



Een toekomstbestendige economie in de Achterhoek

Zeven opgaven en praktische aanbevelingen

18-11-2024

Contents

Samenvatting	3
Introductie	4
1. Gebruik de kracht van lokale initiatieven	8
2. Vertel en verspreid het verhaal van de Achterhoek	9
3. Creëer ruimte om te experimenteren	10
4. Verbind ondernemers	11
5. Gemeenten, trek nog meer samen op	14
6. Geef jongeren een stem	15
7. Creëer ontmoetingsplekken voor innovatieve startups en scale-ups	17
Reflectie op Achterhoek Visie 2030	18
Bijlagen	19
Bijlage 1. Dialoogdeelnemers en geïnterviewden	19
Bijlage 2. Gebiedsafbakening	20
Bijlage 3. Economie	21
Bijlage 4. Brede welvaart	24
Bijlage 5. De transitie naar een duurzame en inclusieve economie	26
Bijlage 6. Rabobank en de Achterhoek	28
Colofon	31

Samenvatting

De economie van de Achterhoek heeft zich in de afgelopen decennia solide ontwikkeld. Deze ontwikkeling ging hand in hand met een hoge brede welvaart: de Achterhoek heeft de op één na hoogste brede welvaart van Nederland. Toch staat de regio de komende decennia voor uitdagingen, vooral in de transitie van het bedrijfsleven naar een duurzame en inclusieve economie. Een aanzienlijke groep bedrijven loopt voorop, maar er is ook een forse groep bedrijven die moeilijker in beweging komt. Deze spreiding is in de Achterhoek groter dan in regio's elders in het land. In deze studie schetsen we **zeven opgaven voor een toekomstbestendige Achterhoek**. Deze opgaven staan niet los van elkaar en kunnen alleen in samenhang met elkaar worden opgepakt.

- 1 Initiatieven van onderop (bottom-up) zijn onmisbaar** voor een toekomstbestendige Achterhoek. Oplossingen voor bestaande uitdagingen moeten nog meer vanuit de mensen en bedrijven uit de Achterhoek komen. Door meer ruimte te geven aan deze bottom-up initiatieven krijgen straten, buurten, dorpen en bedrijventerreinen de mogelijkheid om met vernieuwende oplossingen te komen. Ook zorgt dit voor meer betrokkenheid en eigenaarschap onder de Achterhoekers en sluit aan bij hun mentaliteit.
- 2 Vertel en verspreid het verhaal van de Achterhoek.** Communiceer als regio goed over de uitdagingen en over de initiatieven om deze aan te gaan. Schets niet alleen doemscenario's, maar benadruk juist ook de kansen en mogelijkheden. Geef Achterhoekers de mogelijkheid hieraan een bijdrage te leveren. Met goede storytelling bereik je meer Achterhoekers, ook burgers en ondernemers die nu nog moeilijk te bereiken zijn.
- 3 Creëer ruimte om te experimenteren.** De Achterhoek wil een voorbeeldregio zijn. Dat kan door meer ruimte te bieden voor experimenten om uitdagingen aan te gaan op thema's als wonen, groene energie, toekomstige landbouw en talentbehoud. De Achterhoek is een eigenwijze regio die een eigen koers wil varen. Dit biedt kansen voor kleinschalige projecten in lokale gemeenschappen (opgave 1), maar vraagt ook om een omslag in denken. Fouten maken hoort erbij en er moet geen afrekencultuur heersen. Het is belangrijk om te monitoren wat werkt en om de successen te delen (opgave 2).
- 4 Verbind ondernemers.** Kennisdeling tussen bedrijven is onmisbaar om innovatie te stimuleren en transities te versnellen. Bedrijven kunnen immers veel van elkaar leren. Toch zijn nog niet alle ondernemers in de Achterhoek goed met elkaar verbonden. Er is al een goede basis: veel kennis is aanwezig en ondernemers geven aan dat ze nog zeker stappen kunnen maken in de transitie naar een meer duurzame en inclusieve economie.
- 5 Gemeenten in de Achterhoek zouden nog meer samen moeten optrekken** en denken in het belang van de Achterhoek als geheel. Veel uitdagingen waarvoor de gemeenten staan, kunnen alleen op regionale schaal worden aangepakt. Hoewel er al een sterke samenhang is tussen de gemeenten, hebben ze elk hun eigen identiteit en belangen. Een sterkere regionale samenwerking vereenvoudigt de samenwerking met andere regio's, ook over de grens. Dit is van belang voor de Achterhoek, aangezien de regio een aantal belangrijke elementen mist die nodig zijn voor een toekomstbestendige economie, zoals hoger onderwijsinstellingen en voldoende instroom van gekwalificeerd personeel.
- 6 Geef jongeren een stem** en betrek ze bij de visievorming voor de Achterhoek. De regio heeft moeite om jongeren vast te houden. Dit heeft gevolgen voor de leefbaarheid van de regio en de continuïteit van het bedrijfsleven. Bind jongeren door in te zetten op voorzieningen die op hen zijn gericht.
- 7 Creëer ontmoetingsplekken voor start-ups en scale-ups.** Zij kunnen de dragers zijn van de economie van de toekomst. Schaal bestaande initiatieven op: niet één bedrijf, maar een heel terrein met een netwerk van bedrijven. Centreer dit en creëer massa: geen gesloten groep bedrijven, maar stimuleer juist open innovatie waarbij ook ruimte is voor bedrijven buiten de gevestigde orde.

Voor elke opgave doen we **suggesties voor de uitwerking ervan en geven we voorbeelden**. Daarnaast beschrijven we in de bijlage de betrokkenheid van Rabobank.

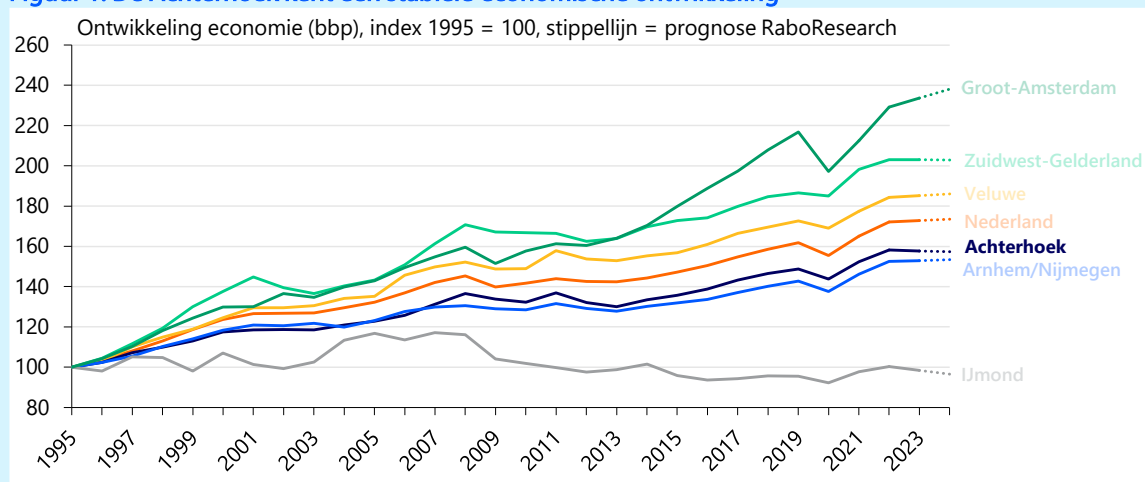
Introductie

De economie van de Achterhoek heeft zich in de afgelopen decennia solide ontwikkeld en presteert rondom het landelijk gemiddelde (zie figuur 1). Deze stabiele economische ontwikkeling gaat gepaard met een hoge brede welvaart: de Achterhoek heeft de op één na hoogste brede welvaart van Nederland (zie figuur 2). Vooral op de zachtere dimensies van brede welvaart, zoals veiligheid en maatschappelijke betrokkenheid, doet de regio het erg goed.

Toch staat de Achterhoek voor belangrijke vraagstukken. Hoe kan de regio een nieuwe fase van economische dynamiek ingaan, waarbij de brede welvaart op niveau blijft? Het succes van deze nieuwe fase is afhankelijk van bedrijven (in een transitie naar een duurzame en inclusieve economie), overheden (met nieuw economisch beleid) en onderwijsinstellingen (die de kennis leveren en opleiden voor een nieuwe economie).

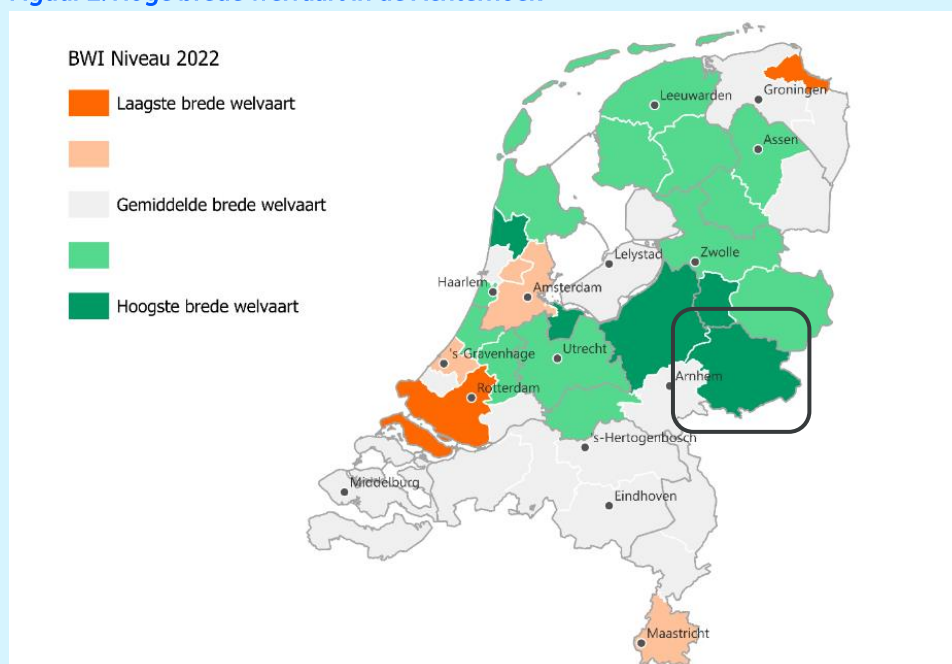
Box 1. Een stabiele economische ontwikkeling gaat hand in hand met een hoge brede welvaart

Figuur 1: De Achterhoek kent een stabiele economische ontwikkeling



Bron: CBS en RaboResearch 2024

Figuur 2: Hoge brede welvaart in de Achterhoek



Bron: RaboResearch en UU

De Achterhoek staat voor de uitdaging om de transitie naar een duurzame en inclusieve economie te versnellen

De uitdaging voor de Achterhoek ligt vooral in de transitie naar een duurzame en inclusieve economie (zie box 1, ook voor de toelichting). De spreiding in de Achterhoek is groot: er is een aanzienlijke groep bedrijven die voorop loopt in de transitie, maar er is ook een grote groep bedrijven die moeilijker in beweging komt. Deze spreiding is in de Achterhoek groter dan elders in het land. Een groot deel van de bedrijven moet veranderen om ook in de toekomst competitief te blijven en om de regio toekomstbestendig te maken. Grote afhankelijkheid van energie en schaarste aan grondstoffen maken bedrijven kwetsbaar. Deze moeten hun bedrijfsmodellen aanpassen voor hun eigen toekomstbestendigheid, ook omdat wetgeving strenger wordt en consumenten andere producten verlangen. De Achterhoek is gelegen op hoge zandgronden en is daarom extra kwetsbaar voor bepaalde problemen, zoals watertekorten.

Wil de Achterhoek toekomstbestendig blijven, dan moet de regio in actie komen, waarbij economische ontwikkelingen koersen op het kompas van de brede welvaart. Daardoor wordt het Achterhoekse bedrijfsleven toekomstbestendig; de transitie draagt bij aan de toekomstige Achterhoekse brede welvaart.

Aanvulling op Achterhoek Visie 2030

De Achterhoek heeft met de Achterhoek Board (waarin ondernemers, maatschappelijke organisaties en overheden zijn vertegenwoordigd) een duidelijke *governance*-structuur. De board heeft een [heldere visie](#) opgesteld voor de toekomst, geconcretiseerd met zes streefbeelden/ambities. Aanvullend op deze visie stelt de board jaarlijks een uitvoeringsagenda op. De Achterhoek Monitor brengt jaarlijks belangrijke data in beeld, geduid door een stuurgroep van deskundigen.

In dit onderzoek bouwen we voort op de 'Achterhoek Visie 2030' van de board en nemen we de ambities die daaruit voortkomen als vertrekpunt. De doelen (ambities) zijn duidelijk. In dit onderzoek schetsen we opgaven over *hoe* de Achterhoek deze ambities kan waarmaken.

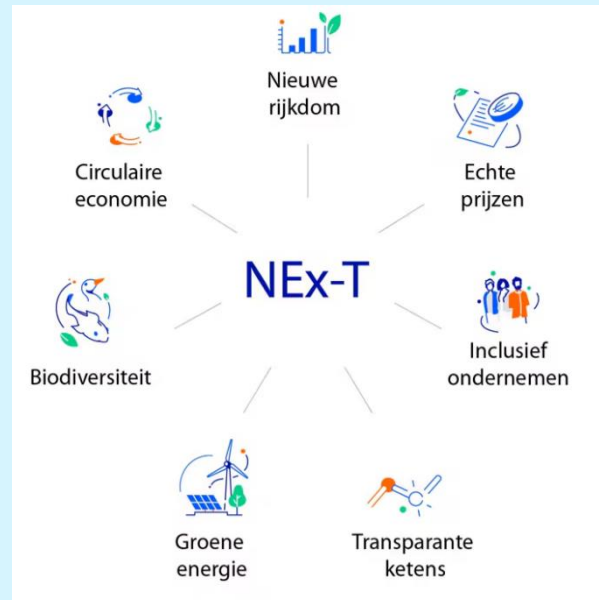
Box 2. Grote verschillen tussen Achterhoekse bedrijven in de transitie naar een duurzame en inclusieve economie

Voor de toekomstbestendigheid van de Nederlandse economie is het noodzakelijk dat bedrijven versnellen in de transitie naar een nieuwe economie die duurzaam en sociaal inclusief is.

RaboResearch meet de voortgang van het bedrijfsleven op deze transitie met de 'Nieuwe Economie index voor de Transitie van het bedrijfsleven' (NEx-T). Bij de transitie naar een nieuwe economie kijken we naar zeven onderliggende dimensies (zie figuur 3). Voor een uitgebreidere uitleg, zie bijlage 5.

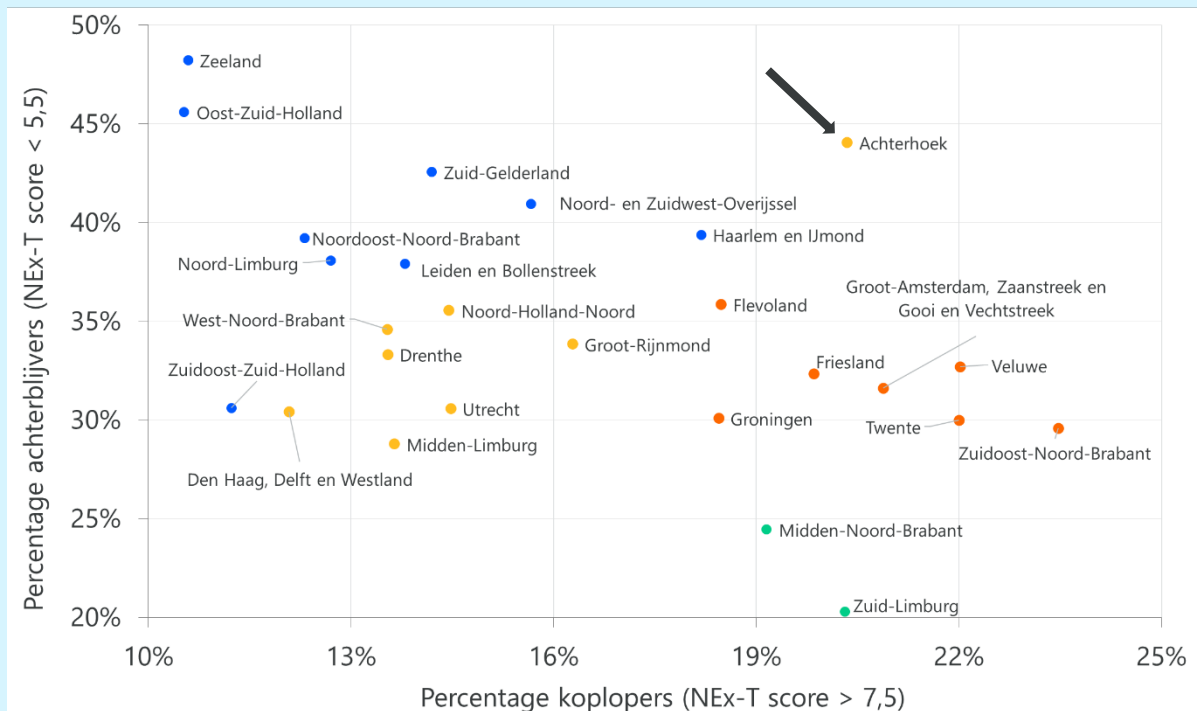
De Achterhoek scoort gemiddeld op de NEx-T, maar de verschillen tussen bedrijven in de regio zijn groot (zie figuur 4). Het grootste verschil van alle regio's is op 'inclusief ondernemen': er zijn in de Achterhoek veel bedrijven die ver zijn in de transitie naar een duurzame en inclusieve economie (koplopers), maar ook veel bedrijven die achterblijven in de transitie (achterblijvers).

Figuur 3: De zeven dimensies van de NEx-T



Bron: RaboResearch

Figuur 4: Zowel veel koplopers als achterblijvers in de Achterhoek



Bron: RaboResearch 2024

1. Gebruik de kracht van lokale initiatieven

Uit de interviews en dialogen komt naar voren dat initiatieven van onderop (bottom-up) onmisbaar zijn voor een toekomstbestendige Achterhoek. Oplossingen voor maatschappelijke uitdagingen moeten nog meer dan nu al het geval is komen vanuit de mensen en bedrijven uit de Achterhoek.

Door meer ruimte te geven aan initiatieven van onderop stel je straten, buurten, dorpen en bedrijventerreinen in staat om hun eigen oplossingen te bedenken en uit te voeren. Dit leidt tot verhoogde betrokkenheid en eigenaarschap onder de inwoners. Ook kan dit innovatie verder aanjagen door mensen en bedrijven uit te dagen om met nieuwe innovatieve ideeën te komen. Ruimte voor bottom-up-initiatieven wordt gezien als een middel om uitdagingen in de Achterhoek aan te pakken op thema's als groene energie, [woningbouw](#), water en inclusiviteit.

“Achterhoekers houden er niet van als er wordt gezegd wat ze moeten doen.”

“Mandaat geven aan burgers geeft betrokkenheid van burgers.”

Deze manier van denken past goed bij de Achterhoek. Initiatieven vragen om een sterke gemeenschapszin (*noaberschap*) en daarin blinkt de Achterhoek uit. De maatschappelijke betrokkenheid in de Achterhoek is een van de hoogste van Nederland: er is veel vertrouwen in anderen en het aandeel vrijwilligers is het hoogst van alle Nederlandse regio's (zie bijlage 4). Het past bij de mentaliteit van de Achterhoeker, die graag met een opdracht aan de slag wil gaan.

“Als een Achterhoeker snapt wat de opgave is, dan gaat die ermee aan de slag.”

Hoe?

De deelnemers aan de gesprekstafels en interviews roepen op om de volgende punten gezamenlijk aan te pakken:

- Focus is belangrijk. Zet een duidelijke doelstelling centraal en laat burgers en bedrijven oplossingen en initiatieven aandragen. Momenteel lopen er (gelijksoortige) initiatieven en pilots naast elkaar. Kanaliseer deze initiatieven.
- Houd de bureaucratie rondom deze initiatieven gering; die kan remmend werken.
- Deel successen. Dit motiveert en houdt de energie erin. Achterhoekers zijn soms veel te bescheiden over dingen die goed gaan.
- Ondersteun plekken waar mensen elkaar kunnen ontmoeten, zoals lokale sportverenigingen, buurtcentra en ondernemersverenigingen.
- Ruimte voor bottom-up-initiatieven vraagt om flexibelere regelgeving en er moet er ruimte zijn om te experimenteren (zie opgave 3). Van overheden vraagt het dat ze verantwoordelijkheden soms overdragen aan mensen en bedrijven. Dit vraagt om lef. Het is ook belangrijk om kritieke massa te verzamelen en dat vraagt om goede samenwerking (zie opgave 4).

Kansrijke initiatieven

- [Zorgcoöperatie Mariënelde](#)
- [Regionale energiecoöperaties](#)
- [Stichting Pak An](#)
- [Silo Art Tour](#)

2. Vertel en verspreid het verhaal van de Achterhoek

De Achterhoek heeft goede *storytelling* nodig, zo blijkt uit de interviews en dialogen. De regio moet duidelijk communiceren over de uitdagingen waarvoor zij staat en over welke initiatieven er zijn om deze aan te gaan. De toon is hierbij belangrijk. Laat het een uitnodigend verhaal zijn – het verhaal van de Achterhoek - en breng het op de juiste manier naar de burgers en ondernemers. Spreek niet enkel over doemscenario's, maar juist ook over de kansen die er zijn. Achterhoekers zijn aanpakkers. Het is goed toeven in de regio, maar er zijn ook zeker opgaven waaraan de regio moet werken.

“We strooien veel met feiten over de regio, zoals ‘De Achterhoek vergrijst’. Urgentie is belangrijk, maar ook dromen en brainstormen. Wat betekent dat dan voor een bedrijf? Voor Wonen? Schets scenario's voor later, hoe ziet de Achterhoek er over 10 à 20 jaar uit?”

Met goede storytelling en het verspreiden van het verhaal van de Achterhoek bereik je meer mensen, ook burgers en ondernemers die nu nog moeilijk te bereiken zijn. De Achterhoek zet al veel stappen in de goede richting, maar de Achterhoek Board en de 8RHK-ambassadeurs bereiken nog niet iedereen. Met een goed verhaal kunnen de Achterhoekers aan de slag (zie opgave 1).

“Als je mensen eigenaarschap geeft over eigen omgeving, het gevoel geeft dat het van hen allen is, dan is er enorm veel mogelijk.”

Hoe?

De deelnemers aan de gesprekstafels en interviews roepen op om de volgende punten gezamenlijk aan te pakken:

- Schets geen doemscenario's, dit werkt averechts. Breng een uitnodigend verhaal naar de mensen en bedrijven geef hun de mogelijkheid hier een bijdrage aan te leveren. Zo voelen mensen en bedrijven zich betrokken. Praat in kansen en mogelijkheden.
- Stel mensen aan als storyteller die vanuit trots en liefde voor de lokale omgeving het verhaal vertellen in de regio. Dit kan vanuit de 8RHK-ambassadeurs komen.
- Ga het gesprek aan met ondernemers, VNO-NCW en industriekringen en haal ook antwoorden op. Hoe kijken jullie aan tegen het beeld dat er is op basis van onderzoek en data? Hoe buigen we het om? Zijn we op de goede weg? De laatste jaren zijn in de regio goede stappen gezet en is er al meer interactie, maar soms worden nog niet alle ondernemers bereikt.
- Deel succesverhalen. Als iets succesvol is, willen meer en meer mensen erbij horen en zo bereik je een grotere groep.

Kansrijke initiatieven

- [Meet-Up Achterhoek](#)
- [Achterhoekse energiebeweging](#)
- [Congres Achterhoek Monitor](#)
- [Lentefestival](#)
- [Onverwachte Hoek](#)

3. Creëer ruimte om te experimenteren

De Achterhoek wil graag een voorbeeldregio zijn: een regio waar meer ruimte is om te experimenteren en waar men nieuwe dingen probeert om zo uitdagingen aan te gaan op thema's als wonen, groene energie, toekomstige landbouw en talentbehoud.

“Mensen en bedrijven uitdagen, buiten de lijntjes laten kleuren, niet denken in wat niet kan maar in wat wél kan.”

De deelnemers aan de interviews en dialogen vinden dat in sommige gevallen iets soepeler met de regels kan worden omgegaan. Dit past beter bij de Achterhoek, een eigenwijze regio, die een eigen koers wil varen en die zaken op haar eigen manier wil aanpakken. Meer experimenteerruimte biedt kansen voor kleinschalige projecten in lokale gemeenschappen om zo uitdagingen aan te gaan waar de regio voor staat (zie opgave 1).

“Dat is de typisch Achterhoeks: het doen op onze eigen manier.”

“Kijken wat er gebeurt als we soepeler met de regels omgaan. Ervan leren en opschalen naar Nederland.”

Dit vraagt om een omslag in denken. Zo benoemen deelnemers dat er fouten gemaakt mogen worden - het is immers experimenteren - en er moet geen afrekencultuur heersen. Het is wel belangrijk om goed te monitoren wat werkt en wat niet. Blijf successen delen. Achterhoekers zijn soms nog te bescheiden over dingen die goed gaan.

Hoe?

De deelnemers aan de gesprekstafels en interviews roepen op om de volgende punten gezamenlijk aan te pakken:

- Creëer een omgeving waarbij ruimte is om fouten te maken en waar geen afrekencultuur heerst.
- Monitor wel goed wat werkt en niet werkt.

Kansrijke initiatieven

- [Civon innovatiecentrum](#)
- [UutHuuske](#)
- [Opijver](#)
- [Kunstmestvrije Achterhoek](#)

4. Verbind ondernemers

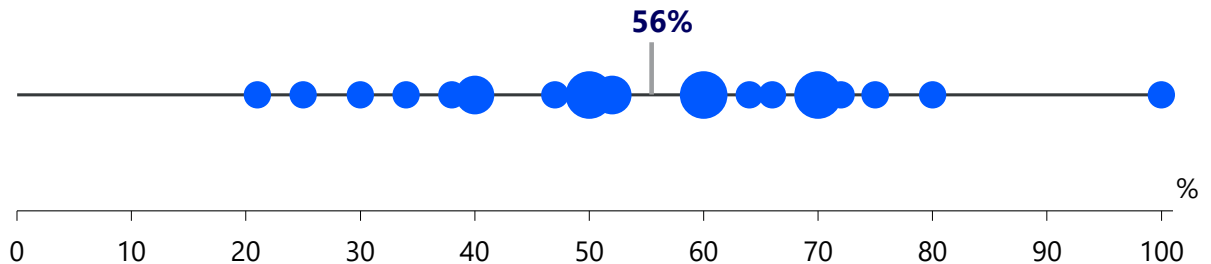
In de Achterhoek is kennisdeling tussen bedrijven onmisbaar om innovatie te stimuleren en transitie te versnellen. Bedrijven kunnen immers veel van elkaar leren en bovendien zijn er in de Achterhoek grote verschillen in de mate waarin bedrijven duurzaam en inclusief ondernemen (zie bijlage 5). Er zijn tegelijkertijd veel koplopers én veel bedrijven die nog in beweging moeten komen. De beschikbare kennis bereikt nog niet alle ondernemers in de Achterhoek even goed, zoals ook uit dialogen en interviews naar voren komt.

“De ondernemerskringen zitten in de Achterhoek Board, maar toch dringt bij de kleinere bedrijven te weinig door wat er gebeurt.”

In de Achterhoek is veel kennis aanwezig en ondernemers geven aan dat ze nog zeker stappen kunnen maken in de transitie naar een meer duurzame en inclusieve economie (zie figuur 6).

Figuur 6: Ondernemers zien potentie om stappen te zetten naar een meer duurzame en inclusieve economie

Hoeveel % van jouw ambitie om bij te dragen aan een meer duurzame en inclusieve economie heb je op dit moment met jouw bedrijf of organisatie al gerealiseerd?



Bron: RaboResearch 2024

Noot: Deze vraag is gesteld aan de deelnemers van de dialoog. Elke bol is een percentage dat iemand heeft aangegeven. Als een bol groter is, betekent dit dat meer mensen dit percentage als antwoord hebben gegeven. Zo geven verschillende ondernemers aan dat ze 50% van hun ambitie om bij te dragen aan een meer duurzame en inclusieve economie hebben gerealiseerd. De lijn met 56% is het gemiddelde. In totaal hebben 26 mensen antwoord gegeven op de vraag.

Maar hoe kan de kennisdeling en samenwerking tussen bedrijven beter? In de dialogen en interviews noemen de deelnemers veel voorbeelden. In de Achterhoek zijn er veel industriële kringen op lokaal niveau. Binnen elke kring kan een persoon worden aangesteld om contact te onderhouden met collega's van andere kringen en met de Achterhoek Board. Hierdoor ontstaat een netwerk dat een groot aantal ondernemers weet te bereiken. Ook VNO-NCW kan hierin een rol spelen. Deze vereniging heeft ook afdelingen in andere regio's, zodat ook bovenregionale samenwerkingen kunnen worden benut. In de gesprekken noemen de deelnemers al bestaande initiatieven die hieraan bijdragen, zoals de [innovatiemakelaars](#) van RCT Gelderland. Vooral de maakindustrie zet stappen op dit vlak met initiatieven als het Centrum voor Innovatief Vakmanschap Oost-Nederland (CIVON) en SmartHub Incubator Industrie (SHII). Kennisdeling zou nog meer in andere sectoren kunnen worden toegepast.

“Veel mkb'ers zijn de hele dag bezig met het runnen van hun bedrijf en hebben geen tijd voor randzaken naast hun onderneming. Deze groep is moeilijk te bereiken.”

Daarnaast geven deelnemers vaak aan dat grote bedrijven een leidende rol zouden moeten spelen. Deze bedrijven hebben sterke banden met de overheid en met onderwijsinstellingen, terwijl kleinere bedrijven doorgaans minder tijd en middelen hebben om dergelijke relaties te onderhouden. Door intensievere samenwerking tussen grote en kleine bedrijven kunnen we als regio gezamenlijk vooruitgang boeken.

Relatiemanagers kunnen een belangrijke rol spelen door hun netwerken te verbinden met die van grotere bedrijven.

“Maar je hebt ook echte innovators die het voorbeeld zijn voor andere bedrijven in de Achterhoek.”

“Aan de andere kant is het ook de kracht dat de bedrijven die wel voorop lopen hun kennis overdragen. Dat gebeurt in de maakindustrie onwijs veel.”

De deelnemers benoemen ook intensievere samenwerkingen tussen kleinere bedrijven onderling als kans. Deze bedrijven lopen vaak tegen dezelfde problemen aan. Juist de kleinere mkb-bedrijven hebben vaak niet de tijd en het personeel om écht werk te maken van innovaties en de transities. Door samen te werken kun je als groep bedrijven bijvoorbeeld investeren in onderzoek, langetermijnafspraken maken met onderwijsinstellingen over stagiaires en gezamenlijke inkopen doen. Individuele ondernemers zijn zo minder tijd kwijt aan dit soort zaken, terwijl ze wel profiteren van nieuwe kennis en kunde die naar hun bedrijf stroomt. Hiervan zijn al een aantal mooie voorbeelden in de Achterhoek, zoals Studie Impuls Regio Achterhoek (SIRA) en een broodfonds. Ook samenwerking op het gebied van personeelswerving biedt kansen (*Smarthub Development*). Zo zeggen deelnemers dat bedrijven onderling cv's zouden kunnen uitwisselen. Als het ene bedrijf een goede sollicitant niet kan aannemen, kan dit het cv doorspelen aan een ander bedrijf in de regio. De maakindustrie wordt vaak genoemd als voorbeeld waar dit al veel gebeurt. De Achterhoek – een regio die bekend staat om haar *naoberschap* en elkaar dingen gunnen – is een regio bij uitstek waar dit kan werken.

“We kunnen dingen veel efficiënter doen als we bedrijven laten samenwerken.”

In de interviews en dialogen wordt ook het voorbeeld genoemd van de oprichting van een kennisplatform. Dit platform zou bedrijven kunnen samenbrengen die bepaalde innovaties, (verduurzamings)maatregelen of nieuwe machines hebben toegepast. Ondernemers kunnen via dit platform contact leggen met deze bedrijven, vragen hoe ze het hebben aangepakt en hoe het in de praktijk heeft gewerkt. Maak dit zo concreet mogelijk, dan kunnen ondernemers er meteen mee aan de slag. Het vraagt een zekere mate van openheid van de bedrijven om hun ervaringen te delen.

“Het moet ook iets opleveren als we het gaan doen. Maak duidelijk dat het iets kan opleveren.”

“Dat is best spannend, merk ik. Als ondernemer ben je gewend aan een concurrentiepositie. Naar de toekomst moet je hierin kwetsbaar zijn en verbinding zoeken.”

Tot slot zeggen de deelnemers dat het ook belangrijk is hoe zaken worden gecommuniceerd. Het gaat niet alleen om het zenden van informatie van bovenaf, maar ook om het actief ophalen van input en het in gesprek gaan met mensen (zie opgave 1). Goede storytelling (zie opgave 2) is hierbij van belang. Ondernemers moeten kansen en mogelijkheden zien, niet alleen doemscenario's.

“Strooi niet enkel met feiten over de regio. Ga met ondernemers in gesprek.”

“Kom met concrete voorbeelden die bedrijven aanspreken, bijvoorbeeld wat het effect is van robotisering op de omzet van een bedrijf.”

Hoe?

De deelnemers aan de gesprekstafels en interviews roepen op om de volgende punten gezamenlijk aan te pakken:

- Stel relatiemanagers aan op het niveau van bedrijventerreinen. Laat hen onderling contact onderhouden en met de Achterhoek Board. Zo ontstaat een netwerk dat heel veel ondernemers bereikt. Laat ook VNO-NCW hier een rol in spelen.

- Zet in op kennisplatformen. Deze brengen bedrijven samen die bepaalde innovaties, (verduurzamings)maatregelen of nieuwe machines hebben toegepast. Binnen de maakindustrie zijn al veel initiatieven gaande, schaal deze ook op naar andere sectoren.
- Grote bedrijven in de Achterhoek zouden een leidende rol moeten spelen. Deze bedrijven hebben sterke banden met de overheid en onderwijsinstellingen, terwijl kleinere bedrijven doorgaans minder tijd en middelen hebben om dergelijke relaties te onderhouden. Door samenwerking tussen grote en kleine bedrijven kunnen we als regio gezamenlijk vooruitgang boeken.
- Creëer samenwerkingsverbanden voor het bedrijfsleven, of geef bestaande verbanden een nieuwe strategische impuls. Mkb-bedrijven hebben vaak niet de tijd en het personeel om écht werk te maken van innovaties en de transities. Door samen te werken kun je als groep bedrijven bijvoorbeeld investeren in onderzoek, langetermijnafspraken maken met onderwijsinstellingen over stagiaires en inkopen doen. Individuele ondernemers zijn zo minder tijd kwijt aan dit soort zaken, terwijl ze wel profiteren van nieuwe kennis en kunde die naar hun bedrijf stroomt.
- Om kennisplatformen en samenwerkingsverbanden te laten slagen, zijn gelijkwaardigheid (tussen de deelnemende partijen) en toegankelijkheid (voor iedereen) belangrijke begrippen. Ze creëren een omgeving waarin deelnemers bereid zijn om kennis te delen en samen te werken.
- Goede storytelling is van belang. Ondernemers moeten kansen en mogelijkheden zien, niet alleen doemscenario's. Dit vraagt om verbindende figuren.

Kansrijke initiatieven

- [Civon innovatiecentrum](#)
- [Vruchtbare Kringloop](#)
- [Studie Impuls Regio Achterhoek \(SIRA\)](#)
- [Smarthub Development](#)
- [SmartHub Young Talent](#)
- Kennis- en businessclusters (zoals AI, 3D-metaalprinten, cobots)

5. Gemeenten, trek nog meer samen op

Uit de interviews en dialogen blijkt dat de uitdagingen waar de gemeenten in de Achterhoek voor staan, alleen op regionale schaal kunnen worden aangepakt. De structuur met de Achterhoek Board en 8RHK-ambassadeurs functioneert goed. Ook is de samenwerking binnen de Achterhoek de afgelopen jaren sterk verbeterd en dit heeft positieve resultaten opgeleverd.

“Veel uitdagingen in de Achterhoek spelen op het niveau van de regio, niet het niveau van de gemeenten.”

“De lobby van de Achterhoek is een stuk verbeterd. Grote opbrengsten en meer aandacht. Als regio ben je nationaal veel zichtbaarder.”

Hoewel er een sterke samenhang is tussen de gemeenten in de Achterhoek (zie figuur 7), hebben deze elk hun eigen identiteit en belangen. Ze zouden nog meer samen moeten optrekken en denken in het belang van de Achterhoek als geheel.

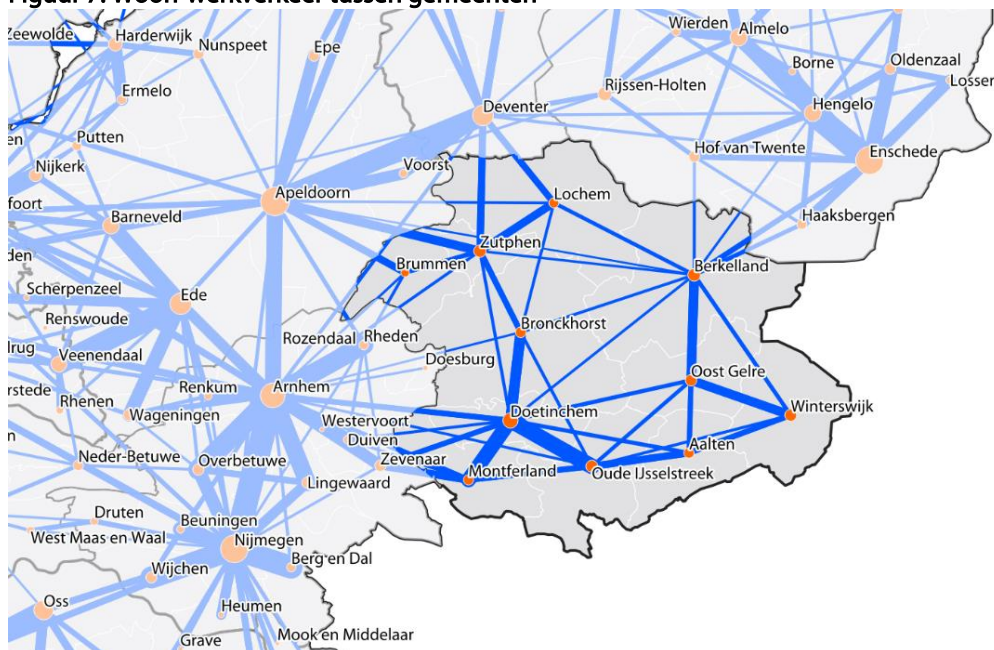
“Gemeenten in de Achterhoek trekken nog niet sterk genoeg samen op.”

“De Achterhoek heeft veel kleine gemeenten met eigen belangen. Denk in het belang van de Achterhoek.”

Een sterkere regionale samenwerking vergemakkelijkt bovenregionale samenwerking. Dit is van groot belang voor de Achterhoek, aangezien de regio een aantal belangrijke elementen mist die nodig zijn voor een toekomstbestendige economie. Denk aan hoger-onderwijsinstellingen en voldoende instroom van personeel met diverse opleidingsachtergronden. Er zijn al veel initiatieven gaande, zoals over de grens met de Euregio en het grenslandcollege. Toch kunnen de verbindingen met Twente en Arnhem/Nijmegen nog verder worden versterkt en dit werkt het beste als de regio als één entiteit naar buiten treedt.

“Regio's om ons heen bieden wat wij niet hebben, een hogeschool en een Universiteit. We moeten goed de aansluiting zien te vinden en te houden met deze regio's.”

Figuur 7. Woon-werkverkeer tussen gemeenten

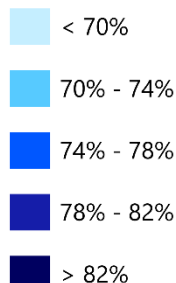


Bron: CBS (2022), bewerking RaboResearch 2024

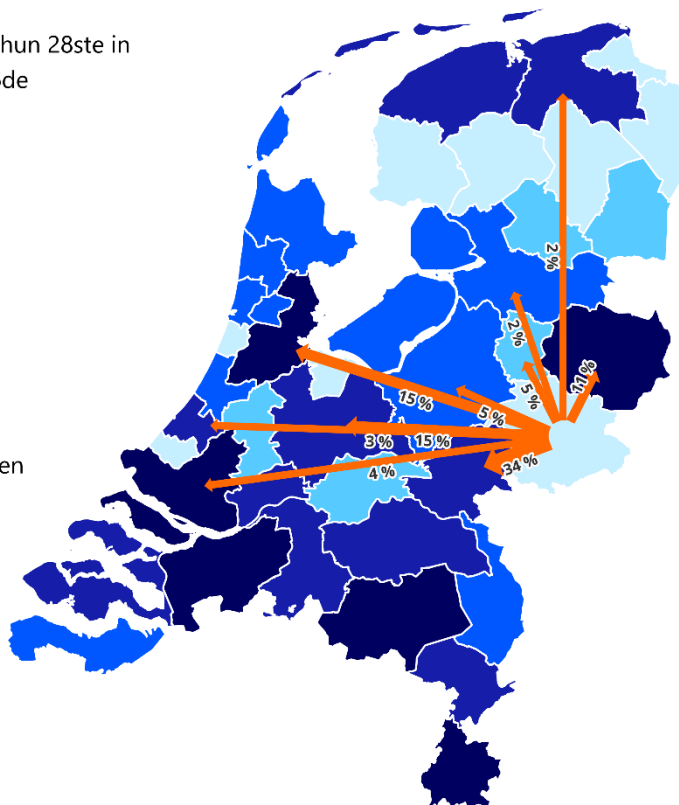
Noot: de blauwe lijnen tonen de intensiteit van het woon-werkverkeer tussen gemeenten. Hoe dikker de lijn, des te meer woon-werkverkeer.

Figuur 9. De Achterhoek houdt relatief weinig jongeren vast in vergelijking met andere regio's

Percentage afgestudeerden dat op hun 28ste in dezelfde regio woont als op hun 16de



➔ Migratiestromen wegtrekkenden



Bron: Talent in de Regio, bewerking RaboResearch 2024

Noot: de lijnen tonen de migratiestromen van jongvolwassenen die uit de Achterhoek vertrekken. Dit zijn dus mensen die op hun 16^{de} in de Achterhoek woonden, maar op hun 28^{ste} niet meer. Stromen van de Achterhoek naar andere regio's waar het aandeel lager dan 2% is zijn niet weergegeven. Zie ook [deze](#) link.

Hoe?

De deelnemers aan de gesprekstafels en interviews roepen op om de volgende punten gezamenlijk aan te pakken:

- Betrek jongeren in de toekomstvisie van de Achterhoek. Institutionaliseer dit bijvoorbeeld in de vorm van een jongerenraad.
- Haal de mening op onder grote groepen jongeren door enquêtes en interviews af te nemen. Doe dit op de schaal van de regio Achterhoek (zoals beschreven in opgave 4). Motiveer jongeren om actief te worden in de plaatselijke politiek. Dit kan via sociale media en bijeenkomsten.
- Betrek jongeren op jonge leeftijd, bijvoorbeeld door op scholen te vertellen over de ontwikkelingen in de Achterhoek en hoe zij hieraan kunnen bijdragen. Voer een continue dialoog met jongeren. Door open te staan voor hun input en feedback begrijpen we beter welke behoeften zij hebben en weten we hen beter vast te houden.

Kansrijke initiatieven

- [Meet up Achterhoek](#)
- [VINNIC](#)
- [Smarthub Young Talent](#)
- [Techniekdag Achterhoek](#)

7. Creëer ontmoetingsplekken voor innovatieve startups en scale-ups

Uit de interviews en dialogen blijkt dat de Achterhoek moet investeren in een gunstig klimaat voor startups en scale-ups. Stimuleer een klimaat van waaruit startups en scale-ups voortkomen die de toekomstige dragers zijn van de transitie naar een duurzame en inclusieve economie. Hier hoort ook experimenteerruimte bij (zie opgave 2).

“Wat ik wel ervaar, is dat er niet veel ruimte is voor nieuwe ondernemers. In grote steden heb je vaak een werkgebied of werkterrein, in Arnhem een straat met jonge ondernemers, daar groeien pareltjes uit. Dat ontbreekt nog een beetje in de Achterhoek. Er zijn wel initiatieven, maar die zijn klein en bescheiden.”

In de Achterhoek zijn er genoeg mensen met innovatieve ideeën. Er zijn ook enkele voorbeelden van broedplaatsen in de regio, plekken waar (startende) bedrijven een plek vinden. Schaal dit verder op: niet één bedrijf, maar een heel terrein met een netwerk van bedrijven. Centreer dit en creëer massa, in plaats van diverse initiatieven op verschillende plekken. Geen gesloten groep bedrijven, maar juist open innovatie stimuleren waar ook ruimte is voor bedrijven anders dan de ‘gevestigde orde’.

De incubator in Ulfst is meermaals genoemd als voorbeeld. Dit zijn goede initiatieven die opschaling verdienen. Hier is ook een goede verbinding met het onderwijs en dat vindt men belangrijk.

“In de incubator in Ulfst is heel veel verbinding, je kunt elkaar alles vragen, heel laagdrempelig.”

Dit alles vraagt om lange-termijnondersteuning. De ontwikkeling van een goed startupklimaat heeft tijd nodig en er kunnen ook zaken misgaan (zie opgave 3). Hierbij is ook goede financiering voor startups en scale-ups nodig. Vooral durfkapitaal is een uitdaging.

Hoe?

De deelnemers aan de gesprekstafels en interviews roepen op om de volgende punten gezamenlijk aan te pakken:

- Stimuleer broedplaatsen. Creëer massa: niet één bedrijf, maar een terrein met een netwerk van bedrijven. Centreer dit op één locatie in plaats van diverse initiatieven op verschillende plekken. Om de hele Achterhoek te betrekken, is het mogelijk zo nu en dan ook op andere centrale locaties in de regio neer te strijken om bereikbaar te zijn voor het hele gebied.
- Creëer een open innovatiesysteem. Dus geen gesloten groep bedrijven, maar een plek waar kennis ongehinderd wordt gedeeld.
- Zoek de verbinding met het onderwijs; dit vindt men belangrijk. Zo stroomt jong talent en *state-of-the-art* kennis naar deze innovatieve broedplaatsen. Dit alles vraagt om lange-termijnondersteuning. De ontwikkeling van een goed startupklimaat heeft tijd nodig en er kunnen ook zaken misgaan (zie opgave 3).

Kansrijk initiatief

- [Smarthub Incubator Industry \(SHII\)](#)

Reflectie op Achterhoek Visie 2030

Een leidend document voor de regio is de Achterhoek Visie 2030. In de interviews en dialogen hebben we gevraagd hoe ondernemers hiernaar kijken. In de voorgaande opgaven zijn we ingegaan op de deelvragen over wat er nodig is om bij te kunnen dragen aan de visie en de ambities en hoe het hele bedrijfsleven hierbij wordt betrokken. In dit hoofdstuk kijken we naar de deelvraag in hoeverre de behoeften van ondernemers aansluiten bij de huidige visie.

Over het algemeen onderschrijven de geïnterviewden en dialoogdeelnemers de ambities die in de visie staan. Ook de structuur met de Achterhoek Board en 8RHK ambassadeurs beschouwen zij als waardevol. Dit alles zorgt voor stappen in de goede richting. Bij de dialoog kwamen bijna alle ambities die in de visie 2030 staan uitgebreid ter sprake, zonder deze vooraf expliciet te hebben benoemd. De onderwerpen worden dus herkend.

“Uitdagingen op thema's die zijn benoemd staan bijna allemaal in de visie, dus het zijn de goede dingen.”

“De onderwerpen in visie zijn spot-on, al zijn het er wel veel en mis ik soms de focus.”

De deelnemers noemen een aantal kansen om de Visie 2030 nog meer leidend en gemeengoed te maken:

- De doelstellingen in de visie zijn soms wat abstract. Meer concrete doelstellingen formuleren met behapbare subdoelen die minder ver in de toekomst liggen, helpt om de visie te verhelderen.
- Er is een groeiende behoefte aan focus; door scherper te zijn en niet alles tegelijk te willen aanpakken, kan er op één specifieke uitdaging significante vooruitgang worden geboekt, wat ook andere uitdagingen ten goede komt.
- De tendens van de visie is dat de aanpak soms iets te veel van bovenaf komt. Er is een vraag naar een meer bottom-up-benadering, waarbij burgers en bedrijven meer eigenaarschap krijgen (zie opgave 1). Dit betekent draagvlak creëren in samenspraak en als regio goed communiceren wat dit oplevert. Hierbij komt naar voren dat dit soms ook om beeldvorming gaat en dat er meer van onderop komt dan sommigen denken. Daarom is goede communicatie belangrijk (zie opgave 2).
- Vasthouden aan de visie is belangrijk, aangezien het enige tijd duurt voordat deze volledig door iedereen is omarmd. Draag deze visie actief uit, zodat deze gemeengoed wordt.
- De Achterhoek Board zou nog meer uit de visie kunnen halen dan nu het geval is.

Bijlagen

Bijlage 1. Dialoogdeelnemers en geïnterviewden

Dialoogdeelnemers

1. Saar Veneman	8RHK ambassadeurs
2. Tim te Pas	Achterkamp
3. Arthur Jansen	Aweja/ Sika
4. Niels Willems	Brekr
5. Henk Tappel	Bronckhorst High Tech
6. Michael Ogubai	De Graafschap
7. Hilde Gerritsen	De Graafschap Vrouwen
8. Beatrijs van Riessen	Estinea
9. Hilde Vaatstra	Flex Family
10. Ted Kok	Gemeente Aalten
11. Hans van der Noordt	Gemeente Berkelland
12. Marja van der Tas	Gemeente Bronckhorst
13. Emmeke Gosselink	Gemeente Bronckhorst
14. Mark Boumans	Gemeente Doetinchem
15. Rens Steintjes	Gemeente Doetinchem
16. Jos Hoenderboom	Gemeente Oost Gelre
17. Bart Porskamp	Gemeente Oost-Gelre
18. Joris Bengervoord	Gemeente Winterswijk
19. Robin Gerritsen	Gerex
20. Mirjam Koster	Graafschap College
21. Sigrid de Groot	Happy Nurse
22. Bert van Zeijtveld	Heikamp
23. Jan Kaak	Kaak
24. Jos van Tol	Kaemingk
25. Margot Gerritsen	Provincie Gelderland
26. Suzanne Haeck	MaximaVida
27. Michiel Klitsie	Nedap
28. Erik Lansink	Nedcon
29. Dick Snippe	Netterden grond
30. Francis van den Akker	Onverwachte Hoek
31. Amy van der Werff	Onverwachte Hoek
32. Liselotte Leijten	Pinkcube
33. Raoul Schepers	Rabelink Logistics
34. Susan Bruinsma	Rabobank
35. Hans van de Guchte	Rabobank
36. Egbert-Jan Rots	Rots Bouw
37. Jan Willem ter Dorsthorst	WSPA

Geïnterviewden

1. Boris van Ast	Metis AI
2. Bas Hommelink	Binx Smartility
3. Jeroen Salemink	Iconica Development
4. Mirjam Koster	Graafschap college
5. Chiel Berndsens	Altop
6. Edwin Bomers	Marveld
7. Jasper Hagedoorn	Brekr
8. Bert van Zeijtveld	Heikamp
9. Fred Harbers	Hencon
10. Suzanne Haeck	MaximaVida
11. Michiel Klitsie	Nedap
12. Henk-Jan Wegman	Rensa Family Company
13. Beatrijs van Riessen	Estinea

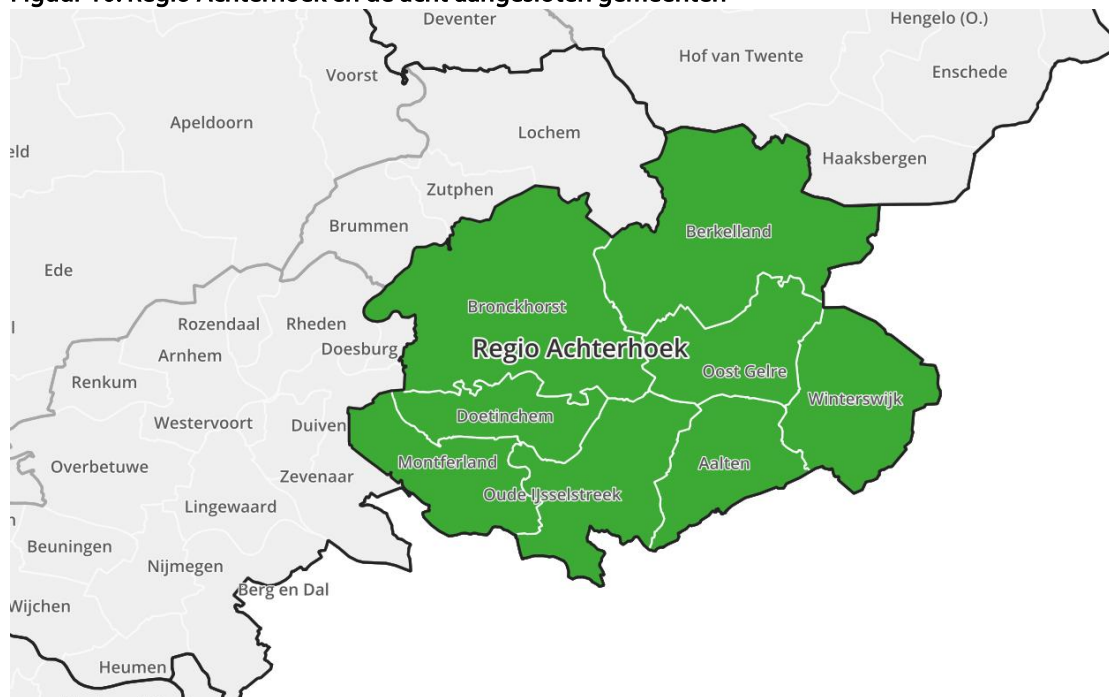
Enquête onder jongvolwassenen

Via het platform van [VINNIC](#) hebben we een enquête uitgezet onder jongvolwassenen in de Achterhoek. Hiervan hebben 115 mensen de enquête ingevuld. Omdat de enquête anoniem was, hebben we geen namen van de deelnemers.

Bijlage 2. Gebiedsaafbakening

Het onderzoek gaat over Regio Achterhoek (zie figuur 10). Dit zijn acht gemeenten gelegen in de coropregio Achterhoek, namelijk: Aalten, Bronckhorst, Berkelland, Doetinchem, Montferland, Oost Gelre, Oude IJsselstreek en Winterswijk. Al deze gemeenten zijn vertegenwoordigd in de Achterhoek Raad. Dit is het gezicht van de Achterhoekse samenwerking. De Board bestaat uit vertegenwoordigers van ondernemers, maatschappelijke organisaties en overheden uit de Achterhoek en een vertegenwoordiger van de provincie Gelderland. Brummen, Zutphen en Lochem, allen gelegen in de coropregio Achterhoek, zijn geen onderdeel van Regio Achterhoek. Toch tonen we zo nu en dan cijfers voor de coropregio Achterhoek, omdat dit het laagste schaalniveau is waarop relevante data beschikbaar zijn.

Figuur 10. Regio Achterhoek en de acht aangesloten gemeenten



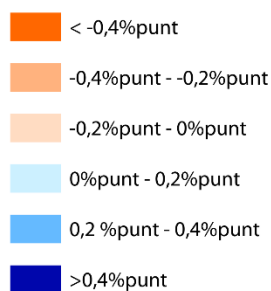
Bron: CBS, bewerking RaboResearch 2024

Bijlage 3. Economie

De afgelopen decennia is er in ons land een nieuwe geografie van de economie ontstaan. Traditioneel concentreert de Nederlandse economie zich in het westen van het land, de Randstad. De laatste 25 jaar is het zwaartepunt van de economie echter verschoven. Vooral de noordelijke helft van de Randstad (Amsterdam en Utrecht), uitlopend naar Zwolle, de Veluwe en Zuidoost-Brabant (Brainport Eindhoven) wonnen aandeel in de economie (zie figuur 11).

Figuur 11. Ontwikkeling van het aandeel van regio's in de Nederlandse economie

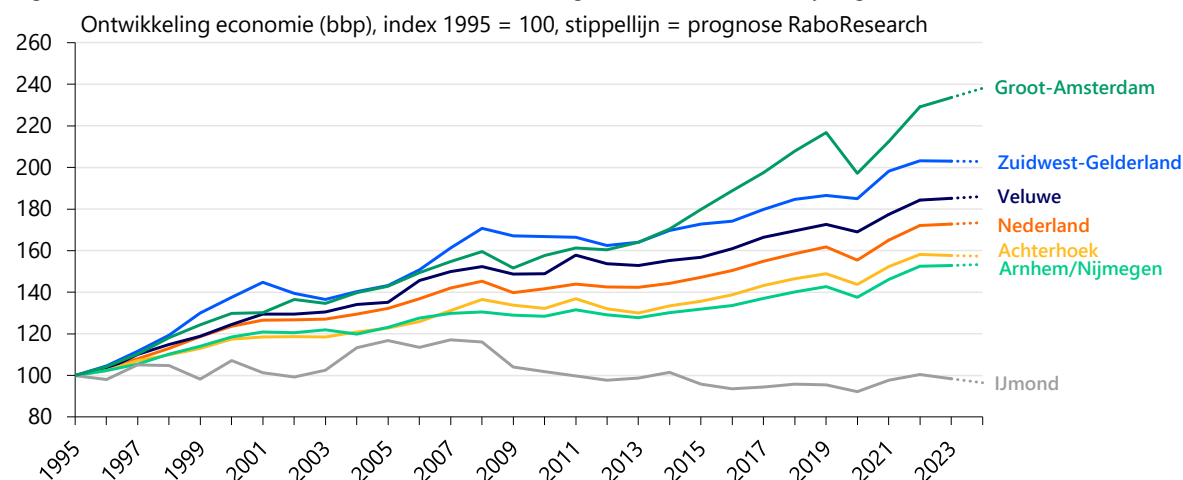
Verandering van het aandeel van regio's in de Nederlandse economie (bbp, 1995 - 2022)



Bron: CBS, bewerking RaboResearch 2024

Figuur 12 toont de economische ontwikkeling van de Achterhoek en andere regio's in Gelderland door de tijd heen. De economie van de Achterhoek is sinds 1995 met bijna 60% gegroeid, tegenover 74% voor Nederland. Hoewel de groei dus iets achterblijft bij het landelijke groeicijfer, presteert de economie relatief goed. Landelijk wordt de groei sterk gedreven door een aantal groeiregio's, zoals Groot-Amsterdam, Brainport Eindhoven en Flevoland. Binnen Gelderland presteert regio Arnhem/Nijmegen minder goed, terwijl de Veluwe en Zuidwest-Gelderland harder groeien.

Figuur 12. De economie van de Achterhoek beweegt mee met de landelijke groei



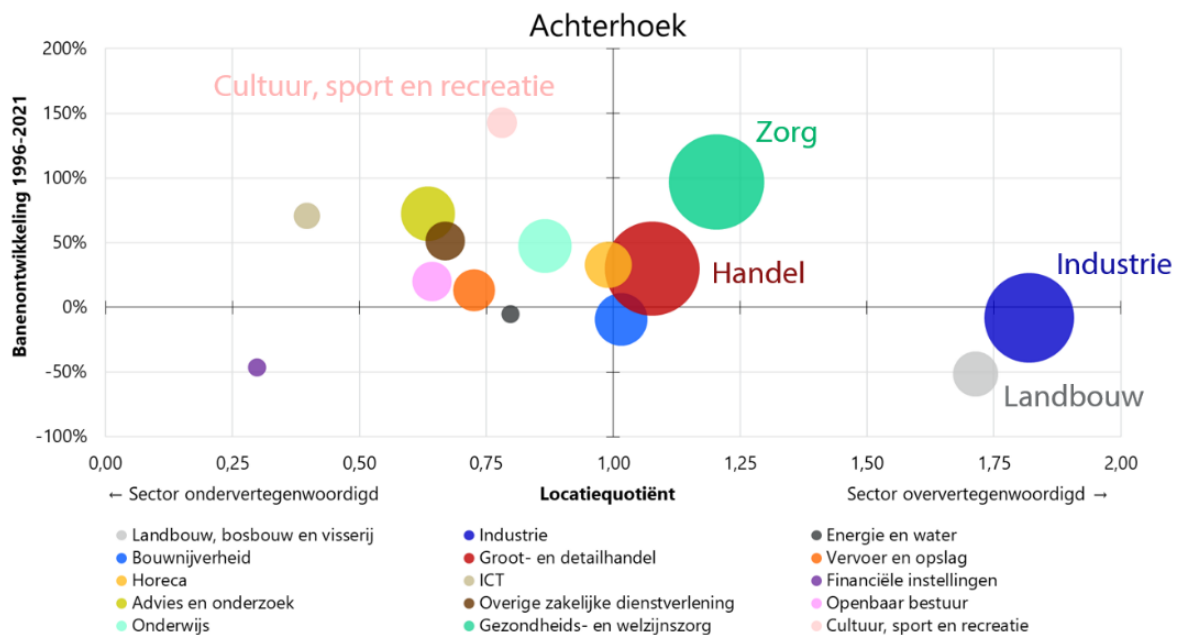
Bron: CBS, bewerking RaboResearch 2024

De Achterhoek heeft een grote industrie, veel landbouw en een grote zorgsector

De Achterhoek heeft een duidelijk economisch profiel, zie figuur 13. De horizontale as geeft aan in hoeverre de Achterhoek is gespecialiseerd in de sector. Hoe verder de bol naar rechts, hoe groter de sector is ten opzichte van andere regio's in Nederland. De verticale as geeft aan in hoeverre de sector groeit. Hoe hoger de bol, hoe harder de sector groeit qua aantal banen. De bolgrootte geeft aan hoeveel banen er in de sector zijn. Hoe groter de bol, hoe meer banen.

Relatief de grootste sectoren zijn de industrie, de landbouw en de zorg. Ook de handel is hier groot. Daarbij valt op dat de industrie en de landbouw grote sectoren zijn, maar dat het aantal banen in deze sectoren niet is gegroeid. Dit in tegenstelling tot de sectoren zorg en handel. Een andere sector die hard groeit, maar die nog relatief klein is in de Achterhoek, is de vrijetijdssector (cultuur, sport en recreatie).

Figuur 13. Specialisaties in de Achterhoek

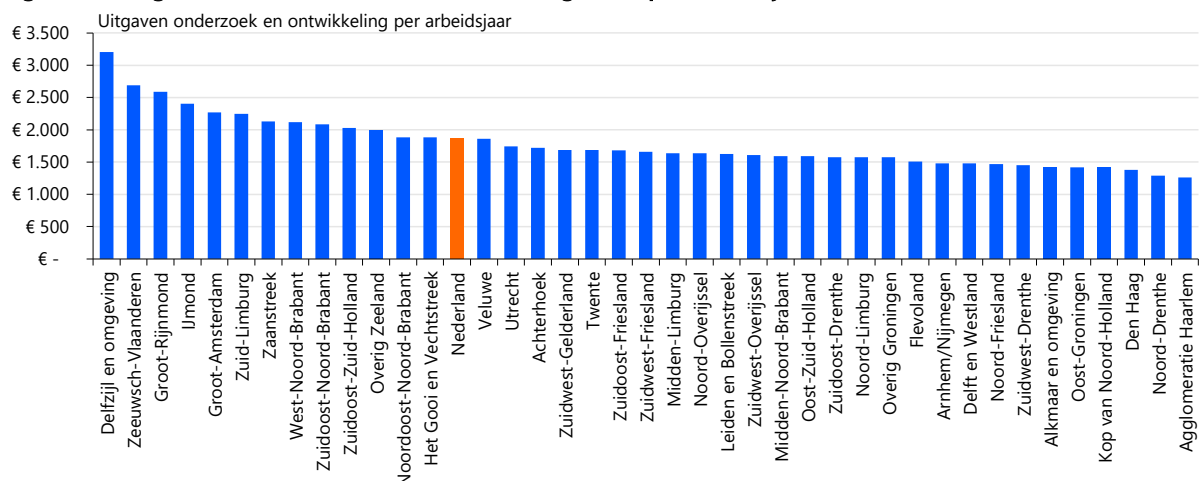


Bron: Stichting LISA (2021), bewerking RaboResearch 2024

Investerings in onderzoek en arbeidsproductiviteit blijven achter

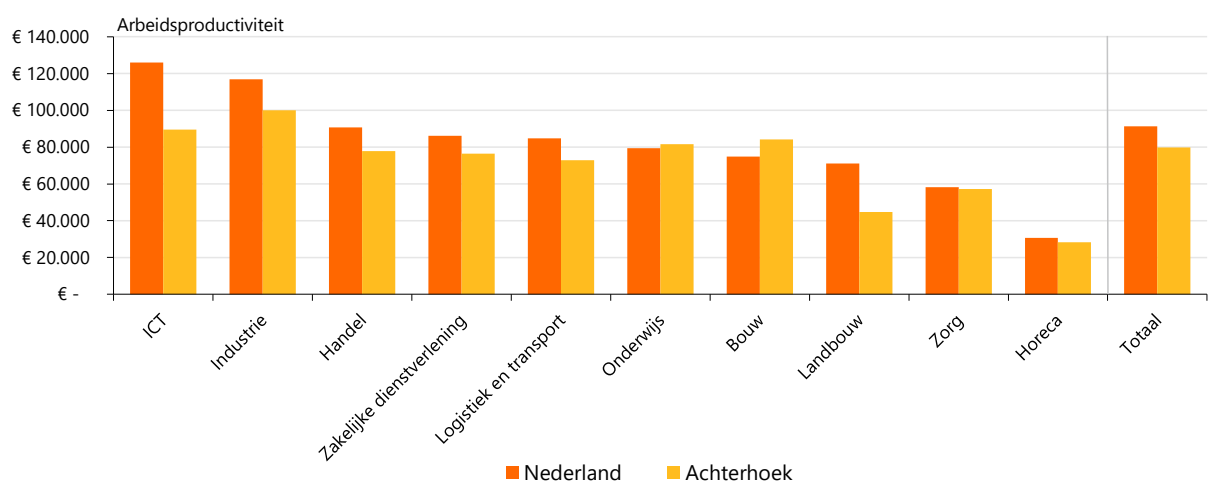
Investerings in onderzoek en ontwikkeling (o&o) lopen in de Achterhoek iets achter op regio's elders in het land (zie figuur 14). Waar de o&o-uitgaven in Groot-Amsterdam, Groot-Rijnmond en Brainport Eindhoven ruim boven de 2.000 euro per arbeidsjaar¹ liggen, schommelen ze in de Achterhoek rond de 1.700 euro per arbeidsjaar. Ook de arbeidsproductiviteit in de Achterhoek blijft achter in vergelijking met Nederland (zie figuur 15). Zij ligt namelijk 13 procent lager. We zien dit niet alleen voor de algehele arbeidsproductiviteit. Ook bij de meeste sectoren blijft de arbeidsproductiviteit in de Achterhoek achter in vergelijking met Nederland. De bouwsector is juist productiever in de Achterhoek. Overigens zien we dat de [productiviteitsgroei](#) in de Achterhoek de afgelopen 25 jaar relatief hoog was.

Figuur 14. Uitgaven aan onderzoek en ontwikkeling (o&o) per arbeidsjaar



Bron: CBS (2021), bewerking RaboResearch 2024

Figuur 15. Arbeidsproductiviteit (toegevoegde waarde per arbeidsjaar) blijft achter in de Achterhoek



Bron: CBS (2020), bewerking RaboResearch 2024

¹ Arbeidsjaar is een maatstaf voor het arbeidsvolume, die wordt berekend door alle banen (voltijd en deeltijd) om te rekenen naar voltijdbanen, ook wel voltijdequivalenten (vte) genoemd. Zo leveren twee halve banen (elk 0,5 vte) samen een arbeidsvolume van één arbeidsjaar op.

Bijlage 4. Brede welvaart

Economische dynamiek, werk en inkomen zijn belangrijk, maar beslist niet het enige wat telt voor mensen. Wat mensen van waarde vinden, gaat veel verder dan materiële welvaart. Om het leven te leiden zoals we dat willen, zijn ook aspecten als gezondheid, veiligheid, sociale contacten, persoonlijke ontwikkeling en huisvesting nodig. Dit zijn vijf van de elf dimensies van brede welvaart (zie figuur 16).

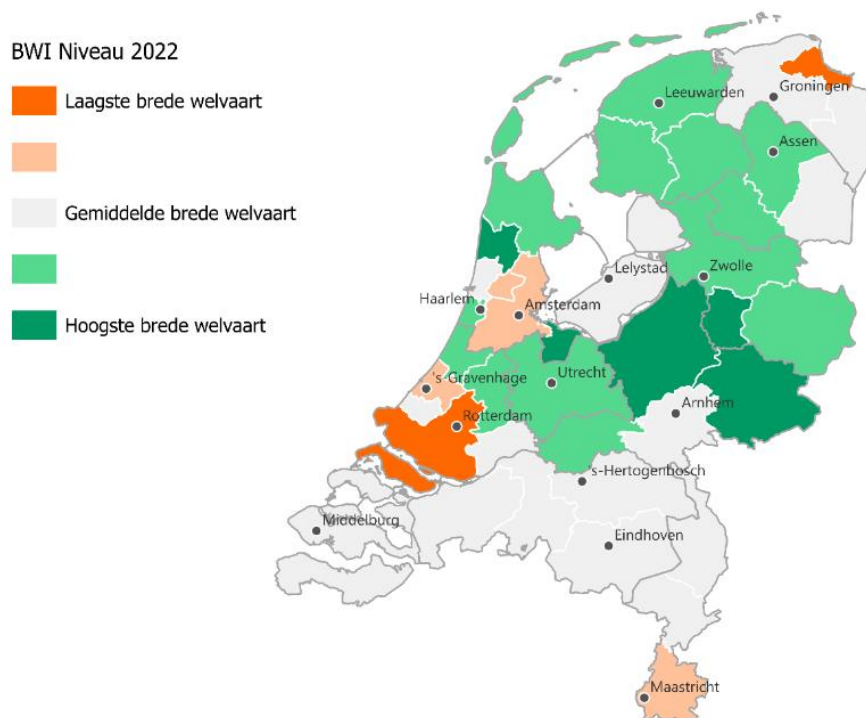
Figuur 16. De elf dimensies van brede welvaart



Bron: RaboResearch, Universiteit Utrecht 2016

In 2022 had de Achterhoek de op een na hoogste brede welvaart van Nederland (zie figuur 17). Ook aangrenzende regio's als de Veluwe, Zuidwest-Overijssel en Twente hebben een hoge brede welvaart. Gebieden waar de brede welvaart achterblijft, zijn stedelijke regio's als Groot-Amsterdam, Groot-Rijnmond en Den Haag, net als regio's aan de rand van het land, zoals Zuid-Limburg en Delfzijl en omgeving.

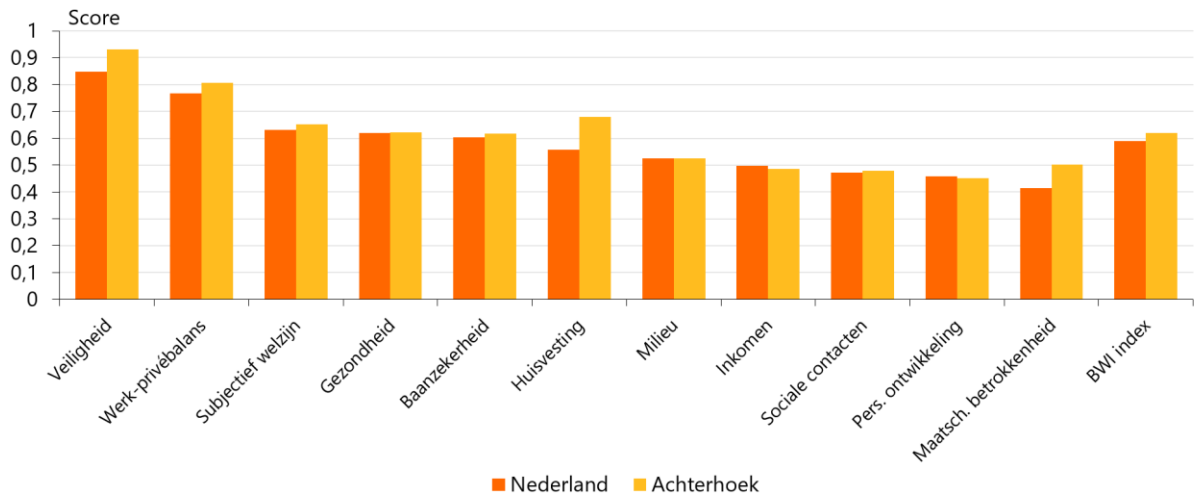
Figuur 17. Regionale verschillen in brede welvaart



Bron: RaboResearch, Universiteit Utrecht 2023

Dimensies van brede welvaart waarop de Achterhoek uitzonderlijk scoort, zijn veiligheid, huisvesting en maatschappelijke betrokkenheid (zie figuur 18). Dit geldt in mindere mate ook voor werk-privébalans en subjectief welzijn. Op slechts twee dimensies scoort de Achterhoek iets minder goed dan Nederland als geheel: inkomen en persoonlijke ontwikkeling. Dit zijn dus dimensies waarop verbetering mogelijk is.

Figuur 18. Brede welvaart uitgesplitst naar dimensies



Bron: RaboResearch, Universiteit Utrecht 2022

Bijlage 5. De transitie naar een duurzame en inclusieve economie

Vanaf de jaren tachtig ontstond een nieuwe economie in Nederland. [Kennis en innovatie](#), vooral in regionale netwerken (ecosystemen), werden voor bedrijven steeds belangrijker. Deze ontwikkelingen droegen bij aan de verschuiving van de economie van een op fysieke grondstoffen georiënteerde basis naar een niet-materiële basis, namelijk die van kennis. Het optimaliseren van de kennisstromen binnen de netwerken waarin bedrijven actief waren, maakte het verschil. Regio's waren daarin de spin in het web.

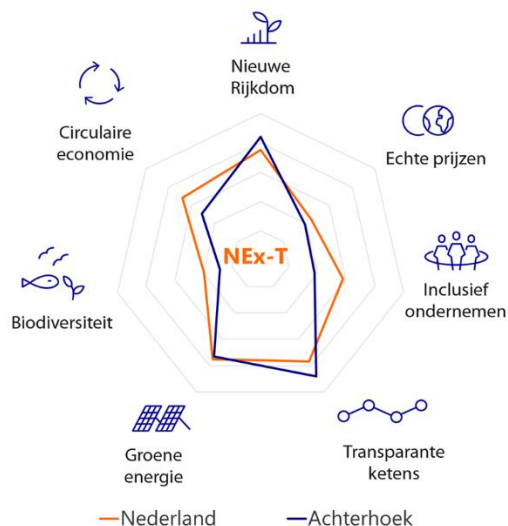
Meer recent spelen naast kennis en innovatie ook [duurzaamheid en inclusiviteit](#) een steeds prominenter rol in de nieuwe economie. De grote afhankelijkheid van energie en schaarse grondstoffen maakt bedrijven kwetsbaar. Bovendien wordt duidelijk dat er grenzen zijn aan hoe de economie het milieu kan uitputten. Thema's als circulariteit, maar ook inclusief ondernemen worden steeds belangrijker. Bedrijven moeten meebewegen in deze transitie en staan voor een grote opgave.

Transitie naar een duurzame en inclusieve economie

Een recent ontwikkelde index van RaboResearch, genaamd de NEx-T,² meet de voortgang van bedrijven in de transitie naar een duurzame en inclusieve economie. Hiervoor hielden we een uitgebreide enquête onder Nederlandse bedrijven, waarbij we met zeven dimensies de transitie naar de nieuwe economie meten. De enquête is gehouden in 2020, 2021 en 2022. Nederland scoort in alle jaren een krappe voldoende.

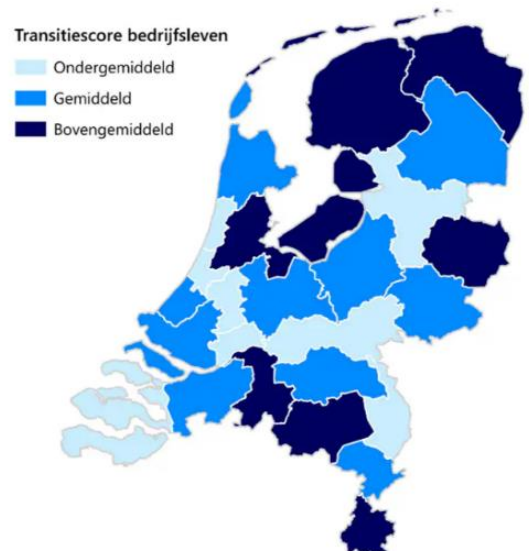
De Achterhoek scoort ongeveer even goed als Nederland gemiddeld op de NEx-T (zie figuur 20). Als we kijken naar de onderliggende dimensies, zien we relatief hoge scores op nieuwe rijkdom en transparante ketens, maar ook relatief lage scores op de dimensies echte prijzen, inclusief ondernemen, biodiversiteit en circulaire economie.

Figuur 19. NEx-T-scores uitgesplitst naar dimensies



Bron: RaboResearch 2023

Figuur 20. NEx-T-score per regio

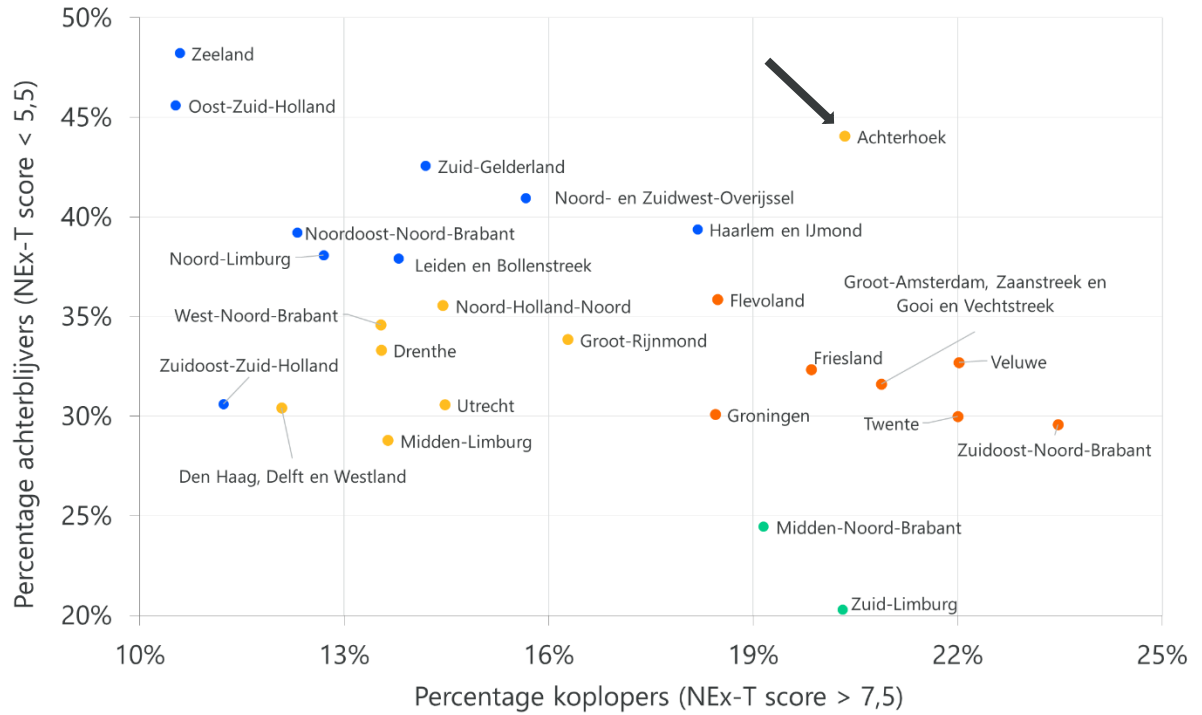


Bron: RaboResearch 2023

² NEx-T staat voor 'Nieuwe economie index voor Transitie van het bedrijfsleven'.

Wat opvalt, is dat spreiding in de Achterhoek erg groot is. Anders gezegd: er zijn veel bedrijven die ver in de transitie zijn, koplopers, maar er is ook een grote groep bedrijven die achterblijft en nog stappen moet zetten in de transitie (zie figuur 21). Deze spreiding is aanzienlijk groter dan in andere regio's.

Figuur 21. Zowel veel koplopers als achterblijvers in de Achterhoek



Bron: RaboResearch 2023

Bijlage 6. Rabobank en de Achterhoek

Als financiële, kennis- en netwerkpartner wil de coöperatieve Rabobank graag meewerken aan een sterke Achterhoek. Niet alleen door lokaal aanwezig te zijn, maar ook door onderdeel te zijn van én te investeren in het ecosysteem van deze regio.

Centraal in dit onderzoek staat de vraag: wat is er nodig voor een toekomstbestendige economie in de Achterhoek? De inzichten die zijn verkregen uit de interviews en dialogen, zijn vertaald naar zeven opgaven om de gewenste ondernemersdynamiek te stimuleren jongeren te betrekken en de samenwerking te verbeteren.

Activatie Ondernemersdynamiek

Achterblijvers stimuleren en verbinden aan koplopers

In de Achterhoek verschillen bedrijven fors in de mate waarin zij duurzaam en inclusief ondernemen. Er is een groep koplopers, maar ook een zeer grote groep die überhaupt niet wordt bereikt en daardoor amper in beweging komt. Uit de dialogen en interviews komt naar voren dat grote ondernemingen hier een leidende rol zouden moeten spelen om de samenwerking tussen bedrijven te verbeteren. Zij hebben immers ook sterkere banden met overheid en onderwijsinstellingen. Als dé mkb-bank van Nederland, zeker in de Achterhoek, voelt Rabobank zich aan haar stand verplicht om hier een substantiële bijdrage aan te leveren.

- *De komende jaren willen we budget en kennis beschikbaar stellen om hier op een juiste wijze invulling aan te geven. Dit doen we met workshops en inspiratiesessies over transities of thema's waar de groep achterblijvers mee worstelt. Daarnaast willen we de verbinding leggen in netwerken met koplopers, dit in afstemming met VNO-NCW, Achterhoek Board en SIKa.*
- *Ook gaan we, om een grotere groep mkb'ers te bereiken, de voorwaarden voor de MKB Duurzaamheidsbijdrage versoepelen. Hiermee kunnen mkb-ondernemers 10% terug ontvangen op een duurzame investering tot een bedrag van 100.000 euro. Voor grotere bedrijven zien we de mogelijkheid om onze impactlening voor duurzame koplopers breder en actiever in te zetten.*
- *Rabobank wil in de Achterhoek graag partner zijn in het Actieprogramma MKB Dienstverlening dat mkb-ondernemers moet stimuleren om met elkaar samen te werken en beter gebruik te maken van de (publieke) dienstverlening die beschikbaar is voor vernieuwing en verandering binnen het mkb. De Achterhoek is hierin koploperregio. Onze eigen klanten willen wij graag laten aansluiten op deze samenwerkingsverbanden.*

Gunstiger klimaat voor startups en scale-ups

Daarnaast dient de Achterhoek te investeren in een gunstiger klimaat voor startups en scale-ups en moet er meer ruimte komen om te experimenteren. Succesvol is de samensmelting van CIVON en SmartHub Incubator Industry op een gezamenlijke locatie, en de hiermee samenhangende opening van de Ideeënfabriek in Uift, waar ook het Graafschap College en enkele vooraanstaande bedrijven bij zijn aangesloten. Rabobank onderschrijft deze, omdat zij open innovatie stimuleert, waarbij middelen worden ingezet voor een actieve begeleiding van startups in plaats van huisvesting van initiatieven.

- *Rabobank heeft de ambitie om het partnership met dit initiatief de komende jaren uit te breiden, niet alleen financieel, maar ook inhoudelijk. Onze toegewijde startup bankers en sectorspecialisten kunnen een extra invulling geven aan dit uitstekende initiatief dat ondernemers in alle lagen met elkaar verbindt en uniek is in oost-Nederland.*
- *Ter stimulering van startups in de regio heeft Rabobank Money Meets Ideas geïntroduceerd in de Achterhoek. Ook zien wij ruimte om de Rabobank Innovatie Lening (financiering tot 150.000 euro volledig risicodragend) ruimer en actiever in te zetten in nieuwe proposities uit de maakindustrie.*

- ***Rabobank wil een actieve rol pakken in de samenwerking met de regio Twente. Op het gebied van MBO (Graafschap College en ROC van Twente) is deze al aanwezig, maar rondom de Universiteit Twente, Saxion Hogeschool en de in Twente gevestigde bedrijven zit hier veel verbeterpotentieel. Vanuit ons werkgebied en onze rol in beide ecosystemen kunnen wij deze brug slaan. Qua mentaliteit (no-nonsense), cultuur (naoberschap) en structuur (sectoren, grensregio's zonder provinciehoofdstad) passen beide gebieden uitstekend bij elkaar. We hebben al ervaring met succesvolle uitwisseling en/of uitbreiding van initiatieven (zoals de Talententuin) of samenwerking tussen incubators (Novel-T, SmartHub Incubator Industry en De Steck) tijdens ons jaarlijkse innovatie-event op de Zwarte Cross.***

Bottom-up-initiatieven stimuleren

Initiatieven van onderop zijn onmisbaar voor een toekomstbestendige Achterhoek; oplossingen voor bestaande uitdagingen moeten nog meer vanuit de mensen en bedrijven uit de Achterhoek komen. Als coöperatieve bank stimuleert Rabobank samenwerking en *naoberschap*.

- ***Rabobank gaat in afstemming met haar ledenraad in de Achterhoek ruimere kaders stellen voor de inzet van coöperatief dividend om nieuwe initiatieven van onderop te stimuleren en ondersteunen. We verwachten dit in 2025 te kunnen doen.***

Hoe bereiken we jongeren?

De braindrain van de regio Achterhoek is zorgelijk

Hoewel de Achterhoek op het gebied van brede welvaart al jaren achtereen zeer hoog scoort, behoort de migratiestroom van jongvolwassenen die uit de regio vertrekt eveneens tot de hoogste van Nederland. Hiermee komt de leefbaarheid van de regio op termijn onder druk te staan, evenals de continuïteit van bedrijven en de duurzaamheids- en inclusiviteitstransitie. Het zou een schrikbeeld zijn als de regio zich transformeert tot een gebied waar het enkel fijn wonen is voor welgestelde ouderen die van rust houden. De opgave is hiermee tweeledig: hoe blijft talent in de regio behouden, maar zeker ook: hoe krijgen we deze doelgroep weer terug naar de Achterhoek op sleutelmomenten (nieuwe baan, jong gezin et cetera)?

Er zijn al mooie initiatieven op het gebied van talentbehoud in de Achterhoek die Rabobank actief ondersteunt, zoals Smarthub of Talententuin Achterhoek. Deze initiatieven beogen jongeren te koppelen aan Achterhoekse werkgevers. Dit soort initiatieven werken omdat ze Achterhoek-breed zijn. Er zijn echter nog weinig initiatieven die inspelen op de verleiding om Achterhoekers weer terug te laten keren naar hun geboortegrond; hier kan storytelling bij helpen.

Goede storytelling met focus op jongeren en jonge gezinnen

Een regio met drie universiteiten en twee hogescholen binnen afzienbare afstand, waar ruimte is en waar je nog enigszins betaalbaar kunt wonen. Waar vind je dat nog in Nederland? Goede storytelling kan de Achterhoek helpen, maar dan moet de doelgroep wel worden bereikt. Met gebruik van AI, sociale media en door bijeenkomsten te organiseren op inspirerende locaties moet dit mogelijk zijn. Tijdens de Zwarte Cross is Lichtenvoorde voor even de hoofdstad van Oost-Nederland. Maar daarbuiten wordt ervaren dat er onvoldoende voorzieningen zijn om aantrekkelijk te blijven voor jongeren, hoewel dit voor jonge gezinnen weer anders is.

- ***Rabobank wil een actieve rol spelen om jongeren te betrekken bij de visievorming over de Achterhoek. Ook willen we onderzoeken in hoeverre wij het verhaal van de Achterhoek kunnen verspreiden om Achterhoekers voor hun veertigste weer naar hun geboortegrond te krijgen. We willen hier capaciteit, kennis en budget voor beschikbaar stellen. De invulling hiervan kan worden afgestemd met de Achterhoek Board en ook hier kunnen we leren van omliggende regio's.***
- ***Komend half jaar stelt Rabobank 350.000 euro vanuit haar coöperatief dividend beschikbaar voor jongereninitiatieven in de Achterhoek en Twente. Hierbij laten we de reguliere kaders los, aangezien het voor jongeren lastiger is om bijvoorbeeld cofinanciering te realiseren. Met dit bedrag en de***

snelheid waarmee we het beschikbaar stellen, laten we zien dat we hier echt prioriteit aan geven. Ook nodigen we jongeren uit om actief ledenraadslid te worden bij Rabobank in de Achterhoek, zodat we gezamenlijk met deze opgaven aan de slag kunnen.

Uit de dialoogtafels blijkt ook dat er ruimte voor verbetering is voor samenwerking tussen de gemeenten. De genoemde uitdagingen spelen op het niveau van de regio. Ook Rabobank ervaart dat zij vaak nog wordt benaderd voor vraagstukken vanuit gemeenten die feitelijk op regioniveau moeten worden aangepakt.

- ***Waar we de kaders voor jongeren en initiatieven van onderop aanzienlijk ruimer stellen, gaan we coöperatief dividend voor Publiek Private Samenwerking-proposities exclusief maken voor initiatieven die een Achterhoek-breed karakter hebben.***

Colofon

RaboResearch

Nederland

<https://www.rabobank.nl/kennis>

Auteurs

Floris Jan Sander Regionaal econoom RaboResearch

Rogier Aalders Regionaal econoom RaboResearch

Otto Raspe Hoofd RaboResearch Regions Innovation Sustainability Entrepreneurship (RISE)

Met medewerking van

Hans van de Guchte, Susan Bruinsma Bruns, Wilma Stortelder, Amy van der Werff, Annemiek Middelhuis-ten Harkel, Laura Steenwelle, Nicole ten Velde, Romy Drees en Frederieke Markerink

Contact RaboResearch

Floris Jan Sander (florisjan.sander@rabobank.nl)

Rogier Aalders (rogier.aalders@rabobank.nl)

Contact Rabobank

Robin Geerdink (Robin.Geerdink@rabobank.nl)

Annemiek Hiddink (Annemiek.Hiddink@rabobank.nl)

Frits Mulder (Frits.Mulder@rabobank.nl)

Contact Achterhoek Board

Wilma Stortelder (w.stortelder@8rhk.nl)

© 2024 – All rights reserved

Disclaimer: <https://economie.rabobank.com/disclaime>