

## **Regio Groningen-Assen als business model**

### **Jester – Onze visie op steden en regio's**

De relevantie van lange termijnplanning voor steden en regio's is de afgelopen decennia sterk toegenomen. In een turbulente en vervlochten wereld concurreren steden en regio's om kennisposities, bedrijvigheid en toptalent. Steden en regio's worden de richtinggevende knooppunten in de mondiale en (trans)nationale economie en nemen de economische voortrekkersrol van landen over. Om goed voorbereid te zijn en veerkrachtig te kunnen reageren, zijn een goede analyse van hun omgeving en robuuste keuzes voor de toekomst onontbeerlijk.

### **Jester – Onze aanpak**

Voor de ontwikkeling van lange termijnstrategie voor regio's en steden heeft Jester de *City Strategy* methode ontwikkeld. In het model brengen we het businessmodel van de regio in kaart en doorgronden we ontwikkelingen in de externe omgeving door toekomstscenario's op te stellen. Economische beleid voor de regio komt tot stand in het spanningsveld tussen deze twee onderdelen.

Onder andere de metropoolregio's Amsterdam en Rotterdam hebben City Strategy succesvol toegepast. Zij brachten het businessmodel van de regio in kaart op het City Strategy Canvas. Hierdoor kregen zij niet alleen inzicht in de waardepropositie en de concurrentiekracht, maar ook in de zwakheden van de regio. Daarnaast werkten zij een set toekomstscenario's uit. Beide onderdelen vormden de basis voor formulering en toetsing van robuust beleid voor de regio.

### **City Strategy proces van de Regio Groningen-Assen**

Onder leiding van Michiel de Vries en Linda Kaput van adviesbureau Jester Strategy heeft het projectteam in drie bijeenkomsten het businessmodel van de regio Groningen-Assen in kaart gebracht. De input hiervoor werd verkregen uit een workshop met vertegenwoordigers van de gemeenten Groningen, Leek, Assen, Noordenveld en Hoogezand, en uit zeven interviews met stakeholders uit de regio. Via een enquête beoordeelden deelnemers aan het Economisch Platform vervolgens de kwetsbaarheid en concurrentiekracht van de onderdelen uit het businessmodel.

### **Resultaten van het proces**

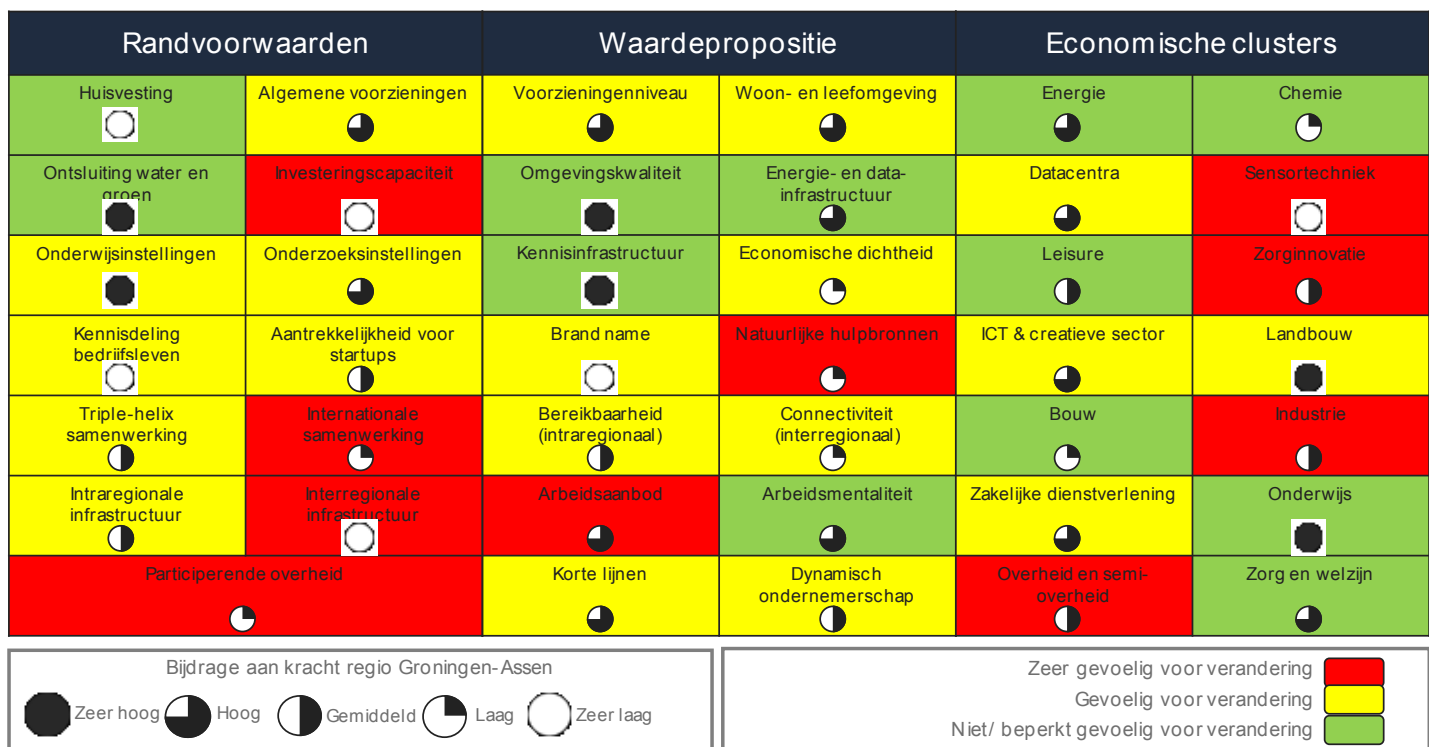
Resultaat vormt het businessmodel van de regio Groningen-Assen (afbeelding 1). Dit businessmodel biedt een gedeeld inzicht in het economisch DNA van de regio. Het

businessmodel werd gepresenteerd tijdens de bijeenkomst van het Economisch Platform op 17 november (afbeelding 2). Deelnemers bespraken het businessmodel en benoemden kansen voor het benutten van krachten en het aanpakken van kwetsbaarheden in de regio. De onderscheidende factoren, zoals kwaliteit van leven, de data- en energie-infrastructuur, en het arbeidsaanbod werden door de aanwezigen herkend. Behoud van talent, keuzes in profilering (de 'brand name', wat wil je uitstralen) en sociale waarde toevoegen aan economische ontwikkeling bleken belangrijke uitdagingen voor de regio volgens deelnemers.

Meer nog dan de individuele elementen vond men dat de kracht van de regio kan worden versterkt door de verbindingen te leggen tussen verschillende clusters zoals bijvoorbeeld ICT, industrie en energie. Het woord cross-over is in veel groepen gevallen, zoals een cross-over tussen zorginnovatie, bouwen, sensortechnologie en leisure. De waardepropositie 'brand name' werd uitgebreid besproken. De algemene conclusie hierbij was dat deze voor het toerisme erg sterk is, maar dat deze meer economisch moet worden geladen. De regio moet helder maken waarom zij aantrekkelijk is voor bedrijven en werknemers en tros tonen over de mooie bedrijven en sectoren gevestigd zijn in de regio. De kracht en kwetsbaarheid van het arbeidsaanbod werd herkend, zowel in kwaliteit als in kwantiteit van het aanbod.

De resultaten van alle discussies zijn vastgelegd en meegenomen door het projectteam. Dit komt binnenkort bij elkaar om de vervolgstappen te bespreken, zoals bijvoorbeeld het ontwikkelen van een toekomstig businessmodel, dat de huidige krachten en kwetsbaarheden in oenschouw neemt.

*Afbeelding 1: Het huidige businessmodel van de regio Groningen-Assen*



## Citaten

Uit de enquête:

- *De **economische dichtheid** is internationaal gezien laag. Wel liggen hier kansen voor meer interactie met de Randstad en Duitsland*
- *De **omgevingskwaliteit** kan nog beter worden ingezet voor toerisme*
- ***Datacentra** zijn afhankelijk van buitenlandse multinationals en creëren nog niet veel werkgelegenheid*
- *De **landbouw** zou moeten inzetten op duurzame productie en de verbinding met de chemie (bijv. suikerteelt)*
- *De **triple-helix** samenwerking heeft meer structuur nodig. Het is belangrijk ook bedrijven hierin mee te nemen*

Van de bijeenkomst van het Economisch Platform op 17 november 2016

- *De kracht van de regio kon worden versterkt door de verbindingen te leggen tussen verschillende clusters zoals bijvoorbeeld ICT, industrie en energie*
- *Door faciliterende sectoren zoals de ICT/creatieve industrie en sensortechnologie te stimuleren kunnen ook de gevestigde sectoren als energie en de landbouw zich verder ontwikkelen*
- *De brand name is sterk voor het toerisme, maar de economische branding van de regio kan meer worden vormgegeven.*
- *De spoeling van gekwalificeerd personeel is dun, maar ook de uitstroom van het MBO is mager*
- *Het hebben van '21st century skills' en flexibel opleiden om te blijven aansluiten bij de vraag van werkgevers is belangrijk*