

ECONOMISCHE

FOCUS



ECONOMIE071

SAMEN IMPACT MAKEN IN DE LEIDSE REGIO



innovatie • slim samenwerken • regionale kracht
• aansluiting onderwijs op arbeidsmarkt

4
‘Ondernemers kunnen
nu strategische besluiten
nemen voor de toekomst’



19
‘HUBspot, uitstekende landingsplek voor
nieuwe en bestaande projecten’



27
‘Alleen samen
verder gaan
als er energie
in zit’



40
‘Bij circulaire economie gaat het ook
om nieuwe, slimme koppelingen’



= ondernemer



= overheid



= onderwijs



14
‘Centrale vraag bij vitaliteit
blijft toch wel: wat werkt er
nou echt?’

En verder:

- 4 Retailvisie voor de Leidse Regio
- 8 Convenant verlengd en meer nieuws
- 9 Strategie voor bedrijventerreinen
- 13 Focus op eigen kracht loont en meer nieuws
- 23 Be good and tell it
- 31 Netwerken en nog eens netwerken
- 32 Expat Centre Leiden
- 36 Internet of Things
- 44 Aansluiting Onderwijs en Arbeidsmarkt
- 50 Update door Jasmijn Bongers

COLOFON

FOCUS is een eenmalige
uitgave van Economie071.

Teksten: Sigrid van Iersel

Eindredactie: Jan Dobbe

Vormgeving: Nanda

Alderdiefste-Reinders

Fotografie: Eelkje Colmjon

Drukwerk: Puntgaaf

CONTACT

Economie071

Jasmijn Bongers, programma-

manager: 06 527 579 85

Joke Busschots, senior communi-

catieadviseur: 06 527 579 86

www.economie071.nl

Economie071:
DAT
BEN
JE
ZELF!



Joke Busschots en Jasmijn Bongers

W elvaart en welzijn voor iedereen, wie wil dat nou niet? Het is een open deur om te zeggen dat we daar dan zelf aan moeten werken. Met de economische agenda voor de Leidse regio doen we dat dan ook. Maar liefst veertien organisaties uit de werkvelden onderwijs- en kennis, ondernemers en overheden zetten samen de schouders onder projecten die de regionale economie stimuleren. Dat is een breed werkveld en vraagt dus om focus.

We hebben daarom gekozen voor thema's die de Leidse regio het meest raken en dus de meeste impact hebben. We focussen op kennis. De kenniseconomie is immers dé motor van onze regio. Want het gaat om heel veel banen, op alle mogelijke niveaus. Banen voor hoogopgeleiden,

maar ook veel werk dat daarmee samenhangt. Denk aan banen op het Bio Science Park en aan de vele toeleveranciers die het park, maar ook het LUMC, de universiteit, de hogeschool en de gemeente nodig hebben.

Focus helpt ons op weg bij het behalen van onze doelen. Dit kan niet zonder betrokkenheid van onze partners. Zij moeten zich goed voelen bij de gekozen focus. Zij moeten kunnen aanvoelen hoe ze hier zelf beter van worden en hoe ze daar zelf aan kunnen bijdragen. Economie071 ben je namelijk zelf. Door actief mee te doen verzilver je kansen voor je eigen organisatie. Niet alleen op regionaal niveau, maar ook daarbuiten. Zo verwerven we een plek tussen andere grote spelers, die ook niet stilzitten. Samen komen we verder dan alleen.

Als regio mogen we er zijn, want we hebben veel te bieden. Met onze projecten wordt de regio economisch nog sterker en daar profiteert iedereen van. In deze uitgave vertellen de projectleiders over hun focus en aanpak. Lees hoe zij het ervaren om voor de regio te werken en welke uitdagingen het met zich meebrengt om met drie werkvelden samen te werken. Niet altijd even makkelijk, maar wel boeiend en met mooie resultaten!

Economie stopt niet bij gemeentegrenzen, dus verleg je economische focus naar de Leidse regio en haak aan!

Het programmabureau Economie071,
Jasmijn Bongers,
Programmamanager
Joke Busschots,
Communicatieadviseur



RETAILVISIE VOOR DE HELE REGIO

Samen vissen in een kleinere vijver

Actieplannen maken met ondernemers, winkeliers en vastgoedeigenaren. Dat is de belangrijkste uitdaging voor de projectgroep die de opdracht kreeg de regionale retailvisie uit te voeren. Projectleider Ton Orleans, die namens de gemeente Zoeterwoude het regionale project leidt, belicht zeven uitdagingen rondom de winkelcentra.



UITDAGING 1:

IMPULSEN VOOR WINKELGEBIEDEN

Consumenten zijn de laatste jaren anders gaan winkelen, ook door internet. De vijver waarin winkeliers vissen is hierdoor kleiner geworden. Sommige winkels zijn failliet gegaan en er ontstond leegstand. Dat is niet goed voor een winkelstraat. Consumenten blijven weg en de overige winkeliers zien hun omzet afkalven. Maar er zijn ook kansen. Daarvoor moeten winkeliers, ondernemers en vastgoedeigenaren in diverse winkelgebieden dan wel de bakens verzetten: meer profilering, meer specialisatie en meer samenwerking.

De gemeenten en ondernemersverenigingen in de Leidse regio hebben hiervoor een gezamenlijke aanpak ontwikkeld: de regionale retailvisie. Die geeft aan dat een flink aantal winkelgebieden kansrijk is en versterkt moet worden. Daarnaast komen er ook winkelgebieden in aanmerking voor een (deels) andere functie, bijvoorbeeld met meer wonen in plaats van winkelen.

UITDAGING 2:

41 WINKELGEBIEDEN MET HONDERDEN WINKELIERS

Een gezamenlijke visie opstellen is één ding, maar de uitvoering ervan is een hoofdstuk apart. Het oorspronkelijke plan, om de winkeliers en ondernemers de regionale visie zelf om te laten zetten in concrete plannen, werkte niet. Oorzaken: gebrek aan tijd en expertise, het ontbreken van een centraal persoon met een breed draagvlak en het ontbreken van een gezamenlijke

organisatie, waar ze deze trekker in konden onderbrengen.

De gemeente Zoeterwoude werd namens Economie071 daarom trekker van dit project. Het landelijke Expertteam Winkelgebieden werd ingeschakeld om te helpen bij de uitvoering van de retailvisie. Voor de gemeenten Leiden, Leiderdorp, Katwijk en Zoeterwoude stelden deze experts per winkelgebied een actieplan op. Dat deden ze in nauwe samenwerking met winkeliers, ondernemersverenigingen en vastgoedeigenaren. De gemeenten Voorschoten en Oegstgeest deden hetzelfde met eigen medewerkers.

Het expertteam had er een flinke klus aan, vooral omdat veel winkeliers niet of nauwelijks op de hoogte waren van de plannen. Dat gold vooral voor winkelgebieden die in de retailvisie als minder kansrijk waren bestempeld. "Dat was een lastige binnenkomer", vertelt Ton. "Het expertteam moest veel informatie geven en veel zendingswerk verrichten. Ze hebben vervolgens de bestaande situatie en de wensen voor de toekomst in kaart gebracht. Ze boden de ondernemers een luisterend oor en lieten zien hoe ze hun kansen konden benutten. Enkele winkelcentra hebben dat inmiddels met succes al gedaan."

UITDAGING 3:

DE JUISTE KANSEN BENUTTEN

Elk winkelgebied trekt consumenten met een bepaalde leefstijl, heeft zijn eigen karakteristieken en vraagt dus ook om een eigen aanpak. Daarom hebben alle 41 winkelgebieden een plan op maat ontvangen met actiepunten voor de openbare ruimte en uitstraling, onderlinge samenwerking en marketing.

"Ondernemers richten zich vaak op één aspect om het gebied te verbeteren", signaleert Ton. "Ze vinden bijvoorbeeld dat er te weinig parkeerplaatsen zijn voor hun klanten. Maar de andere aandachtspunten zijn minstens even belangrijk. Wat doe je zelf bijvoorbeeld als winkelstraat om meer klanten te trekken? Gezamenlijke marketing dus."

Ieder actieplan past op twee velletjes papier, zodat alle winkeliers en eigenaren snel zien wat er nodig is. "Door duidelijke

lijkheid te geven over de positie van het winkelgebied creëren we meer kansen voor de toekomst”, zegt Ton. “Op basis van het actieplan kunnen ondernemers en eigenaren nu zelf hun strategie bepalen. Als het winkelgebied weinig toekomstperspectief heeft, kun je bijvoorbeeld als ondernemer overwegen naar een andere locatie te verhuizen. Of als je eigenaar bent van een winkelcomplex met veel leegstand, kun je andere gebruiksmogelijkheden voor het pand zoeken.”

Ook de gemeenten kunnen dan andere keuzes maken. Ton: “Met een verandering van het bestemmingsplan kan de eigenaar het gebouw bijvoorbeeld ombouwen tot een appartementencomplex. Daarvan heeft hij misschien wel meer profijt dan van winkels. En we lossen er tegelijkertijd het leegstandsprobleem mee op.”

UITDAGING 4: VERSCHILLENDE AMBITIES VAN GEMEENTEN

De gemeenten kozen verschillende werkwijzen voor dit vraagstuk. Vier gemeenten schakelden het landelijke expertteam in om de actieplannen te maken, de andere twee gemeenten deden het op eigen kracht. Dat leidde tot verschillen in aandacht, tempo en expertise.

“Aan de ene kant is het prettig dat de partners van Economie071 zelf bepalen op welk niveau ze meedraaien”, zegt Ton. “Daardoor kan iedere partner ook zelf de beste keuzes maken. Maar aan de andere kant zie je daardoor niet overal dezelfde inzet en aandacht. Dat maakt het wel lastiger om tot een regionale uitvoering te komen.”

UITDAGING 5: GENOEG CAPACITEIT BIJ DE GEMEENTE

Voor Ton was dit een pittig project, dat een flinke wissel trok op hemzelf en de gemeente. Hij is de enige beleidsambtenaar in Zoeterwoude die zich bezighoudt met economische zaken. Dat is nog maar een deel van zijn takenpakket, want Ton is ook bedrijfscontactfunctionaris en coördinator



duurzaamheid in zijn gemeente. Voor de uitvoering van dit project kreeg hij ondersteuning op het gebied van organisatie en communicatie. Maar het aantal uren dat hij nodig had om het regionale project te trekken was wel onderschat. Voor de gemeente Zoeterwoude betekent dit dat ze voortaan tijdig de benodigde capaciteit willen regelen in de jaarlijkse begroting. Want de gemeente wil graag blijven bijdragen aan regionale projecten. “Zoeterwoude heeft nadrukkelijk gekozen voor deze vorm van samenwerking binnen Economie071”, zegt Ton. “Ook al zijn we een kleine gemeente, we zijn ervan overtuigd dat we hieraan gelijkwaardig bij kunnen dragen.”

‘Je moet echt vanuit de klant denken: waar is die precies naar op zoek. Als je daar rekening mee houdt, zit je op het goede spoor.’

‘Ieder actieplan past op twee velletjes papier, zodat alle winkeliers en eigenaren snel zien wat er nodig is’

UITDAGING 6: BUNDELING VAN KRACHTEN BIJ ONDERNEMERS

De onderlinge samenwerking moet in veel winkelcentra nog concreet worden. Economie071 wil stimuleren dat de ondernemers de samenwerking professioneel optuigen en hun kennis met elkaar delen. “We gebruiken de retailvisie om die beweging op gang te brengen”, zegt Ton. Het Expertteam Winkelgebieden beveelt aan daarvoor een regionaal aanspreekpunt in te stellen, zodat er voortaan een duidelijk informatiekanaal is om alle winkeliers, ondernemers en vastgoedeigenaren goed te bereiken. De ondernemersorganisaties onderzoeken nu hoe een retailcoördinator daar praktische invulling aan kan geven. De regionale bestuurders, verenigd in de Stuurgroep Retailvisie, willen dat de ondernemers hier zelf in gaan investeren. Zij zijn immers de direct belanghebbenden.

UITDAGING 7: TOEKOMSTGERICHT ONDERNEMEN

Winkelstraten worden experiencegebieden, zo voorspellen deskundigen, waar winkels, ontspanning en fun samenkomen. Voor consumenten zijn sfeer en beleving belangrijker geworden om voor een bepaald winkelgebied te kiezen dan het aanbod. Hoe spelen ondernemers daarop in? Een platform waarop ondernemers hun kennis en ervaringen uitwisselen kan daaraan een bijdrage leveren, denkt Ton. “Je kunt in ieder geval niet meer dezelfde dingen blijven doen als voorheen, al is het

alleen maar omdat het online winkelen zich blijft ontwikkelen. Veel winkeliers zijn bezig met vandaag en morgen. Of ze volgen vooral wat er in hun eigen branche gebeurt. Ze zien daardoor veel minder goed dat de klant niet alleen voor hun assortiment komt, maar in meerdere winkels wil slagen.” Je moet echt vanuit de klant denken: waar is die precies naar op zoek, stelt hij. “Als je daar rekening mee houdt, zit je op het goede spoor. Dat vraagt dus ook om vooruitdenken en uitstekend op de hoogte zijn van trends en ontwikkelingen.”

DOORGEEFVRAAG

Vraag van Jasmijn Bongers aan Ton:
Wat was voor jullie de belangrijkste succesfactor?

Ton: “De leden van het Expertteam Winkelgebieden spraken zowel de taal van de ondernemers als de taal van de gemeenten. Dat bij elkaar leverde het resultaat op wat er nu ligt. Met de onderzoeken, de visie én de actieplannen kunnen ondernemers nu strategische besluiten nemen voor de toekomst. Ze weten nu hoe ze zelf in kunnen spelen op de ontwikkelingen. Dat is enorm waardevol.”

PARTNERS VAN ECONOMIE071 GAAN DOOR TOT EN MET 2020

Na drie jaar opstarten, verkennen en samenwerken hebben de veertien partners van Economie071 de samenwerking verlengd tot en met 2020.

Dankzij het samenwerkingsverband zijn diverse projecten beter op de kaart gezet en versneld, zoals HUBspot het Centrum voor Innovatie en Ondernemerschap, het regionale

Expat Centre en de regionale retailvisie. Dat smaakt naar meer. Met de ondertekening van het nieuwe convenant hebben de partners hun afspraken over samenwerking en nieuwe projecten weer actueel omschreven. De ervaringen uit de eerste samenwerkingsperiode zijn daarin verwerkt. Jan Versteegh, bestuurslid Economie071 en voorzitter van VNO-NCW

Rijnland: "De afgelopen jaren hebben we met elkaar gezocht naar een werkwijze die voor iedereen werkt. Daarbij houden we de lijnen kort en zijn we met elkaar vooral gericht op het snel realiseren van projecten. Dat tempo is belangrijk voor ondernemers en de groei van de economie."



FOTO: SHUTTERSTOCK

199.000 inwoners

van de Leidse regio zijn opeengepakt op 76 vierkante kilometer. Binnen een ranglijst van 46 regio's in Nederland heeft de regio daarmee de hoogste bevolkingsdichtheid. Dat betekent ook ruimtegebrek. Met uitzondering van de regio Hilversum is er geen enkel ander gebied in Nederland met zo weinig ruimte voor wonen en bedrijvigheid als de Leidse regio. BRON: BUREAU LOUTER

LEES MEER IN INDEX071 OP WWW.ECONOMIE071.NL



FOTO: BURO JP

Technolab Leiden maakt zijn entree in westelijk deel Bio Science Park

Meer nieuwe bedrijven in het westelijke deel van het Leiden Bio Science Park: dat is het doel van het project De Toekomst. Eerste stap is om ruimte vrij te maken voor de tijdelijke huisvesting van Technolab Leiden. We hopen dat alle partners in februari financiën toezeggen.

Het oostelijk deel van het Leiden Bio Science Park (LBSP) is bijna vol. Nieuwkomers of bedrijven met uitbreidingsplannen kunnen terecht in het westelijk deel. Dit is het stuk naast de A44 in Oegstgeest. Al enkele jaren zijn er echter geen

kaveluitgiftes meer gedaan in dit deel van het park. Met het project De Toekomst onderzoekt Universiteit Leiden hoe het westelijke deel aantrekkelijker kan worden voor bedrijven en investeerders, maar ook voor bewoners, studenten en werknemers. Als eerste stap wordt het huidige onbebouwde terrein benut met de tijdelijke huisvesting van Technolab Leiden. Dit leerwerkcentrum organiseert voor basisschool- en middelbare scholieren technisch georiënteerde workshops en korte cursussen om hen enthousiast te maken voor



natuur en techniek. Dit past goed bij de doelstellingen van het project Aansluiting Onderwijs en Arbeidsmarkt. Economie071 heeft dit onderdeel dan ook omarmd als nieuw project.

MEER, DUURZAMER EN SLIMMER >>>

Meer bedrijventerreinen, duurzamer en wellicht ook slimmer. Onder de vlag van Economie071 laat projectleider Gerbrand Kuipers uitzoeken hoe de bedrijventerreinen zich met een eigen profiel kunnen versterken.



**BEDRIJVENTERREINEN:
HOE EN WAT?**

Doel: Inventarisatie van de behoefte aan bedrijventerreinen om een goede aansluiting te krijgen van vraag en aanbod. Daarbij worden ondernemers en eigenaren actief betrokken.

Opdrachtgever: Economie071

Initiërend partner: Gemeente Leiderdorp

Projectboard: Gemeenten Katwijk, Leiden, Leiderdorp, Oegstgeest, Voorschoten, Zoeterwoude, VNO NCW Rijnland, Leidse Koepel van Ondernemersverenigingen, de KOV en Ondernemersvereniging BSP

Projectstatus: Nieuw project

Contact: Kijk op www.economie071.nl/bedrijventerreinen-leidse-regio of stuur een e-mail aan Gerbrand Kuipers via gkuipers@leiderdorp.nl.

Zorgen dat de partners elkaar kennen en een breed regionaal draagvlak creëren voor een gezamenlijke strategie voor bedrijventerreinen: dat is waar projectleider Gerbrand Kuipers aan werkt. Hij doet dat voor de hele regio, zelf is hij beleidsambtenaar bij de gemeente Leiderdorp.

Er moeten keuzes gemaakt worden, want de ruimte in de Leidse regio is beperkt. Gerbrand: 'Zowel de gemeenten als de ondernemersverenigingen vinden het belangrijk dat er voldoende ontwikkelingsruimte is voor ondernemers, omdat er veel werkgelegenheid mee is gemoeid. Voor een gezonde economische ontwikkeling van de regio zijn deze gebieden dus van groot belang. Tegelijkertijd willen gemeenten bijvoorbeeld ook ruimte voor woningbouw. Dat moet matchen met de uitbreidingswensen van ondernemers. Alle keuzes werken in elkaar door, of het nu om bedrijventerreinen, woningbouw of recreatie gaat.'

Metten is weten

Om beter inzicht te krijgen in die match zijn allereerst meer cijfers nodig. De gemeenten en vier ondernemersverenigingen binnen Economie071 (VNO-NCW, de Leidse Koepel, Ondernemersvereniging Bio Science Park en de Katwijkse Ondernemersvereniging) hebben daarom

onderzoeksbureau Stec onderzoek laten doen naar vraag en aanbod binnen de Leidse regio. Daarbij gaat het niet alleen om het aantal vierkante meters, maar ook om de kwaliteit van de bedrijventerreinen. Gerbrand: 'We willen weten waar we als regio goed in zijn, waardoor we onze focus kunnen bepalen. Dat moet leiden tot een strategie voor bedrijventerreinen in de Leidse regio.'

Elk terrein een eigen profiel

Draagvlak verwerven is elkaar beter leren kennen en toetsen of je op de goede weg zit. Daarom betreft de projectgroep ondernemers bij de ontwikkeling van deze visie.

Gerbrand: 'Regionaal denken gaat het beste als je iedereen vroegtijdig betreft. We gaan daarom met het bedrijfsleven om de tafel om profielen per terrein te maken. Zo hebben we in de onderzoeksfase een bedrijvenpanel georganiseerd, waarin partner- en koepelorganisaties van ondernemers hun ideeën hebben kunnen delen. Hoe kijken zij aan tegen verduurzaming? Zien zij mogelijkheden voor meervoudig ruimtegebruik?'

Uit het bedrijvenpanel kwamen interessante suggesties: benut het gezamenlijke gebruik van parkeerterreinen, ga meer de hoogte in en vervang grote productiehallen door kleinere units. Ook wordt er gekeken hoe bedrijven-terreinen nog meer een eigen profiel

kunnen krijgen. Gerbrand geeft het voorbeeld van bedrijventerrein Rooseveltstraat in Leiden. Dat heeft een eigen karakter, met bedrijven die een lokaal en regionaal verzorgingsgebied hebben. 'Dat laat zien dat bepaalde bedrijven elkaar bewust opzoeken, omdat ze elkaar nodig hebben. Door dit soort verbanden kan ieder terrein zijn eigen kracht ontwikkelen. Als je weet wat de specialiteit is van ieder terrein, wordt ook duidelijk waar de kansen liggen.'

Toekomstbestendig

Een belangrijke vraag is ook hoe de afzonderlijke terreinen toekomstbestendig gemaakt kunnen worden. Gerbrand: 'We denken dat grote productiehallen in de toekomst niet meer nodig zijn, omdat veel productie door innovatie en robotisering op veel kleinere schaal kan plaatsvinden. Dat stelt andere eisen aan de inrichting van de terreinen.' Behoud van werkgelegenheid betekent minder lokaal denken en meer regionaal opereren, geeft hij aan. Een slimme clustering werkt bijvoorbeeld beter dan spreiding.

Hier speelt de gunfactor bij de samenwerkingpartners een rol. 'Meldt een productiebedrijf zich aan bij een bedrijventerrein waar de focus op dienstverlening ligt? Dan ligt het voor de hand om het bedrijf door te verwijzen naar een meer passende plek elders in de regio.'



'Behoud van bedrijvigheid en werkgelegenheid betekent minder lokaal denken en meer regionaal opereren'

Circulaire economie

Het project richt zich eveneens op het bij elkaar brengen van veel verschillende belangen. Een interessante uitdaging, vindt Gerbrand. “Bedrijventerrein De Baanderij heeft bijvoorbeeld 200 eigenaren, maar geen overkoepelende vereniging. Hoe krijg je al die verschillende ondernemers bij elkaar? Om draagvlak te krijgen moet je veel investeren in mensen om hen op één lijn te krijgen. Dat betekent veel luisteren en alle belangen goed afwegen. Hier ligt niet alleen een taak voor de overheid, maar juist ook voor de lokale ondernemersverenigingen.” Ook vergroening en verduurzaming van bedrijventerreinen krijgen aandacht bij de ontwikkeling van de strategie. Hierbij ligt het accent op vernieuwing, bijvoorbeeld experimenten op het gebied van energieopwekking, wateropvang en

biodiversiteit. Daarbij geldt: de overheden faciliteren, de ondernemers moeten het doen.

Regionale belangen

Voor Gerbrand zelf is het niet nieuw om in regionaal verband te opereren. “De belangen van de Leidse regio staan voorop, maar als ik die regionale belangen goed behartig, gaat het met Leiderdorp ook goed. Dat is af en toe schipperen, maar we hebben elkaar hier heel hard bij nodig.” De samenwerking binnen Economie071 bevalt uitstekend. “We kunnen dankzij dit platform gemakkelijk aanhaken binnen de bestaande structuur. We komen elkaar veel tegen, waardoor we elkaar ook beter hebben leren kennen. Dat maakt de oplossing niet eenvoudiger, maar het praat wel gemakkelijker.”

WERKGELEGENHEID
Bedrijventerreinen zijn van belang voor een goed functionerende economie. Op de 39 terreinen in de Leidse regio werken maar liefst 42.500 werknemers: 35 procent van de totale werkgelegenheid. Daarnaast leveren deze bedrijfsterreinen nog eens 10.000 indirecte banen op. De Leidse regio wil dan ook dat haar bedrijventerreinen goed aansluiten bij de vraag van de markt. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de aanbevelingen uit de Behoefteraming Bedrijventerreinen Holland Rijnland 2017, uitgevoerd in opdracht van de provincie Zuid-Holland.

**DOORGEFVRAAG**

Vraag van Ton Orleans aan Gerbrand:

Hoe delen we de resultaten van onze projecten met onze gemeenteraden, zodat ook de raden zien dat deze projecten wat opleveren?

Gerbrand: “Politiek draagvlak is noodzakelijk. We zullen de zes gemeenteraden niet alleen informeren over het onderzoek van Stec en het convenant, we willen hen ook meenemen in het wordingsproces van de bedrijventerreinenstrategie. Niet alleen in de vorm van een nieuwsbrief. Ik kan me voorstellen dat een gezamenlijke raadsbijeenkomst ook bijdraagt aan het uiteindelijke resultaat.”

.....
‘Bedrijventerreinen zijn belangrijk voor onze regionale economie. De bedrijven op deze terreinen zorgen voor een derde van de werkgelegenheid in onze regio. Dat zijn 42.500 banen.’

MEER DUURZAME KILOMETERS

Woon je binnen een straal van vijf kilometer van je werk? Dan stimuleren diverse gemeenten, bedrijven en onderwijsinstellingen je op diverse manieren om met de fiets of openbaar vervoer te komen.

Het Leids Universitair Medisch Centrum, Universiteit Leiden, Hogeschool Leiden, VNO-NCW West, mboRijnland en de gemeenten Leiden, Leiderdorp en Katwijk werken samen aan het project Duurzame Kilometers. Zij willen daarmee bereiken dat eind 2018 zo'n negentig procent van de medewerkers de auto thuislaat. Met dit project leveren de organisaties een bijdrage aan minder verkeersbewegingen, minder CO₂-uitstoot van

voertuigen, betere bereikbaarheid en meer leefbaarheid. Ze willen ook dat er een blijvende gedragsverandering plaatsvindt, die bijdraagt aan een fitte en gezonde levensstijl van medewerkers.

Iedere organisatie neemt eigen maatregelen en voorzieningen om deze doelstelling te halen. Ook wisselen zij in kennissessies hun ervaringen uit rondom de inzet van voorzieningen en maatregelen. Wat bij de ene organisatie succesvol is, kan een andere organisatie dan snel omarmen. Daarbij zoeken zij ook verbindingen met andere projecten van Economie071, zoals HUBspot (centrum voor innovatie en ondernemerschap),



Internet of Things en het Centrum voor Vitaliteit. De volgende stap is het uitnodigen van de andere partners van Economie071 én de honderd grootste bedrijven in de Leidse regio om aan te haken bij dit initiatief. Daarbij trekt de regio samen op met Bereikbaar Haaglanden.

Focus op eigen kracht loont

Met de focus op Life Science and Health en op jong ondernemerschap heeft de Leidse regio een zelfstandige positie verworven tussen de zuid- en noordvleugel van de Randstad in. Dat blijkt uit de cijfers van Index071, het meetinstrument voor de economische robuustheid van de regio.

De Index071 laat een flinke groei zien ten opzichte van het ijkjaar 2012. Dit terwijl in grote delen van het land nauwelijks sprake was van groei. De indexcijfers van 2017 laten ook zien dat de economie van de Leidse regio zich ten opzichte van 2016 opnieuw verder

heeft versterkt. De sterke score wordt met name veroorzaakt door het cluster Life Science and Health en de groei van het aantal kenniswerkers en startende ondernemers. Beide factoren hebben direct te maken met de status van dit gebied als kennisregio. Ook op het thema ‘regiomarketing’ blijft de regio zich goed ontwikkelen. Dat blijkt met name uit de constante instroom van expats. De index meet niet de effectiviteit van de projecten van Economie071. Daar zijn andere instrumenten voor. De index draagt wel materiaal aan om te discussiëren over de ontwikkeling van de regio.



FOTO: BEELDBANK LUMC

NUMMER

Zowel qua gemiddeld opleidingsniveau van de werknemers bij bedrijven en instellingen als qua gemiddeld opleidingsniveau van de hier woonachtige beroepsbevolking staat de Leidse regio op nummer 1. Het is de meest kennisintensieve regio van Nederland. Ook is in geen enkele andere regio ‘life sciences’ relatief zo sterk vertegenwoordigd.

BRON: BUREAU LOUTER, ‘KENNIS MAKEN MET DE LEIDSE REGIO’

‘De centrale vraag blijft
toch wel bij vitaliteit:
wat werkt er nou echt?’

Op reportage in het Centrum voor Vitaliteit

BEWEGEN EN NETWERKEN VOOR EEN VITALE REGIO

De vitaliteitseconomie in de Leidse regio stimuleren, en tegelijkertijd de vitaliteit vergroten van de mensen die er wonen, werken en studeren. Dat is wat het Centrum voor Vitaliteit wil bereiken, samen met bedrijven, kennisinstellingen, gemeenten, burgers, werkenden en studenten.



Hoera, weer een *healthcoin* verdiend! En dat simpelweg door de trap te nemen in plaats van de lift. In het gemeentehuis van Leiderdorp werd in 2017 een pilot uitgevoerd, waarbij meer dan honderd gemeenteambtenaren *healthcoins* konden verdienen met extra beweging, voedszaam eten of ander gezond gedrag. Met polsbandjes en apps werden hun activiteiten gemeten. Zo kregen de deelnemers feedback – en *healthcoins*. Vervolgens konden ze hiermee een gezonde lunch aanschaffen in de bedrijfskantine of sportactiviteiten betalen.

Uitbreiding

De resultaten van dit experiment zijn positief: *healthcoins* leveren een mooie bijdrage aan een gezonde levensstijl. Maar er is ook een economische invalshoek, zegt Erik Baars, projectleider van het Centrum voor Vitaliteit (CvV). “Op deze manier ontwikkelen we een regionale markt voor onder-

nemers die een product of dienst leveren die een fitte en gezonde levensstijl makkelijker bereikbaar maakt. Dat bevordert de vitaliteit en, zo bleek uit de evaluatie, het stimuleert tegelijkertijd de lokale vitaliteits-economie.”

Als vervolg wil Leiderdorp dit idee samen met het CvV uitbreiden naar de andere partners van Economie071. In de hele Leidse regio komen er dan mogelijkheden om healthcoins te verdienen en uit te geven. Zo kunnen de deelnemers goedkoper naar de sportschool of biologische groenten kopen.

Trap naar boven

Om bij het CvV te komen, nemen bezoekers eerst de trap naar boven. Het centrum heeft namelijk zijn intrek genomen op de eerste verdieping van HUBspot aan de Langegracht in Leiden. De ruimten daar bestaan uit pop-up-kantoren met veel zitjes en overlegtafels, die een informele en innovatieve sfeer uitstralen. Erik is als arts-epidemioloog gepromoveerd op gezondheidsbevordering en werkt als lector aan de Hogeschool Leiden. Namens deze partner is hij twee dagen per week actief voor het centrum. Hij vindt het een verrijking van zijn werk om nu met drie werkelden de vraagstukken over vitaliteit bij elkaar te brengen.



‘Door ook gebruik te maken van elkaars netwerken wordt het leven zo veel makkelijker en toegankelijker. We hebben nauwelijks gedoe’

HET CENTRUM VOOR VITALITEIT: HOE EN WAT

Doel: Een bijdrage leveren aan de economie in de Leidse regio rondom het thema vitaliteit en de verbetering van vitaliteit van burgers, studenten en werkers in diezelfde regio.

Opdrachtgever:

Economie071

Initiërend partner:

Hogeschool Leiden

Projectboard: Hogeschool

Leiden, gemeente

Voorschoten, gemeente

Leiderdorp

Externe partners: Bedrij-

ven, LUMC, TNO, Leyden

Academy on Vitality and

Ageing, Zorg en Zeker-

heid, Proud2bme, eHealth-

Company, InnovationQuar-

ter, Medivision, HUBspot,

VNO-NCW West

Status: Lopend project

Contact: Kijk op

centrumvoorvitaliteit.nl

of stuur een e-mail aan

baars.e@hsleiden.nl

“Een bekend probleem is dat juist de gemotiveerde en vaak al vitale mensen, die veel aan sport doen en gezond eten, zich melden voor de aangeboden vitaliteitsprogramma’s”, geeft Erik als voorbeeld. “Organisaties zijn enorm benieuwd hoe ze de overige 90 procent meekrijgen. Wij brengen die organisaties graag met elkaar in contact, zodat niet iedereen opnieuw het wiel hoeft uit te vinden.”

Enthousiast onthaal

De kracht van het CvV schuilt vooral in het netwerk, zodat bijvoorbeeld ondernemers, onderzoekers en medewerkers van gemeenten elkaar gemakkelijk kunnen vinden. “We willen voorkomen dat er allemaal losse projectjes ontstaan”, zegt Erik. “Als iemand met een initiatief komt om burn-out te voorkomen, koppelen we dat graag aan drie plannenmakers die op hetzelfde terrein actief zijn.”

Als netwerkorganisatie zonder winstoogmerk werkt het centrum onder de paraplu van Economie071. Op dit moment bestaat het team uit vijf mensen, terwijl ook drie ambtenaren van Voorschoten en Leiderdorp nauw betrokken zijn. De werkplek in HUBspot zorgt voor veel verbindingen. Het voordeel van de samenwerking binnen Economie071 werpt daarbij zijn vruchten af. “Het is vanzelfsprekend dat je met iedereen contact hebt, ongeacht of deze personen bij de universiteit zitten of bij ondernemingen. Ook de gemeenten komen regelmatig bij elkaar over dit thema. We hebben heel gemakkelijk toegang tot wethouders, werkgeversorganisaties en financiers. Veelal krijgen onze plannen een enthousiast onthaal. Door ook gebruik te maken van elkaars netwerken wordt het leven zo veel makkelijker en toegankelijker. We hebben nauwelijks gedoe.”

Chronisch zieken

Meerdere regio’s kennen vitaliteitscentra, maar niet veel regio’s hebben vitaliteit ook gekoppeld aan een economische doelstelling. De Leidse regio doet dat wel. De partners van Economie071 hebben vitaliteit - naast bio science - aangewezen als de belangrijkste economische factor voor de regio. Juist ook omdat er zo veel dwars-

Lees verder op pagina 20

7 ACTIVITEITEN VAN HET CENTRUM VOOR VITALITEIT

Vitaliteitsevents 071

Bij Vitaliteitsevents 071 kunnen ondernemers hun producten en diensten op het gebied van vitaliteit demonstreren. Bezoekers kunnen met een soort strippenkaart langs verschillende meetpunten om hun vitaliteit te checken. Daarnaast kun je aan de gang met ‘Move your body’. Zo komen inwoners, werkenden en studenten makkelijk in aanraking met vitaliteitsproducten en -diensten én vindt er tegelijkertijd onderzoek plaats. Dit moet uiteindelijk een blijvend effect hebben op de fitheid van de doelgroepen en op de lokale en regionale economie.

Online platform vraag en aanbod

Sportscholen, lifestyle- en burnout coaches, events, apps en andere vitaliteitsproducten en -diensten: alles wat in de Leidse regio te vinden is op het gebied van vitaliteit kan de bezoeker straks vinden op een online platform. Daar kunnen ondernemers hun producten en diensten aanbieden, terwijl inwoners en werkenden er terecht kunnen met hun vitaliteitsvragen. Het Centrum voor Vitaliteit koppelt zo vraag en aanbod aan elkaar en doet ook een eerste kwaliteitscheck of de aangeboden diensten en producten bijdragen aan vitaliteit. Waar mogelijk komen er ook beoordelingen uit wetenschappelijk onderzoek op de website, evenals gebruikerservaringen van diensten en producten.

Open loket

Het centrum biedt ondersteuning aan regionale ondernemers, organisaties en bedrijven die een nieuwe dienst of product op het gebied van vitaliteit willen ontwikkelen. Voor hen is er iedere woensdag van 10 tot 17 uur een open spreekuur in HUBspot, waar zij advies en begeleiding kunnen krijgen. Denk aan hulp bij het opstellen van een businessplan, ondersteuning bij het vinden van juiste partners of bij het onderzoeken van hun product of dienst. Tot nu toe maakten ruim tachtig ondernemers hier gebruik van.

Vitale Delta

Het consortium Vitale Delta (Hogeschool Rotterdam, Hogeschool Leiden, De Haagse Hogeschool en Hogeschool Inholland) heeft een belangrijke RAAK-SIA SPRONG-subsidie ontvangen. De doelstelling van Vitale Delta is het effectief bevorderen van vitaliteit en gezondheid (fysiek, mentaal en sociaal) van jong tot oud in de wijk, door het versterken van veerkracht en eigen regie en het creëren van een gezonde omgeving in de Delta-regio Leiden, Den Haag en Rotterdam. Ook het CvV is hier nauw bij betrokken.

Netwerk voor onderzoek

Het centrum ontwikkelt en onderhoudt een netwerk van onderzoekers, docenten en studenten. Voor studenten van diverse studierichtingen (mbo, hbo en universiteit) is het interessant om aan de onderzoeken van het centrum mee te werken. Zij onderzochten al de vitaliteit onder ouderen in Voorschoten en onder studenten in Leiden. Studenten fysiotherapie deden onderzoek naar de relatie tussen bewegingsintensiteit en afvallen.

Haalbaarheidsonderzoek

Ondernemers met ideeën over producten of diensten die vitaliteit kunnen verhogen, kunnen samen met onderzoekers van kennisinstellingen (bv. Hogeschool Leiden, Universiteit Leiden, Louis Bolk Instituut) hun plannen toetsen op haalbaarheid en acceptatie door boogde doelgroepen. Bij de uitvoering worden zo veel mogelijk studenten en begeleidende docenten betrokken.

Startup Track

Ben je een startende vitaliteitsondernemer en wil je gerichte begeleiding? In een traject van zestien weken werken Centrum voor Vitaliteit, InnovationQuarter, TNO en HUBspot samen om starters te coachen en te begeleiden zodat zij straks goed voorbereid de markt opgaan. Na twee succesvolle tracks in 2017, start in maart het volgende traject. Kijk ook op www.healtharchitects.nl

verbanden mogelijk zijn met bio science en de daaraan gekoppelde programma's bij onderwijs- en kennisinstellingen. Vitaliteit is een vruchtbare voedingsbodem voor uiteenlopende economische activiteiten, geeft Erik aan. "We bekijken bijvoorbeeld hoe we zo vitaal mogelijk ouder kunnen worden of hoe je als student vitaal kunt blijven. Hierbij is veel innovatie mogelijk, zoals het ontwikkelen van apps en andere eHealth-oplossingen, online hulpverlening of sportscholen die gericht zijn op een bepaalde categorie mensen." De versterking van vitaliteit bevordert bovendien de productiviteit. En dat biedt weer een antwoord op weerbarstige maatschappelijke vraagstukken, zoals het dreigende tekort aan docenten en verpleegkundigen. "We kunnen oplossingen bieden om te zorgen dat medewerkers niet bezwijken onder de werkdruk. Maar ook kijken we hoe mensen zo lang en zo vitaal mogelijk thuis kunnen wonen, zodat er minder verzorgenden nodig zijn."

Pensioenstelsel voor vitaliteit

Een droom voor de langere termijn, hoe ziet die eruit? "Het zou mooi zijn als er ooit een persoonlijk stelsel komt om te investeren in vitaliteit, net zoals we een pensioenstelsel hebben", zegt Erik. "Wie in zijn eigen vitaliteit investeert, kan ook op latere leeftijd goed meedraaien. Als op je vijftigste je rug is versleten, kun je niet zo veel

.....
'Investeren in je vitaliteit is sparen voor je gezondheid en levensplezier op latere leeftijd'

meer, terwijl je misschien nog dertig jaar te leven hebt. Investeren in je vitaliteit is sparen voor je gezondheid en levensplezier op latere leeftijd." Erik hoopt dat er eind 2018 zo veel enthousiasme is voor het centrum, dat alle partijen verder willen financieren, in welke vorm dan ook. "Een vitale economie bouw je niet in twee jaar, maar we willen wel laten zien dat we voortvarend en veelbelovend onderweg zijn en concrete stappen hebben gezet. Als we bijvoorbeeld voor een organisatie de kosten voor arbeidsverzuim van twee ton op jaarbasis terug kunnen brengen naar één ton, dan bereiken we al iets moois. Die ton kun je dan investeren in vitaliteitsbeleid, zodat je je medewerkers ook vitaler en tevredener maakt." Net zoals bij de healthcoins stapelt Erik graag de diverse bouwstenen van vitaliteit op elkaar. "Zo ontstaat er een regionaal netwerk met mensen die op dit gebied van elkaar leren. Een gevoelige vraag is bijvoorbeeld in hoeverre een werkgever van zijn werknemers mag eisen dat ze in hun gezondheid investeren. Het lijkt me prachtig om hierover, en rondom andere vraagstukken over vitaliteit van werknemers, een project te starten en de deelnemers hun leerervaringen uit te laten wisselen. Want de centrale vraag bij vitaliteit blijft toch wel: wat werkt er nou echt?"



DOORGEEFVRAAG



Vraag van Gerbrand Kuipers aan Erik:

De eerste pilot met de healthcoins was succesvol. Hoe krijgen we ook werknemers bij bedrijven aan de healthcoins?

Erik: "Bedrijven die geïnteresseerd zijn in projecten die de vitaliteit van werknemers vergroten, kunnen bij ons terecht. Wij nodigen hen ook steeds vaker actief uit. Vanuit ons netwerk hebben we goed zicht op het aanbod van producten en diensten die kunnen worden ingezet en daar is de healthcoin er één van. Werknemers kunnen ook naar een vitaliteits-event⁰⁷¹ komen en zich laten informeren over de mogelijkheden."

HUBspot Leiden staat op eigen benen

Kweekvijver voor innovatief talent



Een innovatieve en ambitieuze medewerker of ondernemer nodig? Kom dan vissen in de kweekvijver van HUBspot Leiden, centrum voor innovatie en ondernemerschap. Over enkele jaren moet dat vanzelfsprekend zijn, vindt directeur Raffi Balder. "Organisaties kloppen dan bij ons aan omdat ze bij hun zoektocht naar talent allereerst een HUBspotter willen hebben."

Je zou het niet zeggen als je het voormalige kantoorgebouw van Alliander betreedt, maar dit pand in het centrum van Leiden herbergt niet alleen slimme ondernemers en nieuwsgierige studenten, maar is ook de springplank voor een innovatief bedrijf voor duurzame voedselproductie: Riverfood.

Via een in pandig ecologisch kringloopstelsel kweekt oprichter Linda Grotenberg groenten, vruchten en vissen. Daarmee wil ze een bijdrage leveren aan duurzame voedselproductie in de steden van de toekomst. Haar onderneming werd in 2017 uitgeroepen tot de Meest Belovende



'We konden snel aanhaken bij allerlei partijen en goed samenwerken'

Startup van Startup Academy Leiden. Directeur Raffi Balder van HUBspot Leiden is er razend trots op. Niet alleen op deze gebruikers, maar ook op alle initiatieven die hier opborrelen. "HUBspot Leiden is binnen een jaar een bruisende plek geworden waar nieuwe ideeën, initiatieven en samenwerkingen ontstaan."

Clubhuis

HUBspot heeft op dit moment 36 bewoners: innovatieve bedrijven, zelfstandige ondernemers die ondersteunende diensten verrichten en andere partners. Onder deze bewoners zijn 22 startups, de belangrijkste doelgroep van HUBspot. Zij krijgen hier,

Startup Academy HUBspot

HUBspot Leiden brengt ideeënmakers, onderzoekers en innovators samen met expertise over ondernemerschap, faciliteiten en netwerken. De Startup Academy is een van de programma's van HUBspot en biedt mensen van allerlei achtergronden de kans hun ideeën werkelijkheid te laten worden. In zestien weken van workshops en coaching werken de deelnemers hun idee uit tot een businessplan. Voor de Startup Academy werkt HUBspot samen met de Rabobank, GrantThornton en verschillende trainers.

'HUBspot Leiden is binnen een jaar een bruisende plek geworden waar nieuwe ideeën, initiatieven en samenwerkingen ontstaan.'

net als Linda Grotenberg, begeleiding bij het omwerken van hun idee tot het begin van een bedrijf. HUBspot richt zich allereerst op ondernemers met een vernieuwende dienst of product waarvoor veel kennis nodig is. Dat gaat tot nu toe om life sciences and health, elektronica van drones en huisautomatisering. Daarnaast is HUBspot een clubhuis waar nieuwe ideeën en samenwerkingen ontstaan. Deze ideeën kunnen uitgroeien tot succesvolle projecten of bedrijven die impact hebben in de Leidse regio. Een voorbeeld hiervan is het project Internet of Things, dat net als HUBspot een initiatief is van Economie071. Projectleider Harmen Wolf is een van de vaste gebruikers van HUBspot en werkt met verschillende partijen samen binnen deze community.

Projecten voor studenten

De kracht van HUBspot ligt in de diversiteit van de community: studenten, afgestudeerden, starters, ondernemers, wetenschappers en docenten. Iedereen is hier welkom.

Studenten weten HUBspot inmiddels goed te vinden, dankzij de intensieve samenwerking met Hogeschool Leiden en Universiteit Leiden. Aan de hand van concrete projecten doen ze hier ondernemersvaardigheden op, zodat ze beter voorbereid op de arbeidsmarkt komen. Daarvoor haalt HUBspot concrete vraagstukken op bij de gemeenten, die een toegevoegde waarde hebben voor studenten en die ook voldoen aan de onderwijsseisen.

Handig netwerk

Ook inwoners en ondernemers kunnen binnenlopen om vragen te stellen of ideeën te leveren. "We willen het platform zijn voor de hele regio op het gebied van kennisintensieve ideeën", aldus Raffi. "Als andere partijen hier bijeenkomsten houden, nodigen wij ook onze achterban uit. Zo komen we samen tot manieren waarop het groter, beter en efficiënter kan."

HUBSPOT LEIDEN: HOE EN WAT

Doel: Een plek waar innoverende studenten, ondernemers, investeerders, docenten, onderzoekers en bedrijven elkaar ontmoeten en inspireren, kennis opdoen en samen ondernemen om de economie en innovatiekracht van de Leidse regio te versterken.

Aanpak: De oprichting van een centrum waar studenten de kans krijgen zich te ontwikkelen tot innovatieve en ondernemende mensen in een multidisciplinaire omgeving. Studenten volgen programma's om ondernemersvaardigheden op te doen, startups worden begeleid van idee naar succesvol bedrijf en vinden bij HUBspot een werkplek, en meer ervaren ondernemers kunnen terecht voor talent of innovaties vanuit kennisinstellingen via docenten en/of onderzoekers.

Opdrachtgever: Economie071

Projectboard: Universiteit Leiden, Hogeschool Leiden en Gemeente Leiden

Externe partners: Rabobank, Grant Thornton, BioPartner, Lugus, Area071 en Economie071.

Status: Afgerond project

Contact: Bekijk www.hubspotleiden.nl

Het gebouw is regelmatig in gebruik voor events die de doelstellingen van HUBspot raken. Zo organiseerde het Leidse ondernemersplatform Gulliver samen met Economie071 het event 'Entrepreneurship in the digital age', met zo'n 170 bezoekers. Behalve de achterban van HUBspot haakte ook het netwerk van het project Internet of Things en Economie071 aan. Een mengmoes van IoT-enthousiastelingen die elkaar voor het eerst op de schaal van de Leidse regio ontmoetten. Andere evenementen zijn het jaarlijkse 'Hacking Health' van LUMC, het Science Meets Business Café en Startup24 Leiden voor studenten.

Het netwerk van Economie071 helpt goed om dit tot stand te brengen, ondervond Raffi. “We konden snel aanhaken bij allerlei partijen en goed samenwerken. Ik merk dat Economie071 een sterk merk is in de regio. Veel mensen kennen het. We hebben nu drie sterke partijen uit Economie071 achter HUBspot staan, namelijk de gemeente Leiden, de hogeschool en de universiteit. Dat geeft ons geloofwaardigheid, maar ook kennis waar we uit kunnen putten.”

Zichtbaarheid

In het voorjaar van 2016 ging Raffi Balder aan de slag met een plan en een pand voor HUBspot Leiden. Met het opzetten van een goede organisatie, de inrichting van het pand en het bouwen van een community had ze haar eigen startup. Wat heeft ze daarvan geleerd, waar andere projecten van Economie071 hun voordeel mee kunnen doen? “Zorgen dat je zichtbaar bent. We dachten dat eerst de inhoud stevig op orde moest zijn voordat we aan onze zichtbaarheid gingen werken”, vertelt Raffi. “Toen onze programma’s grotendeels klaar waren, wist ons publiek nog niet goed van ons bestaan. Het is handiger om de inhoud te ontwikkelen, terwijl je ondertussen roept dat het heel gaaf wordt.”

HUBspot heeft inmiddels een compact team en weet waar het naartoe wil. Maar het mag nog een stuk sneller, wat Raffi betreft. “We zijn een klein team dus er komt veel op ons af. We willen aan ons netwerk bouwen en een keurmerk zijn, maar we moeten ook de praktische dingen doen. Daardoor gaan we soms wat minder snel dan we zouden willen.”

Als aanjager spelen ze een actieve rol om partijen bij elkaar te brengen. “Als je mensen koppelt en events organiseert, breng je een beweging op gang. Dat was al onze gedachte en we zien in de praktijk dat dit nu echt zo werkt. Daar ben ik enorm trots op.”

Op eigen benen

Nu HUBspot Leiden als project van Economie071 is gerealiseerd, de organisatie staat en de eerste resultaten zijn bereikt, is het moment aangebroken om uit te vliegen.

HUBspot Leiden gaat op eigen benen verder. Ze blijven wel intensief samenwerken met de partners van Economie071. Het centrum blijkt bovendien een uitstekende landingsplek te zijn voor nieuwe en bestaande projecten van de regionale economische agenda, zoals Internet of Things, Koppelen van kennis aan Markt en het Centrum voor Vitaliteit.

Op termijn wil Raffi doorgroeien naar een grotere community met een groeiende diversiteit aan startups en ondernemers, meer studenten en meer en betere samenwerkingen. Om nog meer studenten bij HUBspot te betrekken wil ze directe lijnen met studentenorganisaties.

“De basis is daarvoor nu gelegd”, zegt Raffi. “We werken aan een toekomst waarin iedereen in de Leidse regio die bezig is met ondernemerschap en innovatie direct denkt aan HUBspot Leiden. De belangrijkste nieuwe stap is communicatie: niet alleen zorgen voor impact en waardecreatie, maar dit ook aan alle geïnteresseerden laten zien.”

Raffi Balder heeft inmiddels een andere werkring en afscheid genomen van HUBspot.

DOORGEEFVRAAG

Vraag van Erik Baars aan Raffi:

Als je de komende vijf jaar jaarlijks tien miljoen te besteden hebt, waar zet je dan op in?

Raffi: “Dan zou ik meteen meer mensen aan ons team toevoegen om het vliegwiel verder aan te jagen. Onze activiteiten beginnen te lopen, maar ik wil nog meer samenwerking zoeken, ons netwerk uitbreiden en successen behalen voor de regio. Daarnaast zou ik een investeringsfonds oprichten om startups met financiële steun te helpen groeien.”

‘We werken aan een toekomst waarin iedereen in de Leidse regio die bezig is met ondernemerschap en innovatie direct denkt aan HUBspot Leiden’

BE
GOOD
AND
TELL
IT

Samen bouwen aan één wervend verhaal



Rembrandt, Pilgrim Fathers en Europese stad van de wetenschap: de komende jaren staat een aantal grote evenementen op stapel om de Leidse regio te profileren als centrum van vrijheid, kennis en cultuur. Alle gemeenten vertellen dan een gezamenlijk verhaal: Be Good and Tell It. Volgens projectleider Martijn Bulthuis gaat de regio daar dubbel en dwars van profiteren.

Als marketeer is Martijn Bulthuis (directeur Leiden Marketing) een verhalenverteller. En hij weet dat verhalen spannender worden als je ze meer reliëf geeft. Daarom begint hij zijn verhaal met de moeizame marketingsituatie waar de Leidse regio ooit in verkeerde: “Voorheen gunden de gemeenten elkaar maar heel weinig”, geeft hij aan. “De politieke dimensie speelde daarin mee. Nu is er een ander uitgangspunt, namelijk het creëren van gezamenlijke welvaart. Dat wil iedereen wel!” Economie071 heeft volgens hem een belangrijke rol gespeeld om dat te veranderen. “Het is niet gemakkelijk om over je eigen schaduw heen te stappen. Maar als iedereen een klein beetje inlevert, kun je samen een veel sterker verhaal vertellen. Dat lukt nu wel.”

Spannend aanbod

Behalve de partners van Economie071 doen ook Noordwijk en Wassenaar mee met de regionale marketing: het vertellen van een gezamenlijk verhaal met de tulp, vrijheid, cultuur, kust en kennis als verbindende elementen.

Martijn: “Iedereen snapt dat je samen veel gemakkelijker je doelen bereikt. Een Nederlander kan Noordwijk en Katwijk goed van elkaar onderscheiden, maar tegenover buitenlandse toeristen kun je prima stellen dat we samen een stad aan zee zijn. Juist door de combinatie van stad en kust wordt het aanbod spannender. Als de verschillende partijen bovendien samen geld in het mandje leggen, zijn de mogelijkheden voor marketing een stuk groter.”

Magazine

Een van de zichtbare resultaten van de samenwerking is het magazine Stad + Kust, dat tweemaal per jaar bij 250.000 adressen in de regio in de bus valt. Het magazine brengt mooi in beeld wat er te doen is in de Leidse regio. Met inspiratie, uittips en leuke en verrassende verhalen. Stad + Kust is er omdat de inwoners van de regio één van de drie doelgroepen vormen van Be Good and Tell It. Ze gaan uit eten in de eigen regio en bezoeken winkels, festivals of een van de ruim vijftig musea die de Leidse regio rijk is. Hoe meer mensen zich uitgenodigd voelen om daaraan deel te nemen, des te beter. “Als alle inwoners hun enthousiasme uitdragen, is dat bovendien

‘Als alle inwoners hun enthousiasme uitdragen, is dat een veel sterker signaal dan wanneer wij alleen dat vertellen’

EUROPEAN CITY OF SCIENCE

In 2022 is Leiden ‘European City of Science’. Dan is Leiden samen met Den Haag gastheer van het prestigieuze congres ‘Euroscience Open Forum’ (ESOF), de grootste multidisciplinaire wetenschappelijke bijeenkomst van Europa.

Wetenschappers, beleidsmakers, wetenschapsjournalisten uit de hele wereld bezoeken dan de stad en leggen contacten. Ook voor het grote publiek worden diverse grote evenementen georganiseerd. Al met al een sterke profilering van Leiden als internationale kennisstad. Daarnaast wordt er in de Leidse regio ook een grote economische spin-off verwacht. In de steden die al eerder ESOF organiseerden, verdubbelde het aantal bezoekers. Martijn: “Dit is een publiekstrekker waar we de hele regio bij nodig hebben!”

Andere thema's zijn de komende jaren Op de bres voor vrijheid (onder meer over de rol van de Leidse regio in het verzet), het Rembrandtjaar, de Pilgrim Fathers en 400 jaar Thanksgiving. Meer informatie op www.economie071.nl kijk onder 'Be good and tell it'.

BE GOOD AND TELL IT: HOE EN WAT

Doelen: Een eenduidige economische profilering van de Leidse regio bij bezoekers, bewoners en bedrijven. De profilering als stad aan de kust bij Duitse toeristen. De versterking van de rol van inwoners uit de Leidse regio als ambassadeurs en het profileren van de regio bij bedrijven als een plek waar talent, kennis en innovatie bij elkaar komt. Het vasthouden van talent in de regio hoort daar feitelijk ook bij.

Opdrachtgever: Economie071

Projectboard: Wethouders van Leiden, Katwijk en Oegstgeest, Leiden Marketing, Katwijk Marketing, Noordwijk Marketing, Dorpsmarketing Oegstgeest en gemeente Wassenaar.

Status: Lopend project

Contact: Bekijk www.economie071.nl.

Lees verder op pagina 28



De Leidse regio heeft verhalen te vertellen over vrijheidsstrijd. Langs de kustlijn loopt de Atlantik Wall, die in de Tweede Wereldoorlog door de bezetter werd aangelegd.



FOTO'S: BEELDBANK LEIDENMARKETING

De regiomarketing richt zich op toeristen, vooral uit Duitsland. Noordwijk, Katwijk en Leiden trekken samen op om de regio bekend te maken als cultuurstad aan zee.

een veel sterker signaal dan wanneer wij alleen dat vertellen.”

Profilering

Een tweede doel van Be Good and Tell It is de profilering van de regio om zo nieuwe bedrijven, ontwikkelaars en investeerders aan te trekken. De investeerder moet het gevoel krijgen dat de regio een samenhangend gebied is: een biotoop waar innovaties ontkiemen en floreren. Tot slot richt de regiomarketing zich op toeristen, vooral uit Duitsland. Noordwijk, Katwijk en Leiden trekken daarbij samen op om de regio bekend te maken als cultuurstad aan zee. “Het is eigenlijk te gek voor woorden dat dit eerder niet lukte”, vindt Martijn. “Oegstgeest heeft het Hilton hotel, Corpus en Oud-Poelgeest. Als je die als onderdeel ziet van de Leidse regio, maakt dat ons samen een nóg aantrekkelijkere bestemming, voor verschillende doelgroepen.” Als marketeers denken we niet in grenzen, benadrukt hij. “We kunnen gemakkelijk uitgaan van onze eigen kracht en de beste verhalen combineren. Door de historie is deze regio al op allerlei manieren verbonden. Hoe meer mensen meedoen, des te beter je dat verhaal kunt vertellen.”

‘Een Nederlander kan Noordwijk en Katwijk goed van elkaar onderscheiden, maar tegenover buitenlandse toeristen kun je prima stellen dat we samen een stad aan zee zijn’



DOORGEEFVRAAG



Vraag van Raffi Balder aan Martijn:

Wat is jouw ultieme marketing-campagne om dit gebied bekend te maken als kennisregio?

Martijn: “We hebben een grote winkel met veel aanbod, maar we zetten Life Sciences & Health bewust in de etalage. Bij marketing moet je immers kiezen. Zo kunnen we gericht werken aan het binnenhalen van nog meer congressen, maar ook investeerders en ondernemers verleiden. De Leidse Universiteit heeft enkele thema's die het erg goed doen en waar ook weer allerlei publicaties uit voortkomen. En met de Leidse hoogleraren hebben we een groot ambassadeursnetwerk. Zo profileren we de regio met elkaar als een plek waar talent, kennis en innovatie bij elkaar komen.”

Koppelen kennis aan Markt

‘Je moet het toeval zijn werk laten doen’

OVER HET DICTEN VAN DE KLOOF TUSSEN ONDERNEMERS EN WETENSCHAPPERS





Projectleider Klaas Jan van der Bent, wethouder van de gemeente Katwijk, geeft een update van het project Koppelen kennis aan Markt en sluit af met vijf tips.

Innoveren is vaak slimme koppelingen leggen. Een ondernemer ziet bijvoorbeeld kansen voor zijn bedrijf en kan daarbij hulp gebruiken van een getalenteerde student of wetenschappelijk onderzoeker. Een kennisinstituut verzorgt de wetenschappelijke onderbouwing van een nieuwe aanpak, levert stagiairs of laat bedrijven op een andere manier profiteren van zijn kennis en technologie.

Hoe geweldig is het om deze partijen bij elkaar te brengen in de Leidse regio, waar ondernemers en kennisinstellingen vaak al bij elkaar 'om de hoek' gevestigd zijn. Toch was dit een nog onontgonnen terrein. Met ons project Koppelen kennis aan Markt hebben we daarom onderzocht hoe we de aanwezige kennis in de regio ten goede kunnen laten komen aan bedrijven en zo innovaties kunnen stimuleren.

Mooie ontmoetingen, maar...

We wilden snel ervaringen opdoen met deze koppelingen. Daarom besloten we diverse mkb-ondernemers uit de Greenport en mensen van de onderwijsinstellingen in Leiden bij elkaar te brengen rondom vraagstukken over big data, drones in de kas, veredeling en logistiek. Dat waren mooie ontmoetingen. De wetenschappers waren verbaasd over de aard en de omvang van de bedrijven en hun investeringsvermogen. De ondernemers waren op hun beurt verast over wat de wetenschap hen allemaal te bieden had.

Maar daarna zagen we keer op keer gebeuren dat het bij die ene ontmoeting bleef. Bij een idee was er wel geld, maar was de vraag niet wetenschappelijk genoeg. Bij een andere ontmoeting koos de ondernemer toch liever voor de Universiteit Wageningen. Bij een derde koppeling liep het fout in de communicatie: de universiteit praatte over kostprijzen, terwijl de onder-

nemer zich alleen maar afvroeg: *What's in it for me?* Hij wilde niet over de benodigde investering praten, maar over opbrengsten. En hij wilde ook niet horen dat er over een half jaar misschien een afgestudeerde beschikbaar was, maar verwachtte direct een concreet antwoord op zijn vraagstuk. Kortom: twee werelden met ieder eigen verwachtingen.

Hulpvraag met veel energie

Hoe konden we deze werelden toch beter bij elkaar brengen? Daarvoor staken we ons licht op bij professor Michel Haring van het Swammerdam Institute for Life Sciences. Hij had niet alleen Nature op zijn bureau liggen, maar ook De Bloemist. Dat was meteen al een goede binnenkomer. Hij gaf ons mee dat een bedrijf niet alleen met een vraagstuk moet komen, maar ook vanaf het begin bereid moet zijn om zelf te investeren. Als er niet meteen energie zit achter de hulpvraag, dan bloedt het dood. Het is daarom slim als de wetenschapper zelf naar het bedrijf toe gaat, zodat hij die energie meteen kan voelen.

Waardevolle kennis

Zo vonden we verder onze weg, waarbij we tal van interessante ontdekkingen deden. Een instituut als Naturalis bleek onge-looflijk veel te kunnen betekenen voor de land- en tuinbouwsector in onze regio. De DNA-bank bij Naturalis bevat waardevol historisch plantmateriaal, waar bedrijven uit de Greenport hun voordeel mee kunnen doen. Samen met Generade (dat vanuit Hogeschool Leiden toegepast onderzoek doet naar onder andere ziekten bij tulpen) is er veel waardevolle kennis, die ondernemers kunnen benutten voor commerciële doeleinden. Bij deze kennisinstellingen werken bovendien wetenschappers die meer de taal van ondernemers spreken. Ze vormen

de vooruitgeschoven posten vanuit de wetenschappelijke wereld, waar bedrijven gemakkelijker aansluiting vinden. De volgende stap is om uit te vinden welke andere instituten deze rol kunnen vervullen. Ondernemers hebben behoefte aan een adres waar ze kunnen aankloppen. De visionaire innovators bij bedrijven zijn vaak geen types om congressen af te lopen om daar misschien een geschikte onderzoeker tegen het lijf te lopen. Ze willen direct weten wie ze kunnen bellen.

Toevallige ontmoetingen organiseren

Aan één oplossing hebben we echter niet genoeg, want de praktijk is weerbarstig. Het zou daarom mooi zijn als bedrijven en kennisinstellingen elkaar ook ergens gemakkelijk tegen het lijf lopen. Creatieve bedrijven hebben daarvoor koffiecorners en andere informele ontmoetingsplekken: je moet het toeval zijn werk laten doen. Een belangrijke manier om de kloof te overbruggen is dus om de toevallige ontmoetingen beter te organiseren. Door individuele ontmoetingen ontstaat de klik, waardoor er succesvol samengewerkt kan worden.

Economie071 speelt daarin een belangrijke rol, vooral omdat de onderwijsinstellingen tot nu toe niet verenigd waren. Nu zitten we niet alleen met de gemeenten en ondernemers aan tafel, maar ook met de universiteit, de hogeschool en het mbo. Dit platform is onze entree voor de kenniswereld.

Daardoor hebben we nu directe lijntjes. Zo bleek dat er voor Unmanned Valley (de ontwikkeling van de drone-industrie op voormalig vliegveld Valkenburg) een flink aantal mbo'ers nodig waren. MboRijnland was direct geïnteresseerd. Dat werkt.

Leerproject

Bij dit project wilden we snel en veel leren, net zoals een startupbedrijf dat aanpakt. Daarvoor moet je meters maken, zodat je snel ervaringen opdoet. Fouten maken hoort daarbij, want ook daar leer je van. Bij de afronding van dit project zochten we naar een manier hoe we de leermomenten rondom dit project kunnen borgen. Waar komen de lijntjes bij elkaar? We wilden hiervoor niet weer een nieuw instituut of makelaar in het leven roepen, maar voortbouwen op wat er al bestaat.

In plaats van een aparte projectorganisatie op te richten sluiten we daarom aan bij HUBspot. Dit is een ideale partner om de wereld van wetenschap en ondernemerschap bij elkaar te brengen. Op informele netwerkbijeenkomsten brengen we hier ondernemers en wetenschappers met elkaar in contact rond specifieke thema's zoals zorg, vitaliteit of logistiek. Dat moet leiden tot concrete innovaties waarvan je weet dat ze tot aanwijsbare verbeteringen leiden. Daarvan profiteert iedereen: wetenschappers, innovatieve ondernemers, toeleveranciers en nog veel meer. Ik kijk daarom erg uit naar het toeval dat daar gaat ontstaan!

GENERADE

Generade doet als onderdeel van Hogeschool Leiden veelzijdig toegepast onderzoek binnen de life sciences: van het tegen gaan van schimmels bij tulpen tot onderzoek naar museumcollecties (museumomics) en het ontwikkelen van een pollen-app om hooikoortspatiënten regie te geven op hun klachten. Daarnaast verzorgt Generade (na)scholing op het gebied van genomics en stimuleren zij innovaties in de regio op het gebied van life sciences.

‘Een instituut als Naturalis bleek ongelooflijk veel te kunnen betekenen voor de land- en tuinbouwsector in onze regio’

5 TIPS voor koppeling kennis aan markt

1 Ga als wetenschapper bij bedrijven op bezoek, zodat je direct ziet waar de ondernemer mee worstelt en waarvoor hij een oplossing zoekt. Houd een roadshow, en laat zo weten dat je beschikbaar bent om vraagstukken van ondernemers uit te zoeken.

2 Ga als partner bij een samenwerkingsproject alleen samen verder als er energie in zit. Gaat een bedrijf liever met een andere universiteit in zee? Dan is dat ook prima.

3 Investeer als wetenschapper of ondernemer voldoende tijd om uit te zoeken wat de vraag eigenlijk is. Het is belangrijk voor beide partijen om daarop door te vragen.

4 Werk met innovatievouchers om op een laagdrempelige manier koppelingen tot stand te brengen. Voor een klein bedrag kunnen bedrijven een onderzoeksvraag stellen aan een kennisinstituut. Dat verlaagt de drempel, maar ondertussen kunnen beide partijen elkaar wel beter leren kennen. Als een wetenschapper zich kan verdiepen in de waarden van een bedrijf, is het gemakkelijker om iets voor elkaar te betekenen.

5 Vertel als wetenschapper wat je specifiek voor een ondernemer kunt betekenen. Het gaat om een oplossing van een concreet vraagstuk, niet hoe een universiteit of hogeschool het intern organiseert.

HOE EN WAT: KOPPELEN KENNIS AAN MARKT

Doel: Een werkwijze om kennis te koppelen aan vraagstukken in de markt, die ook op andere thema's binnen de Leidse regio kan worden toegepast

Opdrachtgever:

Economie071

Projectboard: Gemeente Katwijk, Universiteit Leiden, Hogeschool Leiden, Ondernemersvereniging Bio Science Park

Externe partners: Bedrijven

Status: Afgerond project

Contact: Bekijk www.economie071.nl

DOORGEEFVRAAG

Vraag van Martijn Bulthuis aan Klaas Jan:

“Als jullie je doelen gehaald hebben, hoe ziet dat succes er dan uit?”

Klaas Jan: “Het succes van het dichten van de kloof tussen kennis en markt komt tot uiting in concrete samenwerkingsinitiatieven. Binnen sectoren, maar ook tussen verschillende sectoren. Denk bijvoorbeeld aan life sciences en space. Die initiatieven kunnen uiteenlopen van nieuwe producten tot geheel nieuwe ondernemingen. Door hier meer zicht op te krijgen en hierover ook te communiceren, nodigen we anderen uit om ook de kloof te overbruggen.”



NETWERKEN EN NOG EENS NETWERKEN...

Het stimuleren van ondernemerschap staat hoog op de economische agenda van de Leidse regio. Of het nu gaat om beginnende of gevestigde ondernemers, Economie071 wil bereiken dat iedereen een optimaal investeringsklimaat ervaart. Goede netwerken zijn daarbij essentieel. Daarom organiseert Economie071 jaarlijks met diverse partners events voor starters, zelfstandige professionals en ondernemers.

Beter van start met je onderneming

Loop je rond met plannen om voor jezelf te beginnen? Veel starters kunnen een steun in de rug gebruiken. Zij zijn welkom op de jaarlijkse Startersdag071, die in samenwerking met Economie071 wordt georganiseerd. Deze dag past binnen de ambities van Economie071 om ondernemerschap in de regio te stimuleren en jonge starters daarbij te ondersteunen.

Op de Startersdag071 ontvangen oriënterende starters, starters en jonge ondernemers uit de Leidse regio handreikingen en tips om hun onderneming een sterke start te geven. Er zijn bijvoor-

beeld workshops over de financiering van een startend bedrijf of het maken van een businessplan.

Meer informatie:
www.startersdagen.com/leiden2018

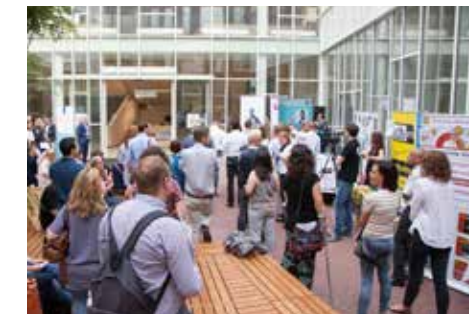


FOTO: JAN LOOS

ZZP-EVENT BRENGT NIEUW NETWERK TOT STAND

Als je als zelfstandige professional werkt in de Leidse regio, dan is het prettig om collega's uit de regio te leren kennen. Of je wilt graag specialisten spreken die je op weg kunnen helpen bij specifieke zzp-vragen.

De Kamer van Koophandel organiseerde in 2017 het zzp-event, speciaal voor zelfstandige professionals in de Leidse regio die twee tot acht jaar actief zijn. De Kamer van Koophandel werkt daarbij samen met Economie071. Een tweede editie in 2018 wordt overwogen.



Bij de laatste editie kwamen bijna 200 ondernemers naar het gemeentehuis van Oogstgeest om kennis en inspiratie op te doen en andere zelfstandige professionals uit de regio te ontmoeten. Er waren diverse sprekers, een informatiemarkt en een netwerkborrel. De bijeenkomst werd na afloop gewaardeerd met een 8,2. Een uitzonderlijk hoge score!

300 ondernemers

uit de hele regio waren afgelopen jaar aanwezig op Ondernemersdag071. Op dit evenement, dat tweemaal per jaar wordt georganiseerd, staan verbinding en samenwerking centraal. Ondernemers krijgen actuele informatie over regionale ontwikkelingen en komen op een laagdrempelige manier met elkaar in contact. Ook doen ze inspiratie op over allerlei onderwerpen: van big data en digitalisering tot het opleiden van je eigen personeel, van duurzaam ondernemen tot vastgoed als belegging. De organisatie bestaat uit de gezamenlijke ondernemersverenigingen uit de Leidse regio, Rabobank Leiden-Katwijk, Economie071 en Unity FM. De edities van 2018 zijn op 10 april en 9 oktober.

Meer informatie:
www.ondernemersdag071.nl

“Tachtig van de beginnende zelfstandigen en jonge bedrijven blijkt na 18 maanden alweer te zijn gestopt. Het gebrek aan een goede voorbereiding is daarvan meestal de oorzaak.”



EXPAT CENTRE LEIDEN:

VRAAG BAAK voor bijna alles



Als vraagbaak en kenniscentrum voor internationals en bedrijven is het Expat Centre Leiden een zichtbaar resultaat van regionale samenwerking. Hoe maak je er een succes van? Manager Corine van der Ceelen en projectleider Laura Platte delen hun ervaringen.

Waar vind ik een hondenuitlaatservice? Wanneer wordt het vuilnis opgehaald? En welke events zijn er voor internationals?
Met allerlei soorten vragen kunnen expats terecht bij het Expat Centre aan de Stationsweg in Leiden. Hier ontvangen ze bij inschrijving hun BSN-nummer en krijgen daarmee toegang tot bijna alle overheidsvoorzieningen in Nederland. Of de expat in Katwijk woont, in Voorschoten neerstrijkt of een andere gemeente in de Leidse regio, dat maakt voor de dienstverlening niet uit. Laura Platte is projectleider van het Expat Centre en houdt in de gaten of het businessplan volgens plan wordt uitgevoerd. Corine van der Ceelen is sinds augustus 2016 manager van het centrum, dat deel uitmaakt van Leiden Marketing.

Wat levert het Expat Centre Leiden de regio op?

Corine: “We zijn niet alleen een centraal punt voor internationale werknemers en bedrijven, maar we hebben ons ook ontwikkeld tot kenniscentrum voor ondernemers, overheden en de onderwijs- en kennisinstellingen. Daarmee leveren we een belangrijke bijdrage aan het internationale vestigingsklimaat in de Leidse regio. Behalve de expats helpen we bedrijven die internationaal actief zijn. Als deze bedrijven weten dat de randvoorwaarden hier goed zijn, zullen ze zich hier eerder vestigen en blijven.”

Laura: “Als expats vinden dat het hier prettig geregeld is, zijn de bedrijven ook blij. Want als de medewerkers niet goed aarden, is er een vrij groot risico dat ze voortijdig vertrekken.”

Corine: “Dat kost bedrijven ook handenvol geld. We lezen daarover diverse schattingen, maar een half miljoen euro per gezin aan kosten is een reëel bedrag. Een bedrijf vergoedt niet alleen alle verhuis- en verblijfskosten, maar moet ook een nieuwe medewerker werven.”

Hoe maak je het expats naar de zin in deze regio?

Corine: “Ik was zelf expat in Maleisië en weet nog goed hoe ik de kinderen naar school bracht. Op het schoolplein keek ik om me heen en ik dacht: en nu? Je kunt op zo’n moment heel goed hulp gebruiken om het land te leren kennen en kennis te maken met nieuwe mensen. Dat willen wij in de Leidse regio graag bieden. Het Expat Centre is daarvoor de schakel. Bij de events geven we informatie over belastingen of het onderwijssysteem in Nederland, maar bijvoorbeeld ook een introductieles tango-dansen. We willen altijd mensen met elkaar in contact brengen en zo een ‘home away from home’ creëren.”

Waarom is het belangrijk om het Expat Centre voor de hele regio te organiseren?

Laura: “In Oegstgeest hebben we niet de capaciteit en de expertise om het zelf te doen. Dat geldt ook voor de andere gemeenten. Het is daarom veel beter om dit regionaal te organiseren. Zo bundel je alle kennis en bouw je expertise op.”



CORINE VAN DER CEELLEN:
‘Gemeenten hoeven niet naar ons door te verwijzen, maar ze zouden wel gek zijn als ze het niet deden’

EXPAT CENTRE: HOE EN WAT
Doel: Een gezamenlijke dienstverlening voor internationale werknemers en bedrijven voor de Leidse regio en een kenniscentrum voor ondernemers, overheden en de onderwijs- en kennisinstellingen.
Opdrachtgever: Economie071
Initiërende partners: Gemeente Oegstgeest, LUMC
Projectboard: Gemeenten, LUMC, Universiteit Leiden, Ondernemersvereniging Bio Science Park
Externe partners: Leiden Marketing, bedrijven
Status: Lopend project
Contact: Bekijk www.expatcentreleiden.nl of stuur een e-mail aan info@expatcentreleiden.nl.

Corine: “Gemeenten hoeven niet naar ons door te verwijzen, maar ze zouden wel gek zijn als ze het niet deden. We zijn hier veel beter toegerust om expats wegwijs te maken. We bieden events aan en leuke doe-dingen in de hele regio. Ook hebben we een mooie kruisbestuiving met het Visitor Centre en Leiden Marketing.”

Laura: “Veel expats voelen zich niet gebonden aan gemeentegrenzen. Ze werken in de ene gemeente, maar ze vestigen zich in een andere gemeente vanwege de internationale school of de goede aansluiting op het openbaar vervoer. Oegstgeest en Voorschoten zijn geliefde woongemeenten, maar deze expats werken vaak in Leiden, Den Haag of Amsterdam. Met maar dertig minuten reistijd naar de hoofdstad kun je als expat hier nog steeds zeggen dat je ‘downtown Amsterdam’ woont.”

Wat was een hobbel die jullie moesten overwinnen?

Laura: “De overheidsdienstverlening bij het Expat Centre bleek ingewikkeld te zijn, waardoor het uitgroeide tot een apart project. Vooral de aansluiting van het gemeentelijke netwerk met veel privacygevoelige data had veel voeten in de aarde. Daar hebben we gelukkig een praktische oplossing voor gevonden.”

Corine: “We hebben geregeld dat de mensen van de afdeling Burgerzaken hier hun werk goed kunnen doen. Daarnaast hebben we een protocol gemaakt voor het Klantcontactcentrum, zodat zij de juiste mensen doorverwijzen naar het Expat Centre. We zijn begonnen met inschrijvingen van expats voor de gemeente Leiden. Toen dat goed werkte, volgden de expats uit de andere gemeenten.”

Laura: “Van tevoren wisten we niet om hoeveel mensen het ging, maar de toestroom kwam al snel op gang. Nu zijn we de 500 inschrijvingen al gepasseerd! Het gaat dus boven verwachting goed met het aantal inschrijvingen.”

Wat is de waarde van Economie071 voor dit project?

Corine: “Ik vind het prettig dat Laura namens alle Economie071-partners project-leider is bij het Expat Centre. Ze weet hoe je iets handig aanpakt binnen een gemeen-

WIE ZIJN DE EXPATS?

Het aantal buitenlandse kenniswerkers in de Leidse regio is de laatste jaren enorm gegroeid: een gemiddelde jaarlijkse groei van 8 procent. Als we daar het aantal ondernemers, diplomaten en werknemers van internationale organisaties en afgestudeerde buitenlandse studenten (zoekstudenten) bij optellen, hebben we ongeveer 3.600 werkende expats in de regio. Daar komen de partners en kinderen nog bij. Tachtig procent van de expats werkt in Leiden, de overigen in andere gemeenten (ook buiten de regio).

telijke organisatie. Dat vormt een goede aanvulling op mijn activiteiten als manager. Daarnaast kan ik via Economie071 snel schakelen met alle betrokken partners: van universiteit tot gemeenten, van ondernemersverenigingen tot LUMC.”

Laura: “Goede samenwerking is inderdaad vruchtbaar. Dat heeft het Expat Centre laten zien. Die ervaring nemen we mee bij de start van nieuwe projecten.”

Waar dromen jullie van?

Corine: “We willen meer diensten aanbieden en grotere aantallen expats bedienen. Daarvoor willen we graag een aansluiting met de IND, zodat expats voor alle onderdelen bij ons terechtkunnen. Ook hopen we dat nog meer gemeenten in de regio zich aansluiten. We hebben nu een businessplan voor drie jaar, maar we hebben een meerjarige betrokkenheid van de partners nodig om het centrum voort te zetten en verder te professionaliseren.”

Laura: “We zitten nog in de startfase, maar er kan hier nog een hoop gebeuren. Met de komst van de European Medicine Agency (EMA) komen er nog meer expats deze



DOORGEEFVRAAG



Vraag van Klaas Jan van der Bent aan Corine:
Geeft het Expat Centre, behalve functionele ondersteuning, ook tips om als expat aan te sluiten bij je sociale woon-omgeving in de wijk waar je woont?

Corine: “Dat doen we zeker! Je kunt op de website allerlei informatie vinden over sportclubs, kerken, gezelligheidsverenigingen en andere initiatieven voor internationals. Het is niet per wijk gesorteerd, maar voor de hele regio. Als je als expat de wereld als werkterrein ziet, zie je waarschijnlijk de hele regio wel als sport- of recreatieterrein. Daarnaast kunnen internationals bij onze helpdesk terecht voor advies over dit soort zaken.”



LAURA PLATTE:
‘We hopen dat onze expats ambassadeurs worden voor de Leidse regio’

kant op. Het feit dat we hier al een goed draaiend Expat Centre hebben gaat de regio enorm helpen. Iedereen ziet dat dit centrum goed werkt, maar het kost wel veel geld. Meer financiële betrokkenheid vanuit het bedrijfsleven is daarom de volgende stap, denk aan sponsoring. Ook zoeken we steun bij de partners om dit project een langere looptijd te geven. Dat betekent dat voortdurend communiceren over de waarde van dit project enorm belangrijk is. Draagvlak is cruciaal: niet alleen om het centrum tot een succes te maken, maar ook om het voort te zetten.”

Corine: “Zelf ben ik steeds meer actief als expert en gesprekspartner, zodat we nog meer uitgroeien tot kenniscentrum. We hopen ook dat onze expats ambassadeurs worden voor de Leidse regio. Als nieuweling ga je eerst bekenden bellen die er al wonen of er geweest zijn. We willen graag dat expats ons verhaal uitdragen aan nieuwkomers. Het is natuurlijk helemaal mooi als ze zeggen dat de Leidse regio een geweldig Expat Centre heeft.”



INTERNET OF THINGS: Slimme apparaten vereisen slimme vragen

Sensoren op straatmeubilair kunnen straten efficiënter, groener, leefbaarder en veiliger maken. Maar willen we dat ook allemaal? De partners van Economie071 verkennen het terrein met een project rondom Internet of Things. De gemeente Leiden en Hogeschool Leiden namen het voortouw.



Is je sensoren aan lantaarnpalen bevestigd, welke gegevens verzamel je daarmee dan precies? En van wie zijn die gegevens? Overheidsdiensten moeten alert zijn op dit soort kwesties, en goed voorbereid aanhaken bij aanbestedingen. Dankzij het project Internet of Things (IoT) leren de partners van de Economie071 meer over slimme technologie en de duizelingwekkende mogelijkheden daarvan. Bovendien leren ze slimme vragen te stellen over privacy, eigendom en databeheer.

Bewustzijn

Steeds meer steden kunnen alles zien, voelen en horen. Sensoren houden bij of een parkeerplek bezet is, meten geluids-overlast of signaleren dat een afvalbak moet worden geleegd. Diverse steden in Nederland zijn bezig een 'smart city' te worden, waarbij IoT gebruikt wordt om de stad te beheren en te besturen. Ook de partners van Economie071 wilden niet achterblijven. Terecht, want de opkomst van 'de digitale maatschappij' is een niet te stoppen beweging, vindt projectleider Harmen Wolf. "Het doel van dit project is om het bewustzijn op dit punt te prikkelen. Het aantal mogelijkheden is eindeloos groot, maar lang nog niet iedereen is zich daarvan bewust."

Netwerk

Een van de doelen in de Leidse regio was het realiseren van een open en regio-dekkend LoRa-netwerk met een goede signaalontvangst in de hele regio (LoRa staat voor long range – lange afstand). Een LoRa-netwerk is een Low Power Wide Area Network. Dit betekent dat je hele kleine pakketjes informatie over een lange afstand kunt communiceren met een hele lage energievraag. De sensors zitten bijvoorbeeld op fietsen om de locatie door te geven bij een fietsdeelsysteem. Dit LoRa-netwerk ligt er nu. Het biedt gemeenten mogelijkheden om pilots te organiseren rond het thema en geeft ondernemers en studenten ruimte voor experimenten. Zo houdt de afdeling Beheer van de gemeente Leiden met sensors het vulniveau van afvalbakken in de gaten. "Hierdoor krijgen ze beter inzicht in welke afvalbak wel of niet gebruikt wordt en kunnen ze de rijroutes optimaliseren", vertelt Harmen. "Dat scheelt geld en verkeersbewegingen."

Challenges

Inmiddels is er ook een gevarieerd programma opgezet met gemeenten, ondernemers en onderwijs om te experimenteren met de nieuwe toepassingen. Studenten van Hogeschool Leiden (mediatechnologie, sensortechnologie en Forensische ICT) doen mee aan zogeheten challenges en voeren opdrachten uit. Ook studenten van

'Af en toe mag de regio zichzelf iets meer op de borst kloppen'

SMART CITIES

Voor de minor Sensor Technologie van Hogeschool Leiden ontwerpen studenten slimme toepassingen voor in de stad en de Leidse regio. Zeven groepen studenten werken aan opdrachten voor onder andere de gemeente Leiden (drijfafval & brug- en vaarbewegingen), Ondernemersvereniging Bio Science Park (fietsverlichting), gemeente Zoeterwoude (fietsbewegingen) en gemeente Oegstgeest (foutparkeren en veiligheid zebrapaden).



de opleiding Commerciële Economie van de Hogeschool en studenten van mboRijnland deden mee aan diverse challenges. “Als studenten met concrete opdrachten werken, schiet hun motivatie omhoog”, zegt Harmen. “Ze bezorgen gemeenten bovendien inzichten die ze anders niet gekregen hadden. Het komend jaar wordt daardoor ook het kennisniveau over data-technologie al een stuk hoger.”

Wie is de eigenaar?

Toch zijn er ook nog veel vragen rondom IoT. Zijn de gegevens die een sensor verzamelt van de gemeente of van het bedrijf dat de sensoren ophangt? Of kan de burger het eigenaarschap opeisen van de dataspooren die hij achterlaat? En wat betekent het voor de privacy of de keuzevrijheid van mensen om hier onderdeel van te zijn?

Dit regionale project is het perfecte middel om dit onderwerp op de kaart te zetten en meer antwoorden te vinden, vindt Harmen Wolf. Neem Smart Beach in Katwijk, waar polsbandjes ontwikkeld worden voor kinderen op het strand. Dankzij de bandjes kan de reddingsbrigade kwijtgeraakte kinderen sneller terugvinden. “Maar gaan ouders daardoor minder opletten? Dat is een

‘We laten dit voornamelijk organisch tot stand komen en stimuleren vooral het enthousiasme. Bij de een gaat dat sneller dan bij de ander, maar dat is geen probleem.’

MEET DE KLAS

Bij het project Meet de Klas werken de GGD, Pabo Hogeschool Leiden, een klein technologiebedrijf en basisscholen door de gehele regio mee aan het gezonder maken van het binnenmilieu in klaslokalen. De sensoren meten het CO₂-gehalte en de temperatuur in de klassen. “Dit doen we door de techniek achter de meting naar de kinderen toe te brengen”, zegt Harmen Wolf. “Zo slaan we twee vliegen in één klap. We krijgen zicht op het binnenmilieu van klaslokalen en we bieden een techniekprogramma voor de basisschool.”

INTERNET OF THINGS: HOE EN WAT?

Doel: Het aanleggen van een LoRa-netwerk, het organiseren van een programma dat gebruikmaakt van deze faciliteit en het creëren van een nieuw sociaal netwerk rondom het thema Internet of Things om samen te experimenteren met slimme toepassingen.

Opdrachtgever:

Economie071

Projectboard: Gemeente Leiden, Hogeschool Leiden, Universiteit Leiden, gemeente Katwijk, LUMC, gemeente Leiderdorp, mboRijnland en gemeente Voorschoten

Status: Nieuw project

Contact: Bekijk www.economie071.nl



DOORGEEFVRAAG



Vraag van Laura Platte aan Harmen:

Internet of Things is een breed begrip. Hoe geef je er handen en voeten aan in de regio? En hoe kun je op een slimme manier lokale en regionale aspecten met elkaar verbinden?

Harmen: “We voegen alleen maar connectiviteit, energie en rekenkrachten toe aan de omgeving, om er data uit te halen. Daarmee willen we leefsituaties, productieprocessen of iets anders verbeteren. Dat is inderdaad breed, en daarom valt er ook zo veel te leren. Dat doen we met concrete toepassingen. In Oegstgeest hebben studenten apparatuur bij zebrapaden aangebracht die *real time* meet hoeveel mensen er passeren en met welke snelheid auto's de zebra naderen. Uiteindelijk kun je daar acties aan verbinden, zoals lampjes die in het donker oplichten bij naderende voetgangers, om de veiligheid te bevorderen.”

van de concrete vragen waarover we nu moeten nadenken. Wat doen we met deze gegevens? Hoe ver willen we gaan?”

Kleinschalig

Die discussie is daarom ook onderdeel van het project. “We zijn niet alleen de regio van de ontdekkingen, maar ook van de discussie, de reflectie en de sociale inpassing”, aldus Harmen. “Dankzij Economie071 hebben we de perfecte mix van partners aan tafel om hier meer over te leren. Dat bevalt mij persoonlijk erg goed. Hoe snel de markt gaat hebben we niet in de hand. Maar we hebben wél controle over ons kennisniveau.”

Het kleinschalige karakter van het project maakt het gemakkelijker om van alles uit te proberen. “We hebben nu geen grote aanbestedingen waarmee meteen veel geld gemoeid is. Daardoor hebben we ook de vrijheid om dingen fout te laten gaan. Je kunt ook snel van start zonder veel ballast. Zo wordt de waterstand in dit gebied op drie plekken gemeten. Dan zijn er nog nauwelijks afspraken nodig over eigenaarschap van de data.”

Leefomgeving

Hoe is het voor Harmen om voor drie

werkvelden te werken op de schaal van de Leidse regio? “IoT is voor veel organisaties een groot, onbekend terrein”, zegt hij. “Daardoor is het moeilijk een plek in de eigen organisatie aan te wijzen waar de digitale ontwikkeling onder valt. We laten dit voornamelijk organisch tot stand komen en stimuleren vooral het enthousiasme. Bij de een gaat dat sneller dan bij de ander, maar dat is geen probleem. Het gaat nu vooral om leren door te experimenteren en kennis te delen.”

Het is de ambitie om het thema IoT in de toekomst via een breder platform vorm te geven. Dat platform moet over het geheel aan activiteiten vertellen, vanuit de drie invalshoeken van Economie071: overheid, onderwijs en ondernemers.

“Op dit moment zijn er al veel projecten die hiermee te maken hebben, maar die zijn vaak nog niet zichtbaar genoeg”, meent Harmen. “Er zijn veel mogelijkheden voor IoT, bijvoorbeeld bij de Unmanned Valley in Katwijk. Maar je kunt pas meters maken als je de bijbehorende krachten bij elkaar brengt. Dan kun je ook beter de bijbehorende verhalen vertellen. Af en toe mag de regio zichzelf iets meer op de borst kloppen.”

DUURZAAM ONDERNEMEN EN CIRCULAIRE ECONOMIE

Op zoek naar projecten met **MAGNEETKRACHT**



Consultant Erik van Dam adviseert bedrijven omtrent duurzaam ondernemen. Voor Economie071 onderzoekt hij hoe dit thema voor de Leidse regio op een hoger niveau kan worden gebracht. Caroline Gerritsma is projectleider duurzaam ondernemen bij de gemeente Leiden en verkent de mogelijkheden om de circulaire economie in de regio flink te stimuleren. Aan de hand van vijf stellingen doen zij hun verhaal.



STELLING 1

Duurzaam ondernemen is pas interessant voor ondernemers als zij er winst mee kunnen behalen.

Erik: "People, planet en profit moeten met elkaar in evenwicht zijn. Veel directieuren-grootaandeelhouders hebben duurzaamheid omarmd, maar hebben de relatie met de financiële doelstellingen van hun bedrijf vaak nog niet scherp op het netvlies. Die spanning tussen duurzaamheid en geld verdienen, hoe los je dat op? Ik vind het mooi hoe bestuursvoorzitter Feike Sijbesma van DSM dat formuleert: 'We moeten van maatschappelijk verantwoord ondernemen naar duurzaamheid als bron van groei'. Als je heel dicht bij de kernactiviteiten blijft, kan de ondernemer er wat mee. Dus mijn boodschap is: laat je duurzame activiteiten strak aansluiten op je commerciële doelstellingen."

Caroline: "Veel bedrijven die succesvol zijn op dit gebied, hebben heel scherp *waarom* ze dit doen. Het hoe en wat volgt daarna. Als je je eigen ambitie helder hebt, trek je bovendien ook anderen aan om hierover mee te denken. Een heel mooi voorbeeld in onze regio is Heineken. Ze willen de meest duurzame brouwerij van Europa worden en zijn naast het verduurzamen van de brouwerij ook erg gericht op de omgeving, met onder andere windenergie voor de bewoners van Zoeterwoude en acties om de biodiversiteit te vergroten en bijensterfte tegen te gaan. Het bedrijf integreert energie, biodiversiteit en andere zaken in de bedrijfsvoering, en trekt daarmee veel andere partijen naar zich toe. Heineken is ook één van de initiatiefnemers van het netwerk de Groene Groeiers. Dit is een platform opgezet in samenwerking met VNO-NCW, waar duurzame ondernemers, overheden en kennisinstellingen elkaar verder helpen met duurzame uitdagingen."

STELLING 2

De meeste ondernemers voelen zich betrokken bij duurzaam ondernemen, maar weten kansen niet commercieel te benutten.

Erik: “Daar zit een kern van waarheid in. De meeste bedrijven die we tot nu toe hebben gesproken, werken bijvoorbeeld aan energiebesparing of investeren in zonnepanelen. En als de klant erom vraagt wordt een groenere oplossing voorgesteld. Ze voelen zich betrokken en komen in actie, maar van een systematische, commerciële en strategische aanpak is nog nauwelijks sprake. Als je op een strategisch niveau duurzaam wilt ondernemen, moet je een flinke stap verder gaan. Daarbij moet je buiten de grenzen van je bedrijf kijken. Ga bijvoorbeeld met je klanten in gesprek hoe je kunt bijdragen aan hun doelstellingen op het gebied van duurzaamheid. Veel ondernemers zijn zich nog onvoldoende bewust van de kansen in de markt. Ook geven ze aan dat ze opgeslokt worden in ‘het draaiend houden van de business’. De meeste aandacht gaat uit naar kwaliteitsbewaking, efficiency van de bedrijfsvoering en het binnenhalen van klanten. Evengoed zijn alle geïnterviewde bedrijven geïnteresseerd in de strategische en commerciële aanpak van duurzaam ondernemen, die vanuit Hogeschool Leiden al op kleine schaal wordt toegepast. Ook zijn zij bereid tot actieve kennisuitwisseling met collega-ondernemers. Onze eerste uitdaging is nu om bedrijven met een omzet van vijf miljoen of meer, ook te laten zien welke kansen er zijn. Dat zijn naar schatting zo’n 400 bedrijven in deze regio. En die kansen zijn er zeker. Met Hotel Leiden, bakkerij Van Maanen, Brouwer’s Tours en bloembollenexporteur Fred. de Meulder hebben we daar al systematisch naar gekeken. Dat leverde grote eye openers op. In een van de projecten hebben we zelfs een nieuwe markt benoemd, die voorheen nog niet op hun netvlies stond.”

STELLING 3

De Leidse regio kan alleen het verschil maken met duurzaam ondernemen en circulaire economie met hoge regionale ambities.



CAROLINE GERRITSM:
‘Zeker als we als regio het verschil willen maken bij circulaire economie, moeten we wat durven laten zien’

CIRCULAIRE ECONOMIE: HOE EN WAT?
Doel: Hoe kan de stap worden gemaakt van een lineaire naar een circulaire economie? En waar liggen de kansen en mogelijkheden voor ondernemers om daaraan bij te dragen?
Aanpak: Voor dit project onderzoekt Caroline Gerritsma hoe ondernemers, onderwijsinstellingen en overheden elkaar kunnen versterken, bijvoorbeeld door initiatieven te delen, ervaringen uit te wisselen en krachten te bundelen.
Opdrachtgever: Economie071
Partners: LUMC, Universiteit Leiden, Gemeente Zoeterwoude, Katwijkse Ondernemersvereniging (KOV) en Gemeente Katwijk.
Status: Verkenning/aanjaagfase
Contact: Bekijk www.economie071.nl.

Caroline: “Er gebeurt al heel veel in de regio’s om ons heen, zoals Almere, Haarlemmermeer, Amsterdam, Den Haag-Rotterdam en het Groene Hart. Als de Leidse regio hierin het verschil wil maken, moeten onze ambities ook hoog zijn. Daarbij is het de vraag hoe ondernemers in de regio meer kunnen profiteren van de Universiteit Leiden als hét kenniscentrum op het gebied van circulaire economie. Hoe kunnen we de kenniskracht van universiteit en hogeschool inzetten bij het creëren van kennis en mogelijkheden voor ondernemers?
Hiervoor willen we goede voorbeelden tastbaar en zichtbaar maken. Bij circulaire economie denken mensen vaak aan het voorkómen van afval of het opnieuw gebruiken van afval(stromen) die de lineaire economie veroorzaakt. Zo kan het afval van de een de grondstof zijn voor de ander. Bij circulaire economie gaat het ook om nieuwe, onverwachte en slimme koppelingen en andere producten en productieprocessen die daadwerkelijk circulair zijn. HUBspot is een prachtige plek om die koppelingen tot stand te brengen, want hier zijn pareltjes te vinden op het gebied van innovatief, duurzaam ondernemerschap. Hier worden duurzaamheid en circulair denken van meet af aan meegenomen in het businessmodel.”

STELLING 4

Ondernemingen hebben allereerst meer kennis nodig over duurzaam ondernemen en de circulaire economie.

Erik: “Als mkb-bedrijven op strategische niveau met duurzaamheid aan de slag gaan, is er zeker geld te verdienen. Maar ze hebben vaak niet de benodigde kennis en ze zitten tot hun nek in de operationele activiteiten. We kijken daarom hoe bedrijven eerst binnen de kernactiviteiten een comfortabele stap kunnen doen richting duurzaamheid. Het moeten activiteiten zijn die ze relatief snel terugverdienen. Daarbij neem je de behoeften van de klant op het gebied van duurzaamheid als beginpunt. Vervolgens

kan de directeur-groootaandeelhouder beslissen een deel van de opbrengsten te investeren in activiteiten, bijvoorbeeld in het ontwikkelen van circulaire businessmodellen.”
Caroline: “Ook koppelingen van diverse partijen zijn erg interessant. Diverse bouwbedrijven die verbonden zijn aan de Katwijkse Ondernemersvereniging zijn actief bezig met energievraagstukken, maar hebben behoefte aan veel meer kennis over circulaire economie. Wetenschappers van de Universiteit Leiden kunnen de bouwwereld inspireren met goede voorbeelden, denk aan hun kennis op het gebied van materialen.”

STELLING 5

Economie071 is een cruciaal platform om initiatieven op het gebied van duurzaam ondernemen en circulaire economie naar een hoger niveau te tillen.

Erik: “De samenwerking tussen ondernemers, onderwijs en overheid biedt de mogelijkheid om de ontwikkelde commerciële en strategische aanpak van duurzaam ondernemen uit te breiden. Hoe kun je bijvoorbeeld studenten hieraan laten bijdragen en er telkens weer op verder laten bouwen? Hoe kunnen de gemeenten duurzaam ondernemen stimuleren? Met Hogeschool Leiden, Universiteit Leiden en de gemeenten kunnen we een krachtige impuls geven aan duurzame economische groei in deze regio. Daarbij voorzien we ook samenwerking met Stichting 20duurzaam20 uit Katwijk, het MVO-platform SPARK in Leiden en de ondernemersverenigingen in de regio. De voorwaarde van de ondernemersverenigingen is wel dat we niet iets gaan ontwikkelen en daarna pas de markt induwen. Dus daarom onderzoeken we nu welke ondernemers kansen zien voor proefprojecten en bereid zijn om hun kennis te delen. Daar is ruime belangstelling voor.”
Caroline: “Iedereen heeft hierin zijn eigen verantwoordelijkheid, maar de regionale samenwerking maakt het wel krachtig. Economie071 is een platform waarin alle partijen die we nodig hebben al meedoen. Mijn opdracht binnen Economie071 heeft



ERIK VAN DAM:
‘We onderzoeken welke ondernemers kansen zien voor proefprojecten en hun kennis willen delen. Daar is ruime belangstelling voor.’

in deze korte verkennende periode al zeer waardevolle informatie en nieuwe contacten opgeleverd. Het gevoel dat je onderdeel bent van een groter geheel geeft energie. Kennis hierover delen, samen nieuwe wegen ontdekken, constant in verbinding voor vernieuwing om zo de toekomst voor huidige en volgende generaties beter, mooier achter te laten, dat is wat mij motiveert. Zeker als we als regio het verschil willen maken bij circulaire economie, moeten we wat durven laten zien. Bij een bedrijf op het Bio Science Park worden hoogwaardige stoffen uit planten gehaald als grondstof voor andere producten. Houd dat vooral niet achter gesloten deuren, maar maak het zichtbaar in de stad. We zijn daarom op zoek naar iconische projecten, zodat initiatieven op dit terrein ook bijdragen aan de ambitie van de partners van Economie071 om zich te profileren als kennisregio.”



DOORGEEFVRAAG



Vraag van Harmen Wolf aan Caroline:
Hoe kunnen sensortechnologie en data een rol spelen bij het organiseren en implementeren van de regionale circulaire economie?
Caroline: “Het verzamelen van data speelt zeker een rol bij het stimuleren van de regionale circulaire economie. Denk aan informatie over grondstofstromen; binnen een bepaalde sector of binnen een bepaald gebied, van de schaal van een bedrijventerrein tot de stad of regio. Van sensortechnologie weet ik eerlijk gezegd nog te weinig, maar het ligt voor de hand dat genoemde data ook afkomstig kunnen zijn van sensoren. Het is voor bedrijven handig dat het benodigde LoRa-netwerk nu via het project Internet of Things van Economie071 is aangelegd. We moeten bedrijven uitnodigen hier gebruik van te maken.”

INNOVEREN IN INVESTEREN IN



ONDERWIJS IS SAMENWERKING



De Leidse regio heeft behoefte aan meer hoogopgeleide medewerkers én aan een brede basis van medewerkers op mbo-niveau. De onderwijsinstellingen hebben op alle niveaus de koppen bij elkaar gestoken in het project Aansluiting Onderwijs en Arbeidsmarkt. Twee leden van de Kenniskring Onderwijs van dit project, Vincent Raphael en Nieke Campagne, vertellen hoe zij meer mensen met ondernemende vaardigheden opleiden.

VINCENT RAPHAEL, VMBO BOERHAAVELAAN:

Soepel van vmbo naar mbo

Hoe breng je een doorlopende, praktijkgerichte leerlijn tot stand tussen het vmbo en het mbo? En hoe maak je goede verbindingen tussen het onderwijs en de arbeidsmarkt? Op VMBO Boerhaavelaan in Leiden houdt Vincent Raphael zich namens Stichting Confessioneel Onderwijs Leiden (SCOL) bezig met die vraagstukken.



Hoe werken jullie aan ondernemersvaardigheden bij de leerlingen?
“Op de huidige locatie van VMBO Boerhaavelaan komt een nieuw gebouw, waarin alle ambities zichtbaar worden: buitenschools leren, maatwerk in begeleiding, duurzaamheid, ondernemerschap en differentiatie in leren. De ondernemersvaardigheden komen bijvoorbeeld terug in de opdracht om een bedrijfsplan op te stellen. Maar er is ook een samenwerkingsverband met de Zijlstroom om gezamenlijk evenementen te doen en een pop-up-restaurant te runnen. Hier kunnen leerlingen hun eerste echte horeca-ervaringen opdoen. Met succes, want het aantal aanmeldingen voor het horecaprofiel is sindsdien enorm gegroeid.”

Hoe werken jullie samen aan doorlopende leerlijnen?
“Alle inspanningen zijn erop gericht om de profielkeuzes en beroepsoriëntatie van leerlingen te verbeteren. Het buitenschools leren biedt praktijkervaring. Daarbij werken we nauw samen met mboRijnland. We hopen zo te bereiken dat er minder schooluitvallers zijn. Onze leerlingen maken al in hun tweede jaar hun profielkeuze, waarbij ze ervaring opdoen met de beroepspraktijk. Als je voor het beroep van verzorgende kiest, moet je ook oudere mensen verschonen. Alleen

koffiedrinken met ouderen is niet genoeg. Als je op tijd ontdekt dat dit niets voor je is, kun je een andere keuze maken.”

Wat levert de samenwerking met de partners van Economie071 tot nu toe op?
“We hebben dankzij deze samenwerking onze nieuwbouw kunnen vervroegen. Onderwijsvernieuwingen zijn onlosmakelijk verbonden met andere faciliteiten. De gemeente was bereid mee te denken, zodat we in 2018 starten met de bouw. Dat had veel later kunnen worden. Binnen dit project doen we heel veel kennis op bij elkaar. Daarnaast vind ik het heel handig om kortere lijnen te hebben met partners binnen het bedrijfsleven.”

Een van de onderdelen van Aansluiting Onderwijs en Arbeidsmarkt is het realiseren van doorlopende leerlijnen. Hoe doen jullie dat?
“We kunnen in het nieuwe gebouw oefenen met nieuwe vormen van onderwijs. Maar onze grootste uitdaging is hoe je de samenwerking met het bedrijfsleven opbouwt, goed houdt en langdurig laat zijn. We willen niet dat het alleen maar ‘een project’ is; daarvoor zijn verbindingen met het bedrijfsleven te belangrijk. Het bedrijfsleven wil graag met scholen samenwerken, maar onderwijsorganisaties



‘Onze grootste uitdaging is hoe je de samenwerking met het bedrijfsleven opbouwt, goed houdt en langdurig laat zijn’

reageren vaak behoorlijk traag. Voor je het weet loop je als school daardoor enorm achter op de beroepspraktijk.”

Wat is er nodig om dat te verbeteren en tot blijvende samenwerking te komen?
“Op het snijvlak van onderwijs, bedrijfsleven en overheid hebben we in ieder geval vaste verbindingsofficieren nodig. Mensen die geen les geven, maar zich uitsluitend bezighouden met de bedrijfscontacten. Met bestaande bedrijven die al stageplaatsen leveren, maar vooral ook met nieuwe bedrijven die nu nog niet zijn aangehaakt. Zo bouw je een netwerk op dat waardevol is voor de school, de scholieren en het bedrijfsleven. Zo komt er ook een betere aansluiting tussen het onderwijs en de vaardigheden die nodig zijn op de werkvloer. Als je samenwerkt met het bedrijfsleven, verander je meteen ook het onderwijs. In dat laatste zit de ware innovatiekracht.”

Wat is je belangrijkste advies aan gemeenten?

“Gemeenten moeten breed blijven uitdragen hoe belangrijk dwarsverbanden zijn voor scholen. Bovenschoolse samenwerking met alle partijen is een belangrijke voorwaarde om goed onderwijs te kunnen geven. Je moet van elkaar kunnen leren en elkaar inspireren, in plaats van dat ieder het wiel steeds opnieuw uitvindt. Gemeenten kunnen vanuit hun ervaring scholen tot die samenwerking verleiden.”

Wat hoop je over vijf jaar te zien op deze locatie?
“Ik hoop dat de betrokkenen hebben doorgezet, zodat hier straks een voorbeeldschool staat waar iedereen trots op is. Ik hoop ook dat de nieuwe beroepsprofielen onze leerlingen goed voorbereid hebben op het vervolgonderwijs en de arbeidsmarkt. Het moet voor leerlingen aantrekkelijk zijn om door te leren en zich verder te ontwikkelen, bij voorkeur in een beroepsrichting met een goed perspectief op de arbeidsmarkt. We moeten dus vooral opleiden voor de banen van de toekomst.”

AANSLUITING ONDERWIJS EN ARBEIDSMARKT: WAT EN HOE
Doel: De aansluiting van het onderwijs op de arbeidsmarkt door het ontwikkelen van ‘ondernemende vaardigheden’ in de opleidingsprogramma’s van vmbo, mbo, hogeschool en universiteit. Daarbij horen voldoende leerwerkplaatsen en stageplekken.
Aanpak: Uitwisselen van kennis van de huidige en toekomstige arbeidsmarkt in een kenniskring en samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven.
Opdrachtgever: Economie071
Projectboard: Alle organisaties en bedrijven die inhoudelijk initiatieven ontwikkelen op de gestelde focus binnen het thema Aansluiting onderwijs en arbeidsmarkt. Tot nu toe zijn dat Universiteit Leiden, Hogeschool Leiden, SKOL Bonaventura, Gemeente Leiden, Rabobank Leiden-Katwijk, Ons Platform, mboRijnland en VNO-NCW.
Status: Lopend project
Contact: Bekijk www.economie071.nl

PROJECTLEIDER NIEKE CAMPAGNE:

Universiteit kijkt meer naar de buitenwereld

Studenten van de Universiteit Leiden en werkgevers in de Leidse regio hebben elkaar veel te bieden. Nieke Campagne zet zich als projectleider namens de universiteit in om bruggen te slaan tussen beide werelden.

Hoe proberen jullie het universitaire onderwijs te laten aansluiten bij de arbeidsmarkt?

“Dat doen we op drie manieren. Allereerst kunnen studenten in het bestaande curriculum meer werken aan vaardigheden die ze nodig hebben op de arbeidsmarkt. Denk aan netwerken en analytische vaardigheden. Daarnaast versterken we de services voor studenten, zoals hulp bij het opstellen van een cv. Tenslotte werken we meer samen met werkgevers in de regio. Als Leidse universiteit kijken we nadrukkelijk hoe we de aansluiting met de regionale arbeidsmarkt kunnen realiseren. We hebben zo ongelooflijk veel studenten dat we de regio meer van hun denkracht willen laten profiteren. Dat doen we in de vorm van stages en projecten, voor onderzoeken en voor maatschappelijke en commerciële doeleinden. Ook werken we aan ondernemersvaardigheden voor startende ondernemers. Studenten kunnen daarvoor terecht bij HUBspot Leiden, het centrum voor innovatie en ondernemerschap.”

Wat zijn daarvan de zichtbare resultaten?

“Binnenkort starten we met een digitale portal, waar werkgevers hun vragen voor stageplekken en projecten direct bij ons kwijt kunnen. Daarmee hopen we beide werelden bij elkaar te brengen. We hebben een toenemend aantal onderzoekopdrachten in de regio en stages waarmee studenten van het bedrijfsleven kunnen proeven.

We werken nu met negentien opleidingen al aan versterking van de aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt. Het is de bedoeling dat meer opleidingen volgen. Daarnaast hebben we in onze onderwijsvisie vastgelegd dat vaardigheden als samenwerken en problemen analyseren meer in het curriculum worden opgenomen. Hoe we dit precies gaan doen, werken we de komende tijd uit met diverse partners binnen de universiteit.”

Waarom is de aansluiting op de arbeidsmarkt belangrijk voor universiteiten?

“De arbeidsmarkt verandert ongelooflijk snel, net als de technologische ontwikkelingen. De baan van vandaag bestaat wellicht over vijf jaar niet meer. Dat betekent dat studenten hun eigen loopbaan moeten kunnen vormgeven. Werkgevers hebben bovendien veel behoefte aan starters die op een bepaald niveau al wat weten van de wereld waarin zij terechtkomen, zodat ze sneller kunnen schakelen. Een student moet bijvoorbeeld ook internationaal kunnen werken. Ook voor de samenleving is de aansluiting met de universitaire wereld van groot belang. We hebben hier ongelooflijk veel denkracht, waarvan allerlei regionale projecten kunnen profiteren. We willen bijvoorbeeld een business challenge opzetten over Internet of Things, waar studenten nadenken over digitale oplossingen voor allerlei vraagstukken.”

Wat levert de samenwerking met de andere partners binnen Economie071 jou op?

“Dankzij dit platform staan we direct in contact met de regio, zowel gemeenten en werkgevers als andere onderwijsinstellingen. Veel meer dan voorheen weten we elkaar als onderwijsinstellingen te vinden. De manier waarop het mbo de doorlopende leerlijnen aanpakt, vind ik erg inspirerend. We kunnen veel leren van hun pragmatische inrichting van het onderwijs. Bij ons mag er soms meer naar de buitenwereld worden gekeken, net zoals ook al op hogescholen gebeurt. Deze kennisuitwisseling is enorm nuttig voor mijn werk, dus ik vind Economie071 van grote toegevoegde waarde.”

Waar loop je tegenaan bij dit project?

“We hebben als universiteit een gemeenschappelijk doel om studenten goed voor te bereiden op hun toekomst. Een wetenschappelijke carrière vraagt al om goede voorbereiding, maar het grootste deel van onze studenten gaat juist in andere sectoren aan het werk. Als consultant, beleidsmedewerker of ontwikkelaar. Goede voorbereiding is essentieel. De uitdaging is om iedereen, ook de wetenschappelijke staf, hierbij te betrekken. Het kost behoorlijk wat inspanning om iedereen te overtuigen van het belang daarvan.”



‘Veel meer dan voorheen weten we elkaar als onderwijsinstellingen te vinden’

Wat zijn de vaardigheden die studenten in ieder geval in huis moeten hebben om een goede plek te vinden op de arbeidsmarkt?

“Studenten moeten weten hoe je aan zelf-analyse doet, hoe je jezelf in de markt zet en hoe je van waarde blijft op de arbeidsmarkt. Daarmee kunnen ze bij werkgevers aangeven wat ze waard zijn, welke competenties ze in huis hebben en hoe ze problemen analyseren. Daarnaast hebben ze professionele vaardigheden nodig, bijvoorbeeld op het gebied van beleidsontwikkeling of projectmanagement. Wie Archeologie studeert, heeft bijvoorbeeld een grote kans om projectleider te worden. In de eerste plaats moeten studenten natuurlijk goed onderzoek kunnen doen, bronnen kunnen beoordelen en weten hoe je de resultaten opschrijft en presenteert. Maar je hebt dus zeker ook andere vaardigheden nodig.”

Wanneer is dit project geslaagd?

“Uiteindelijk is het de bedoeling dat reflectie en vaardigheden permanent verankerd zitten in het curriculum van alle opleidingen, en dat we een goed geolied netwerk van *career services* en diensten hieromheen hebben. Maar dat heeft tijd nodig. Over drie jaar hoop ik dat het hele ecosysteem van vaardigheden en arbeidsmarktvoorbereiding er staat.”



DOORGEEFVRAAG



Vraag van Erik van Dam aan Nieke:

Hoe geeft de Universiteit Leiden vorm aan sociaal ondernemerschap?

Nieke: “De betrokkenheid bij de maatschappij is voor ons een speerpunt. Het Leidse University College heeft een communityproject in Den Haag, wat een voorbeeld moet worden voor sociaal ondernemerschap. We kijken hoe we business challenges met maatschappelijke onderwerpen kunnen doen om dit verder inhoud te geven.”

Samenwerken is een vorm van **doe-het-zelf**

DOOR JASMIJN BONGERS, PROGRAMMAMANAGER

Programmamanager Jasmijn Bongers geeft een update over Economie071, waarbij samenwerking, keuzes maken, diversiteit, daadkracht en doe-het-zelfen de revue passeren. Ze sluit af met haar droom voor Economie071.

Voecht een project van Economie071 iets toe aan de eigen organisatie en aan de regio als geheel? Willen we als partner zelf bijdragen aan een project? En belangrijker nog: boeken we zichtbare resultaten? Dat zijn de vragen die partners van onze agenda zich regelmatig stellen. Goede en terechte vragen. Het stellen ervan houdt onze samenwerking scherp en bevestigt: 'Economie071 ben je zelf.' Je moet er zelf in geloven en investeren en dan kunnen we met elkaar iets moois bouwen.

Samenwerking vergt tijd en energie

Op dit moment werken we aan negen projecten bij Economie071. Daarnaast onderzoeken we nieuwe projectmogelijkheden op het gebied van duurzaamheid, mobiliteit en arbeidsmarkt van de toekomst. Partners kiezen zelf bij welke projecten ze instappen en waaraan ze capaciteit en financiële middelen leveren. Zo werken we alleen aan projecten waar eigenaarschap voor is en waar we energie bij voelen. Dat wil niet zeggen dat het altijd gemakkelijk is, want samenwerking vergt vaak veel tijd en energie. Zo is het een uitdaging om met partners uit verschillende werkvelden besluiten te nemen. Als je voor een gemeente werkt, heb je andere dingen nodig dan wanneer je voor een onderwijsinstelling werkt. Een beleidsmedewerker heeft een andere achtergrond dan een winkelier of ondernemer. Een bestuurder van een kennisinstelling of een wethouder spreekt een andere taal dan de leider van een internationaal bedrijf.

Verschillend tempo

Ook zien we verschillende tempo's in de drie werkvelden. Dat heeft niets met hard werken te maken, maar alles met de gelaagdheid van de organisaties en de mandaten van onze partners. De gemeenten hebben de gemeenteraad als achterban en doen soms lang over de besluitvorming. De bestuurders van de scholen en de universiteit kunnen sneller schakelen, maar de afzonderlijke colleges en facul-

teiten moeten de ontwikkelingen ook kennen en steunen. Ondernemers zijn snel in hun beslissingen, maar hebben niet altijd de mogelijkheid geld en capaciteit in te zetten. Tegelijkertijd zie ik ook belangrijke overeenkomsten. Alle partners moeten namelijk weten wat er nodig is om het draagvlak in hun eigen organisatie of achterban vast te houden. Je moet er blijvend aandacht aan besteden.

Koers houden

Als programmabureau hebben we goed zicht op de lopende projecten en brengen partijen uit de drie werkvelden bij elkaar. Als programmamanager ben ik altijd op zoek naar kansen om elkaar te versterken en mogelijkheden om partners met elkaar te verbinden. Bij het programmabureau van Economie071 werken we met een klein en flexibel team. Onze taak is koers houden op de vastgestelde agenda, tempo maken in de uitvoering en in samenhang over het programma communiceren. Daarbij werken we nauw samen met de projectleiders, de beleidsmedewerkers en de communicatieadviseurs van onze veertien partners.

Doe-het-zelf

Ik ben trots op onze samenwerking en dat we zo snel tot resultaten weten te komen. We krijgen daarbij steeds meer ambassadeurs die het verhaal van Economie071 kunnen vertalen naar de eigen organisatie. Die bekendheid is voor ons essentieel om resultaten van de projecten met kennis van onze partners beter te maken. Hiermee vergroten we onze impact.

Ik zie samenwerken daarom als een vorm van doe-het-zelfen. Want als je zelf niet het initiatief neemt om aan te haken en met voorstellen te komen, dan gebeurt er weinig.

Daadkracht

Ik vind het sterk dat we over gemeentegrenzen en werkvelden heen tot deze slagvaardige samenwerkingsvorm zijn gekomen. Over drie jaar hoop ik dat de samenwerking nog sterker is. Met nieuwe thema's houden we onze daadkracht vast, waarbij partners steeds meer zelf de initiatieven nemen. Mijn droom: als je iets wilt bereiken op economisch gebied in deze regio, dan kun je niet meer om Economie071 heen.



DOORGEEFVRAAG

Vraag van Nieke
Campagne aan Jasmijn:

Hoe ziet in 2020 de ideale economische agenda eruit?

Wat wil je nog verbeterd zien?

Jasmijn: "Voor mij ziet de ideale agenda in 2020 er op hoofdlijnen hetzelfde uit, namelijk een economische samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen. Ik ben tevreden als partijen elkaar moeiteloos weten te vinden als het gaat om regionale vraagstukken die een gezamenlijke aanpak vragen om de economie van de toekomst te laten floreren. We zijn in staat snel in te spelen op innovaties en hebben als Leidse regio voldoende slagkracht opgebouwd om snel kansen te verzilveren. Daarbij is commitment van de partnerorganisaties aan de agenda de basis van het succes."



'Ik vind het sterk dat we over gemeentegrenzen en werkvelden heen tot deze slagvaardige samenwerkingsvorm zijn gekomen'



‘We hebben een winkel met veel aanbod, maar we zetten Life Sciences & Health bewust in de etalage. Zo kunnen we gericht werken aan het binnenhalen van nog meer congressen, maar ook investeerders en ondernemers verleiden.’

‘We hebben heel gemakkelijk toegang tot wethouders, werkgeversorganisaties en financiers. Veelal krijgen onze plannen een enthousiast onthaal.’

‘Zeker als we als regio het verschil willen maken bij circulaire economie, moeten we wat durven laten zien.’

‘Dankzij het project Internet of Things leren de partners van de Economie071 meer over slimme technologie en de duizelingwekkende mogelijkheden daarvan.’

‘Bedrijventerreinen zijn belangrijk voor onze regionale economie. De bedrijven op deze terreinen zorgen voor een derde van de werkgelegenheid in onze regio. Dat zijn 42.500 banen.’

‘HUBspot Leiden is binnen een jaar een bruisende plek geworden waar nieuwe ideeën, initiatieven en samenwerkingen ontstaan.’

HOE KAN IK (OF MIJN ORGANISATIE) EEN BIJDRAGE LEVEREN AAN ECONOMIE071?

Vanuit het programmabureau bevragen we partners van de economische agenda regelmatig op kansen voor nieuwe projecten. Iedereen die betrokken is bij een project, praten we tijdens de Daten en Delen-sessies bij over de stand van zaken. Daarbij

bespreken we ook hoe je zelf een bijdrage kunt leveren aan de agenda.

Dat kan bijvoorbeeld door zelf als partner nieuwe projecten aan te dragen, door je eigen netwerk in te zetten om projecten succesvol te

maken en door actief op de hoogte te blijven van wat er speelt. Vaak wordt daarom gezegd: ‘Economie071, dat ben je zelf.’ Zie je een kans, heb je een tip: laat het ons weten of kom langs in het Handelshuis in Leiden. De koffie staat klaar!



ECONOMIE**071**

WWW.ECONOMIE071.NL