse regio's is omgegaan met hardware, software en mindware.

DEEL II: ERVARINGEN UIT HET BUITENLAND

SAMENVATTING HOOFDSTUK 4

TYPERING NORTH EAST

<i>Hardware</i>	<i>Software</i>	<i>Mindware</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: kleinste en armste regio in VK 	<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: weinig ambitie onder lokale bevolking 	<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: perifeer, industrieel en burgerlijk imago
<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: Noord-Zuid verbinding slecht 	<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: weinig ondernemerschap 	<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: bevolking is wel trots, maar mist basiskennis over regio
<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: beperkte scholing/competenties/vaardigheden 		
<ul style="list-style-type: none"> • Negatief: hoge werkloosheid en laag inkomen 		
<ul style="list-style-type: none"> • Positief: R&D-uitgaven nemen langzaam toe 	<ul style="list-style-type: none"> • Positief: publieke instanties scoren hoog in evaluaties 	<ul style="list-style-type: none"> • Positief: Passionate-campagne draagt bij aan betere mindware
<ul style="list-style-type: none"> • Positief: succesvolle stedelijke herstructurering 	<ul style="list-style-type: none"> • Positief: mentaliteit van aanpakken/no-nonsense 	<ul style="list-style-type: none"> • Positief: culturele landmarks genereren 'free publicity'

4 DE NORTH EAST OF ENGLAND

4.1 De North East in vogelvlucht

De eerste buitenlandse regio waarmee Noord-Nederland raakvlakken vertoont is de North East of England, kortweg de North East. Net zoals Noord-Nederland is de regio ver verwijderd van het nationale hart – ze staat ook als perifeer bekend. Daarnaast kampt de regio met vergelijkbare problemen als het Noorden, waaronder relatieve economische achterstand en brain drain. De mentaliteit van de bevolking in de North East lijkt eveneens op die van de Noordelingen: nuchter en met de beide benen op de grond.⁵²

De North East of England is in termen van bevolkingsaantal de kleinste regio van Engeland (2,5 miljoen inwoners). Toeristen kennen het gebied dankzij de Muur van Hadrianus, het groene Northumberland en het rustieke Durham en omgeving. De North East is niet alleen ruraal, maar ook stedelijk. De deelregio's Tyne & Wear en Tees Valley beschikken over grote steden zoals Newcastle, Gateshead, Sunderland en Middlesbrough. Ooit was de North East een industriegebied bij uitstek met de stad Newcastle upon Tyne als het economische hart. Door haar verleden in de kolen- en staalindustrie, scheepsbouw en chemische industrie heeft de North East nog steeds een imago van 'smokestack area'.⁵³ De regio is echter allang niet meer industrieel van karakter: met 17,1% bedraagt het aandeel van de industrie in de werkgelegenheid zelfs minder dan het Brits gemiddelde (17,9%). De economie van de North East kan beter post-industrieel worden genoemd. 82% van de beroepsbevolking werkt nu in de dienstverlening, ruim 1,5%-punt meer dan elders in het Verenigd Koninkrijk (vergelijk Nederland: 78%).⁵⁴

Het hoge percentage diensten (dat normaliter als teken van een geavanceerde economie wordt gezien) is enigszins misleidend: weliswaar kent de North East de nodige zakelijke en publieke dienstverlening, veel diensten zijn nog laagwaardig van aard, zoals de 'call centres' en 'contact centres' die met 47.500 banen tot de grootste werkgevers van de regio behoort.⁵⁵ Daarnaast zijn financiële dienstverlening, detailhandel (bijvoorbeeld het Metrocentre, een grote shopping mall in Newcastle), logistiek en de publieke sector grote werkgevers. De economische problemen waarmee het gebied kampt zijn typisch voor oude industrieregio's in Europa. In de North East is de werkloosheid hoger dan elders (6,6% tegen 5,1% in het VK als geheel) en het inkomen per hoofd lager (76,1% van het Engelse gemiddelde). Bovendien blijven ondernemerschap en innovatie landelijk gezien nog achter. Veel van de sociaal-economische problemen zijn geconcentreerd in de buitenwijken van de (middel)grote steden met veel 'deprived communities'. Al met al is de North East de armste regio van Engeland.

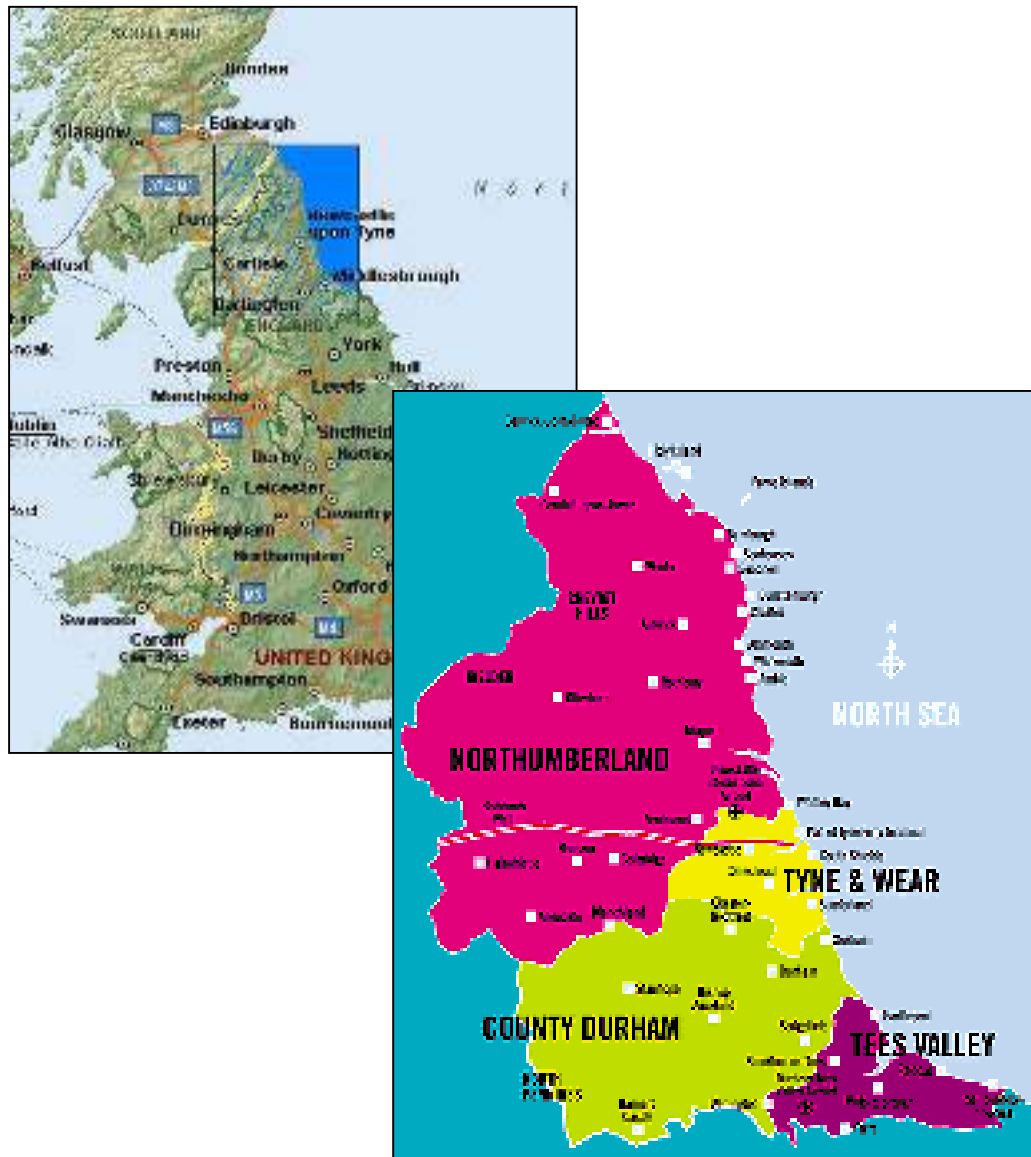
⁵² Informatie over de North East en regiostimulering is afkomstig van desk research (statistische informatie, onderzoeks- en beleidsrapporten) en, belangrijker nog, interviews 'on the spot' met stakeholders in de North East (University of Newcastle, Kamer van Koophandel en de toeristische en innovatie-afdeling van One North East, de regionale ontwikkelingsmaatschappij). Het bezoek aan de North East vond plaats eind april 2007.

⁵³ Simpson (2003).

⁵⁴ Hospers en Bennenworth (2007).

⁵⁵ Byrne en Bennenworth (2006).

Figuur 4.1: De North East op de kaart



Vanaf de jaren zestig kwam de industrie in de North East in een crisis terecht. De sterke verdienstelijking die daarop volgde heeft te maken met de weigering van de Britse regering om de oude industrie te ondersteunen. Om het verlies aan banen op te vangen, deden regionale bestuurders sinds de jaren tachtig hun best om banen in de industrie te behouden. Ook maakte de rijksoverheid het door fiscale maatregelen aantrekkelijk voor bedrijven om zich in de North East te vestigen.⁵⁶ Vanaf de jaren negentig was het beleid gericht op 'inward investment', dat wil zeggen het aantrekken van buitenlandse investeringen. Dat leidde weliswaar tot de komst van bedrijven in de elektronica, chemie en consumptiegoederen, maar van een duurzame impuls was geen sprake, omdat sommige van die 'branch plants' hun poorten weer sloten. Sinds het eind van de jaren negentig realiseren de bestuurders in de North East zich dat structurele groei echt vanuit de regio zelf moet komen. Omdat de regionale belangen nu eenmaal zelden blijken te stroken met de belangen van de regering in Londen, zetten de bestuurders tegenwoordig liever in op 'local empowerment'.

In plaats van het industrieverleden weg te stoppen, zoekt men daarom de verbinding tussen trots, trend en traditie.⁵⁷ In Newcastle upon Tyne bijvoorbeeld worden traditionele symbolen uit het industriële tijdperk (zoals bruggen, loodsen en fabrieken) zelfbewust getoond en hergebruikt voor culturele doeleinden. De door het verleden geïnspireerde architectuur en kunst werkt niet alleen als magneet voor toeristen, maar heeft ook een identificerende werking voor de bevolking zelf. Dat de meeste 'Geordies', zoals de inwoners van de North East genoemd worden (George is van oudsher een populaire voornaam in de regio), achter deze strategie staan, blijkt wel uit hun grote waardering voor het kunstwerk 'The Angel of the North' dat symbool staat voor het gebied. Ondanks hun trots op de regio voelen de Geordies weinig voor zelfbestuur. Dat bleek in 2004 toen de Geordies in een referendum een voorstel tot oprichting van een parlement (Northern Assembly) verwierpen. De opkomst bij de volksraadpleging was laag, waarschijnlijk omdat de bevolking in de North East niet echt in politiek is geïnteresseerd.⁵⁸

4.2 Regiostimulering in de North East

Net zoals in het Noorden houden meerdere instanties in de North East zich bezig met het stimuleren van de regionale economie, zowel op regionaal als op lokaal niveau. Belangrijke partijen in dat verband zijn de Chamber of Commerce en One North East. De Chamber of Commerce is een onafhankelijke organisatie die haar eigen inkomsten bij het regionale bedrijfsleven moet verwerven; ook al is maar 10% van de bedrijven lid, lokale kantoren en commissies vertegenwoordigen het gehele regionale bedrijfsleven met een 'business-friendly voice'. One North East is een ontwikkelingsmaatschappij met veel geld en invloed. Deze organisatie is bijvoorbeeld verantwoordelijk voor de Regional-Economic Strategy (met een looptijd van 2006-2016), toerisme en regiomarketing.

⁵⁶ Simpson (2003).

⁵⁷ Hospers en Benneworth (2007).

⁵⁸ Byrne en Benneworth (2006).

De Angel of the North

Binnen korte tijd is de Angel of the North uitgegroeid tot hét symbool van de North East. Begin jaren negentig wilde de stad Gateshead een landmark creëren dat bezoekers aan Tyneside welkom zou heten. Met 1 miljoen pond National Lottery-geld te besteden gaf het stadsbestuur aan kunstenaar Antony Gormley opdracht om daartoe zo'n object te maken. In 1998 was het klaar: een standbeeld van 20 meter hoog en met vleugels van 54 meter breed – bijna net zo lang als de vleugelwijdte van een Jumbo Jet. Het beeld is gemaakt van materiaal uit de regio en staat op een heuvel die uitkijkt over de A1, de Autobahn die de regio doorkruist. Aanvankelijk werd het roestige standbeeld door de lokale media bekritiseerd, maar vanaf het moment dat voetbalsupporters een Newcastle United-shirt om het beeld hingen, werd alom erkend dat de Angel of the North een belangrijke landmark is voor de North East. Het beeld wordt liefkozend ook wel 'The Gateshead Flasher' of 'Gabriel' genoemd en is een van de twaalf officiële 'Icons of England'.



Ondernemen

Het aantal startende ondernemingen in de North East behoort relatief gezien tot het laagste van het land. Die slechte score wordt wel in verband gebracht met het industriële verleden en dan met name het paternalistische karakter van de regionale industrie die arbeiders niet uitdaagde om voor zichzelf te beginnen.⁵⁹ Daarom is het beleid van alle instanties in de North East gericht op stimulering van ondernemerschap, met name onder jongeren en achterstandsgroepen. Dat gebeurt vooral door voorlichting in de vorm van campagnes ('Onderneem het maar!'), startsubsidies en cursussen op het gebied van ondernemersvaardigheden. De Kamer van Koophandel doet verder aan exportpromotie, met name in praktische zin (hulp bij documenten en letters of credit).⁶⁰

Een interessant programma is ASPIRE dat is opgezet vanuit de Kamer van Koophandel en dat beoogt jongeren in contact te brengen met het regionale bedrijfsleven. Daartoe is een 'dating site' gemaakt voor bedrijven die stagiairs vragen en jongeren die een stageplaats zoeken.⁶¹ De jeugd in de North East denkt dat het gebeurt in Londen, maar ziet daarmee de mogelijkheden in eigen regio over het hoofd. Daarom ook wordt in het Discovery Museum getracht jongeren inzicht te geven in de producten die de streek voortbrengt – in de hoop dat die bewustwording brain drain kan voorkomen naar andere plaatsen in Engeland. Ook de regiocampagne 'Passionate People, Passionate Places' beoogt dat.⁶²

Kenniseconomie

In de North East wordt voortgebouwd op de sectoren waarin men van oudsher al sterk is. De bestaande bedrijvigheid en onderzoeksspecialisaties op de universiteiten vormen daarbij het uitgangspunt. Investerings op het gebied van de kenniseconomie vinden plaats in 'Three Pillars': energie en milieu (wind- en zonne-energie en biobrandstoffen), gezondheidswetenschappen (nieuwe behandelingen en medische apparaten) en de procesindustrie (chemie en pharmaceutica). Daarnaast is 'design' een speerpunt vanuit de gedachte dat dat een activiteit die vooral kennis van de lokale markt vereist. Projecten op al deze terreinen worden opgezet door One North East die ze met hulp van de gemeentebesturen en universiteiten uit de regio uitvoert (zogenaamde 'Innovation Connectors').⁶³ Daarbij wordt gewerkt volgens het principe van cofinanciering: One North East initieert en betaalt het leeuwendeel en andere publieke partijen haken daar bij aan. Op deze wijze worden nu bijvoorbeeld vier Regional Energy Centres (belast met energietechnologisch onderzoek), NETPark (electronica research in Durham) en het DCN (Design Centre for the North) ontwikkeld. Daarnaast is One North East nauw betrokken bij het nationale programma Newcastle Science City waarbinnen het Centre for Life als 'maquette van de kenniseconomie' een prominente plaats inneemt.

⁵⁹ One North East (2006).

⁶⁰ NECC (2007).

⁶¹ NECC (2007).

⁶² The Northern Echo (2007).

⁶³ One North East (2006).

Het Centre for Life in Newcastle

Het 'Centre for Life' in het hart van Newcastle is onderdeel van het project 'Newcastle Science City'. De regionale beleidsuitgangspunten van stedelijke herstructurering en de kenniseconomie zijn hier op een originele manier gecombineerd. Het Centre for Life presenteert zich als een



'science village' dat de werelden van stamcellen en genetisch onderzoek, economie en het dagelijks leven bij elkaar brengt vanuit de gedachte 'to popularise science at the same time as practising it'. Het doel van het kennispark is (1) het doen van onderzoek op het terrein van stamcellen, ouderdom, energie en nanotechnologie, (2) het stimuleren van bedrijvigheid op dit terrein en (3) het voorlichten van het publiek over dit type onderzoek en de plaats daarvan binnen de levenswetenschappen. Het Centre for Life heeft de nodige bekendheid verworven, met name dankzij de derde doelstelling.

Onderzoek schrikt veel mensen af, maar door het tastbaar te maken met behulp van een museum, openbare colleges, video's en een heuse 'Life'-winkel wordt een deel van de koudwatervrees bij het publiek weggenomen. Of het 'science village' er ook in slaagt om jongeren in de North East te enthousiasmeren om verder te gaan in de biowetenschappen, valt nauwelijks te meten. Wel kan het Centre for Life rekenen op enthousiasme van Engelse politici, waarschijnlijk omdat het lastig uit te leggen begrippen als kennis en innovatie concreet maakt. Het Life-kennispark kan dan ook worden beschouwd als een goed gelukte 'maquette van de kenniseconomie'.

Passionate People, Passionate Places



Na uitgebreid marktonderzoek binnen en buiten de regio heeft de North East in mei 2005 in het kader van haar regiomarketing de campagne 'Passionate People, Passionate Places' gelanceerd. De campagne beoogt niet alleen nieuwe bewoners, bedrijven en bezoekers naar de streek te trekken, maar ook de lokale bevolking zich meer bewust te laten worden van de mogelijkheden die hun woonplaats biedt op het gebied van studeren, werken en recreëren. In de campagne, die op grote billboards binnen en buiten de North East en in allerlei media te zien is, treden 'Geordies' op die vertellen over hun passie en de rol van de regio daarbij. Ze zijn bijvoorbeeld 'passionate about music' of 'forests' of 'research'. Het aardige van de campagne is dat organisaties uit de regio gratis gebruik kunnen maken van het 'Passionate about...' logo, waarbij ze op de stippellijn hun eigen product of dienst kunnen invullen (uiteraard moet het logo wel voldoen aan vaste 'brand guidelines' zodat eenheid van het regionale merk gewaarborgd wordt). In de North East komt men het logo dan ook overal tegen, variërend van 'passionate about golf' voor een golfclub tot 'passionate about coffee' voor een café. De campagne is een succes: tijdens de uitreiking van de World Travel Awards in 2005 en 2006 is ze zelfs uitgeroepen tot de 'World's Leading Regional Marketing Campaign'.

Cultuur

In de North East is Newcastle-Gateshead een goed voorbeeld van een stad waar cultuur een belangrijke motor is achter regionaal-economische ontwikkeling. Het gaat daarbij niet zozeer om extra werkgelegenheid in de creatieve sector als wel om de internationale uitstraling en 'free publicity' die van culturele objecten en evenementen uitgaat.⁶⁴ Aan het begin van de jaren negentig was Newcastle samen met buurstad Gateshead in de race voor European Capital of Culture 1998. De gemeente Gateshead bereidde de 'bid' voor en maakte gebruik van de stad Newcastle als 'brand'. Newcastle-Gateshead kreeg de fel begeerde titel uiteindelijk niet, maar het gezamenlijk optrekken leidde wel tot allerlei culturele projecten die de North East grote bekendheid hebben bezorgd. Denk aan het muziekcentrum The Sage Gateshead, het museum The Baltic Centre for Contemporary Art, de Millennium Bridge, Steven Stories Centre for Children's Books, de Angel of the North en grootschalige evenementen zoals The Tall Ships. Intussen staat Newcastle-Gateshead dankzij haar culturele aanbod al in de 'don't miss it-list' van de Rough Guide. Ook wordt de stad in de internationale pers als standaardvoorbeeld opgevoerd als een gebied waar cultuur heeft bijgedragen aan succesvolle economische herstructurering.

Plattelandsontwikkeling

Een groot deel van de North East, met name Northumberland, is ruraal. Zoals in elk plattelandsgebied hoopt de regio dat toerisme (inclusief regionale culinaria) de economie een nieuwe impuls geeft. Sinds enkele jaren doet One North East haar best om de vele lokale initiatieven op toeristisch gebied te bundelen en te professionaliseren.⁶⁵ Dankzij die aanpak is de kwaliteit en marketing van de toeristische producten in Northumberland al sterk verbeterd. Zo zorgt 'Destiny' – een door One North East opgezet ict-systeem op het terrein van 'destination management' – ervoor dat potentiële toeristen worden doorgelinkt naar een en dezelfde website met een duidelijk regionaal logo. Op deze wijze komt een bezoeker van 'last minute.com' niet terecht bij een amateuristische website van een hotel ergens in een gehucht in de North East, maar meteen op een professionele 'portal' over de North East. Door het systeem is het ook mogelijk veranderingen (bijvoorbeeld nieuwe openingstijden van een attractie) bij alle aangesloten ondernemers door te voeren. Een nieuwe ontwikkeling op het platteland is de opzet van 'food processor incubators' waar agrariërs per uur faciliteiten kunnen huren om regionale producten (bijvoorbeeld kaas) te testen of te maken.⁶⁶ Daarnaast investeert One North East in breedband op het platteland zodat boeren hun diensten en producten ook via het internet kunnen aanbieden.

⁶⁴ Hospers en Bennenworth (2007).

⁶⁵ One North East (2006).

⁶⁶ The Northern Echo (2007).

SAMENVATTING HOOFDSTUK 5

TYPERING VORARLBERG

<i>Hardware</i>	<i>Software</i>	<i>Mindware</i>
• Negatief: hoge loonkosten	• Negatief: argwaan jegens niet-Westerse immigranten	• Negatief: periferie van Oostenrijk
• Negatief: geen eigen universiteit		• Negatief: vooral toeristisch imago
• Negatief: schaarse ruimte voor bedrijvigheid		
• Positief: hoge innovatiekracht		
• Positief: hoge exportactiviteit	• Positief: ondernemende mentaliteit bevolking	• Positief: goede prestaties genereren 'free publicity'
• Positief: centrale ligging in Midden-Europa	• Positief: samenwerking overheid-bedrijfsleven	• Positief: houtarchitectuur fungeert als visitekaartje voor regio

5 VORARLBERG

5.1 Vorarlberg in vogelvlucht

De Oostenrijkse regio Vorarlberg is de tweede case study die Noord-Nederland op economisch gebied kan inspireren. De grensregio is klein en ligt centraal in Midden-Europa, maar heeft net zoals het Noorden een relatief traditionele economische structuur met een bijbehorende hardwerkende en nuchtere bevolking. Het verschil met Noord-Nederland is echter dat de streek bijzonder ondernemend en creatief is – het is zelfs een van de meest innovatieve gebieden van Europa. Wat is daarvan de achtergrond en wat kan het bedrijfsleven in het Noorden daarvan leren?⁶⁷

‘Wij eerbiedigen het oude, begroeten het nieuwe en blijven onszelf en onze geboortestreek trouw’, schreef de Vorarlbergse dialectdichter Gebhard Wölfle in 1902 ter ere van de opening van een spoorweg door zijn regio. De passage typeert de paradoxale cultuur van deze kleine en meest westelijke provincie van Oostenrijk: conservatief, innovatief en bovenal regionalistisch. De meeste Nederlanders associëren Vorarlberg in de eerste plaats met de wintersport. Inderdaad is de regio aan de Bodensee met plaatsen als Bregenz, Bludenz, Dornbirn, Damüls en Lech een toonaangevend vakantiegebied.⁶⁸ Een eeuw geleden werden op de hellingen van de Arlberg ‘s werelds eerste skilessen gegeven, terwijl onze koninklijke familie hier steevast de jaarlijkse wintersportvakantie doorbrengt. Wie de regionaal-economische gegevens bekijkt, ziet meteen dat Vorarlberg meer te bieden heeft dan toerisme alleen. De regio is een sterke ‘Wirtschaftsstandort’. Met haar kleine oppervlakte en met slechts 380.000 inwoners heeft Vorarlberg een zeer diverse economische structuur. We vinden er vooral bedrijven in de ambachtelijke maakindustrie, variërend van metaal (kabels, ketels, zuigers) en elektronica (verlichting, schakelingen, kabelliften) tot voeding (chocolade, sappen, kaas) en houtbewerking (ski’s, bouwonderdelen, meubels). Daarnaast doet de regio het goed in de informatie-, milieu- en energietechnologie. Dankzij de goede prestaties van het bedrijfsleven is Vorarlberg Oostenrijks meest industriële, innovatieve en exportgeoriënteerde streek.⁶⁹ De economische groei en het gemiddelde inkomen per hoofd van de bevolking behoren tot de hoogste van het land (en zelfs van Europa). De werkloosheid ligt met 6,1% onder het Oostenrijks gemiddelde van 7%. Bovendien: nergens in Oostenrijk zijn de ondernemers zo tevreden over het regionale ondernemersklimaat, zo blijkt uit een recente enquête.⁷⁰ Op het eerste gezicht is het een wonder dat het zo goed gaat in Vorarlberg. De regio had een zwakke uitgangspositie: lange tijd beschikte het gebied over een monostructuur met voornamelijk textiel en toerisme. Toen de textielbedrijven in de jaren zeventig in een crisis terechtkwam, vond een ingrijpende ‘Strukturwandel’ plaats met veel banenverlies.

⁶⁷ Gegevens over Vorarlberg en het regionale beleid ontleen we aan desk research (statistische informatie, onderzoeks- en beleidsrapporten) en aan verslagen van interviews die we met lokale partijen (het bedrijf Omicron, ontwikkelingsmaatschappij Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO), het Vorarlberger Architektur Institut en Werkraum Bregenzerwald) in Vorarlberg hebben gehouden. Daarnaast is contact opgenomen met de Wirtschaftskammer Vorarlberg, de regionale Kamer van Koophandel. Het bezoek aan de regio vond half juni 2007 plaats.

⁶⁸ Huber (2007).

⁶⁹ MERIAN (2007).

⁷⁰ WISTO (2007).

Figuur 5.1: Vorarlberg op de kaart



De textielindustrie was goed voor 60% van de regionale toegevoegde waarde; nu is dat nog maar 17%.⁷¹ Tijdens de crisis besloot Vorarlberg in te zetten op diversificatie in plaats van specialisatie: liever sectorale variëteit dan vertrouwen op één bedrijfstak. De nieuwe bedrijvigheid bleek ook industrieel van aard (bijvoorbeeld staal, metaal, elektronica) te zijn, passend bij de 'hands on'-mentaliteit en het vakmanschap van de lokale bevolking.

Is zo'n basis niet kwetsbaar in deze tijd van globalisering en verdienstelijking? Legt een industrieregio het niet onherroepelijk af tegen lagelonenlanden zoals Polen en China? Vorarlberg laat zien dat gebieden in West Europa nog steeds geld kunnen verdienen met industriële productie. Voorwaarde daarvoor is wel dat het bedrijfsleven net zoals in Vorarlberg blijft zoeken naar nieuwe product-markt-combinaties. Continue innovatie, samenwerking tussen MKB en grootbedrijf en een exportoriëntatie zijn daarvoor van groot belang. Omdat de thuismarkt zo klein is moeten ondernemers in Vorarlberg wel over de grens kijken. 80% van de productie wordt naar het buitenland geëxporteerd, met buurlanden Duitsland, Zwitserland en Italië als de belangrijkste afnemers.⁷²

De ligging van Vorarlberg in Midden-Europa is een vestigingsplaatsvoordeel: bedrijven uit de regio kunnen snel en gemakkelijk toeleveren aan hun collega's in het nabijgelegen Baden-Württemberg, Beieren, Emilia-Romagna, stuk voor stuk innovatieve 'hot spots' die eveneens om hun industriële traditie bekend staan. De infrastructuur over de weg is uitstekend en meerdere vliegvelden liggen binnen handbereik. Wel schieten de transportverbindingen met de rest van Oostenrijk nog tekort.⁷³ Ook heeft de groei van Vorarlberg heeft zijn keerzijde: door de schaarse ruimte voor bedrijvigheid zijn grondstukken duur. Een ander nadeel is de afwezigheid van een universiteit in de regio. Vorarlberg beschikt echter over een 'Fachhochschule' met 850 studenten die een opleiding in de techniek, economie of sociaal werk volgen. Kennistransfer vanuit de hogeschool vindt vooral plaats door stages vanuit de regionale vakopleidingen. De school onderhoudt nauwe contacten met het plaatselijke bedrijfsleven en legt grote nadruk op kennis van de studenten over de regio.⁷⁴ Die aanpak draagt ertoe bij dat de Vorarlbergers ruim een eeuw na Wölfles gedicht nog steeds het oude eerbiedigen, het nieuwe begroeten en zichzelf en hun geboortestreek trouw blijven.

5.2 Regiostimulering in Vorarlberg

Het Land Vorarlberg (vergelijkbaar met de provincie in de Nederlandse context) is verantwoordelijk voor het economisch beleid in de regio. Het doel van dat beleid is om randvoorwaarden voor ondernemerschap, samenwerking en innovatie te scheppen. Voor de uitvoering van het beleid werkt het Land samen met Wirtschafts-Standort Vorarlberg GmbH (WISTO) en de Kamer van Koophandel (Wirtschaftskammer Vorarlberg). Van laatstgenoemde organisatie zijn alle bedrijven volgens de wet verplicht om lid te zijn.

⁷¹ FORMAT (2005).

⁷² MERIAN (2007).

⁷³ Huber (2006).

⁷⁴ Hospers (2006).

Werkraum Bregenzerwald en Architekturland Vorarlberg



werkraum
bregenzerwald

In 1999 hebben honderd Vorarlbergse meubelmakers en timmerlieden zich verenigd in de koepelorganisatie 'Werkraum Bregenzerwald'. De bedrijfjes, die van oudsher gevestigd zijn in het Bregenzerwald (het bergachtige en bosrijke deel van Vorarlberg), hebben afgesproken te werken volgens het principe 'Produkt, Design und Nutzung': elk meubelstuk en bouwwerk uit Vorarlberg moet kwalitatief hoogwaardig, fraai en functioneel zijn. Elke drie jaar organiseert 'Werkraum' de prijsvraag en tentoonstelling 'handwerk + form', die tal van bezoekers uit binnen- en buitenland trekt. In aanvulling op deze Triënnale heeft de 'Werkraum' een doorlopende designexpositie en een stageprogramma opgezet. Vorarlberg staat daarnaast internationaal bekend als innovatief 'Architekturland'. De regio excelleert op het gebied van de moderne houtarchitectuur. Werkelijk overal in de streek komt men trendy houten gebouwen tegen, niet alleen in woonwijken, maar ook op bedrijfsterreinen. De architectonisch interessante bouwwerken fungeren als visitekaartje voor de regio en trekken jaarlijks 40.000 architectuurfreaks. De combinatie van traditionele Oostenrijkse houtvormen met design maakt Vorarlberg tot één van Europa's centra van moderne architectuur.

Ondernemen

Ook al gaat het goed in met de economie van Vorarlberg, het kan altijd beter. Het Land Vorarlberg en de Wirtschaftskammer zien ondernemerschap als de basis van regionaal-economische groei en vinden dat je daar niet vroeg genoeg mee kunt beginnen.⁷⁵ Daarom organiseert de KvK in de regio jaarlijks een 'Kinder Business Week' waarin scholen bedrijfsbezoeken afleggen en – omgekeerd – ondernemers gestimuleerd worden om meer 'Kindskopf' (onbevangen als een kind) te denken. Net zoals in ons land tracht de KvK de politieke besluitvorming en gemeentelijke regels te beïnvloeden in het voordeel van de lokale ondernemers.

Verder heeft de KvK een eigen trainingsinstituut, het WIFI Vorarlberg, dat gesubsidieerde of goedkope cursussen aanbiedt op het gebied van ondernemersvaardigheden. Voorts worden met financiële middelen van het Land Vorarlberg interessante projectaanvragen van jonge en vrouwelijke ondernemers in spe gesubsidieerd. Tenslotte biedt de Wirtschaftskammer Vorarlberg vouchers voor gratis consultancy en heeft ze een 'one-stop shop' voor mensen die een bedrijf willen beginnen.

Euregionalisering

Vorarlberg is één van de vier grensregio's rond de Bodensee. Het gebied grenst aan EU-staat Duitsland en daarnaast aan Zwitserland en Liechtenstein. De arbeidsmarkt houdt zich echter niet aan de staatsgrenzen: er is veel grensverkeer van werknemers. Zo gaan er elke dag zo'n 7.000 Vorarlbergers naar Liechtenstein en 8.000 naar Zwitserland, terwijl er juist veel Duitsers in Vorarlberg werken (van wie er trouwens steeds meer ook gaan wonen). In het kader van INTERREG IIIA (Alpenrhein – Bodensee – Hochrhein) worden de arbeidsmarktstatistieken van de vier landen met elkaar in overeenstemming gebracht ('Eures Bodensee – Jobs ohne Grenzen'), terwijl de Kamer van Koophandel los daarvan druk uitoefent op haar collega's in Zwitserland om problemen bij grensoverschrijdend werknemersverkeer op te heffen.⁷⁶ Vorarlberg zet haar ligging aan de grens ook als troef in om het ontbreken van een eigen universiteit te compenseren: samen met universiteiten rond de Bodensee heeft ze de 'Internationale Bodensee-Hochschule' opgericht waardoor studenten gemakkelijk een deel van hun studie bij een universiteit in een naburige regio kunnen volgen. Op die wijze heeft Vorarlberg toch toegang tot academisch onderwijs.

Kenniseconomie

Het Land Vorarlberg ziet innovatie als de belangrijkste determinant van regionale concurrentiekracht. Het WISTO heeft dan ook als belangrijkste taak om namens het Land innovatie in het plaatselijke bedrijfsleven te stimuleren. Het team van WISTO – dat overigens maar uit een paar medewerkers bestaat – adviseert bedrijven op het gebied van innovatiemanagement en patenten en begeleidt ze in innovatietrajecten. Ook betreft de instantie ondernemingen in Europese technologische onderzoeksprojecten. Ten slotte treedt ze op als makelaar en schakelaar en fungeert ze als aanspreekpunt voor buitenlandse investeerders. Het Land Vorarlberg hanteert een simpel maar effectief innovatie-instrument waarvan de uitvoering eveneens in handen ligt van WISTO: elk bedrijf in Vorarlberg met een bepaalde R&D-capaciteit maakt aanspraak op een innovatiesubsidie en kan er ook op rekenen dat ze die snel en onbureaucratisch krijgt.⁷⁷ Die garantie betekent dat bedrijven durven te investeren in afwachting van de subsidie in plaats van dat ze in spanning wachten of hun projectaanvraag gehonoreerd wordt of niet.

⁷⁵ Land Vorarlberg (2007).

⁷⁶ WISTO (2007).

⁷⁷ Land Vorarlberg (2007).

Energie-economie in Vorarlberg



In Vorarlberg gaan energie, ecologie en economie hand in hand. De hele provincie wordt van stroom voorzien door die Vorarlberger Kraftwerke AG. Het energiebedrijf produceert alleen groene stroom en doet dat het goedkoopst van heel Oostenrijk. De stroom in Vorarlberg mag dan milieuvriendelijk en niet duur zijn, de regionale overheid doet er alles aan om stroom te besparen. Daarvoor is een eigen 'Energieinstituut' in het leven geroepen waar elke Vorarlberger gratis advies krijgt om zuinig om te gaan met energie. Het Land Vorarlberg stimuleert haar inwoners een eigen huis te bouwen en kan daarmee ook invloed uitoefenen op de inrichting van het energiesysteem in huis. Van de 120 miljoen euro aan eigenwoningssubsidies gaat jaarlijks 70% naar de ecologische bouw. Sommige huishoudens betalen daardoor per jaar niet meer aan 90 euro aan stroomkosten. Het Energieinstituut adviseert niet alleen burgers, maar ook bedrijven en gemeenten hoe ze kosten kunnen besparen op hun energierekening. Intussen hebben andere provincies in Oostenrijk het Vorarlbergse voorbeeld gevolgd en hun eigen instituut opgericht. De focus van de regio op energie heeft intussen ook innovaties opgeleverd, zoals verschillende stroombesparende systemen voor ecohuizen. Ook innovatief is het project 'Traumhaus Althaus' waarin met ondersteuning van het Land Vorarlberg oude huizen die veel energie verslinden gesaneerd kunnen worden.

Omicron Electronics GmbH



Omicron Electronics GmbH is over de hele wereld actief, maar blijft trouw aan Vorarlberg waar het bedrijf in 1984 is opgericht. De onderneming richt zich – zoals zo veel firma's in Vorarlberg – op een zeer gespecialiseerde nichemarkt, namelijk die van test- en meetsystemen voor de elektronische energietechniek. Op dat terrein is Omicron wereldwijd marktleider. Martin Pfanner, CEO van het bedrijf, peinst er niet over met zijn bedrijf uit Vorarlberg weg te gaan: 'In Vorarlberg heerst nog altijd de agrarische mentaliteit van aanpakken, en die komt ook in deze tijd goed van pas. Bovendien zit mijn bedrijf midden in een technologienetwerk dat in de loop der jaren in Vorarlberg is ontstaan. Ook is de regionale overheid ons goed gezind: op een onbureaucratische manier kunnen we aanspraak maken op innovatiesubsidies die we gebruiken om onze R&D-uitgaven te verhogen'. Toch ziet Martin Pfanner ook nadelen aan 'Standort Vorarlberg'. 'Het is jammer dat we geen eigen technische universiteit hebben. Veel van mijn personeel moet ik elders vandaan halen. Verder zouden de loonkosten wat lager mogen zijn ... maar dat wil natuurlijk elke ondernemer'.

Het innovatiebeleid is generiek van aard en biedt dus voor elk wat wils: bedrijven worden door de overheid niet in een keurslijf van clusters of speerpunttechnologieën geduwd, maar worden slechts uitgedaagd tot 'vernieuwing', van welke aard dan ook.⁷⁸

In Vorarlberg is niet gekozen voor een cluster-aanpak, maar juist voor een brede ontwikkeling van MKB-bedrijven in allerlei (vooral industriële) subsectoren. De economische ontwikkeling wordt daardoor meer gestuurd vanuit bedrijfsontwikkelingen zelf, met aandacht voor (kleinere) marktniches.

Samenwerking

Binnen Vorarlberg werken bedrijven al veel samen. De netwerkdichtheid is hoog, maar vanwege de kleine omvang van het gebied heeft het regionale bedrijfsleven niet alle kennis in huis. Daarom wordt samenwerking over de regiogrenzen heen gestimuleerd. In Vorarlberg zijn goede resultaten geboekt met het landelijk lopende subsidieprogramma COMET (Competence Centres for Excellent Technologies) dat de samenwerking tussen bedrijven en kennisinstellingen op innovatief gebied stimuleert. WISTO coördineert de projectaanvragen en bereidt zich met de stakeholders inhoudelijk voor.⁷⁹ Het programma staat open voor alle technologiegebieden; criterium is de kwaliteit van de aanvraag. Door niet direct in termen van clusters te denken, houdt de overheid ruimte open voor creativiteit en onverwachte combinaties, zoals de ontwikkeling van bepaalde kruispunttechnologieën. De samenwerkingssubsidie vanuit de Oostenrijkse overheid (Bund) bedraagt zo'n 50% van de totale kosten om een Kompetenzzentrum op te richten. In Vorarlberg zijn er meerdere van die centra met verbindingen naar de academische wereld ontstaan, bijvoorbeeld op het gebied van mechatronica, materialen, hout, de automotive-branchen en licht. Het Kompetenzzentrum Licht, waarvan het Vorarlbergse bedrijf Zumtobel de penvoerder is, geniet intussen grote bekendheid omdat het speciale lichtdioden (LEDs) heeft ontwikkeld die wereldwijd in lampen worden toegepast.⁸⁰

⁷⁸ Hospers (2006).

⁷⁹ WISTO (2007).

⁸⁰ FORMAT (2005).

SAMENVATTING HOOFDSTUK 6

TYPERING ØRESUND

<i>Hardware</i>	<i>Software</i>	<i>Mindware</i>
<ul style="list-style-type: none"> Negatief: gebied ligt buiten Europese kernzone 	<ul style="list-style-type: none"> Negatief: Deense/ Zweedse (bestuurs) cultuur verschilt 	<ul style="list-style-type: none"> Negatief: Øresund-gedachte leeft nog niet onder bevolking zelf
<ul style="list-style-type: none"> Negatief: gebruik van Øresund-brug is duur 		
<ul style="list-style-type: none"> Positief: relatief veel kennisinstellingen 	<ul style="list-style-type: none"> Positief: samenwerking, zowel publiek als privaat 	<ul style="list-style-type: none"> Positief: regiomarketing succes, gebied verkoopt zichzelf goed
<ul style="list-style-type: none"> Positief: aanwezigheid van multinationals 	<ul style="list-style-type: none"> Positief: 'outward looking', internationaal georiënteerd 	<ul style="list-style-type: none"> Positief: aandacht voor regionale symbolen, zoals de brug
<ul style="list-style-type: none"> Positief: Triple-Helix model à la IDEON werkt goed 		

6 DE ØRESUND

6.1 De Øresund in vogelvlucht

De Øresund is de derde regio waar Noord-Nederland haar licht kan opsteken. Veel mensen hebben waarschijnlijk nog nooit gehoord van de Øresund, maar kennen slechts de steden die er deel van uitmaken: de Deense hoofdstad Kopenhagen en de Zuid-Zweedse industriestad Malmö. Sinds begin jaren negentig werken bestuurders aan weerszijden van de grens intensief samen om het gebied op de Europese kaart te zetten. Dat lijkt te zijn gelukt: de EU ziet de Scandinavische Euregio als een model voor grensregio's. Toch is er – zo zal uit dit hoofdstuk blijken – nog veel 'window dressing' rond euregionale integratie in de Øresund.⁸¹

De Denen en Zweden zagen de val van de Berlijnse Muur als een uitgelezen kans om hun strategische ligging in het nieuwe Europa te verbeteren. Als springplank naar het gebied rond de Baltische zee hoopte de Øresund een tegenwicht te kunnen bieden tegen de sterke regio's in de Blauwe Banaan, de Europese kernzone van Manchester naar Milaan.⁸² Die hoop werd realiteit: de agglomeratie Kopenhagen-Malmö is van een relatief ingeslapen en traditioneel industriegebied uitgegroeid tot een bruisende, creatieve regio. Met zijn talloze grootstedelijke voorzieningen en vijftien universiteiten is de Øresund de meest metropolitane regio in Scandinavië. De werkgelegenheid is er sterk gegroeid en het bedrijfsleven heeft veel economische contacten met de opkomende Baltische Staten. De Øresund is er bovendien in geslaagd om een groot aantal buitenlandse investeerders aan te trekken, onder meer uit de Verenigde Staten. De groei vindt vooral plaats in de biomedische technologie, informatietechnologie, milieutechnologie, 'leisure' en 'functional food'. Intussen wordt de Øresund naast Londen en Parijs al gerekend tot de top drie van Europese 'hot spots' in de zorg- en vrijetijdsbranche.

In 1993, twee jaar nadat de Denen en Zweden besloten hadden tot de bouw van een 'vaste verbinding' tussen Kopenhagen en Malmö, verscheen een Deens-Zweeds masterplan 'The Øresund Region: A Europole'. Vanuit die grootse gedachte werd in datzelfde jaar het Øresund Committee opgericht, een politiek-bestuurlijk platform waarin gemeentebestuurders en regionale vertegenwoordigers uit Sjælland en Skåne met elkaar gingen samenwerken '... om een Euregio te creëren die de randvoorwaarden biedt om goed en gemakkelijk te kunnen wonen, studeren, werken en recreëren'.⁸³ Die samenwerking heeft in de loop der jaren tot tal van grensoverschrijdende projecten geleid, bijvoorbeeld op het terrein van onderwijs, cultuur, sport, infrastructuur en economie. Zo maakt het Øresund University-project het mogelijk dat studenten aan een van de vijftien universiteiten aan weerszijden van de Sund kunnen studeren. Of neem de Medicon Valley Academy, waarin Deense en Zweedse bedrijven en instellingen hun kennis op het gebied van de biotechnologie delen.⁸⁴

⁸¹ De informatie over de regio is afkomstig van interviews met stakeholders (Øresund Committee, IDEON Science Park en Region Skåne), culturele bezoeken (Turning Torso, Louisiana) en desk research. De beleidsreis naar het gebied was eind juni 2007.

⁸² Maskell en Törnqvist (1999).

⁸³ Maskell en Törnqvist (1999).

⁸⁴ Coenen (2006).

Figuur 6.1 De Øresund op de kaart



Het Øresund Committee, met een secretariaat in Kopenhagen, is evenals veel Nederlandse stedelijke netwerken (zoals het Samenwerkingsverband Noord-Nederland en Netwerkstad Twente) een overlegstructuur zonder strikt juridische status.⁸⁵ Vaak leidt dit soort constructies tot vrijblijvend gepraat en weinig actie, omdat de deelnemers aan het overleg er primair zitten namens de organisatie die ze vertegenwoordigen. Ook in de Øresund combineren de leden van het Committee hun lidmaatschap met een bestuurstaak elders: ze zijn bijvoorbeeld burgemeester, wethouder of directeur van een regionale organisatie in Sjælland of Skåne.⁸⁶ Het voorzitterschap van het Øresund Committee wisselt om de vier jaar. Op dit moment staat een Zweed aan het hoofd; de vorige periode was het een Deen.

6.2 Regiostimulering in de Øresund

Het Øresund Committee kent zoals de meeste regionale platforms problemen die inherent zijn aan samenwerking. Zo is de Deense bestuurscultuur gericht op actie, terwijl de Zweedse bestuurders streven naar consensus, wat binnen het comité soms tot irritaties leidt. Toch geeft het Øresund Committee de indruk dat het daadkrachtig optreedt – in korte tijd is het nodige bereikt, het ene na het andere EU-project wordt binnengehaald en de Øresund is in heel Europa een begrip. Dat succes komt door de specifieke werkwijze van het Øresund Committee die zich laat omschrijven als ‘sturing door structurering’ en ‘beleidsvorming door beeldvorming’.⁸⁷

Sturing door structurering

Het Øresund Committee is in feite niets meer dan een verzameling overheidsgedreven, grensoverschrijdende projecten op enkele deelterreinen, zoals gezondheidszorg, onderwijs en cultuur. Voorbeelden daarvan zijn de Øresund Science Region, het Øresund Cultural Forum, het Øresund Network en de Øresund Labour Market Council. Die structuur maakt het mogelijk euronale samenwerking snel en praktisch vorm te geven en ‘quick wins’ te behalen.⁸⁸ Met Europese subsidies als Interreg IIIA hebben Deense en Zweedse gemeenten bijvoorbeeld tal van grensoverschrijdende evenementen georganiseerd. Toen bleek dat die manifestaties succesvol waren heeft het comité ze voortgezet – ook zonder financiële steun van Europa.⁸⁹ Verder wordt de samenwerking in het Øresund Committee gestructureerd door bedrijfseconomische principes. Het comité opereert als ware het een bedrijf: op basis van vooraf opgestelde werkprogramma’s en begrotingen werken de bestuurders gezamenlijk aan het realiseren van de beoogde doelen. Jaarlijks ligt het netwerk daarover verantwoording af in een ‘regionaal jaarverslag’ dat tevens als visitekaartje van het gebied fungeert.

⁸⁵ Øresundskomiteen (2006).

⁸⁶ OESO (2003).

⁸⁷ OESO (2003), Hospers (2005b).

⁸⁸ Coenen (2006).

⁸⁹ OESO (2003).

Figuur 6.2: Øresundsbron



Geografie en geschiedenis van de Øresund-regio

In geografisch opzicht is de Øresund-regio slecht gedefinieerd. Sommigen beperken het gebied tot de agglomeratie Kopenhagen-Malmö; anderen scharen heel Sjælland en Skåne eronder. Volgens de meest gangbare definitie omvat de Øresund Kopenhagen, Malmö en het uitgestrekte ommeland van beide steden, in totaal goed voor zo'n 3,6 miljoen inwoners. Het gebied bestaat uit zeven deelregio's die op hun beurt weer zijn verdeeld in 132 gemeenten. In de Øresund zijn de Denen in de meerderheid: tweederde deel van de bevolking woont aan Deense zijde, een derde bevindt zich op Zweeds grondgebied. Lange tijd hadden de grensbewoners in de Øresund een gemeenschappelijke, Deense, geschiedenis. Tijdens de Middeleeuwen vormde de Øresund het centrum van het Deense koninkrijk. Sjælland en Skåne behoorden tot de welvarendste delen, omdat ze veel inkomsten kregen uit tolheffingen die schepen bij doorvoer door de Sund moesten betalen. Uit onvrede met die tollentrok de Zweedse koning Karl X Gustav in 1658 tegen de Denen ten strijde. Met succes: de Zweden wonnen de oorlog en bezetten Skåne, dat sinds de vrede van Roskilde (1660) onderdeel is van het Zweedse koninkrijk. In de Deens-Zweedse oorlogen in de tweede helft van de 17^e eeuw was een beroemde Nederlandse admiraal – Cornelis Tromp – in dienst van de Deense Koning. Hij behaalde meermalen een overwinning op de Zweden. Ondanks incidentele pogingen tot samenwerking duurde het nog driehonderd jaar voordat de Denen en Zweden toenadering tot elkaar zochten en besloten tot samenwerking in Øresund-verband.

Beleidsvorming door beeldvorming

Misschien nog wel belangrijker dan deze 'sturing door structurering' is de 'beleidsvorming door beeldvorming'. Het comité besteedt veel aandacht aan de marketing van de Øresund in Europa. De Øresund Link, die Kopenhagen met Malmö verbindt, dient daarbij als symbool. Het comité treedt bovendien als één geheel naar buiten. Zo stellen leden uit het platform zich in internationale contacten eerst voor als vertegenwoordiger van de Øresund voordat ze hun eigenlijke functie (bijvoorbeeld wethouder van Kopenhagen) noemen. Deze ambassadeursfunctie blijkt ook uit het feit dat het comité in Europese steden Øresund-dagen organiseert om de regio als interessante vestigingsplaats te promoten. Als regionaal 'merk' heeft het netwerk gekozen voor het thema 'de mens en zijn behoeften'.⁹⁰ Onder deze vlag hebben de leden van het comité volop geïnvesteerd in 'menselijke' voorzieningen en activiteiten zoals contact met anderen (Øresund Link), gezondheid (medische technologie) en ontspanning (gevarieerd cultureel en sportief aanbod). Daarnaast profileert de Øresund-regio zich met een goed doordachte multimediacampagne, die bestaat uit een duidelijke en toegankelijke website (www.oresundsregionen.org) en talloze brochures voor bedrijven en bezoekers. In de media is de Euregio ten slotte actief in de markt gezet als 'Øresund – The Human

Capital'. Let daarbij niet alleen op de Scandinavische touch door de letter 'Ø' die tevens de brug symboliseert, maar ook op de dubbelzinnigheid van het begrip 'human capital'. Die branding blijkt aan te slaan, ook bij bedrijven in de Øresund, die in overleg met Øresund Network (de uitvoeringsorganisatie op het gebied van de regiomarketing) het logo eveneens mogen gebruiken bij het aanprijzen van hun goederen en diensten.⁹¹

6.3 Aandachtspunten bij grensoverschrijdende samenwerking

Wie oppervlakkig kijkt, krijgt de indruk dat het de Øresund voor de wind gaat. De regio groeit als kool, trekt steeds meer nieuwe bedrijven en bezoekers en krijgt Europese prijzen voor het succes van de grensoverschrijdende samenwerking. Toch is er nog geen reden voor euforie in de Scandinavische Euregio. Want wie met de bewoners in de Øresund spreekt, krijgt een ander beeld dan de politici, websites en brochures ons willen doen geloven. In de praktijk blijkt namelijk dat de integratie aan beide zijden van de Sund maar moeizaam van de grond komt. Alle samenwerkingsprojecten ten spijt, de inwoners van de Øresund zien de grens nog steeds niet als een reden, maar juist als een obstakel voor intensief grensverkeer. Nergens is de onvoltooidheid van de Europese eenwording zo merkbaar als in de Deens-Zweedse grensstreek. De grenspaal mag dan letterlijk vervangen zijn door een brug en tunnel, dagelijks worden ondernemers, werknemers en studenten geconfronteerd met hinderlijke verschillen tussen Deense en Zweedse regels. De dominantie van nationale wet- en regelgeving op terreinen als arbeidsrecht, belastingen, sociale zekerheid, studiefinanciering en ruimtelijke ordening leidt tot grote irritaties onder de grensbewoners en staat een optimale grensoverschrijdende samenwerking in de weg. Ook al is er formeel tussen Denemarken en Zweden een vrij verkeer van personen, een bedrijf uit Sjælland dat zijn personeel voor een klus over de grens inzet krijgt met afwijkende Zweedse regelgeving te maken. Ook door juridische verschillen op het punt van administratie, arbeidsomstandigheden en patenten zien veel ondernemers nog af van samenwerking aan de overkant van de Sund.⁹²

⁹⁰ Øresundskomiteen (2006).

⁹¹ Øresund Network AB (2007).

⁹² OESO (2003).

De symboliek van de Øresund Link

De Øresund Link bracht Denemarken en Zweden in 2000 letterlijk en figuurlijk bij elkaar. Midden op de splinternieuwe brug schudden de Deense koningin Margarethe en de Zweedse koning Carl Gustaf elkaar op 1 juli van dat jaar symbolisch de hand. De bouw van deze 'vaste verbinding' tussen Kopenhagen en Malmö heeft zeven jaar geduurd, creëerde 24.000 arbeidsplaatsen en kostte bijna 2 miljard euro. De Øresund Link is dan ook een technisch hoogstandje: de constructie bestaat uit een vierbaans autoweg van 15,5 km over de Sund en een tweebaans spoortunnel, die over een afstand van 4 km over de zeebodem voert en vanaf het kunstmatige eiland Peberholm naast de autoweg loopt. De brug en de tunnel zijn primair aangelegd om het grensverkeer tussen Sjælland en Skåne te vergemakkelijken. Zo is het van Kopenhagen en Malmö nu maar een half uurtje met de trein, terwijl men vroeger afhankelijk was van een onregelmatig varende veerpont. Maar ook in de regiomarketing speelt de Øresund Link een belangrijke rol. Het begrip 'brug' heeft nu eenmaal een sterk metaforische lading. Denk daarbij aan de Euro-bankbiljetten, waar de afbeelding van bruggen de eenwording van Europa moeten symboliseren. Ook in de optimistische 'Ørespeak' waarvan bestuurders in de regio zich vaak bedienen wordt de brug telkens genoemd als symbool van de Deens-Zweedse integratie. Zo beschouwd is de Øresund Link niet alleen een fysiek boegbeeld, maar ook een politieke vertaling van het integratie-ideaal van een Euregio waarin de verschillen over de grens voor altijd 'overbrugd' zijn.



Het IDEON Science Park



Skåne, het Zweedse deel van de Øresund, kwam als industrieregio vanaf de jaren zeventig in een crisis terecht. In 1983 werd naast de Universiteit van Lund het kennispark IDEON opgericht dat het banenverlies in de regio moest compenseren. Dankzij een uitgekende 'Triple Helix'-strategie, waarin de regionale overheid, onderzoekers en ondernemers elkaar versterken op het gebied van innovatie, is IDEON uitgegroeid tot een park met 200 florerende bedrijven, met name op het gebied van informatie- en biotechnologie. Volgens Sven Thore Holm, die aan de basis heeft gestaan van IDEON, ligt de groei van het park aan tien elementen. IDEON biedt ondernemers namelijk:

- een podium, want 'je bent zo veel waard als je jezelf presenteert'
- een platform, want 'goede ideeën zijn als paddestoelen – ze komen vaak geclusterd voor'
- financiering, want 'een bedrijf zonder kapitaal is als een schip zonder zeil'
- ambitie, want 'durf is nog nooit uit de mode geraakt'
- licht, want 'ideeën zijn als adelaars, ze hebben ruimte nodig om te hun vleugels uit te slaan'
- kenniscirculatie, want 'de enige constante in het leven is verandering'
- creativiteit, want 'falen is slechts ontdekken wat niet werkt (Edison)'
- ondersteuning, want 'een verloren uur in de ochtend blijft je de hele dag achtervolgen'
- intimiteit, want 'samen sta je sterker dan alleen', en tenslotte:
- succes, want 'geluk hebben is altijd een kwestie van vooruitkijken'

Het unieke van IDEON is dat het parkmanagement bepaalt welke bedrijven mogen komen. IDEON vereist bovendien commitment: bedrijven moeten voor een periode van acht jaar investeren.

Voor de toekomstige ontwikkeling van de Øresund is het van groot belang dat de regels aan weerszijden van de grens geharmoniseerd worden. Ondanks de krachtige lobby van het Øresund Committee bij de ministeries in Kopenhagen en Stockholm lijkt een uniform Deens-Zweeds regelsysteem nog ver weg. Wel overweegt de EU te experimenteren met een 'grensoverschrijdende regionale overheid' die wettelijke belemmeringen tussen lidstaten zo veel mogelijk wegneemt. Zolang die euregionale proefzone met uniforme regels nog niet bestaat, kan het Øresund Committee beter een pas op de plaats maken en doet ze er goed aan de regio realistischer te verbeelden. Want als het comité doorgaat met de marketing van de Øresund als een volledig geïntegreerde Euregio, dan kan uiteindelijk de paradoxale situatie ontstaan dat buitenstaanders vol bewondering naar een regio komen kijken die door de inwoners niet als zodanig beleefd wordt. Weliswaar trachten de bestuurders met 'public rooting'-projecten het idee van een grenzeloze Øresund onder de bevolking te promoten. Daarmee kunnen ze de verschillen in nationale regels echter niet veranderen. En ook al zou het juridische probleem opgelost zijn, dan is het nog maar de vraag hoe realistisch het politieke concept van een geïntegreerde Øresund-regio is. Op alle aspecten die een gebied ook daadwerkelijk tot een 'regio' maken, scoort de Øresund nog maar matig.⁹³ Territoriaal gezien is het gebied niet eenduidig gedefinieerd, terwijl de regionale symbolen (bijvoorbeeld de Øresund Link en het beeldmerk van de Øresund) en de instituties (zoals het Øresund Committee) – hoe creatief en succesvol ze ook zijn – door bestuurders zijn gecreëerd. Het belangrijkste punt van zorg in de Øresund is echter het gebrek aan een euregionale identiteit: de inwoners voelen zich geen Øresunder, maar gewoon Deen of Zweed. Jammer genoeg blijkt ook hier te gelden dat grenzen de littekens van de geschiedenis zijn.

⁹³ Hospers (2005b).

SAMENVATTING HOOFDSTUK 7

Voor Noord-Nederland zijn ook de volgende regio's interessant. Hordaland in Zuidwest-Noorwegen profiteert al eeuwen lang van haar ligging aan zee en maakt dat te gelde. De Hordalanders verdienen hun brood met aquacultuur, offshore, scheepsbouw en toerisme.

Kalmar in Zuidoost-Zweden blinkt uit in design, kunst en muziek en zet dat slim in de markt. In Kalmar kan de creatieve industrie daardoor een grote bijdrage aan de economie leveren.

Watch Valley, het bergachtige gebied tussen Genève en Bazel, is de bakermat van het horloge. Dankzij doelgerichte samenwerking geeft deze Zwitserse regio nog steeds de toon aan in de mondiale horloge-industrie.

De Eems-Dollard-regio is wat economische structuur en problematiek betreft vergelijkbaar met Noord-Nederland. Grensoverschrijdende samenwerking kan economisch gezien voordelen opleveren, maar blijft lastig, omdat euregio's nu eenmaal 'niet besturen, maar worden bestuurd'.

7 SCAN ANDERE BUITENLANDSE REGIO'S

7.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken zijn uitvoerig drie regio's behandeld waarvan Noord-Nederland op het gebied van economisch beleid zou kunnen leren. In dit hoofdstuk laten we vier regio's de revue passeren die voor het Noorden inspiratie kunnen bieden op deelaspecten: water (het Noorse Hordaland), cultuur (het Zweedse Kalmar), industrie (de Zwitserse Watch Valley) en grensoverschrijdende samenwerking (de Eems-Dollard regio).⁹⁴

7.2 Het Noorse Hordaland

'Hier is alles vis. Je eet vis, drinkt vis, ruikt vis en ademt vis'. Zo typeerde de Amerikaanse schrijfster Leland de plaats Bergen, de hoofdstad van Hordaland, in 'A Woman's Journey around the World' (1890). Velen zullen deze kustprovincie in Zuidwest-Noorwegen kennen van het prachtige fjordenlandschap dat door het vermaarde tijdschrift National Geographic in 2007 is uitgeroepen tot 'de meest ongerepte, pure reisbestemming ter wereld'. Dit deel van 'Fjord-Noorwegen' is inderdaad nauw met vis verbonden. Al voor de bloeitijd van het Hanzeverbond waren Bergen en omgeving bekend om de grote hoeveelheden stokvis (skrei) die er verhandeld werden. In de Hanzetijd maakte de regionale economie dankzij de handel in vis en visproducten, havenactiviteiten en de scheepvaart een enorme groei door. Er is niet zo veel veranderd: voor Hordaland is de Noordzee nog steeds de belangrijkste inkomstenbron. De streek blinkt uit in maritieme activiteiten, variërend van kunstmatige visteelt en aardoliewinning tot de bouw van catamarans en zeeschepen. Specialisatie en innovatie zijn daarbij de leidende principes. Zo kent Hordaland veel ondernemingen die gespecialiseerd zijn in het maken van offshore-onderdelen, zoals modules en installaties voor boorplatforms. En omdat noodzaak vaak de moeder is van innovatie, hoeft het ook niet te verbazen dat de Noorse kustprovincie 's werelds oudste producent van reddingsboten is.

Op dit moment trekt Hordaland internationaal de aandacht als voorbeeldregio op het gebied van de moderne aquacultuur, de kweek van vis in kooien op open water. Ook al is kunstmatige visteelt eeuwenoud, Noorwegen is pionier in het kweken van zeevis, ook wel 'maricultuur' genoemd. In 1884 werd hier de eerste zalmkwekerij geopend. In Hordaland, waar het grootste deel van de Noorse aquacultuur geconcentreerd is, vinden we talloze *fish farms* die intussen al 20% van de totale Noorse zalm- en forelproductie voor hun rekening nemen. Door de bevolkingstoename en een gelijkblijvende wildpopulatie van vissoorten is kunstmatige viskweek wereldwijd de snelst groeiende voedselproducerende sector. In Hordaland is aquacultuur dan ook big business. Naast zalm en forel worden steeds vaker kabeljauw, heilbot, paling en mosselen geteeld.

⁹⁴ De informatie over deze regio's is ontleend aan gedetailleerde desk research en publicaties die parallel daaraan verschenen zijn van de hand van Hospers (2005c, 2007a en 2007b).

Bekende succesregio's in Europa

In de literatuur wordt een aantal succesregio's telkens weer genoemd: Baden-Württemberg, Nord-Pas-de-Calais, Emilia Romagna en Catalonië.

Baden-Württemberg in Zuid-Duitsland is het meest genoemde succesverhaal. De regio, van oudsher sterk in machinebouw en de auto-industrie, munt uit in daadkrachtige samenwerking tussen 'Staat, Industrie und Wissenschaft'. De effectiviteit van de regionale allianties is voor een groot deel te danken aan de inspanningen van Landespresident Lothar Späth, die op eigen titel partijen bij elkaar bracht en enthousiasmeerde.

Die persoonlijke factor heeft ook een belangrijke rol gespeeld bij de revival van de Noord-Franse industriestad Lille de voormalige textielregio Nord-Pas-de-Calais. Burgemeester Pierre Mauroy – tevens lid van de nationale senaat – slaagde erin door een krachtige lobby veel geld en infrastructurele projecten (onder andere het TGV-station Euralille) binnen de stadsgrenzen te halen, wat een rol speelde bij de uitverkiezing van Lille tot Europese Culturele Hoofdstad.

Het Noord-Italiaanse Emilia-Romagna is een toonbeeld van collectieve actie in regionaal verband. Lokale bestuurders en ondernemers werken daar samen in het aanbieden van 'real services' aan startende ondernemers, een strategie die sterke clustervorming in ambachtelijke sectoren (keramiek, meubels en textiel) heeft opgeleverd.

Barcelona, de hoofdstad van Catalonië, staat bekend om de slagvaardige aanpak van het stadsbestuur om lokale initiatieven op het gebied van de kenniseconomie te bundelen. Om een herkenbaar gezicht van 'Barcelona: City of Knowledge' uit te stralen is er een aparte wethouder voor de lokale kenniseconomie aangesteld. Als intermediair is deze wethouder in staat het bedrijfsleven en projectontwikkelaars in de stad te mobiliseren en financieel te committeren bij het uitvoeren van de plannen. Door deze stakeholders met hun eigen competenties vanaf het begin bij nieuwe plannen te betrekken, wordt dubbelwerk voorkomen en kunnen kosten worden bespaard.

Om de kweekmethoden te verbeteren en mogelijke ecologische problemen rond aquacultuur te verminderen vindt er op regionale schaal veel onderzoek plaats. Het in Bergen gevestigde Institute of Marine Research (IMR) bijvoorbeeld heeft veel medewerkers die onderzoek doen bij regionale viskwekers. De overheden, onderzoekers en ondernemers in Hordaland realiseren zich dat hun regio aan de basis staat van de visserij van de toekomst en investeren daarom in de verdere ontwikkeling van de aquacultuur.

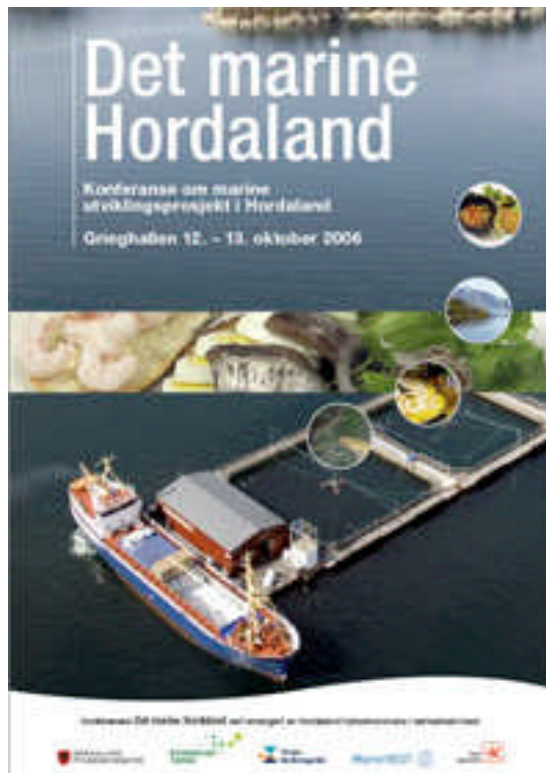
De Hordalanders gaan overigens ontspannen met hun sterk groeiende economie om. Ze werken hard, maar niet overdreven. Gezin, vrienden en vrije tijd staan hoger op hun prioriteitenlijstje dan een flitsende carrière. Wie de natuur van Hordaland aanschouwt, begrijpt waarom de Noren zo graag buiten zijn. Geen wonder dat de provincie – net zoals andere Noorse regio's – in trek is bij Nederlanders die rust en ruimte zoeken. Steeds vaker komen ze er niet om vakantie te houden, maar om er te wonen en te werken. Intussen is aan de Noorse westkust al een Nederlandse gemeenschap ontstaan inclusief een projectorganisatie (norsk.nl) die aspirant-emigranten met raad en daad terzijde staat. Wie naar Hordaland gaat, moet natuurlijk wel van vis houden. Want een eeuw na het bezoek van Leland aan Bergen zijn visserij en aanverwante activiteiten nog altijd van grote betekenis voor de Hordalandse economie. De regio laat zien dat ook in het tijdperk van globalisering specifieke geografische omstandigheden (zoals de ligging aan zee) een doorslaggevende concurrentiefactor kunnen zijn. Hordaland bouwen voort op haar maritieme traditie en vormt daarmee internationaal het neusje van de zalm.

7.3 Het Zweedse Kalmar

Voor de meeste Zweden was Kalmar lange tijd wat Dokkum voor Nederlanders is: slechts een naam uit de geschiedenisles. In Kalmar werd geen bisschop vermoord, maar prins Erik tot koning van Zweden, Denemarken en Noorwegen gekroond. De Unie van Kalmar (1397), die een einde maakte aan de Zweeds-Deense oorlogen, legde de basis voor het moderne Zweden. Behalve een historische associatie had Kalmar tot voor kort weinig waarmee ze zich van andere streken kon onderscheiden. Het gebied aan de zuidoostkust van Zweden met de gelijknamige hoofdstad profileerde zich zoals zoveel 'gewone' regio's in Europa met een sterke industriële traditie, een goede arbeidsmoraal en een prettig woonklimaat. Toen de economie vanaf de jaren tachtig minder ging presteren, realiseerden de bestuurders in Kalmar dat het tijd was om het kleurloze imago van de streek op te poetsen. Maar hoe doe je dat? In economisch zware tijden wordt van de overheid immers verwacht dat ze noodlijdende sectoren steunt.

In Kalmar werd de aandacht echter niet op dergelijke tobbers gericht, maar juist op toppers. Aan de hand van een lijst met regionale feiten, cijfers en weetjes zocht de overheid samen met het lokale bedrijfsleven naar kansen voor economische vernieuwing. De regionale curiosalijst leverde interessante gegevens op. Zo bleken uit Kalmar niet alleen talentvolle glasblazers afkomstig te zijn, maar ook relatief veel personen uit de culturele wereld, onder wie landelijk bekende musici, filmmakers, ABBA-ster Björn Alvaeus en Astrid Lindgren, de schrijfster van Pippi Langkous-boeken. Bovendien bleek de bevolking kunst een warm hart toe te dragen: de tachtig kunstverenigingen in Kalmar telden 30.000 leden, met andere woorden, maar liefst één op de acht inwoners was met kunst bezig.

Figuur 7.1 Aquacultuur is in Hordaland big business



Figuur 7.2 Kalmar staat voor muziekfestivals



Op zoek naar een onderscheidend regionaal profiel kwam Kalmar dan ook snel terecht bij de creatieve industrie. De regio ging zich richten op het stimuleren van design, kunst en muziek met als doel er geld aan te verdienen. Om te beginnen zette Kalmar met het naburige gebied rond Växjö het project 'Glasriket' (Koninkrijk van Glas) op, een route die toeristen langs een groot aantal glasfabrieken en ateliers van glaskunstenaars voert. Daarnaast werd er in Vimmerby een Astrid Lindgren-themapark geopend. Verder investeerde de streek in design, variërend van glas en keramiek tot meubels en textiel. Daaruit vloeide niet alleen een aantal aardige musea voort, maar ook het Design College in Kalmar-Nybro en een gespecialiseerde opleiding op het terrein van meubelmaken. Tenslotte profileerde Kalmar zich nadrukkelijk als muzikale 'hot spot' door periodiek overal in de regio muziekfestivals te organiseren. In een dorpje als Hultsfred bijvoorbeeld worden jaarlijks een internationaal vermaard rockfestival, een landelijke talentenjacht, klassieke muziek-dagen en metal & hardrock-feesten gehouden.

Waar andere regio's met de kudde meegaan en zich als de zoveelste 'Silicon Somewhere' presenteren, houdt Kalmar het liever op 'Design, Music & Entertainment Valley'. Op het eerste gezicht lijkt de creatieve industrie slechts een druppel op de gloeiende plaat. Het is moeilijk voorstelbaar hoe een economie kan drijven op ontwerpers, kunstenaars en musici. Bij nader inzien blijkt dit onderdeel van de economie wel degelijk inkomen en banen op te leveren. Enerzijds scheppen design, kunst en muziek werk in andere sectoren, zoals reclame- en evenementenbureaus, bouw, media en toerisme. Een mooi voorbeeld daarvan in Kalmar is het bedrijf Bjarni's Boots dat zich heeft gespecialiseerd in het reproduceren van historisch schoeisel en andere leren producten voor musea, privéverzamelaars en filmproducenten. Anderzijds draagt de creatieve industrie bij aan de nodige regionale *free publicity* die streken in de huidige concurrentiestrijd tussen regio's goed kunnen gebruiken. Want dankzij haar bloeiende creatieve industrie valt op Zweedse scholen de naam Kalmar tegenwoordig niet meer alleen in de geschiedenisles, maar ook bij de vakken handenarbeid en muziek.

7.4 De Zwitserse Watch Valley

Omega, Certina, Swatch... Zwitserse horloges zijn wereldberoemd en staan voor vakmanschap, precisie en stijl. Ondanks Aziatische concurrentie is Zwitserland in de wereld nog altijd marktleider. 95% van de Zwitserse horloges wordt geëxporteerd, waarvan Azië met 40% interessant genoeg de grootste afzetmarkt is. Bijna alle Zwitserse uurwerken komen uit de bergachtige landstreek tussen Genève en Bazel die drie kantons omvat: Neuchâtel, de Berner Jura en de Jura. In deze 'Watch Valley' maakt de bezoeker letterlijk 'een reis door de tijd'. Dat de uurwerkindustrie juist in dit deel van Europa geconcentreerd is, komt door de Reformatie in de zestiende eeuw. Tijdens de Franse godsdienstoorlogen vestigden veel Hugenoten zich in Genève waar de hervorming van Johannes Calvijn op gang kwam. Onder hen bevond zich een groot aantal 'horlogiers' die de Geneefse goudsmiden en juweliers – op zoek naar nieuw werk omdat Calvijn het dragen van juwelen veroordeelde – het vak van horlogemaken bijbrachten. De uurwerkindustrie in Genève groeide, maar kreeg concurrentie uit het naburige Neuchâtel waar de goudsmid Daniel Jeanrichard innovaties doorvoerde in de horlogeproductie. Collega's van hem volgden zijn voorbeeld en op deze wijze kon de Jura uitgroeien tot het kloppende hart van de Zwitserse uurwerkindustrie.

Figuur 7.3 Swatch horloges koppelen trend aan traditie



Van top down naar bottom up



De Rhône-Alpes in de Franse Alpen is als 'hot spot' niet goed te vergelijken met het Noorden, maar haar verleden biedt wel een even interessante als relevante les: ook als de subsidies vanuit de rijksoverheid ophouden, kunnen lokale partijen goed op de ingeslagen weg verder gaan. De Rhône-Alpes met Grenoble als hoofdstad staat traditioneel bekend om de opwekking van energie door waterkracht (hydro-electriciteit). Binnen Frankrijk is het één van de technologische 'hot spots' met laboratoria die deel uitmaken van het CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique). In de regio werken publieke en private partijen van oudsher nauw samen op het gebied van hydro-electriciteit.

Die traditie van samenwerking legt de streek thans geen windeieren: ook op techno-economisch gebied weten overheid, onderwijs en ondernemers elkaar te stimuleren en aan te vullen. De drie regionale stakeholders hebben in de loop der jaren niet alleen een gezamenlijke visie ontwikkeld, ze hebben hun woorden ook in daden omgezet. Samen investeren ze al jaren lang in fundamenteel en toegepast onderzoek naar micro-electronica en nano-technologie. De overheid schept vooral de randvoorwaarden door het bevorderen van technologie-overdracht en de bouw van kennisparken, laboratoria en 'incubators'.

De regionale specialisatie gaat terug tot de jaren zestig toen de Franse overheid binnen van haar industriële decentralisatiepolitiek Grenoble aanwees als een plek die moest bijdragen aan 'la francisation de la filière électronique', de 'verfransing' van de mondiale electronicsector. In dat kader kreeg de Rhône-Alpes drie publieke onderzoekslaboratoria, te weten LETI (micro-electronica), CEA (atoomenergie) en CNET (telecom), toebedeeld. Toen Parijs dit beleid van 'picking the winners' begin jaren negentig staakte, gingen bedrijven en instellingen in de regio 'bottom up' op de ingeslagen weg verder. Dat de Franse top-down-aanpak in Grenoble heeft gewerkt, is dus te danken aan de traditionele coöperatieve instelling van de regionale partners die door de impuls van buitenaf werd geactiveerd.

Lange tijd hoefden de horlogemakers in Watch Valley zich geen zorgen te maken. 'Swiss made' betekende kwaliteit en vernieuwing en daarvoor was de klant graag bereid te betalen. Na de Eerste Wereldoorlog kwam het eerste polshorloge op de markt en daarop volgden tal van andere Zwitserse innovaties, zoals het waterdichte horloge en de kwartstechnologie. Vanaf de jaren zeventig kwam Watch Valley echter in de problemen toen de veel goedkopere kwartshorloges uit Japan en Hongkong de Europese markt overspoelden. De meeste producenten in en rondom de Jura hadden de overgang in de tijdmeting van mechanische naar elektronische technologie (nota bene een Zwitserse uitvinding!) onderschat. De crisis had grote gevolgen: in 1970 werkten 90.000 mensen in de regionale horlogesector, maar in 1985 waren dat er nog slechts 33.000. Maar de Zwitsers lieten zich niet door de Aziaten uit het veld slaan. Watch Valley ging volop investeren in technologische ontwikkeling en internationale marketing. Onder leiding van de industrieel Nicolas Hayek werd de SMH (Société de Microélectronique et d'Horlogerie) opgericht die in 1983 'Swatch' introduceerde, een trendy en betaalbaar horloge, maar nog altijd 'Swiss made'. Swatch, dat staat voor 'Swiss Watch' werd het meest succesvolle polshorloge ter wereld. Dankzij deze commerciële meesterzet en andere innovaties kreeg Watch Valley haar concurrentiekracht van weleer geleidelijk terug.

Dat de Zwitserse horlogebranche als een Phoenix uit de as is herrezen, is niet toevallig. Zo lukte het de horlogemakers uit het nabijgelegen Franse Juragebergte niet om de concurrentie uit het Verre Oosten het hoofd te bieden. Wat maakt Watch Valley dan tot een Slimme Streek? Om te beginnen konden de horlogeproducenten tijdens de crisis snel actie ondernemen omdat de regio een gespecialiseerde onderzoeksinfrastructuur had, zoals het Centre Électronique Horloger in Neuchâtel dat voor technologieoverdracht zorgde. Verder hadden de bedrijven profijt van de bestaande samenwerkingsverbanden in de uurwerkindustrie die nu nuttig waren om innovatie te stimuleren. Tenslotte konden de Zwitsers bij de lancering van Swatch profiteren van hun gunstige imago: overal ter wereld was 'Swiss made' een sterk merk. Met andere woorden, de op elkaar afgestemde 'hardware', 'software' en 'mindware' heeft Watch Valley nieuw leven ingeblazen. Het gebied tussen Genève en Bazel is nu weer een broedplaats van innovatie. Symbolisch daarvoor is de recente Swatch-campagne die consumenten stimuleert om horloges niet meer links maar rechts te dragen. Omdat moderne horloges niet meer opgewonden hoeven te worden, moeten we volgens Swatch gewoontes doorbreken en met onze tijd meegaan. In Watch Valley zijn er overduidelijk nieuwe tijden aangebroken.

7.5 De Eems-Dollard regio

Noord-Nederland dient haar positie als grensregio uit te buiten. Dat is althans de wens van de Europese Unie, het Nederlandse kabinet en de provincies Groningen en Drenthe. In verschillende notities worden noordelijke bedrijven en instellingen aangemoedigd om verder te werken aan grensoverschrijdende samenwerking. En inderdaad: in economisch opzicht heeft de Eems-Dollard regio (Ostfriesland, Groningen, het Emsland en Drenthe) de noordelijke grensstreek wat te bieden. Dat is niet meteen duidelijk voor wie gaat winkelen in een dorpje over de grens of wandelen langs de kust van Aurich - maar wie de auto pakt naar Emden, Oldenburg of Osnabrück (de laatste twee steden liggen overigens net buiten het EDR-gebied) ziet al snel mogelijkheden voor intensievere samenwerking tussen het Noorden en Duitsland. Zo zou het euregionale bedrijfsleven gezamenlijk nieuwe producten kunnen ontwikkelen. Of neem het onderwijs: in navolging van sommige faculteiten van de RUG en opleidingen aan de Hogeschool Drenthe (die al een grote instroom van Duitse studenten kent) zouden de contacten met partnerinstellingen in de grensstreek aangehaald kunnen worden. Kansen genoeg, zo lijkt het.

Figuur 7.4 Euregio's besturen niet, maar worden bestuurd



Toch blijkt euregionale samenwerking over het algemeen maar moeizaam van de grond te komen. Want hoe je het ook wendt of keert, het probleem van grensregio's blijft dat ze aan een landsgrens liggen. Ook al bestaan staatsgrenzen in de EU officieel niet meer, de grens vormt nog steeds een grote scheidslijn in het gedrag van grensbewoners. Vanuit economisch oogpunt vergroten verschillen aan weerszijden van de grens de keuzevrijheid en kunnen een impuls vormen voor grensoverschrijdend verkeer. Denk bijvoorbeeld aan Noorderlingen die vanwege lagere woonlasten naar Duitsland verhuizen en aan Duitse studenten die een specifieke richting aan de Hogeschool Drenthe volgen. Zonder dergelijke verschillen zou het euregionale verkeer een stuk minder zijn.

Samenwerking is immers pas vruchtbaar als je partner iets te bieden heeft waarover je zelf niet beschikt. Maar tegenover die voordelen staan allerlei nadelen die grensregio's in de EU tot aparte gebieden maken. Nergens is de onvoltooidheid van de Europese eenwording namelijk zo merkbaar als in de grensstreek van de lidstaten. De fysieke aanwezigheid van de staatsgrens mag dan weg zijn, dagelijks worden bedrijven en burgers geconfronteerd met verschillen in nationale regels over de grens. Het ontbreken van uniforme wet- en regelgeving op terreinen als arbeidsrecht, studiefinanciering, belastingen, sociale zekerheid en ruimtelijke ordening leidt tot irritaties en staat een optimale grensoverschrijdende samenwerking in de weg. Door juridische verschillen op het punt van personeel, administratie en patenten ziet menig noordelijke ondernemer nog af van samenwerking met een Duitse collega. Zelfs op 'euregionale bedrijventerreinen', waarmee in Limburg wordt geëxperimenteerd, is de ontwikkeling van uniforme regels voor bijvoorbeeld gebouwen, infrastructuur en bedrijfsongevallen taboe. Grensstreken moeten nog altijd voldoen aan nationale wetten en regels waarover bestuurders elders in het land beslissen. Of, zoals de beroemde Duitse geograaf Friedrich Ratzel (1848-1904) in 1897 al treffend zei: 'Grensregio's besturen niet - ze worden bestuurd'.

Natuurlijk, samenwerking gaat uiteindelijk niet om nationaliteiten, maar om mensen. Dat was ook het motto van Ratzels landgenoot Alfred Mozer (1905-1979), een voorvechter van de Europese integratie en in 1978 grondlegger van de Euregio-gedachte. De Euregio-kantoren langs de Nederlands-Duitse grens, waarvan Nederland er vier heeft, werken nog steeds in de geest van Mozer: de instanties trachten de barrières voor contacten over de grens waar mogelijk weg te nemen met behulp van overleg, voorlichting (bijvoorbeeld Eures-sprekuren), advies en sociaal-culturele projecten zoals jeugduitwisselingen, culturele manifestaties en sportevenementen. Dat die aanpak resultaat oplevert, blijkt wel uit het de vele grensoverschrijdende projecten die in het kader van de Eems-Dollard Regio zijn opgezet. Denk aan de projecten 'Life Sciences-Kennistransfer in de EDR', 'EuMaTeC - Europese Maritieme Technische Coöperatie', 'Agrobiokon-EDR - Kwaliteit en rendementsverbetering van de aardappelzetmeelketen en de 'EDR-Techniek-Olympiade 2007'. Hoe zinvol het werk van de EDR en andere Euregio-kantoren in ons land ook is, aan de juridische belemmeringen tussen Nederland en Duitsland kan ze maar weinig doen. Daarvoor blijft ze afhankelijk van de bereidheid van bestuurders op een hoger niveau om de wetgeving te harmoniseren. Gelukkig lijkt de Europese Commissie dit probleem sinds kort ook te erkennen. In het Europese regionale beleid is namelijk een nieuw rechtsinstrument voorgesteld, het 'grensoverschrijdende regionale bestuur', een Europese samenwerkingstructuur die wettelijke belemmeringen tussen lidstaten wegneemt. Noord-Nederland zou een mooie proeftuin zijn voor het experimenteren met deze 'Speciale Euregionale Zone' waar uniforme regels gelden. Laten EU, rijk en provincies zich hiervoor sterk maken als onderdeel van hun wens dat Noord-Nederland vaker over de grens kijkt. Want zolang de grens nog een juridische barrière vormt, is euregionale samenwerking nog gemakkelijker gezegd dan gedaan.

DEEL III: SAMENVATTING, BELEIDSAANBEVELINGEN EN ACTIVITEITEN

Hardware/software/ mindware	Score	Opmerking
HARDWARE		
Brp, regionaal-economische groei	+/-	Er is een economische achterstand, maar de economische groei blijft niet langer achter
Export	-	Exportintensiteit is te laag, maar ligt in de industrie dicht bij Nederlands gemiddelde
Sectorale diversiteit	+/-	Landbouw en industrie zijn gedeeltelijk innovatief; de stuwende, commerciële diensten blijven achter
Clusters	+/-	In het Noorden zijn geen grote clusters, maar wel interessante pieken of speerpunten
Investeringen	+/-	Investeringsquote is vergelijkbaar met het Nederlands gemiddelde
Bedrijvendynamiek	+/-	Groei vestigingen en starters ligt op Nederlands niveau
Beroepsbevolking	--	Beroepsbevolking is minder goed opgeleid
Werkgelegenheid	-	Weinig banen voor hoger opgeleiden
Werkloosheid	--	Er is een hardnekkige werkloosheid bij specifieke groepen aan de onderkant van de arbeidsmarkt
Arbeidsparticipatie	-	Vooraf bij vrouwen is de participatie laag
Infrastructuur/bereikbaarheid	-	Echte fileknelpunten liggen buiten de regio; er is een slechte aansluiting op internationale knooppunten
Studenten/afgestudeerden	-	Minder hoog opgeleiden
Onderzoeksprestaties	+/-	Omvang van onderzoek is beperkt
Research & Development (R&D)	-	Relatief weinig R&D.
Spin-off bedrijven kennisinstellingen	+/-	Ligt bij RuG op gemiddeld niveau; bij bedrijven lager dan landelijk gemiddelde
Arbeidsproductiviteit	--	Arbeidsproductiviteit blijft achter bij Nederland
Kantoor- en bedrijfsruimte	+	Relatief veel bedrijventerreinen tegen lage prijs
Woningen	+	Relatief veel ruimte en lage prijzen
SOFTWARE		
Culinair aanbod	+/-	Buiten stad Groningen kwaliteit van aanbod beperkt
Cultuur	+	Breed cultureel aanbod
Creatieve klasse	+/-	Groningen en in mindere mate Leeuwarden scoren relatief goed; rest van regio laag
Sociale verbanden	+	Een relatief sterk verenigingsleven
Samenwerking bedrijven	-	Samenwerking is minder goed in het Noorden dan elders
Beslisstructuur bedrijven	+/-	Veel nevenvestigingen, maar negatieve invloed moet worden gerelativeerd
Rol overheid	+/-	Economische stimulering vooral via subsidies. Ruimte regionaal beleid beperkt
Ondernemerschap/-cultuur	-	Het Noorden kent minder bedrijvigheid; ondernemerscultuur is voor een deel inward looking
Identiteit/cultuur/mentaliteit	++	Sterk ervaren regionale identiteit, met eigenheid in taal en cultuur; vertrouwen ('trust')
MINDWARE		
Imago extern	+/-	Deels positief (ruimte, rust, natuur), deels negatief (ver weg, geen banen, traditioneel)
Zelfbeeld	+	Negatieve aspecten worden door Noorderling als minder erg ervaren
Regiomarketing/bekendheid	+/-	Positieve imago word goed gebruikt; negatieve aspecten worden weinig weersproken; gebrek aan coördinatie op noordelijk niveau

+ = boven landelijk gemiddelde, +/- = rond of niet eenduidig boven of onder het landelijk gemiddelde, - = onder landelijk gemiddelde

8 SAMENVATTING EN CONCLUSIES

8.1 Het Noorden: eenheid in verscheidenheid

Noord-Nederland bestaat als zelfstandig gebied eigenlijk niet, maar de drie noordelijke provincies hebben wel veel gemeen. In cultureel opzicht is het Noorden over het algemeen ten opzichte van Nederland minder religieus, minder traditioneel, minder hiërarchisch en meer egalitair.⁹⁵ Het sterkst is dat in streken met een door socialisme of communisme gekleurde geschiedenis. Er zijn echter ook streken die vooral protestants conservatief zijn. Naast allerlei verschillen hebben de drie provincies een gezamenlijke geschiedenis, is er iets als een noordelijke identiteit en cultuur, en zijn er overeenkomende economische kenmerken in het Noorden. Misschien is die eenheid in verscheidenheid juist kenmerkend voor Noord-Nederland.

In economisch opzicht kenmerkt het Noorden zich van oudsher door het belang van landbouw en aan de landbouw gerelateerde industrie – denk aan de zuivelindustrie, aardappelzetmeelindustrie en kartonindustrie. Toch is de noordelijke economie bepaald niet een agrarische economie te noemen. Net als in Nederland is de dienstensector de grootste sector. Het Noorden is een ‘ijle economie’ met een kleine en minder koopkrachtige bevolking en dus een kleinere eigen afzetmarkt. Het Noorden kent ook geen grote, ruimtelijk geconcentreerde clusters van bedrijvigheid, zoals die elders in Nederland wel voorkomen, en beschikt over relatief weinig grote bedrijven.

Achterstand en steun: het verschil tussen macro, meso en micro

Het Noorden krijgt al enkele decennia regionaal-economische steun van het Rijk (en Europa). Het Noorden kent traditioneel dan ook een aantal economische kenmerken die de regio op ‘achterstand’ zetten ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde. Macro-economische gegevens laten zien dat het Noorden een achterstand had en heeft: het regionale bruto binnenlands product en het regionale inkomen zijn er lager, en de werkloosheid is er hoger dan landelijk. Als men wat dieper kijkt, dan wordt het beeld echter minder eenduidig.

Op meso-niveau – het niveau van groepen van bedrijven of sectoren – blijken zich in het Noorden ontwikkelingen voor te doen die zeker niet minder zijn dan ontwikkelingen op Nederlands niveau. Zo is de landbouw weliswaar relatief groot in het Noorden (een macro-economisch gegeven), wat vaak als een teken van een traditionele economie wordt gezien, maar levert nadere beschouwing op dat in elk geval een deel van die landbouw gekoppeld is aan een internationaal concurrerend deel van het agrocomplex. Een ander voorbeeld is innovatieve bedrijvigheid rond het thema water, die meer recent tot stand is gekomen in het Noorden, rond het top-technologisch instituut Wetsus. Als de aandacht dus minder wordt gericht op het ‘macro-verhaal’, blijkt de economische achterstand niet alom aanwezig. Bovendien kent het Noorden een gevarieerd economisch landschap met soms aanzienlijke verschillen tussen provincies of andere gebieden. Ook in economisch opzicht is er dus sprake van diversiteit in het Noorden.

Wordt nog ‘dieper’ gekeken, dat wil zeggen op micro- of bedrijfsniveau, dan blijken er ook in het Noorden innovatieve bedrijven te zijn, die sterk gericht zijn op export en de

⁹⁵ Zie Keuning (1970) en Brons (2004, 2007).

internationale concurrentie aan kunnen. Deze bedrijven kunnen zich in termen van innovativiteit en exportgehalte gemakkelijk meten met bedrijven uit de rest van Nederland. Vaak zijn het middelgrote bedrijven. Dit kunnen met recht de 'pareltjes van het Noorden' genoemd worden.

8.2 Hardware, software en mindware van het Noorden

Over het algemeen kent het Noorden in termen van hardware een aantal zwakke plekken, die de economische achterstand verklaren. Minder goede kanten zijn:

- een achterblijvende, stuwende dienstensector;
- een relatief hardnekkige werkloosheid aan de onderkant van de arbeidsmarkt, vooral bij specifieke groepen;
- een laag opleidingsniveau van de beroepsbevolking en weinig aantrekkelijke banen voor hoger opgeleiden;
- een lagere arbeidsproductiviteit;
- een perifere ligging en slechte aansluiting op internationale knooppunten;
- weinig R&D en de afwezigheid van grotere bedrijven met R&D; weinig grotere onderzoeksinstituten.

De meeste hardware-factoren zijn niet of alleen geleidelijk te beïnvloeden. Zo zijn de ijle economie en de perifere ligging een gegeven. De laag opgeleide beroepsbevolking, de beperkte aanwezigheid van grote bedrijven en de achterblijvende arbeidsproductiviteit zijn slechts geleidelijk te veranderen. Risico's voor de noordelijke economie in de aansluiting op de kenniseconomie liggen voor een deel in dit soort harde factoren: te weinig hoog opgeleide mensen en te weinig innovatie/R&D.

Verband tussen hardware, software en mindware

Hardware is wel van groot en primair belang. Met goede hardware en matige soft- en mindware kan een regio nog een heel eind komen. Met slechte hardware is (goede) software en mindware zo goed als onbruikbaar: de machine doet het niet. Hardware kan worden gezien als een noodzakelijke (maar niet per se voldoende) voorwaarde; software en mindware meer als versterkende factoren voor economische ontwikkeling. In een situatie waarin hardware-verschillen klein zijn of moeilijk te veranderen zijn, kunnen juist de zachtere factoren van belang zijn.

Echter daar waar software en mindware als het ware beperkingen in de hardware kunnen compenseren, blijkt dat het Noorden lang niet altijd relatief sterk naar voren komt, of dat potentiële kansen onbenut blijven. De 'compenserende' werking van soft- en mindware is in het Noorden dus onvoldoende. Daardoor blijven economische kansen liggen.

Software-elementen waarin het Noorden positief scoort in vergelijking met Nederland zijn netwerken en contacten, sociale verbanden, identiteit, cultuur en mentaliteit van de bevolking. Negatief ten opzichte van Nederland scoort het Noorden als het gaat om de samenwerking tussen bedrijven. Noordelijke ondernemers werken bij innovatie minder vaak samen met universiteiten en hogescholen en onderzoeksinstituten. Het Noorden kent ook een lage score op bedrijven per inwoner: de noorderling is minder ondernemend. Ondernemende Noorderlingen zijn bovendien vaker actief in minder innovatieve en stuwende sectoren, en minder 'outward looking' of export gericht.

Bij mindware blijkt dat het externe imago van het Noorden deels positief is (ruimte, rust, natuur) en deels negatief (ver weg, geen banen, traditioneel). Negatieve aspecten worden door Noorderlingen zelf overigens als minder erg ervaren. Op het terrein van regiomarketing is het beeld wisselend. Het positieve imago van het Noorden wordt goed gebruikt, maar negatieve aspecten worden weinig weersproken.

Buitenlandse voorbeelden laten het volgende zien: in een regio die uitgaat van eigen kracht en die een goede mix van hardware, software en mindware hanteert, kan innovatie plaatsvinden ook vanuit een achterstandssituatie en in de periferie. Een goede inzet van instrumenten die passen bij de schaal van de bedrijven – en daaraan gekoppeld een ‘lange adem’ – zijn daarvoor voorwaarden. Lang niet altijd is concentratie op enkele aansprekende, grote clusters een ‘must’ voor economische ontwikkeling in de regio.

8.3 Trots, trend en traditie

Hierna wordt een aantal concrete beleidsaanbevelingen gegeven. Met die beleidsaanbevelingen wordt geprobeerd een andere kijk op stimuleringsbeleid te geven. Ze kunnen worden gezien als een verschuiving van het beleid naar een meer integrale benadering waarbij beter rekening wordt gehouden met andere factoren dan alleen de hardware van de economie.

In het beleid lag de nadruk tot voort kort teveel alleen op hardware. Belangrijke instrumenten en projecten betroffen de aanleg van bedrijventerreinen, regionale stimuleringsubsidies en infrastructuur (zoals de Zuiderzeelijn). Dit zijn voorbeelden van een klassieke hardware benadering, die relatief veel aandacht en middelen opslokt; aandacht (en middelen) die niet of nauwelijks voor andere instrumenten – waaronder instrumenten die meer gericht zijn op software en mindware – beschikbaar zijn. Daarnaast kan worden opgemerkt dat in het stimuleringsbeleid de aandacht sterk gericht was op de achterstandspositie en de tekortkomingen van de noordelijke economie. Daardoor is het imago van een achtergesteld gebied keer op keer bevestigd. Bovendien is het economisch beleid in de regio sterk gericht geweest op het ‘binnenhalen van subsidies’ en te weinig op het speuren naar eigen (innovatie)kracht. De analyse in dit rapport laat zien dat er wel degelijk sterke, innovatieve bedrijven – ‘pareltjes van het Noorden’ – zijn.

Met de beleidsaanbevelingen wordt het stimuleringsbeleid niet ‘herschreven’. De voorgestelde koersen zijn ook lang niet allemaal nieuw, maar betekenen bij elkaar wel een aanzienlijke verschuiving van beleid. Bij elkaar genomen kunnen de beleidsaanbevelingen – zo laten de buitenlandse voorbeelden zien – wel degelijk tot reële verbeteringen in de economie leiden. Kleine stappen en een vernieuwing in de benadering van stimuleringsbeleid dragen bij aan de zo gewenste *shift* in de economische positie van het Noorden. Kern daarvan is dat (1) naar meer aspecten wordt gekeken dan de hardware van de economie én (2) dat meer wordt uitgegaan van de eigen kracht en de eigen unieke kenmerken van het Noorden. Het Noorden kan – in plaats van een steunregio – een regio zijn van ‘trots, trend en traditie’.

Koers
I. Ondersteuning bestaande, stuwende en innovatieve bedrijven
II. Stimuleren samenwerking tussen bedrijven
III. Banen voor hoger opgeleiden
IV. Stimuleren onderwijs en opleiding
V. Stimuleren van R&D en spin-off
VI. Stimuleren internationalisering en export
VII. Stimuleren vestiging voor grotere zakelijke diensten
VIII. Oplossen bereikbaarheidsknelpunten op (inter)nationale verbindingen
IX. Overheid meer gericht op innovatie en scholing en regelvrije zones in het Noorden
X. Stimuleren ondernemerschap
XI. Regiopromotie gericht op verbetering van zwakke imago-aspecten

9 BELEIDSAANBEVELINGEN: KOERSEN VOOR HET NOORDEN

Hierna volgt een overzicht van aanknopingspunten voor beleid, gebaseerd op de analyse van hardware, software en mindware en de analyse van buitenlandse cases. De conclusies en beleidsaanbevelingen zijn weergegeven in een aantal 'koersen'. Per koers is ook aangegeven wat de rol van de KvK en van andere partijen kan zijn.

Er is niet geprobeerd om het gehele beleid gericht op het stimuleren van de regionale economie te 'herschrijven'. Een aantal 'vaste thema's' zoals bestrijding van werkloosheid, verhogen van de arbeidsparticipatie, investeringen in infrastructuur, ict-verbindingen en bedrijventerreinen, en investeringssubsidies blijven hier verder buiten beeld. Ze behoren allemaal tot maatregelen in de sfeer van de hardware waar het (overheids)beleid zich veelal op richt.

Hierna gaat het vooral om de accenten in het beleid die anders zouden kunnen. Kerngedachte is dat de noordelijke economie weliswaar ijl is, maar dat er voldoende (innovatieve) 'pareltjes' zijn die de economie schragen. Ook is het van belang dat er meer aandacht komt voor de software- en mindware-aspecten van een regio. Er is gezien de economische achterstand van het Noorden alle reden om naast de hardware ook naar soft- en mindware-elementen te kijken. Echter, lang niet op alle softere elementen scoort het Noorden goed, daar waar dat misschien wel verwacht zou mogen worden. In het volgende zal worden gekeken welke beleidsaanbevelingen uit deze analyse kunnen worden gehaald.

I. Koers: ondersteuning bestaande, stuwende en innovatieve bedrijven

'Koester bestaande bedrijven'

De economie en bevolking in het Noorden zijn ijl. De eigen noordelijke afzetmarkt is klein door een kleinere en minder koopkrachtige bevolking, en de bedrijvigheid in het Noorden is in vergelijking met Nederland kleiner. Aan dit gegeven is weinig te veranderen. De 'ijlheid' heeft vooral tot gevolg dat de 'gevoeligheid' van de economie relatief groot is. Als een bedrijf failliet gaat of uit de regio vertrekt, kan dat verlies aan werkgelegenheid en activiteiten niet snel worden opgevangen door andere bestaande bedrijven of door het aantrekken van nieuwe ondernemingen naar de regio. De sociaal-economische effecten van faillissement of wegtrekken zijn daardoor relatief groot.

Het bovenstaande betekent dat de bedrijven die er zijn, belangrijk zijn voor de regio. Het is van belang deze bedrijven te behouden en te laten groeien. Daarom zouden deze bedrijven moeten worden ondersteund. Die ondersteuning moet gericht zijn op die aspecten waar de noordelijke bedrijven in het algemeen een achterstand hebben ten opzichte van bedrijven elders. Het gaat dus om het versterken van die aspecten van de bedrijfsvoering waarin het Noorden achterloopt of waarin de regio het moeilijker heeft. Genoemd kunnen worden:

- innovatie;
- samenwerking met andere bedrijven en kennisinstellingen;
- gebruik van extern advies;
- groei-oriëntatie en exportgerichtheid.

I. Ondersteuning bestaande, stuwende en innovatieve bedrijven			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
I-1	Bij elkaar brengen van partijen die bestaande, stuwende bedrijven kunnen ondersteunen, en het versterken van netwerken op lokaal niveau die bedrijven ondersteunen. Het betreft het opzetten van een netwerk of contacten leggen rond een of enkele bedrijven op lokaal niveau, daar waar dat nu nog niet of nauwelijks gebeurt.	Rol van makelaar tussen bedrijven en andere partijen. Het maakt daarbij niet uit wie de 'trekkersrol' heeft. Kamer kan rol hebben bij 'opsporen' van en contact leggen met bedrijven.	Gemeenten Onderwijsinstellingen Branche-organisaties Syntens NOM MKB
I-2	Het stimuleren van het gebruik van faciliteiten door bestaande, bedrijven in de vorm van onder andere (ict-)infrastructuur of scholing. Dit kan de vorm hebben van het wijzen op scholingsmogelijkheden en (ict-)infrastructuur, tot aan het actief aanbieden van faciliteiten. Zie ook: IV	Makelaar en (mogelijk) aanbieder van faciliteiten, bijvoorbeeld in de vorm van cursussen.	Onderwijsinstellingen Branche-organisaties
I-3	Begeleiding en coaching op bedrijfsniveau, gericht op het stimuleren van groei-oriëntatie, 'outward looking'/'over de grenzen heen kijken'. Zie ook: VI	Uitbreiding van en ander accent bij huidige begeleiding en coaching van bedrijven.	Branche-organisaties, Syntens NOM MKB

Anders gezegd, het gaat om ondersteuning van bedrijven die 'het' (in potentie) al hebben, maar die vanwege de noordelijke context ten opzichte van de bedrijven elders een extra steuntje in de rug kunnen gebruiken. Die bedrijven moeten als het ware worden gekoesterd. Kenmerkend voor de ondersteuning zou moeten zijn dat die (ook in de persoonlijke invulling) langdurig is en niet beperkt wordt tot een korte periode.⁹⁶ De ondersteuning heeft de vorm van: het bij elkaar brengen van partijen (netwerken, contacten leggen);

- het aanbieden van faciliteiten (infrastructuur, scholing);
- begeleiding en coaching (bijvoorbeeld gericht op meer groei-oriëntatie en 'outward looking').

Bij voorkeur moet het gaan om bedrijven die stuwend zijn en de internationale concurrentie opzoeken en aan kunnen of, in het geval van jonge bedrijven, die deze potentie hebben. Dat zijn vaak ook de meer innovatieve bedrijven. Het voorbeeld van Vorarlberg laat zien dat innovatieve, middelgrote bedrijven heel belangrijk kunnen zijn voor een regio. Dergelijke ondernemingen of (partiële) clusters zijn er ook wel in het Noorden, maar ze zijn vaak nog onvoldoende in beeld.

De ondersteuning zou zoveel mogelijk op lokaal niveau moeten plaats vinden – bij het bedrijf zelf – waarbij meerdere partijen, afhankelijk van de specifieke situatie, betrokken zijn. De Kamer van Koophandel heeft het apparaat en de bemensing waarmee veel direct contact is met bedrijven op lokaal niveau. Naast de Kamer van Koophandel kan gedacht worden aan de gemeente, branche organisatie, MKB, NOM en onderwijsinstellingen.⁹⁷

Om effectief te zijn, moet de ondersteuning worden georganiseerd op basis van:

- gerichtheid op innovatie, samenwerking met bedrijven en kennisinstellingen, gebruik van extern advies, groei-oriëntatie en exportgerichtheid;
- langdurige contacten;
- vanuit meerdere partijen (dat kan de Kamer van Koophandel zijn, maar het maakt in beginsel niet uit wie de 'trekker' is);
- vraaggericht (bedrijven moeten er behoefte aan hebben).

Op onderdelen vindt ondersteuning van bedrijven nu al plaats. Het koesteren moet daarom gedaan worden aanvullend op bestaande financiële steun (zoals IPR). Nieuwe accenten zijn dat de ondersteuning vanuit meerdere partijen wordt georganiseerd en dat ze meer gericht is op een aantal specifieke thema's voor het Noorden. Een voorbeeld daarvan is exportondersteuning. Dat gebeurt nu ook al, maar het accent zou meer moeten liggen op groei-oriëntatie van bedrijven. Het zijn de grotere bedrijven die exporteren en juist een ambitie om te groeien ontbreekt nogal eens. Anders is ook de aandacht voor bestaande bedrijven. Nu is er juist veel aandacht voor vooral starters.

⁹⁶ In de beleidspraktijk vaak de projectperiode waarvoor financiering geregeld is.

⁹⁷ Veel gemeenten zijn bezig met het ontwikkelen van een 'werkgeversbenadering' waarbij wordt geprobeerd om contacten met bedrijven op sociaal en economisch vlak te stroomlijnen en te integreren. Kernpunt is veelal dat er één gemeentelijke contactpersoon is voor een bedrijf.

II. Stimuleren samenwerking tussen bedrijven			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
II-1	Informatie-uitwisseling via het organiseren van netwerken en bijeenkomsten. Bedrijven gericht uitnodigen op potentie van samenwerking (bijvoorbeeld binnen een sector of rond een bepaald product). Informatie-uitwisseling bijvoorbeeld gericht op nieuwe producten of resultaten van onderzoek.	Organiseren van bijeenkomsten (mogelijk i.s.m. branche-organisaties). Activiteit meer dan nu richten op vernieuwing/potentie van samenwerking.	Branche-organisaties Syntens NOM MKB
II-2	'Makelaars' die partijen rond concrete projecten of activiteiten bij elkaar brengen. Hier gaat het om meer dan informatie-uitwisseling: bedrijven moeten gestimuleerd worden daadwerkelijk samen te werken. Het zou de vorm kunnen hebben van het stimuleren van gezamenlijke R&D of van het stimuleren van ketenmanagement.	Makelaar of procesbegeleider (ook hier mogelijk i.s.m. branche-organisaties).	Branche-organisaties Syntens NOM MKB
II-3	Opzetten van facility sharing, juist ook op het platteland. Zie ook: V-1	Rol van aanjager/makelaar die partijen (en fondsen) bij elkaar brengt.	Provincies Gemeenten NOM MKB
II-4	Pre-markt R&D, in regio maar ook eventueel met bedrijven en expertisecentra buiten de regio. Zie ook: V-3, IX-4	Rol van aanjager/makelaar die partijen (en fondsen) bij elkaar brengt.	Provincies (Grote) gemeenten Syntens NOM MKB

II. Koers: stimuleren samenwerking tussen bedrijven

'Wie niet groot is, moet slim zijn'

De gemiddelde bedrijfsomvang en de aanwezigheid van grootbedrijven bepalen mede het innovatiegehalte en de exportgerichtheid van een regionale economie. Hoe groter de bedrijven en hoe vaker er grootbedrijven zijn die optreden als 'trekker' van een cluster, hoe groter veelal de exportintensiteit en de R&D-inspanning. In het Noorden is de gemiddelde bedrijfsomvang kleiner, wat vooral komt door de beperkte aanwezigheid van grotere bedrijven.

Gezien de kleine schaal van bedrijven in het Noorden, moeten schaalvoordelen vaker behaald worden door *samenwerking* tussen bedrijven. Doel van meer samenwerking tussen bedrijven is om het innovatiegehalte en het volgen van nieuwe (markt)ontwikkelingen ('outward looking') te stimuleren. De samenwerking zou in het Noorden sterker moeten zijn ontwikkeld dan het landelijke gemiddelde. De samenwerking is in het Noorden op dit moment echter juist minder sterk ontwikkeld. Met meer samenwerking kan een zwak punt van de noordelijke economie (ijlheid en minder grote bedrijven) gecompenseerd worden.

Samenwerking kan op verschillende manieren worden vormgegeven, afhankelijk van de intensiteit (hoe vaak wordt er samengewerkt en op welke terreinen) en de mate van formalisering (gaat het om informele, 'ad hoc' samenwerking of meer formele structuren).

Lichte vormen van samenwerking zijn:

- informatie-uitwisseling via het organiseren van netwerken en bijeenkomsten;
- 'makelaars' die partijen rond concrete projecten of activiteiten bij elkaar brengen.

Meer 'zware' vormen van samenwerking zijn *facility sharing* en samenwerking en deelname in pre-markt R&D. Facility sharing betekent dat bedrijven bepaalde voorzieningen tijdelijk kunnen inhuren. De voorzieningen worden ook door andere bedrijven gebruikt. Dit gebeurt nu ook al bijvoorbeeld in de vorm van bedrijfsverzamelgebouwen, waar bedrijven voorzieningen als ict-netwerken, telefoon e.d. delen. Het kan echter ook gaan om meer specifieke faciliteiten, zoals ict-software en laboratoria. De investering in dergelijke zaken is voor een bedrijf vaak te groot. Bij het delen van de voorziening kan de investering door meerdere partijen worden gedragen. Overigens hoeft facility sharing niet beperkt te blijven tot bedrijven in de high-tech sfeer. Ook bijvoorbeeld landbouwbedrijven kunnen baat hebben bij het delen van voorzieningen. Een voorbeeld daarvoor zijn de 'food incubators' in de North East. De North East laat zien dat innovatie via incubators ook heel goed op het platteland kan plaatsvinden.

Pre-markt R&D betreft R&D waarvan de uitkomsten nog niet marktrijp zijn. Kenmerkend is dat de concurrentie tussen bedrijven dan nog niet een (grote) rol speelt. Dit soort R&D kan daardoor heel goed in de vorm van samenwerking plaatsvinden. Door samenwerking worden risico's gespreid, en vindt er een betere spreiding van kennis plaats. Het ligt voor de hand dat kennisinstellingen samen met bedrijven hierbij zijn betrokken. In Vorarlberg en de Øresund zijn daarvan succesvolle voorbeelden te vinden. Op dit gebied gebeurt er ook nu al wat in het Noorden. Een goed voorbeeld van deze vorm van samenwerking in het Noorden is Wetsus. Overigens is de deelname in Wetsus niet beperkt tot het Noorden, maar juist (inter)nationaal gericht. Een vergelijkbare 'global-local'-benadering wordt ook – met succes – toegepast in Vorarlberg.

III. Banen voor hoger opgeleiden			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
III.1	Stimuleren van het ontwikkelen van banen met uitdaging, zelfstandigheid en ontplooiingsmogelijkheden (zowel zakelijk als privé), en aanbod van scholing. Bijvoorbeeld door een noordelijke prijs voor HRM-innovatie of voor het bedrijf dat mensen van buiten de regio op een innovatieve manier weet te trekken.	Bij coaching en begeleiding van bedrijven aandacht voor innovatief HRM. Instellen van een prijs voor vernieuwend HRM.	Branche-organisaties NOM MKB
III.2	Versterken van expertise en vernieuwing voor personeelsbeleid (HRM) binnen noordelijke bedrijven door scholing te stimuleren of het aanbieden van scholing. Zie ook: IV	Stimuleren van bijscholing en adviseren van scholingsinstellingen op het gebied van bijscholing. Zelf cursussen ontwikkelen en (laten) aanbieden aan eigen doelgroep (ondernemers/bedrijven)	Onderwijsinstellingen NOM MKB
III.3	Regiopromotie met als doel huidige bewoners te houden. Zie ook: XI	Stimuleren en bijdragen aan campagne.	Provincies Gemeenten MKB

De rol van de Kamer van Koophandel zal vooral die van 'aanjager' zijn. Andere partijen die zich met innovatie bezig houden zullen ook betrokken moeten worden (denk aan Syntens, NOM). Ten slotte zal de overheid een deel van de benodigde investeringen moeten opbrengen. Om effectief te zijn, moet de ondersteuning worden georganiseerd op basis van:

- gerichtheid op innovatie;
- samenwerking tussen bedrijven en kennisinstellingen;
- langdurige contacten;
- vraaggerichtheid.

III. Koers: banen voor hoger opgeleiden

'Banen met uitdaging, zelfstandigheid, en ontplooiing'

Onder druk van de vergrijzing zal er concurrentie tussen regio's komen om de schaarse arbeidskrachten, vooral gericht op middelbaar en hoger opgeleiden. In het algemeen is er een trend richting een krappere arbeidsmarkt waardoor meer aandacht nodig is voor aspecten die werknemers belangrijk vinden; de arbeidsmarkt wordt meer een *sellers market*. Het is de vraag of het Noorden voldoende aantrekkingskracht heeft voor middelbaar en hoger opgeleiden ten opzichte van andere regio's. Uit onderzoek blijkt dat de brain drain onder andere voortkomt uit een tekort aan banen die aansluiten bij de wensen van hoogopgeleiden.

Een tekort aan hoger opgeleiden is een bedreiging voor R&D en innovatie in het Noorden. Een goed opgeleide beroepsbevolking is met name voor bedrijven met een hoog R&D-gehalte een belangrijke vestigingsplaatsfactor. Het Westen van Nederland, met haar grootstedelijke woonomgeving, banen met grotere carrièremogelijkheden en betere beloning, houdt onverminderd een relatief sterke aantrekkingskracht op hoger opgeleiden. Op die aspecten is het voor het Noorden – waar de economische structuur en ligging gegeven zijn – lastig om te concurreren.

In de kenniseconomie zal de vestigingskeuze echter ook meer worden bepaald door de woonvoorkeuren van (hoog opgeleide) werknemers. Op zich is het ruim en rustig wonen een sterk punt in het Noorden; de afstand ('ver weg') is dat niet. Sterke *selling points* moeten daarom ook worden gezocht in andere zaken zoals banen met uitdaging, zelfstandigheid en ontplooiingsmogelijkheden (zowel zakelijk als privé), en aanbod van scholing. Dat vraagt om aandacht voor en vernieuwing van personeelsbeleid (HRM) binnen noordelijke bedrijven. Het voorbeeld van de campagne 'Passionate People, Passionate Places' in de North East, laat zien dat regiomarketing ook een rol kan spelen; ook in de vorm van regiomarketing gericht op de eigen bewoners. Zo'n campagne kan ertoe bijdragen dat de Noordelingen hun leefomgeving meer nog dan voorheen waarderen en minder snel geneigd zijn hun geluk elders in het land te beproeven.

Op het vlak van het stimuleren van aantrekkelijke banen en vernieuwing van HRM kan de Kamer van Koophandel een actieve rol vervullen. Die rol kan variëren van het 'meenemen' van HRM-vernieuwing in bestaande bedrijfscontacten – nu wordt dat weinig meegenomen – tot het samen met onderwijsinstellingen ontwikkelen van scholing.

IV. Stimuleren onderwijs en opleiding			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
IV-1	Stimuleren van toename aantal hoog opgeleide afgestudeerden in het Noorden (in samenhang met het ontwikkelen van banen voor hoger opgeleiden). Zie ook: III	Beleidsadvisering richting overheid en onderwijsinstellingen.	Provincies Gemeenten Onderwijsinstellingen
IV-2	Afstemming van het aanbod van opleidingen op de vraag van het bedrijfsleven. Het gaat dan niet alleen om hoger opgeleiden, maar ook om vakmensen op MBO-niveau voor het MKB. Monitoring van ontwikkelingen op de arbeidsmarkt op de korte en (middel)lange termijn is daarbij van belang.	Advisering richting onderwijsinstellingen over aansluiting vraag en aanbod op de arbeidsmarkt (i.s.m. branche-organisaties en MKB). Dit kan in beginsel via bestaande kanalen.	Provincies Gemeenten Onderwijsinstellingen Branche-organisaties MKB
IV-3	Meer stageplaatsen of meester-gezelplekken bij bedrijven. Bij de inrichting van het onderwijs in het Noorden moet meer aandacht komen voor technologie en praktijkleren. Zinvol is het verkennen van voor- en nadelen van toepassing 'Oostenrijkse' opleidingssysteem gericht op praktijkleren en techniek in het Noorden. Een activiteit is ook het coördineren van regionale stageplekken via een 'dating site' Zie ook: VI	Betrekken bedrijven bij stageplaatsen/leerwerk-plekken. De Kamer kan aanjager zijn bij initiatieven als een 'stage dating site' en het verkennen van een ander onderwijssysteem.	Onderwijsinstellingen Branche-organisaties MKB
IV-4	Verder ontwikkelen van onderwijs en cursussen – naar behoefte – voor het zittende personeel en voor ondernemers. Ook kan worden gekeken naar consultancyvouchers voor ondernemers. Zie ook: I	Stimuleren en adviseren van scholingsinstellingen op het gebied van bijscholing. Zelf cursussen ontwikkelen en aanbieden aan eigen doelgroep (ondernemers/bedrijven). Vraag is in hoeverre de Kamer zelf cursussen wil ontwikkelen en aanbieden. O.b.v. het profijtbeginsel kan het; de Kamer heeft kennis in huis.	Provincies Gemeenten Onderwijsinstellingen Branche-organisaties MKB
IV-5	Verspreiding van kennis over 'parels' in de regionale economie op scholen. Kinder Business Week: breng jongeren in contact met regionaal bedrijfsleven.	Kamer kan hierin een leidende rol hebben en educatief materiaal en modules aanbieden die passen bij het MKB.	Provincies Gemeenten MKB

IV. Koers: stimuleren onderwijs en opleiding

'De Noorderling is goed opgeleid'

Het opleidingsniveau van de beroepsbevolking en het opleidingsniveau van pas afgestudeerden is in het Noorden lager dan het landelijke gemiddelde. Opleiding en kennis zijn belangrijk voor een kenniseconomie. Een te kleine omvang van het aantal hoger opgeleiden in een regio beperkt de vestiging en ontwikkeling van innovatieve bedrijven. Daarnaast is er een tekort aan technische vakmensen. Dit is overigens een probleem dat in veel regio's speelt, zoals bijvoorbeeld ook in de North East en Vorarlberg.

Belangrijk is dat ten eerste het aantal hoog opgeleide afstudeerders in het Noorden toeneemt en daarmee hun aandeel in de beroepsbevolking. Dat is alleen te realiseren in samenhang met het ontwikkelen van (uitdagende) banen voor hoger opgeleiden. Ten tweede is afstemming van het aanbod van opleidingen op de vraag van het bedrijfsleven van belang. Het gaat dan niet alleen om hoger opgeleiden, maar (juist) ook om vakmensen op MBO-niveau voor het MKB. Ten derde is het van belang om meer stageplaatsen of meester-gezelplekken bij bedrijven te creëren. Daarmee wordt de interactie tussen bedrijfsleven en onderwijs gestimuleerd. Bij de inrichting van het onderwijs in het Noorden zou kunnen worden gekeken naar het Oostenrijkse onderwijssysteem dat meer gericht is op technologie en praktijkleren. Uit het voorbeeld van de North East blijkt bovendien dat hulpmiddelen zoals een 'dating site' voor stagevragers en -bieders ook soulaas kunnen bieden.

Ook is het van belang het publiek, met name de jeugd, over deze bedrijven te informeren, omdat werken in de regio begint bij kennis over de regionale economie.

Vanuit deze gedachte wordt er in Vorarlberg bijvoorbeeld jaarlijks een Kinder Business Week georganiseerd.

Ten slotte is het ook van belang om onderwijs en cursussen voor het zittende personeel en voor ondernemers verder te ontwikkelen. Dergelijke educatieve maatregelen kunnen het opleidingsniveau vergroten, maar ook het 'outward looking' onder de Noordelingen stimuleren. Opleiding en bijscholing van werknemers en ondernemers krijgt veelal minder aandacht dan initiële scholing. Juist in het MKB is de (financiële) ruimte en (inpasbaarheid) in werkprocessen van scholing vaak lastig te organiseren.

De Kamers van Koophandel in de North-East en Vorarlberg rekenen opleidingen tot hun taak. In Nederland wordt opleiding niet als een (publieke) taak van de Kamer van Koophandel gezien, maar zou het op basis van het profijtbeginsel wel kunnen. De specifieke achterstand in het Noorden is ook een argument voor de Kamer om zich met opleiding bezig te houden. Met name onderwijsinstellingen horen daarbij betrokken te worden. De opleidings- en ontwikkelingsfondsen (O&O-fondsen) binnen branches kunnen mogelijk ingezet worden.

V. Stimuleren van R&D en spin off			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
V-1	Stimuleren en oprichten incubators, met name ook op het platteland. Zie ook: II	Actieve rol als 'aanjager' en eventueel oprichter.	Provincies Gemeenten NOM MKB
V-2	Stimuleer 'Innovation Centres' (centra met faciliteiten, gebaseerd op onderzoeksprogramma's van bedrijven en universiteit/ hogeschool). Zie ook: IX	Actieve rol als 'aanjager' en eventueel oprichter. Ontwikkeling onderzoeksprogramma's i.s.m. bedrijven en universiteit/ hogeschool.	Onderwijsinstellingen Syntens NOM MKB TCNN
V-3	Pre-markt R&D-/innovatiefondsen. Fondsen (en het management ervan) moeten georganiseerd worden voor de langere termijn en op basis van bedrijfseconomische aanpak. Zie ook: II, IX	Rol van aanjager of makelaar die partijen en fondsen bij elkaar brengt, i.s.m. bijvoorbeeld de NOM.	Provincies Gemeenten Syntens NOM MKB
V-4	Stimuleren vestiging onderzoeksinstituten in het Noorden.	Beleidsadvisering richting overheid en lobby.	Provincies Gemeenten Onderwijsinstellingen
V-5	Aandacht voor publieksvoorlichting over innovatie. Maak een 'maquette' van de kenniseconomie. Zie ook: IV-5	Stimuleren en materiaal ontwikkelen.	Provincies Gemeenten Onderwijsinstellingen Syntens TCNN

V. Koers: stimuleren van R&D en spin-off

'Het Noorden heeft ruimte ... voor innovatie'

Er wordt te weinig aan R&D gedaan in het Noorden en er is te weinig spin-off vanuit kennisinstellingen. Buitenlandse voorbeelden zoals de North-East en de Øresund laten zien dat op basis van eigen kracht en een goede mix van hardware, software en mindware innovatie ook vanuit een achterstand en in de periferie kan plaatsvinden. Een goede inzet van instrumenten moet passen bij de schaal van de bedrijven. Initiatieven om bijvoorbeeld via zogenoemde *incubators* startende ondernemingen te ondersteunen, passen hierin. Hét voorbeeld hier is IDEON in de Øresund. Bij IDEON in Skåne is de aanpak gebaseerd op een strikt bedrijfseconomische aanpak en commitment van bedrijven voor langere termijn. Kern is participatie in jonge bedrijven in een vroege (pre-markt) staat van innovatie. Bij IDEON zijn omvangrijke publieke fondsen voor de lange termijn ingezet.

Het is van belang dat daarbij bestaande ondernemingen worden betrokken en het publiek over de innovaties wordt geïnformeerd. Zo kent het Centre for Life in de Newcastle samenwerking tussen overheid, universiteiten en bedrijven, en is de kenniseconomie als het ware tastbaar gemaakt (als een soort 'maquette'). Ook kan het publiek meer over innovaties en innovatieve bedrijven worden geïnformeerd.

Een mogelijkheid is ook om in het Noorden (bestaande) fondsen vrij te maken voor R&D en innovatie. Tot nu toe gebeurt dat met name door de provinciale overheid, echter vaak kleinschalig en gericht op concrete producten (met name in de sfeer van ICT-toepassingen). Overigens speelt het bestaande TCNN een positieve rol in innovatie in het MKB.⁹⁸ Gedacht kan worden aan het vrij maken van fondsen voor de lange termijn en pre-markt R&D. Belangrijk is dat dergelijke investeringen worden gedaan:

- voor de lange termijn (denk aan 5 jaar en langer);
- op basis van bedrijfseconomische beoordeling van marktkansen;
- deelneming op bedrijfseconomische basis (dus geen subsidie).

De rol van de Kamer van Koophandel zal vooral die van 'aanjager' zijn in samenwerking met andere partijen die zich met innovatie bezig houden (Syntens, NOM). De overheid zal een deel van de benodigde fondsen moeten opbrengen.

Een aandachtspunt is ook dat er in Noord-Nederland relatief weinig vestigingen van (nationale) onderzoeksinstituten zijn. Juist voor kenniswerkers zijn factoren als woonomgeving belangrijk voor vestiging. Het Noorden zou bij de rijksoverheid kunnen pleiten voor meer vestigingen van (grote) onderzoeksinstituten.

⁹⁸ TCNN = Technologie Centrum Noord-Nederland.

VI. Stimuleren internationalisering en export			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
VI-1	Stimuleer en ontwikkel internationale netwerken tussen bedrijven	Makelaar of procesbegeleider. Coaching en begeleiding kan ook meer 'outward looking' zijn.	NOM MKB
VI-2	Stimuleer internationaal onderwijs in de vorm van uitwisselingen en het ontwikkelen van internationaal gerichte curricula. Zie ook: IV	Kamer kan een rol hebben in het, samen met opleidingen, ontwikkelen van internationale curricula en het faciliteren van internationale uitwisseling (stages).	Onderwijsinstellingen MKB
VI-3	Stimuleer internationale bereikbaarheid. Zie ook: VII	Beleidsadvisering gericht op bereikbaarheid.	Provincies Gemeenten MKB

VII. Stimuleren vestiging voor grotere zakelijke diensten			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
VIII-1	Stimuleren van diensten die aansluiten bij de industrie, zoals bijvoorbeeld onderzoek, ontwerp en vormgeving (design), en ketenmanagement. Onderwijsinstellingen kunnen opleidingen in die sfeer ontwikkelen. Zie ook: II en IV	Rol van aanjager of makelaar die partijen bij elkaar brengt. Samen met opleidingen ontwikkelen van curricula.	Gemeenten Onderwijsinstellingen MKB NOM

VI. Stimuleren internationalisering en export

'Over de grenzen kijken'

De export oriëntatie is lager dan zou mogen worden verwacht in het Noorden en in het algemeen is de noordelijke ondernemer minder 'outward looking'. Het is daarom van belang om zowel direct de export als indirect het 'over de grenzen heen willen kijken' te stimuleren. Activiteiten die daaraan kunnen bijdragen, naast de bestaande exportstimulering, zijn het stimuleren van internationale contacten en netwerken. Ook kan bij jongeren worden begonnen door in het onderwijs meer internationale curricula aan te bieden en internationale uitwisseling te stimuleren. In de hardware sfeer zouden meer verbindingen tot stand kunnen worden gebracht met Europese steden.

Euregionale samenwerking is van belang, maar men moet er geen wonderen van verwachten. Euregionale samenwerking kan vooral van belang zijn om een houding van 'outward looking' te stimuleren. Verschillen in fiscaliteit, sociale en arbowetgeving beperken echter directe economische effecten van euregionale samenwerking. Het voorbeeld van Vorarlberg laat zien enerzijds dat de andere kant van de grens mogelijkheden biedt om eigen tekortkomingen te compenseren. Anderzijds geldt nog steeds het credo 'grensregio's besturen niet, maar worden bestuurd', waardoor goed bedoelde samenwerkingsinitiatieven toch nog kunnen stranden op verschillen in nationale wetgeving. De situatie in de Øresund illustreert dat maar al te duidelijk.

VII. Koers: stimuleren vestiging voor grotere zakelijke diensten

'Regio voor onderzoek, ontwerp en vormgeving'

Er zijn te weinig stuwende dienstverleners in het Noorden. Daardoor steunt de economie relatief veel op de industrie en op publieke diensten. Dienstverleners betreffen veelal zorg of call centres, maar minder innovatieve zakelijke diensten (zoals ICT). Grotere zakelijke dienstverleners kunnen stuwend en innovatief zijn en zouden daarmee de economische structuur van het Noorden versterken. Op het gebied van financiële dienstverlening is dit al tot op zekere hoogte van de grond gekomen. Mogelijkheden kunnen liggen bij met name diensten die aansluiten bij de industrie, zoals bijvoorbeeld onderzoek, ontwerp, vormgeving (design), en ketenmanagement.

Ontwikkelingen in de industrie laten onder andere uitbesteding van diensten en service-activiteiten zien. Er ontstaan daarmee netwerken van industrie en aan de industrie verbonden dienstverleners. Zo is in Newcastle upon Tyne het Maritime Design Centre opgericht. Alhoewel de eens florerende scheepsbouw op de oevers van de Tyne bijna geheel is verdwenen, wordt geprobeerd de kennis van ontwerpen en scheepsbouw – die wel behouden is – met behulp van ICT als product in de markt te zetten.

VIII. Oplossen bereikbaarheidsknelpunten op (inter)nationale verbindingen

Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
VII-1	Oplossen bereikbaarheidsknelpunten buiten het Noorden, met name op knooppunten richting Randstad (rond Amsterdam, Almere, Amersfoort en Zwolle).	Beleidsadvisering gericht op bereikbaarheid.	Provincies Gemeenten MKB
VII-2	Vrij snelheidsregime (in beginsel vrij, behalve daar waar een maximum is aangegeven). Zie ook: XI	Onderzoek naar mogelijkheden ander verkeersregime.	Provincies Gemeenten MKB
VII-3	Meer luchtverbindingen met Europese steden. Zie ook: XI	Beleidsadvisering gericht op bereikbaarheid.	Provincies Gemeenten MKB

IX. Overheid meer gericht op innovatie en scholing en regelvrije zones in het Noorden

Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
IX-1	Subsidie-instrumenten meer gericht op innovatie en scholing.	Beleidsadvisering	Provincies Gemeenten MKB
IX-2	Regelvrije zones in het Noorden.	Beleidsadvisering en lobby	Provincies Gemeenten MKB
IX-3	Overheidsbeleid van specifiek naar generiek: eenvoudige regels plus een overheid die partijen bij elkaar brengt (regisseur). Stroomlijning instrumentarium: liever één simpele generieke innovatiestimuleringsregeling dan meerdere complexe, op bepaalde clusters toespitste regelingen. Bij grote strategische projecten zou leiderschap en coördinatie vanuit het bedrijfsleven moeten komen.	Beleidsadvisering	Provincies Gemeenten MKB
IX-4	(Mede) bekostigen van pre-markt R&D-/innovatiefondsen en de opzet van 'Innovation Centres'. Zie ook: V	Rol van aanjager of makelaar die partijen en fondsen bij elkaar brengt.	Provincies Gemeenten Syntens NOM MKB
IX-5	Een 'euregionale proefzone' (bijvoorbeeld EDR) waar slechts één regelstelsel van toepassing is.	Beleidsadvisering en lobby	Provincies Gemeenten MKB

VIII Koers: oplossen bereikbaarheidsknooppunten op (inter)nationale verbindingen

'Het Noorden dichterbij dan je denkt'

Wat betreft bereikbaarheid kent het Noorden een zwakke aansluiting op internationale knooppunten. Voor het Noorden is het van belang dat fileknooppunten op de hoofdwegen naar het Noorden vlakbij de Randstad worden opgelost. Ook zou kunnen worden gedacht aan een ander wegenreime in het Noorden. Denkbaar is dat in het Noorden op snelwegen eenzelfde snelheidsregulering zoals in Duitsland wordt ingevoerd (in beginsel vrij, behalve daar waar een maximum is aangegeven). Gezien de relatieve rust op de noordelijke wegen zou dat zonder veel veiligheidsrisico's mogelijk moeten zijn.

Een versterking van de internationale bereikbaarheid kan worden bereikt door het luchtverkeer vanuit het Noorden naar Schiphol en naar andere Europese knooppunten te verbeteren. Via de lucht zijn de plaatsen Amsterdam, London, Aberdeen en Stavanger nu vanuit Groningen Airport Eelde verbonden. Ook steden als Newcastle en Kopenhagen zouden wat betreft reistijd goed bereikbaar kunnen zijn.⁹⁹

De (inter)nationale bereikbaarheid speelt ook een rol in het imago van het Noorden. Versterking van de (inter)nationale bereikbaarheid heeft een belangrijk positief imago-effect, zoals het geval van Vorarlberg – dat in de periferie van Oostenrijk, maar midden in Europa ligt – laat zien.

IX Koers: overheid meer gericht op innovatie en scholing en regelvrije zones in het Noorden

'Het Noorden: proeftuin voor een andere overheid'

De rol van de regionale overheid is in de Nederlandse context beperkt. De overheid bepaalt met landelijke wet- en regelgeving in belangrijke mate de speelruimte. Het beschikbare instrumentarium voor economische stimulering beperkt zich tot de min of meer klassieke instrumenten als aanleg bedrijventerreinen, bestemmingsplannen en regionale stimuleringsubsidies. Bovendien is er een zekere neiging van de (regionale) overheid om zich te concentreren op infrastructurele projecten.

De huidige subsidie-instrumenten zouden meer op innovatie en bijvoorbeeld ook op scholingsaspecten moeten worden gericht. Daarnaast is het aanbevelenswaardig om mogelijkheden van regelvrije zones in het Noorden te benutten. Daarbij kan het gaan om het terugdringen van regels en bureaucratie voor met name bedrijven die veel met wet- en regelgeving te maken hebben (denk daarbij aan de horeca en vervuulende industrie). Maar het kan ook gaan om meer algemene regelvrije bepalingen, zoals bijvoorbeeld een lagere vennootschapsbelasting of lagere extra fiscale tegemoetkomingen voor alle ondernemers in het Noorden. In grensoverschrijdend verband kan gedacht worden aan een 'euregionale proefzone' zoals onder meer de Øresund zich in Brussel hard maakt.

⁹⁹ De gemeente Groningen heeft een samenwerkingsverband met Newcastle; er is echter geen directe luchtverbinding tussen Groningen Airport Eelde en Newcastle.

X. Stimuleren ondernemerschap			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
X-1	Cursussen gericht op ondernemerschap, gericht op specifieke doelgroepen en sectoren. Het gaat vooral om startersbegeleiding, maar dan meer gericht op kansrijke, innovatieve sectoren en hoger opgeleiden in technische beroepen of zakelijke diensten/hoger opgeleiden.	Uitbreiding/nadere inrichting van startersbegeleiding.	MKB
X-2	Integratie van ondernemerschap op opleidingen; verhogen van het aspiratieniveau van jongeren, door goed en breed onderwijs aan te bieden en het (verder) ontwikkelen van internationaal gerichte opleidingen. Zie ook: IV, VI	Kamer kan een rol hebben in het, samen met opleidingen, ontwikkelen van curricula en het faciliteren van internationale uitwisseling (stages).	Onderwijsinstellingen
X-3	Trek jonge ondernemers van buiten de regio aan.	Promoten van het Noorden als aantrekkelijke vestigingsplaats voor starters. (Een vraag is of dit ten opzichte van andere Kamers gepast is.)	Provincies Gemeenten MKB

XI. Regiopromotie gericht op positieve verbetering van zwakke imago-aspecten			
Nr	Activiteit	Rol KvK	Andere partijen
XI-1	Campagne gericht op dat de Noordeling en de noordelijke ondernemer zichzelf meer als modern, open en naar buiten gericht zien. Er moet een positieve boodschap komen. Zie ook: II-3	Stimuleren en bijdragen aan campagne.	Provincies Gemeenten MKB
XI-2	Externe campagne gericht op innovativiteit, moderniteit, diversiteit en eenheid in verscheidenheid: trends, trots en traditie. (Bijvoorbeeld: 'Passie voor het Noorden'). Ook: campagne richten op omzetten negatieve aspecten rond 'ver weg' imago en tekort aan banen voor hoger opgeleiden.	Stimuleren en bijdragen aan campagne.	Provincies Gemeenten MKB
XI-3	Ontwikkelen van een Noordelijk beeldmerk (dat bedrijven mogen gebruiken) en/of <i>landmark</i> (vergelijk de <i>Angel of the North</i>)	Stimuleren en bijdragen aan campagne. Uitschrijven prijsvraag voor ontwikkelen van noordelijk <i>landmark</i> .	Provincies Gemeenten MKB

De roep om regionale deregulering sluit aan bij de economische gedachtegang dat overheidsbeleid minder verstorend en minder kosten met zich meebrengt als het meer generiek is en minder specifiek. Overheidsbeleid zou zich beter kunnen richten op bijvoorbeeld (effectieve) algemene regelgeving dan op beoordeling, regelgeving en begeleiding van specifieke projecten. De onbureaucratische en transparante omgang met innovatieprojecten door de overheid in Vorarlberg kan daarvoor als lichtend voorbeeld dienen. In het algemeen kan regionale stimulering meer in de vorm van (strategische) projecten worden georganiseerd, waarbij het projectleiderschap bij voorkeur door de private sector plaatsvindt. Op die manier kan een bedrijfseconomische aanpak en vraaggerichtheid beter worden gewaarborgd.

X Koers: stimuleren ondernemerschap

'De ondernemende Noorderling'

De noordelijke beroepsbevolking is minder ondernemend dan het landelijke gemiddelde, zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin. Ondernemerschap zou vooral gestimuleerd moeten worden in innovatieve en stuwende sectoren. Ook ondernemerschap onder hoger opgeleiden in technische beroepen of zakelijke diensten zou moeten worden gestimuleerd. Het moet wel – meer dan nu het geval is – gaan om potentieel kansrijke doelgroepen en sectoren; denk bijvoorbeeld aan studenten.¹⁰⁰ Ook hier kan de aanpak in Vorarlberg inspiratie bieden.

XI Koers: regiopromotie gericht op verbetering van zwakke imago-aspecten

'Trots, trend en traditie'

Regiopromotie is een zinvol instrument. Het moet dan wel meer dan tot nu toe gericht worden op het wegwerken van zwakke imagopunten. Dat kan door te focussen op positieve punten in de sfeer van moderniteit, innovativiteit, baanmogelijkheden en bereikbaarheid. Het Noorden zou ook meer als een geheel (met een eigen beeldmerk) moeten optreden dat ook door bedrijven mag worden gebruikt in hun eigen marketing. Dat dát effect heeft – of in elk geval 'free publicity' oplevert – blijkt uit de ervaringen in de North East ('Passionate about...') en de Øresund ('Øresund – The Human Capital'). Het is in dat verband sterk aan te bevelen het imago van steungebied in woord en daad af te zwakken en om te buigen in een meer optimistisch beeld.

Een belangrijk onderscheid is dat tussen extern of intern gerichte promotie. Intern – gericht op de eigen bevolking en het noordelijke ondernemers – gaat het om het ombuigen van een 'het is zo wel genoeg' mentaliteit die in zekere mate aanwezig is. De Noorderling en de noordelijke ondernemer zouden van zichzelf meer de moderne, open en naar buiten toe gerichte kanten moeten inzien en beleven. Extern (naar doelgroepen buiten het Noorden) zou de nadruk meer moeten liggen op de eenheid en verscheidenheid van het Noorden: het Noorden is zowel een regio van traditie als moderniteit.

¹⁰⁰ Projecten als het stimuleren van ondernemerschap onder bijstandsgerechtigden zijn – op voorhand – waarschijnlijk minder kosteneffectief. Met veel inzet is de kans op een succesvolle onderneming vrij gering.

1. NETWERK NOORDELIJKE GROEIERS RECREATIE EN TOERISME

Regionale netwerken geven bedrijven een extra 'zetje in de rug'. Het noordelijk bedrijfsleven in de toeristische sector lokt met lokale, regionale en noordelijke samenwerkingsverbanden de toerist in de juiste richting.

2. KvK SKILLS!

Voor Noordelijke ondernemers wordt het 'business as usual' om te investeren in scholing. Ondernemers zijn daardoor meer 'outward looking' en op de hoogte van actuele ontwikkelingen. De Kamer van Koophandel stimuleert het aanbod van workshops, cursussen, trainingen en opleidingen.

3. TOP START

Niet elke starter is gelijk. Het Noorden kent steeds meer succesvolle starters in kansrijke sectoren. Top Start biedt specifieke begeleiding voor hoger opgeleide starters en starters in kansrijke, innovatieve sectoren.

4. HOW HEALTHY IS MY BUSINESS?

Noordelijke ondernemingen zijn permanent actief in bedrijfsdoorlichting en staan open voor bedrijfsverbeteringen die de productiviteit en efficiency vergroten. De Kamer van Koophandel ontwikkelt het systeem en heeft loketfunctie.

5. FACILITY SHARING

Op het platteland komen facility sharing voorzieningen in de vorm van gebruik van kleinschalige laboratoria of ict/software-gebruik, Te beginnen in de agro-foodsector.

6. NOORDELIJKE INNOVATIEFONDSEN

In het Noorden komen lange termijn (publieke) innovatiefondsen waaruit structureel spin offs worden getrokken.

7. INDUSTRIEEL DESIGN

In het Noorden wordt aandacht gegeven aan 'services for industry', bijvoorbeeld industrieel design. Dit gebeurt door prijsvragen, promotie, en het oprichten van een design center, te beginnen op het vlak van de metaalnijverheid.

8. UITWISSELING VAN IDEEËN POLITIEK-BEDRIJFSLEVEN

Uitwisseling van informatie en ideeën tussen bedrijfsleven en politiek door organisatie van gezamenlijke werkbezoeken en privaat leiderschap bij publieke projecten.

9. DATING SITE

Een 'stage dating site' koppelt studenten aan stageplaatsen, stimuleert praktijkleren en laat jongeren kennismaken met baanmogelijkheden in het Noorden.

10. CONSULTANCY VOUCHERS

Noordelijke ondernemers maken meer gebruik van aanwezige kennis door consultancy vouchers.

11. PARELS VAN DE ECONOMIE

De Kamer vergroot de kennis over innovatieve en stuwende bedrijven – parels van de noordelijke economie – door prijzen (ondernemers van het jaar, innovatie van het jaar), het gebruiken van 'parels van het Noorden' in promoties, bijvoorbeeld in reclame-uitingen, bij werkbezoeken en bij scholen.

12. TOP OF HOLLAND

Promotiecampagne gericht op een beter imago van het Noorden in termen van moderniteit, innovatiekracht, baanmogelijkheden en bereikbaarheid

13. INNOVATION CENTER (MAQUETTE KENNISECONOMIE)

In het Noorden zijn er innovation centers die als voorbeeld dienen van toepassing van toegepast onderzoek, innovatie en product vernieuwing. Bezoekerscentra (maquettes) brengen de kennis onder de aandacht van een groot publiek.

14. OVER DE GRENZEN KIJKEN

De Noordelijke ondernemer is meer internationaal georiënteerd en heeft aansluiting bij internationale netwerken.

15. KENNISKAART

De Kamer verschaft een kenniskaart van het noordelijke bedrijfsleven en brengt experts bij elkaar.

10 ACTIVITEITEN KAMER VAN KOOPHANDEL

In het stimuleren van de noordelijke economie zijn naast de Kamer van Koophandel meerdere regionale partijen actief: provincies en gemeenten, SNN, Syntens, NOM, TCNN, MKB, VNO-NCW en branche-organisaties.¹⁰¹ Als het gaat om het stimuleren van de economie bedienen deze partijen ongeveer 80.000 vestigingen van bedrijven in Noord-Nederland.

De Kamer van Koophandel heeft als taak de economische belangen van het bedrijfsleven in de regio te bevorderen. Belangrijke activiteiten van de Kamer van Koophandel om het economische reilen en zeilen van de regio te bevorderen zijn voorlichting en regiostimulering. Voorlichting (en begeleiding) richt zich onder andere op starters – denk aan het Ondernemerskompas – en op exportstimulering. Stimulering van de regionale economie wordt onder andere gedaan door beleidsadvies richting de (regionale) overheid en het doen van onderzoek. De Kamer ondersteunt verder activiteiten rond innovatie.

Bij de beleidsaanbevelingen en koersen is ook gekeken naar de rol die de Kamer van Koophandel op zich kan nemen. Die rol is doorvertaald naar een aantal concrete activiteiten die de Kamer – in samenwerking met andere partijen – op kan pakken. Hierna worden de mogelijke activiteiten beschreven aan de hand van een aantal aspecten:

- doel en wensbeeld;
- problematiek;
- mogelijke aanpak door Kamer van Koophandel;
- toepassing in Noord-Nederland.

Ook wordt steeds een voorbeeld gegeven van de toepassing elders. Het gaat om de volgende activiteiten:

1. Netwerk Noordelijke groeiers recreatie en toerisme
2. KvK Skills!
3. Top Start
4. How healthy is my business?
5. Facility sharing
6. Noordelijke innovatiefondsen
7. Industrieel design
8. Uitwisseling van ideeën politiek-bedrijfsleven
9. Dating site
10. Consultancy vouchers
11. Parels van de economie
12. Top of Holland
13. Innovation center (maquette kenniseconomie)
14. Over de grenzen kijken
15. Kenniskaart

¹⁰¹ Niet alle sectoren zijn in het Noorden vertegenwoordigd in branche-organisaties.

1. NETWERK NOORDELIJKE GROEIERS RECREATIE EN TOERISME

Wat willen we?

Noordelijke (recreatie)bedrijven hebben een voorsprong door slim gebruik van regionale netwerken

Voorbeeld

In North East England is op lokaal en regionaal niveau een netwerk georganiseerd rond recreatie-bedrijven. Voorheen deed elke kleine ondernemer alle bedrijfsactiviteiten zelfstandig. Nu is ict, marketing en bedrijfssteuning georganiseerd vanuit regionale werkverbanden, waar Chamber of Commerce, councils en andere partijen voor regiostimulering in samenwerken.

De local networks zijn zeer succesvol en hebben geleid tot professionalisering, verbetering van de kwaliteit en betere eenduidige marketing.

Informatie:

www.visitnortheastengland.com

Toepassing Noord-Nederland

- de oprichting van lokale en regionale netwerken wordt ondersteund door de Kamer van Koophandel
- de regionale netwerken zijn gericht op ondersteuning op gebied van ict, marketing en bedrijfssteuning
- te beginnen in recreatiesector, later eventueel naar andere sectoren uit te breiden
- ondersteuning van de netwerken en het bedrijf zelf is afhankelijk van de (bedrijfs)situatie en wordt geboden door de Kamer van Koophandel, Friesland Marketing, onderwijsinstellingen, branche-organisaties, Syntens, NOM, MKB, overheid.

Tourism and Hospitality
The sector supports over 10% of the region's jobs, but has potential to greatly increase its proportion of the country's tourism expenditure (currently around 4%). The North East Tourism Strategy (NETS) 2005-2010¹ articulated the steps which will be taken to increase market share, largely by attracting more and higher spending visitors throughout the year. Key actions include: using effective marketing to develop the appeal of the strongest tourism experiences underpinned by the Regional Image Campaign; strengthening and integrating information and booking services using improved information and communications Technology (ICT) capability; investing in updating the workforce; improving the quality and quantity of visitor accommodation; and generally upgrading the quality of the experience of both business and leisure visitors. There are strong links with the need to improve the quality of the region's cultural, natural and heritage assets as one of the main motivations behind visiting North East England.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Eenvoudige vindbaarheid van bestemmingen en activiteiten is de sleutelfactor voor succes in de toeristische sector. De toeristische sector is een sector met vele kleine spelers. Bedrijven kunnen daardoor minder gebruik maken van schaalvoordelen. Tegelijkertijd hebben MKB-bedrijven vaak weinig ruimte of tijd voor samenwerking en netwerk-activiteiten.

Wat wordt het?

- Lokale en regionale netwerken in de noordelijke recreatiesector zorgen voor zichtbaarheid. De netwerken geven recreatiebedrijven een extra 'zetje in de rug'. Noordelijke bedrijven krijgen daardoor een voorsprong.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- 'opsporen' van en contact leggen met (recreatie)bedrijven per regio
- organiseren van regionale netwerken rond bedrijven (netwerken, contacten leggen)
- ondersteuning aanbieden op gebied van ict, marketing en bedrijfssteuning (infrastructuur, scholing, begeleiding, coaching)
- de Kamer van Koophandel heeft het apparaat en de bemensing waarmee veel direct contact is met bedrijven op lokaal niveau. De Kamer heeft een trekkersrol in het bij elkaar brengen van partijen

2. KvK SKILLS!

Wat willen we?

Noordelijke ondernemers zijn beter opgeleid en beter op de hoogte

Voorbeeld

De Chamber of Commerce in North East England biedt zelf op grote schaal cursussen aan. De cursussen zijn gericht op praktisch beroepsopleidingsniveau en vraaggericht. De cursussen worden vooral aan leden gegeven - de Chamber of Commerce is een private (leden)organisatie. Er is behoefte aan maatwerk cursussen voor werknemers. Via de cursussen is de Chamber of Commerce in staat om bedrijven gericht te ondersteunen, het opleidingsniveau te versterken en om een positieve boodschap gericht op ondernemerschap praktisch uit te dragen. Een extra voordeel van de cursussen is dat de Chamber goede contacten heeft met de regionale universiteiten. Ook in Vorarlberg heeft de Wirtschaftskammer een eigen trainingsinstituut, het WIFI Vorarlberg, dat gesubsidieerde of goedkope cursussen aanbiedt op het gebied van ondernemersvaardigheden.



Informatie:

www.necc.co.uk

www.necc.co.uk/traininghome.aspx?id=94&setmenu=skills

www.vlbg.wifi.at

Toepassing Noord-Nederland

- in het Noorden moet er meer onderwijsaanbod komen gericht op het bedrijfsleven: cursussen ondernemerschap, en vakgerichte opleidingen en cursussen
- de Kamer van Koophandel is een belangrijke schakel tussen bedrijven en onderwijsinstellingen om onderwijs vraaggericht en praktisch voor bedrijven te maken.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Noordelijke ondernemers volgen minder vaak cursussen en bezoeken minder vaak congressen. Opleiding en bijscholing van werknemers en ondernemers krijgt veelal minder aandacht dan initiële scholing. Juist in het MKB is de (financiële) ruimte en (inpasbaarheid) in werkprocessen van scholing vaak lastig te organiseren. Versterking van het opleidingsniveau van de noordelijke beroepsbevolking is uitermate belangrijk, zowel om het Noorden als vestigingsplaats te promoten als om innovatie te bevorderen.

Wat wordt het?

- Voor Noordelijke ondernemers is het 'business as usual' om te investeren in scholing. Ondernemers zijn meer 'outward looking' en op de hoogte van actuele ontwikkelingen.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- **stimuleren en adviseren van onderwijs op het gebied van cursussen/bijscholing gericht op maatwerk voor bedrijven**
- **informatie-uitwisseling tussen ondernemers organiseren (cursussen, workshops)**
- **zelf cursussen ontwikkelen en aanbieden aan eigen doelgroep (ondernemers/bedrijven). O.b.v. het profijtbeginsel kan het; de Kamer heeft kennis in huis**

3. TOP START

Wat willen we?

Starters op innovatieve, kansrijke gebieden krijgen maatwerk 'top'-begeleiding

Voorbeeld

Bij de universiteit van Lund worden innovatieve ideeën intensief begeleid. Kennis en een goed idee zijn nog niet genoeg voor een succesvolle start. Juist op innovatief gebied is een praktische en commercieel gerichte bedrijfssteun nodig. In Lund is dat georganiseerd rond IDEON Innovation. Daar is een systeem ('Inkubatorprogram') gebaseerd op coaching, begeleiding door consultants, onderwijs ('Ideon Innovation Academy') en organisatie van strategische netwerken.



In de regio zijn daardoor in de loop der jaren enkele honderden spin offs ontstaan.

Informatie:

www.ideoninnovation.se

Toepassing Noord-Nederland

- Startersbegeleiding kent als het ware twee stromen. Eén stroom houdt zich bezig met laagdrempelige en algemene begeleiding van starters. De andere stroom is veel intensiever en richt zich op de meer innovatieve, kansrijke sectoren waar starten complexer is.
- Topstarters-begeleiding is naast coaching en begeleiding (bijvoorbeeld door oud ondernemers) meer gericht op onderwijs en ontwikkeling van strategische netwerken.
- Topstarters-begeleiding is meer gericht marktkansen op het gebied van innovatie (daar waar de stap van technologie mnaar markt vaak relatief groot is) .
- Topstartersbegeleiding levert input in de vorm van succesvolle starters voor het project Talent Pitch Noord.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Het aantal starters is naar verhouding lager in het Noorden en het aandeel starters in hoogtechnologische sectoren of zakelijke diensten (denk aan ict) ligt onder het gemiddelde.
- De startersbegeleiding in het Noorden maakt geen onderscheid tussen hoogopgeleide en laagopgeleide starters.
- Juist op innovatieve gebieden is het moeilijker om marktkansen te zien en te benutten.

Wat wordt het?

- Het Noorden kent meer succesvolle starters in kansrijke sectoren

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- **topstarters-begeleiding meer gericht op kansrijke, innovatieve sectoren en hoger opgeleiden in technische beroepen of zakelijke diensten/hoger opgeleiden**
- **topstarters-begeleiding gericht op inzicht in en benutten van marktkansen op het gebied van innovatie**
- **topstarters-begeleiding gericht op coaching, begeleiding, onderwijs en ontwikkeling strategische netwerken**

4. HOW HEALTHY IS MY BUSINESS?

Wat willen we?

Ondernemingen zijn productiever en 'leaner and meaner'

Voorbeeld

In North East England wordt aan bedrijven business support aangeboden. Een van de onderdelen is een informatie- en diagnose systeem gericht op verbetering van bedrijfsprocessen (denk aan analyse van debiteuren, ict-gebruik en van benodigde skills). Uitkomst is een advies om aan bepaalde onderdelen van de bedrijfsvoering meer aandacht te besteden. Het systeem is via internet te gebruiken.

Informatie:

www.businesslink.gov.uk/
www.onenortheast.co.uk/page/business/blne.cfm

Toepassing Noord-Nederland

- Voor Noordelijke ondernemers komt er een analyse 'tool' waarmee snel en gericht een globale analyse wordt gemaakt van de gezondheid van de onderneming. Op basis daarvan wordt een advies gemaakt voor vervolgstappen.

The screenshot shows the 'Business Link in the North East' website. The main heading is 'Assess the health of your business'. Below this, there is an 'Introduction' section stating: 'This interactive tool helps you analyse key areas of your business' function and administration with the aim of avoiding failure. It can help you work out whether your business could be in trouble, and shows how external business advisers can provide help and expertise. It also states: 'If you identify and tackle any problems early, you will markedly increase the chances of your business surviving and being a success.' There is a 'Go straight to the first question.' link. On the right, there is an 'Actions' section with links to 'Find information on managing your finances at the Institute of Chartered Accountants in England and Wales website' and 'Read information on showing an accountant at the Association of Chartered Certified Accountants website'. There is also a 'Search our Grants and Support Directory of grants, subsidies and advice' and 'Find information on getting the most from your business bank'.

Wat is het probleem in het Noorden?

- De arbeidsproductiviteit in het Noorden loopt achter. Deel van de verklaring ligt in lagere onderwijsniveaus en minder ict-gebruik. Daarnaast zijn noordelijke ondernemers minder gericht op scholing en minder 'outward looking'. Ze maken ook minder gebruik van extern advies.

Wat wordt het?

- Noordelijke ondernemingen zijn actief in bedrijfsdoorlichting en staan open voor bedrijfsverbeteringen die de productiviteit en efficiency vergroten

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- ontwikkelen van een analyse tool voor het opsporen van mogelijkheden tot effectiviteitsverbeteringen in het productiesysteem
- loket voor doorverwijzing naar adviseurs op basis van systeemadvies

5. FACILITY SHARING

Wat willen we?

MKB op het platteland is innovatiever door facility sharing

Voorbeeld

Facility sharing betekent dat bedrijven bepaalde voorzieningen tijdelijk kunnen inhuren. De voorzieningen worden ook door andere bedrijven gebruikt. Het gaat meer dan bij bedrijfsverzamelgebouwen om faciliteiten, zoals ict-software en laboratoria. De investering in dergelijke zaken is voor een MKB-bedrijf vaak te groot.

Facility sharing hoeft niet beperkt te blijven tot bedrijven in de high-tech sfeer. Ook bijvoorbeeld landbouwbedrijven kunnen baat hebben bij het delen van voorzieningen. Een voorbeeld daarvoor zijn de 'food incubators' in North East England, waar onder andere een laboratorium voor ontwikkeling van zuivelproducten is opgestart. Agrariërs kunnen per uur faciliteiten huren om regionale producten (bijvoorbeeld kaas) te testen of te maken. De North East laat zien dat innovatie via incubators ook heel goed succesvol kan zijn op het platteland.

Informatie:

www.onenortheast.co.uk

Toepassing Noord-Nederland

- Op het platteland komen facility sharing voorzieningen in de vorm van gebruik van kleinschalige laboratoria of ict/software-gebruik, te beginnen in de agro-foodsector.



Wat is het probleem in het Noorden?

- Het Noorden scoort negatief in vergelijking met Nederland wat betreft samenwerking tussen bedrijven. Noordelijke ondernemers werken bij innovatie minder vaak samen met universiteiten en hogescholen en onderzoeksinstituten. Innovatie blijft mede daardoor achter.

Wat wordt het?

- Het MKB op het platteland maakt vaker gebruik van technologische faciliteiten en is daardoor sterker in innovatie en productontwikkeling.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- de Kamer onderzoekt mogelijkheden/behoefte voor facility sharing
- de Kamer van Koophandel ontwikkelt facility sharing als een pilotproject in de agro-foodsector. De rol is die van aanjager/makelaar die partijen (en fondsen) bij elkaar brengt. De Kamer heeft goed inzicht in de agrarische en foodsector

6. NOORDELIJKE INNOVATIEFONDSEN

Wat willen we?

In Noord-Nederland zijn (publieke) innovatiefondsen

Voorbeeld



Pre-market R&D kan buitengewoon succesvol zijn. Zo is in Skåne door de 'Triple Helix'-strategie, waarin de regionale overheid, onderzoekers en ondernemers elkaar versterken op het gebied van innovatie, IDEON uitgegroeid tot een park met 200 florerende bedrijven, met name op het gebied van informatie- en biotechnologie. Het unieke van IDEON is de strikt bedrijfseconomische aanpak en het commitment dat van bedrijven voor langere termijn wordt gevraagd.

De overheid staat op relatieve afstand doordat het innovatiefonds door een afzonderlijke organisatie wordt beheerd (Innovationbron). De nationale en regionale overheid hebben voor de lange termijn gezorgd voor omvangrijke innovatiefondsen.

Informatie:

www.ideoninnovation.se

www.innovationsbron.se/Bazment/35.aspx

Toepassing Noord-Nederland

- Pre-market R&D-/innovatiefondsen zijn een belangrijke aanvulling op het economische spectrum van Noord-Nederland, waar relatief weinig aan innovatie wordt gedaan.
- Fondsen (en het management ervan) moeten georganiseerd worden voor de langere termijn en op basis van bedrijfseconomische aanpak.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Er wordt te weinig aan R&D gedaan in het Noorden en er is te weinig spin-off vanuit kennisinstellingen. Ook zijn er relatief weinig vestigingen van (nationale) onderzoeksinstituten in het Noorden.

Wat wordt het?

- In Noord-Nederland zijn (publieke) innovatiefondsen van waaruit structureel spin offs van kennis worden getrokken.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- **beleidsadvies richting overheid**
- **rol van aanjager/makelaar die partijen (en fondsen) bij elkaar brengt**

7. INDUSTRIEEL DESIGN

Wat willen we?

Industrie en diensten worden op een kansrijke manier met elkaar verbonden

Voorbeeld

In Newcastle upon Tyne is het Maritime Design Centre opgericht. Alhoewel de eens florerende scheepsbouw op de oevers van de Tyne bijna geheel is verdwenen, wordt de kennis van ontwerpen en scheepsbouw met behulp van ICT als product in de markt te zetten. Waar de scheepsbouw zelf nagenoeg is verdwenen, is de aanwezige design kennis wel economisch van belang.

In Vorarlberg is vanuit de traditionele houtbewerking modern design ontstaan. Meubelmakers hebben zich verenigd in de koepelorganisatie 'Werkraum Bregenzerwald'. De bedrijfjes hebben afgesproken dat elk meubelstuk en bouwwerk uit Vorarlberg kwalitatief hoogwaardig, fraai en functioneel moet zijn. Vorarlberg staat daarnaast internationaal bekend als innovatief 'Architekturland'. Overal in de streek komt men trendy houten gebouwen tegen, niet alleen in woonwijken, maar ook op bedrijfsterreinen. De architectonisch interessante bouwwerken fungeren als visitekaartje voor de regio en trekken jaarlijks 40.000 architectuurfreaks. De combinatie van traditionele Oostenrijkse houtvormen met design maakt Vorarlberg tot één van Europa's centra van moderne architectuur.

Informatie:

www.marinedesigncentre.com

www.wisto.at

www.werkraum.at

<http://v-a-i.at>



Toepassing Noord-Nederland

- In het Noorden wordt aandacht gegeven aan 'services for industry', bijvoorbeeld industrieel design. Dit gebeurt door prijsvragen, promotie en het oprichten van een design center, te beginnen op het vlak van de metaalnijverheid.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Er zijn te weinig stuwende dienstverleners in het Noorden. Daardoor steunt de economie relatief veel op de industrie en op publieke diensten. Dienstverleners betreffen veelal zorg of call centres, maar minder innovatieve zakelijke diensten (zoals ICT).
- Ontwikkelingen in de industrie laten onder andere uitbesteding van diensten en service-activiteiten zien. Mogelijkheden kunnen liggen bij met name diensten die aansluiten bij de industrie, zoals bijvoorbeeld onderzoek, ontwerp, vormgeving en ketenmanagement.

Wat wordt het?

- In het Noorden zijn netwerken van industrie en aan de industrie verbonden dienstverleners in onderzoek, ontwerp, vormgeving en ketenmanagement die elkaar versterken.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- de Kamer van Koophandel stelt een jaarlijkse prijs voor industrieel design in, gekoppeld aan een promotie-activiteit 'week van het industrieel design'
- de kamer initieert samen met de branche een design center op het gebied van de metaalnijverheid

8. UITWISSELING VAN IDEEEN POLITIEK-BEDRIJFSLEVEN

Wat willen we?

Bedrijfsleven en politiek inspireren elkaar

Voorbeeld

In Skåne (Malmö) wordt het contact tussen politiek en bedrijfsleven als een kostbaar goed gezien. Er wordt in geïnvesteerd door daadwerkelijke contacten te organiseren via werkbezoeken. Verder is er regelmatig overleg tussen de 'agency' voor regionale ontwikkeling (Regio Skåne) en de grotere bedrijven.

In Newcastle is het 'Centre for Life' opgericht. Het Centre for Life in het hart van Newcastle is een combinatie van stedelijke herstructurering en de kenniseconomie. Het Centre for Life presenteert de werelden van stamcellen en genetisch onderzoek. Bij de totstandkoming waren publiek-private samenwerking en privaat leiderschap van groot belang.

Informatie:

www.skane.se

www.life.org.uk

Toepassing Noord-Nederland

- Uitwisseling van informatie en ideeën tussen bedrijfsleven en politiek door organisatie van gezamenlijke werkbezoeken en privaat leiderschap bij publieke projecten.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Door velen wordt een te laag ambitieniveau voor het Noorden ervaren. De aandacht voor het bedrijfsleven is in politiek en beleid niet altijd even groot.

Wat wordt het?

- Er is meer uitwisseling van informatie en ideeën tussen bedrijfsleven en politiek.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- organiseren van werkbezoeken van politici en ondernemers
- de Kamer biedt privaat leiderschap door ondernemers aan bij publieke projecten

9. DATING SITE

Wat willen we?

Versterken praktijkleren (stages) en behoud van jongeren voor het Noorden

Voorbeeld

Het is van belang om meer stageplaatsen of meester-gezelplekken bij bedrijven te creëren. Daarmee wordt de interactie tussen bedrijfsleven en onderwijs gestimuleerd. Uit het voorbeeld van North East England blijkt dat hulpmiddelen zoals een 'dating site' voor stagevragers en -bieders ook al soulaas kunnen bieden. In de North East wordt met name bij jongeren gewezen op regionale baanmogelijkheden, zodat ze niet wegtrekken.



Informatie:

www.onenortheast.co.uk

www.necc.co.uk

Toepassing Noord-Nederland

- Voor Noord-Nederland wordt een 'stage dating site' opgezet, die stageplaatsen en praktijkleren stimuleert en jongeren kennis laat maken met baanmogelijkheden in het Noorden.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Het opleidingsniveau van de beroepsbevolking en het opleidingsniveau van pas afgestudeerden is in het Noorden lager dan het landelijke gemiddelde. Daarnaast is er een tekort aan technische vakmensen. Ook is er sprake van een brain drain.
- Contacten tussen het regionale MKB en de opleidingsinstellingen zijn niet vanzelfsprekend.

Wat wordt het?

- Jongeren krijgen meer praktijkopleiding en maken meer kennis met baanmogelijkheden in het Noorden

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- opzetten van een stage dating site en stimuleren van stages en praktijkleren
- publiciteit geven aan de stage dating site met name richting bedrijven

10. CONSULTANCY VOUCHERS

Wat willen we?

Noordelijke ondernemers maken meer gebruik van aanwezige kennis

Voorbeeld

In Vorarlberg biedt de Wirtschaftskammer vouchers voor gratis consultancy en heeft ze een 'one-stop shop' voor mensen die een bedrijf willen beginnen.

Informatie:

<http://portal.wko.at>



Toepassing Noord-Nederland

- Er komen *noordelijke* consultancyvouchers waarmee *noordelijke* ondernemers advies kunnen inkopen bij *noordelijke* adviseurs op het gebied van bedrijfsprocessen en economie.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Noordelijke ondernemers zijn minder gericht op scholing en minder 'outward looking'. Ze maken minder gebruik van extern advies.

Wat wordt het?

- Noordelijke ondernemers maken meer gebruik van aanwezige kennis rond bedrijfsprocessen en economie.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- **de Kamer van Koophandel stelt consultancyvouchers in, die ondernemers eenmalig voor een advies(traject) vrij kunnen besteden bij een in Noord-Nedrland gevestigde bedrijfsadviseur naar eigen keuze**

11. PARELS VAN DE ECONOMIE

Wat willen we?

Promoten van aanwezige innovatiekracht en stuwende bedrijven Noordelijke economie

Voorbeeld

In Vorarlberg wordt consequent benadrukt dat er een groot aantal MKB-bedrijven is dat internationaal opereert en innovatief is. De aanwezigheid van industrie en van relatief veel MKB worden als positieve factoren van de regio gezien. Onderwijs en bedrijfsleven worden met elkaar in contact gebracht tijdens een Kinder Business Week.

Informatie:

www.wisto.at

www.kinderbusinessweek.at



Toepassing Noord-Nederland

- vergroten van kennis over innovatieve en stuwende bedrijven – parels van de noordelijke economie – door prijzen (ondernemers van het jaar, innovatie van het jaar), het gebruiken van 'parels van het Noorden' in promoties, bijvoorbeeld in reclame-uitingen, bij werkbezoeken en bij scholen.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Het Noorden heeft een relatieve oververtegenwoordiging van de meer traditionele economische sectoren. Het Noorden exporteert relatief weinig. Mede daardoor is er bovendien een imago van weinig dynamiek.

Wat wordt het?

- Zowel bij de eigen bevolking als bij externe partijen is er meer kennis over innovatieve en stuwende bedrijven.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- instellen meerdere prijzen voor stuwende en innovatieve ondernemers
- selecteren en inzetten van innovatieve en 'stuwende' ondernemers bij promotie-activiteiten
- organiseren van Kinder Business Week

12. TOP OF HOLLAND

Wat willen we?

Het Noorden kent een positief imago op het gebied van rust en ruimte, én economie en kansen voor bedrijvigheid

Voorbeeld

In North East England is de campagne 'Passionate People, Passionate Places' gelanceerd. De campagne beoogt niet alleen nieuwe bewoners, bedrijven en bezoekers naar de streek te trekken, maar ook de lokale bevolking zich meer bewust te laten worden van de mogelijkheden die hun woonplaats biedt op het gebied van studeren, werken en recreëren. In de campagne, die op grote billboards binnen en buiten de North East en in allerlei media te zien is, treden 'Geordies' op die vertellen over hun passie en de rol van de regio daarbij. Het aardige van de campagne is dat organisaties uit de regio gratis gebruik kunnen maken van het 'Passionate about...' logo, waarbij ze op de stippellijn hun eigen product of dienst kunnen invullen. De campagne is in termen van bekendheid en houding zeer succesvol en heeft prijzen gekregen.



Informatie:

www.northeastengland.co.uk

Toepassing Noord-Nederland

- Focussen op positieve punten in de sfeer van moderniteit, innovatiekracht, baanmogelijkheden en bereikbaarheid in promotie-activiteiten zowel extern als op de eigen bevolking gericht. Het Noorden zou ook meer als een geheel (met een eigen beeldmerk) moeten optreden dat ook door bedrijven mag worden gebruikt in hun eigen marketing.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Het imago van het Noorden is deels positief (ruimte, rust, natuur) en deels negatief (ver weg, geen banen, traditioneel, steungebied). Negatieve aspecten worden door Noorderlingen zelf als minder erg ervaren.

Wat wordt het?

- Het Noorden kent op de zwakkere punten een beter imago: moderniteit, innovatiekracht, baanmogelijkheden en bereikbaarheid

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- stimuleren en bijdragen aan campagne
- rol van bedrijfsleven in campagne versterken en waarborgen

13. INNOVATION CENTRE (MAQUETTE KENNISECONOMIE)

Wat willen we?

Het Noorden is op een aantal gebieden toonaangevend in innovatie

Voorbeeld

Het Centre for Life in de Newcastle Life – een Innovation Centre op het gebied van Life Sciences – is een hoofdzakelijk publiek project gericht op stedelijke vernieuwing (in het centrum van Newcastle). Bijzonder is de samenwerking tussen overheid, universiteiten en bedrijven. In het Centre of is de kenniseconomie als het ware zichtbaar gemaakt (als een soort ‘maquette’ van de kenniseconomie).

Het Centre for Life presenteert zich als een ‘science village’ dat de werelden van stamcellen en genetisch onderzoek, economie en het dagelijks leven bij elkaar brengt vanuit de gedachte ‘to popularise science at the same time as practising it’. Het doel van het kennispark is (1) het doen van onderzoek op het terrein van stamcellen, ouderdom, energie en nanotechnologie, (2) het stimuleren van bedrijvigheid op dit terrein en (3) het voorlichten van het publiek over dit type onderzoek en de plaats daarvan binnen de levenswetenschappen.



Informatie:

www.lifesciencecentre.co.uk

Toepassing Noord-Nederland

- Er worden een of meer ‘Innovation Centres’ opgezet in de vorm van centra met faciliteiten, gebaseerd op onderzoeksprogramma’s van bedrijven en universiteit/hogeschool, bijvoorbeeld op het thema life sciences.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Er wordt te weinig aan R&D gedaan in het Noorden en er is te weinig spin-off vanuit kennisinstellingen.
- Een aandachtspunt is dat er relatief weinig vestigingen van (nationale) onderzoeksinstituten zijn in het Noorden. Juist voor kenniswerkers zijn factoren als woonomgeving – waar het Noorden goed op scoort – belangrijk voor vestiging.

Wat wordt het?

- In het Noorden zijn er innovation centres die als voorbeeld dienen van toepassing van toegepast onderzoek, innovatie en productvernieuwing

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- de Kamer van Koophandel heeft een rol als aanjager of ‘makelaar’ die partijen en fondsen bij elkaar brengt/initiator van het project.

14. OVER DE GRENZEN KIJKEN

Wat willen we?

De noordelijke ondernemer kijkt over de grenzen

Voorbeeld

Vorarlberg en de Øresund-regio laten zien dat ook regio's waar *niet* het economische centrum is, zich internationaal en grensoverschrijdend kunnen profileren. In beide regio's wordt benadrukt dat met name een open ondernemersmentaliteit van belang is, naast goede internationale verbindingen.

Informatie:

www.oresundskomiteen.dk/english

www.wistro.at



Toepassing Noord-Nederland

- Internationale oriëntatie wordt gestimuleerd door (1) ontwikkelen van internationale netwerken tussen bedrijven, (2) stimuleren van deelname internationale beurzen, (3) internationaal onderwijs in de vorm van uitwisselingen en het ontwikkelen van internationaal gerichte curricula, (4) vergroten internationale bereikbaarheid, met name door meer luchtverbindingen met Europese steden.

Wat is het probleem in het Noorden?

- De export oriëntatie is lager dan zou mogen worden verwacht in het Noorden en in het algemeen is de noordelijke ondernemer minder 'outward looking'.

Wat wordt het?

- De Noordelijke ondernemer is meer internationaal georiënteerd en heeft aansluiting bij internationale netwerken.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- aanbieden van informatie internationale beurzen via één loket
- aanbieden van cursus over presentatie op beurzen en taal cursus
- ontwikkelen van onderwijsmodule (mbo/hbo/universitair) internationaal ondernemen
- organiseren werkbezoeken ondernemers in EDR
- beleidsadvies gericht op meer internationale luchtverbindingen

15. KENNISKAART

Wat willen we?

Voor informatie over kennis bij het bedrijfsleven eerst even langs de Kenniskaart

Voorbeeld



In het gebied rond Ems, Weser en Elbe heeft een private partij, het bedrijf RegIS een systeem op het internet geplaatst, dat overeenkomsten vertoont met het Handelsregister en het HIS-systeem van de KvK. Kern van het systeem is echter kennis. De site presenteert bedrijven in de regio en hun specifieke kennis op het terrein van producten, diensten, technologie en markten. De site nodigt uit tot het vinden van klanten, toeleveranciers en samenwerkingspartners in de regio.

Informatie: www.regis-online.de

Toepassing Noord-Nederland

- De kenniskaart van Noord-Nederland is 'the place to be' voor Noordelijke (en andere) ondernemers in hun zoektocht naar de juiste partners voor product, productie en marktinformatie, waarbij de KvK als 'marktmeester' ervoor zorgt dat de kenniskaart gevuld en actueel is.

Wat is het probleem in het Noorden?

- Wat van ver komt is lekker. Zelfs in de relatief ijle economie van het Noorden kennen ondernemers elkaar nauwelijks en weten ze niet welke experts er in de buurt zitten.

Wat wordt het?

- Noordelijke (en overige) ondernemers vinden elkaar op basis van vraag en aanbod op een eenvoudige wijze via de kenniskaart van Noord-Nederland.

Wat kan de Kamer van Koophandel doen?

- aanbieden, inrichten en actueel houden van de kenniskaart
- bedrijven interesseren deel te nemen aan de kenniskaart
- het organiseren van Senseo Crema sessies, waarbij ondernemers met diverse kennisspecialiteiten bijeen worden gebracht
- ruchtbaarheid geven aan experts in het regionale bedrijfsleven

BIJLAGE: INTERVIEWS

In het kader van dit onderzoek is met een groot aantal experts in binnen- en buitenland contact geweest (interviews). Ook zijn bij de buitenlandse reizen enkele stakeholders vanuit verschillende organisaties in het Noorden meegegaan.

Binnenland

Dhr. Gé Bax (directeur Ruma Rubber)
Dr. Carl Koopmans (directeur Kennis Instituut Mobiliteitsbeleid)
Dr. Wim Meester (universitair hoofddocent RuG)
Mw. Heike Rothkegel (medewerker Kamer van Koophandel/EDR)
Prof. dr. Egbert Wever (hoogleraar RU/UU)

Newcastle upon Tyne

Dr. Paul Benneworth (Academic fellow University of Newcastle upon Tyne)
Mr. David Hewitt (Maritime Design Centre)
Mr. Chris Hill (One North East)
Mr. Chris Little (Tourism development manager One North East)
Mr. Andrew Sugden (North East Chamber of Commerce)
Mrs. Fiona Whitehurst (Newcastle University Business School)
Drs. Frank Broersma (stakeholder Kamer van Koophandel)
Drs. Steven van Stralen (stakeholder provincie Fryslân)

Vorarlberg

Frau Renate Breuss (Moderatorin werkraum bregenzwald)
Frau Alexandra Giesinger (WISTO)
Frau Marina Hämmerle (Direktorin vorarlberger architektur institut)
Herr Martin Pfanner (Geschäftsführer Omicron)
Herr Dr. Helmut Steurer (Geschäftsführer WISTO)
Drs. Karel Groen (stakeholder Kamer van Koophandel)
Janika Horvart MBA (stakeholder Syntens)

Øresund (Kopenhagen – Malmö)

Drs. Lars Coenen (Lund University)
Mr. Sven-Thore Holm (CEI Innovationsbron)
Mr. Erik van Leenen (Øresund Committee)
Mrs. Maria Novrup (Øresundsuniversitetet)
Mr. Lennart Svenson (region Skåne)
Mrs. Helene Vogelmann (region Skåne)
Drs. Piet Boomsma (stakeholder Kamer van Koophandel)

GERAADPLEEGDE LITERATUUR

Atlas voor gemeenten 2007

G. Marlet en C. van Woerkens, Atlas voor gemeenten 2007, Utrecht, 2007.

Atzema en Wever (1999)

O.A.L.C. Atzema en E. Wever, De Nederlandse Industrie. Vernieuwing, verwevenheid en spreiding, Van Gorcum, Assen, 1999.

B&A Groep (2001)

B&A Groep, Verkenningen Zuiderzeelijn, Eindrapport "Verkenning internationale perspectieven voor een Zuiderzeelijn", Den Haag, 2001.

B&A Groep (2005)

B&A Groep, Kamers van Koophandel op een kruispunt, Den Haag, 2005.

Bijvoet en Koopmans (2004)

C.C. Bijvoet en C.C. Koopmans, De effectiviteit van regionaal beleid, SEO, Amsterdam, 2004.

Bergsma (2002)

W. Bergsma, Zij preekten voor doven. De Reformatie in Drenthe, Van Gorcum, Assen, 2002

Blom (2006)

R.J. Blom, De beste provincie voor ondernemers, Graydon, Amsterdam, 2006.

Boneschansker (1998)

J. Boneschansker, De Reformatie en de schoolmeesters in Drenthe, in M.A.W. Gerding, J.G.J. van Booma, G. van Halsema Thzn., P.H.A.M. Abels (red.), In alle onwetenschap, bijsterije unde wildicheyt. De Reformatie in Drenthe in de zestiende en zeventiende eeuw, Eburon, Delft, 1998.

Boneschansker (2004)

Economische betekenis spoorlijn Harlingen-Leeuwarden, Bureau voor beleidsonderzoek en –ondersteuning, Leeuwarden, 2004.

Boneschansker en Hospers (2007)

E. Boneschansker en G.J. Hospers, Hardware, software en mindware van de Noord-Nederlandse economie, (kwantitatief) achtergrondrapport, Bureau voor beleidsonderzoek en –ondersteuning (BBO), Leeuwarden, augustus 2007.

Boneschansker en Keppels (2007)

E. Boneschansker en E. Keppels, It lân fan kei? ... het land van agrobusiness! Betekenis van het agrocomplex in Fryslân: omvang, ontwikkeling, SWOT en toekomstschets, Bureau voor beleidsonderzoek en –ondersteuning, Leeuwarden, 2007.

Boomsma en Visser (2005)

P. Boomsma en M. Visser, demografie, in P. Boomsma en E. Boneschansker (red.), Fokus op de vergrijzing in Fryslân, Fokus, Leeuwarden, 2005.

Bosma en Verver (2004)

J. Bosma en T. Verver, het imago van Groningen. Resultaten marktonderzoek, Groningen, 2004.

Bristow (2005)

G. Bristow, Everyone's a winner: problematising the discourse of regional competitiveness, in Journal of Economic Geography, 5, pp. 285–304, 2005.

Byrne en Benneworth (2006)

D. Byrne en P. Benneworth, Where and what is the North East of England?, in I. Hardill, P. Benneworth, M. Baker en L. Budd (Eds.), The Rise of the English Regions?, Routledge, Oxford, 2006.

Broersma en Van Dijk (2003)

L. Broersma en J. van Dijk, Arbeidsproductiviteit in Fryslân, Een analyse van het niveau en de groei van 1990-2000, RuG, Groningen, 2003.

- Brons (2004)
L. Brons, Regional culture and entrepreneurial behaviour in the Netherlands: an exploratory study, in E. Boneschansker, J. van Dijk, L.G. Jansma en K. Verhaar, Cultural Uniqueness and Regional Economy, Fryske Akademy, Ljouwert/Leeuwarden, 2004.
- Brons (2007)
L. Brons, Regional Cultures, in G. Ashworth, P. Groote en P. Pellenburg, A Compact geography of the Northern Netherlands, RuG/In Boekvorm, Groningen/Assen, 2007.
- CPB (2005)
Centraal Planbureau, Scarcity of science and engineering students in the Netherlands, Den Haag, 2005.
- Coenen (2006)
L. Coenen, Faraway, So Close: The Changing Geographies of Regional Innovation, Lund University, Lund.
- Derks et al. (2003)
W. Derks, P. Hovens en L.E.M. Klinkers, Structurele bevolkingsdaling. Een urgente nieuwe invalshoek voor beleidsmakers, Den Haag, 2006.
- EIM (2001)
EIM, Kamers van Koophandel in het buitenland. Een internationaal vergelijkend onderzoek, Zoetermeer, 2001.
- EIM (2003)
EIM, Kleinschalig ondernemen 2003, Structuur en ontwikkeling van het Nederlandse MKB, Zoetermeer, 2003.
- ECORYS/NEI (2002)
ECORYS/NEI, Toerisme in Drenthe: meer dan plezier alleen. De economische betekenis van toerisme en recreatie in Drenthe, Rotterdam, 2002
- ECORYS-NEI (2003)
ECORYS-NEI, Mid Term Review Kompas voor het Noorden, Rotterdam, 2003.
- ECORYS-NEI (2005)
ECORYS-NEI, Update MTR EPD Noord-Nederland 2000-2006, Rotterdam, 2005.
- Elhorst en Oosterhaven (2001)
J.P. Elhorst en J. Oosterhaven, herziening RuG-KBA Zuiderzeelijn varianten, RuG, Groningen, 2001.
- EZ (2003)
Ministerie van Economische Zaken, Researchers op ondernemerspad. Internationale benchmarkstudie naar spinoffs uit kennisinstellingen, Den Haag, 2003.
- EZ (2004)
Ministerie van Economische Zaken, Pieken in de Delta. Gebiedsgerichte Economische Perspectieven, Den Haag, 2004.
- EZ (2005)
Ministerie van Economische Zaken, Hot Spots 2004. Regionale Innovatieve Atlas van Nederland, Den Haag, 2005.
- Florida (2002)
R. Florida, The Rise of the Creative Class, Basic Books, New York, 2002.
- FORMAT (2005)
FORMAT, Vorarlberg Spezial: alles über den Wirtschaftsstandort Vorarlberg, FORMAT, 45, Wien 2005.
- Hospers (2000)
G.J. Hospers, De kenniseconomie. Innovatie, samenwerking en beleid, AO-reeks, 2000.
- Hospers (2005a)
G.J. Hospers, Euregionale samenwerking: juridische grenzen aan grenzeloze economie, De Europese Gemeente, 40 (2), pp. 13-14, 2005.
- Hospers (2005b)
G.J. Hospers, De Øresund: beleid door beeldvorming, Geografie, 14 (4), pp. 12-15, 2005.

- Hospers (2005c)
G.J. Hospers, Slimme streken: regionale innovatie in Nederland en Europa, AO-reeks, 2005.
- Hospers (2006)
G.J. Hospers, Ski-oord Vorarlberg koppelt trend aan traditie, Friesch Dagblad, 21 oktober 2006, p. 14, 2006.
- Hospers (2007a)
G.J. Hospers, Slimme streken (I): regionale ontwikkeling in Midden-Europa, De Europese Gemeente, 42 (1), pp. 17-18, 2007.
- Hospers (2007b)
G.J. Hospers, Slimme streken (II): regionale ontwikkeling in Scandinavië, De Europese Gemeente, 42 (2), pp. 18-19, 2007.
- Hospers en Benneworth (2007)
G.J. Hospers en P. Benneworth (2007), Waar eens de schoorstenen rookten: de ontwikkeling van Europa's 'vergeten' industrieregio's, Geografie, 16 (4), pp. 6-9, 2007.
- Huber (2007)
N. Huber, Vorarlberg, Ländle Verlag, Wolfurt, 2007.
- IBIS (2005)
Arcadis/Stec Groep, IBIS Werklocaties, 2005.
- ING (2005)
ING Bank, Economisch Bureau, Ondernemen in Noord-Nederland. Regio in Economisch Perspectief, Amsterdam, 2005.
- ING (2006)
ING Bank, Economisch Bureau, Ondernemen met onderwijs. Naar een betere aansluiting van arbeidsmarkt en onderwijs in Noord-Nederland, Amsterdam, 2006.
- Jacobs (2000)
D. Jacobs, Het Kennisoffensief, Samsom, Alphen aan den Rijn, 2000.
- Koopmans en Wellink (2003)
L. Koopmans en A.H.E.M. Wellink, geheel herzien door C.A. de kam, C.G.M. Sterks en H.J. Woltjer, Overheidsfinanciën, Stenfert Kroese, Groningen, 2003.
- Keuning (1970)
H.J. Keuning, Het Nederlandse volk in zijn grondgebied, Leopold, Den Haag, 1970.
- KvK (2004)
Kamer van Koophandel, Statistisch Jaarboek voor het Noorden, Groningen/Leeuwarden/Meppel, 2004.
- Land Vorarlberg (2007)
Land Vorarlberg, Wirtschaftsleitbild Vorarlberg, Land Vorarlberg, Bregenz, 2007.
- Van Leeuwen en Koole (2005)
M.G.A. van Leeuwen en B. Koole, Het Nederlandse agrocomplex 2004, Landbouw Economisch Instituut, 2005.
- LEI (2006)
LEI, Landbouweconomisch berichten, Landbouw Economisch Instituut, Den Haag, 2006.
- LNV (2005)
LNV, Kiezen voor landbouw. Een visie op de toekomst van de Nederlandse agrarische sector, Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, Den Haag, 2005.
- Maskell en Törnqvist (1999)
P. Maskell en G. Törnqvist, Building a Cross-Border Learning Region: Emergence of the North-European Øresund Region, Kopenhagen, 1999.
- MERIAN (2007)
MERIAN, Vorarlberg, MERIAN, Hamburg, 2007.

NAi (2006)
 Nai, De Prijs van de Plek. Woonomgeving en woningprijs, den haag, 2006.

NAV (2007)
 L. Broersma, D. Stelder en J. van Dijk, Noordelijke Arbeidsmarkt Verkenning 2007, RuG, Groningen, 2007.

NEI (2001)
 NEI, Verdiepte KKBA van een snelle verbinding naar het Noorden, Rotterdam, 2001.

NOM
 Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij, Callcenters in Noord-Nederland, Groningen, 2001.

The Northern Echo (2007)
 The Northern Echo, 1001 Great Things about North East England, February, The Northern Echo, Newcastle upon Tyne, 2007.

NOWT (2005)
 Nederlands Observatorium van Wetenschap en Technologie, Wetenschaps- en Technologie-Indicatoren 2005, Leiden/Maastricht, 2005.

NECC (2007)
 North East Chamber of Commerce (NECC), North East.Contact: Business News from across the Region, July/August, NECC, Newcastle upon Tyne, 2007.

OESO (2003)
 OESO, Territorial Reviews: Öresund (Denmark/Sweden), OESO, Parijs, 2003.

Øresund Network (2007)
 Øresund Network AB, The Øresund Region, Øresund Network AB, Kopenhagen, 2007.

Öresundskomiteen (2006)
 Öresundskomiteen, Annual Report 2005, Öresundskomiteen, Kopenhagen, 2006.

One North East (2007)
 One North East, Leading the Way: Regional Economic Strategy 2006-2016, One North East, Newcastle upon Tyne, 2007.

De Pater et al. (2002)
 B. de Pater, P. Groote en K. Terlouw, Denken over regio's: geografische perspectieven, Countinho, Bussum, 2002.

Pellenburg en Meester, 2005
 H. Pellenburg en W.J. Meester, Regional marketing to change regional images. The example of the Groningen province campaign, paper for the 2005 Academy of Marketing Conference, RuG, Groningen, 2005.

Porter (2005)
 M. Porter, Porter over concurrentie, Uitgeverij Business Contact, Amsterdam/Antwerpen, 2005.

Rabo (2007)
 Rabobank, Cijfers & Trends. Thema: Ondernemen in de regio, Utrecht, 2007.

Rabo (2005)
 Rabobank, Visie op provinciale dynamiek 2005, Utrecht, 2005.

Rabo (2005/2006)
 Rabobank, Rabobank Cijfers & Trends 2005/2006, Utrecht, 2006.

ROA (2006)
 ROA, Liggeren we op Koers?, Maastricht, 2006.

RWS (2005)
 Rijkswaterstaat, Filemonitor 2005, Den Haag, 2005.

RuG (2001)
 Projectgroep arbeidsmarkt 2001, Met de Noorderzon vertrokken. Een onderzoek naar brain drain van hoog opgeleide jongeren uit het Noorden van Nederland, RuG, Groningen, 2001.

- Simpson (2003)
D. Simpson, North East England: Places, History, People and Legends, Business Education Publishers, Sunderland, 2003.
- SNN (1999)
Samenwerkingsverband Noord-Nederland, Kompas voor het Noorden, Ruimtelijk-economisch ontwikkelingsprogramma Noord-Nederland 2000 t/m/ 2006, Assen/Groningen/Leeuwarden, 1999.
- SNN (2006)
Samenwerkingsverband Noord-Nederland, De Koers Verlegd. Aanpak tot transitie naar een kenniseconomie in Noord-Nederland, Groningen, 2006.
- SNN (2007)
Samenwerkingsverband Noord-Nederland, Kompas voor het Noorden, Koers Noord, Assen/Groningen/Leeuwarden, 2007.
- Der Spiegel (2007)
Der Spiegel, Was Städte sexy macht, Der Spiegel, 34/2007, pp. 98-112, 2007.
- Speelman et al. (1980)
H.W. Speelman, A.J. Wijnsma, P. Terpstra, A. Boerma, B. Tammeling, C. Rodenburg en R. Reyntjes, Bekijk het Noorden eens anders, 1980.
- Stec (2006)
Stec Groep, Profiteren van zorg en vergrijzing in Noord-Nederland: een strategisch advies, VNO-NCW Noord, Nijmegen/haren, 2006.
- TNO Inro (2001)
TN Inro, Relatiepatronen in het Noorden, Delft, 2001.
- Twente Index (2006)
Twente Index, Twente Index 2005, Enschede, 2006.
- Wever, 2003.
E. Wever, We mogen niet klagen. De ontwikkeling van de Drentse economie na 1943, Koninklijke Van Gorcum, Assen, 2003.
- WISTO (2007)
WISTO, Vorarlberg – kreativer Wirtschaftsraum, WISTO, Dornbirn, 2007.

