

SPELEN

OM TE WINNEN

1

TEAM
2018

Onze visie

Het plan van
de ondernemers
uit de Spaanse Polder

Onze strategie

Samenwerking met de
Overheid, Onderwijs en
Ondernemers



ONDERNEMERSVERENIGING

Spaanse Polder

Geachte heer Andela, beste Jean Paul,

Met de wisseling van de stadsmarinier in de Spaanse Polder ben jij bij ons in beeld gekomen. Jij hebt bij ons het vertrouwen gewekt dat de gemeente met de ondernemers wil samenwerken in de polder. Een samenwerking die gebaseerd is op gelijkwaardigheid en wederkerigheid, niet op basis van een starre overheid die bang is om de regie uit handen te geven. Echte samenwerking dus, als partners.

Kennis delen, samen kennis borgen, de polder samen verder vorm geven. De ene keer de overheid in de lead, de andere keer het onderwijs of de ondernemers. Maar altijd met ondernemende ondernemers en een faciliterende gemeente.

Met dit als vertrekpunt stuurt het nieuwe bestuur je bijgaand conceptplan. Tijdens onze ALV's hebben onze leden akkoord gegeven. De ondernemersvereniging 's Gravelandsepolder sluit zich aan en verwacht actieve deelname van de gemeente Schiedam

We willen er graag verder met je over in gesprek.

Hartelijke groeten,
Mede namens onze leden,

Frank Kapsenberg
Casper de Vos Klootwijk
Jacques van Gorp
Jeroen van den Berg
Leon van Bokkem
Marcel van Breda
Marlies Mulder
Martin Marquering
Mehmet Kolay
Nanco van Duinen

Ondernemersvereniging
's Gravelandsepolder
Mattieu Levens

Spelen om te winnen

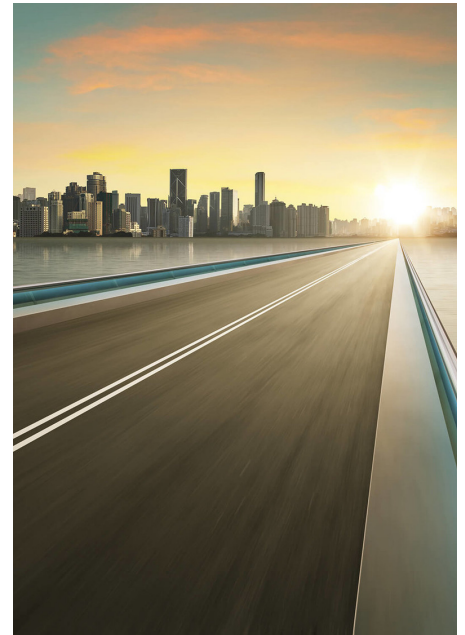
Het plan van de ondernemersvereniging Spaanse Polder

Inleiding

Nu het samengaan van de verenigingen BVSP en ondernemersvereniging NoordWest een feit is, verwachten de leden dat het nieuwe bestuur een koers uitzet. Eén koers die duidelijk de richting aangeeft die de georganiseerde ondernemers in de Spaanse Polder willen varen. Een stip op de horizon waar de ondernemers naar toe werken.

Uitgangspunt is hierbij dat de ondernemersvereniging Spaanse Polder (OVSP) uitgaat van haar eigen kracht, zonder het belang van samenwerking met de andere stakeholders uit het oog te verliezen.

Allereerst is het van belang dat de organisatie van de nieuwe OVSP staat. Alle bestuursleden zijn vrijwillige bestuurders die zich realiseren dat vrijwillig en onbezoldigd niet vrijblijvend betekent. Zij hebben zich gecommiteerd aan een periode waarin veel, snel moet gebeuren. Het secretariaat van de twee oorspronkelijke verenigingen wordt in elkaar geschoven; door gebruik te blijven maken van de huidige ondersteuner DZP blijft alle (historische) kennis geborgd.



'Eén koers met een duidelijke richting'



Veel processen om te komen tot één geoliede club zijn in de aanloop naar de fusie opgepakt. Nu zal het nieuwe bestuur moeten zorgen dat er één gedragen visie komt als basis voor de strategie en een daarop volgend uitvoeringsplan.

Dat betekent dat alle onderzoeken waar het bestuur inzicht in heeft, alle data en statistieken, zullen worden gebruikt in de planvorming en uitvoering.

De visie van de OVSP

Ondernemers zijn topsporters en een topsporter speelt om te winnen. Hij kiest zijn terrein, zijn materiaal en zijn tactiek zo uit, dat hij de kansen op de overwinning het grootst acht.

Regio's worden steeds belangrijker in het economische landschap. Door een specialisatie te kiezen die past bij de (toekomstige) Spaanse Polder, kunnen innovatieve ondernemingen worden aangetrokken en houden we de welvaart vast. Innovatie voegt bewezen waarde toe aan een gebied.

Innoverende bedrijven genereren hoogwaardige banen die uitsluitend kunnen worden ingevuld door goed opgeleide mensen. En hoe groter de welvaart is, hoe harder de werkgelegenheid groeit.



Innoveren is dus de meest effectieve manier om werkgelegenheid te creëren en waarde toe te voegen aan het gebied. Voorbeelden van waar dit goed gelukt is, zijn:

- Het Westland met haar groenten, bloemen en de wereldberoemde proeftuin;
- Campus Eindhoven. Bejubelt om de ontwikkelingen op het gebied van robotica, licht, leven en zorg;
- Wageningen. De combinatie van ondernemers met een visie, een gemeente die wilde faciliteren en een universiteit binnen handbereik leverde Wageningen de Food Valley op.

Innoveren is dus de meest effectieve manier om werkgelegenheid te creëren en waarde toe te voegen aan het gebied.





Een ondernemer met innovatieve plannen voor robotisering zal zich willen vestigen in Eindhoven: kennis bij de hand, concurrenten om je scherp te houden, fantastische vestigingsvoorwaarden, goede medewerkers en vanzelfsprekend voor de klanten. Die keuze, die vanzelfsprekendheid willen wij ook in de Spaanse Polder realiseren.

Als gemeenten Schiedam en Rotterdam draagvlak wil voor haar plannen met de polder kan die keuze onmogelijk zonder de ondernemers uit het gebied worden gemaakt. Daar wringt de schoen volgens de verenigingen een beetje.

De ondernemers uit de Polder zijn het erover eens dat er veel over en te weinig met hen wordt gesproken. De publieke stakeholders op het terrein hebben hun "lievelings-ondernemers" die met voorkeur worden betrokken. Dat lijkt logisch omdat wat grotere ondernemingen meer tijd vrij kunnen spelen om deel te nemen aan deze overleggen. Daardoor klinkt al jarenlang eenzelfde geluid over de toekomst van het terrein (te) dominant door. Wij geloven dat met meer inspanning ook de MKB bedrijven en de kleinere vastgoedeigenaren graag betrokken willen worden. Voorwaarde hierbij is wel dat de MKB-er zich gehoord en vertrouwd voelt. Iets dat onze vereniging kan bieden.

De leden van onze verenigingen hebben voorgesteld om onze eigen ondernemersvisie, -strategie en uitvoeringsplan voor het terrein te ontwikkelen.

De onderstaande opsomming is uitgangspunt bij het opstellen van onze visie, strategie en uitvoeringsplan:

- De huidige aanpak van het thema “schoon, heel en veilig” blijft gehandhaafd; sterker nog, wordt als het aan ons ligt uitgebreid naar NoordWest omdat sprake is van een waterbed effect nu de inzet van de stadsmarinier om de criminaliteit aan te pakken zijn vruchten afwerpt;
- De lobby over de betere ontsluiting van het gebied door de aanleg van de Blankenburgtunnel en het doortrekken van de A13 en A16 wordt ondersteund door de OVSP;
- De branding van het gebied is zeer belangrijk;
- De polder is al een belangrijke motor voor de werkgelegenheid en zal dit moeten blijven;
- De OVSP is de grootste vereniging in het gebied, staat open voor samenwerking maar gaat uit van haar eigen kracht.

Om de informatie op te halen bij de ondernemers hoe zij hun toekomst over 15 jaar in de polder zien, is meer nodig dan deze punten en het houden van enquêtes.

Het bestuur organiseert daarom RoadShows in de polder waar de ondernemers wordt gevraagd om input. Welke competenties zien zij, wat is het DNA van de polder, welke trends zien zij in relatie tot de historie van de Spaanse Polder (en NoordWest), wat zijn hun overwegingen om te blijven of juist om te vertrekken.

Deze bijeenkomsten zijn interactief en stimulerend om soms dezelfde vraagstukken vanuit een ander perspectief te zien.

Door de uitkomsten van deze bijeenkomsten te verrijken met data, input vanuit de gemeente en de provincie, reeds gedane onderzoeken (Ecorys, etcetera) en programma's en agenda's die lopen (of waarvan bekend is dat ze ingezet

gaan worden, bijv. RMNE, topsectoren, havenagenda, MRDH, etc.) kunnen de ondernemers de stip op de horizon zetten.

Een interessante stip, want ondernemers kunnen kiezen. Makkelijker dan overheden die alle belangen moeten dienen, zullen ondernemers kiezen voor een toekomstbeeld waarbij de toename van groei en welvaart centraal zullen staan.

Dat betekent innoveren en samenwerken. Ondernemers willen innoveren. De ondernemers uit de Spaanse Polder zien het belang van samenwerking, anders waren ze nooit samen gegaan met de vereniging van NoordWest en had de 's Gravelandsepolder zich niet aangesloten.

Naast samenwerkende ondernemers is voor het slagen van een goed visie-traject de input van overheid en onderwijs en overige organisaties (triple helix / quadruple helix) noodzakelijk. Die samenwerking bestaat nog nauwelijks in de polder. Een dergelijke samenwerking stimuleert de innovatiekracht van ondernemers en voegt waarde toe aan het gebied (diamant model van Porter). Innovatieve bedrijven trekken hoogwaardige werkgelegenheid aan met goede salarissen, waar veel bedrijven van profiteren. In de sliptstream hiervan volgen meer MBO- en VMBO banen. Het hele gebied wordt gelift. Bedrijven (en overheden) weten straks precies waarom ze zich in de Spaanse Polder moeten huisvesten en niet in Moerdijk, dat ze optimaal gefaciliteerd kunnen worden en goed personeel kunnen vinden. De Spaanse Polder kan dan net als Silicon Valley of de campus van Eindhoven gebrand worden voor één specifiek thema of één specifieke branche. Dat betekent niet dat bestaande bedrijven weg moeten, integendeel. Zij zijn als bedrijven uit de primaire of ondersteunde sector van belang om nieuw aan te trekken bedrijven te ondersteunen.

Tijdens het hele proces zal de vereniging de stakeholders betrekken en informeren. Het is van groot belang dat de uiteindelijke visie door iedereen wordt gedragen. Anders zal de realisatie van het eindbeeld continue op grote hobbels en diepe kuilen stuiten met als mogelijkheid dat er helemaal geen visie vanuit de ondernemers komt.

De strategie

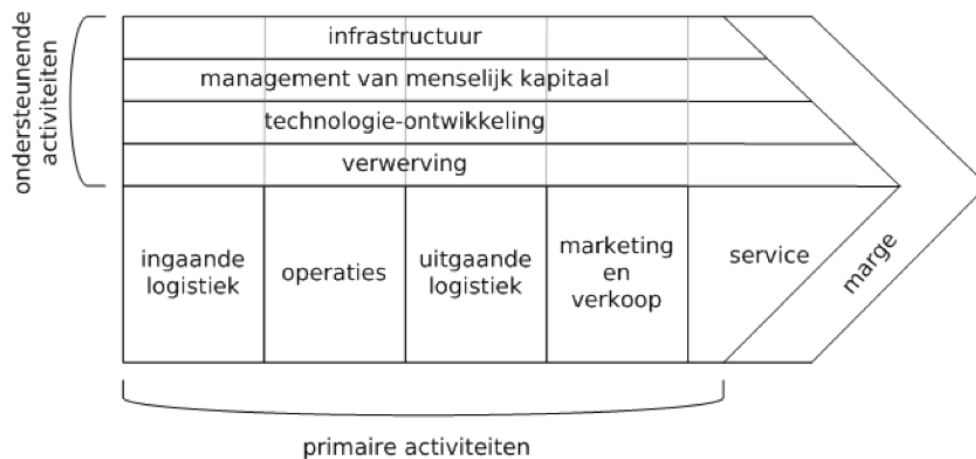
Op basis van de vastgestelde visie moeten de samenwerkende partijen uit het onderwijs, de overheid en het ondernemersveld de strategie vorm geven.

Welk speelveld zullen onze leden kiezen voor de Spaanse Polder als ze spelen om te winnen?

Om dat te kunnen beantwoorden, moeten de ondernemers en overige stakeholders het eerst eens worden over de antwoorden op onderstaande vragen.

- Waar willen ze waarde creëren?
- Wat willen hun klanten met het product?
- In welk deel van de waardeketen vinden we wat de klanten uiteindelijk willen terug?
Ondersteunend of primair? (Zie onderstaand)
- Welke problemen worden opgelost?
- Welke taak wordt makkelijker?
- Welk risico wordt verlaagd?
- Welk werk wordt deels of volledig uit handen genomen?
- Welke nieuwe voordelen of winsten worden gecreëerd?

En dit allemaal beter en/of anders dan de concurrerende bedrijventerreinen.....



DE UITVOERING

Ondernemers willen een duidelijke stip op de horizon en weten hoe ze daar moeten komen. De visie en de strategie geven daar op papier antwoord op. Belangrijk, omdat de ideeën moeten nestelen in de hoofden en de harten van de betrokkenen.

Ons communicatieplan zal hier een grote rol in spelen en de implementatie is van groot belang. Maar na dat dit gebeurd is, verwachten onze leden actie en dus uitvoering van de strategie.

Actiepunten

1. Organiseren capaciteit

De vereniging heeft een secretariaat dat de administratie doet en het bestuur ondersteunt. Om een krachtige trekker van deze ontwikkelingen te zijn, heeft het bestuur haar oog laten vallen op iemand die dit hele project kan trekken. Deze persoon is verantwoordelijk voor de uitvoering, het bestuur stuurt. Het bestuur associeert de werkzaamheden van deze man als ware hij een "Ondernemersmarinier", iemand met een doortastende, flexibele persoonlijkheid, die de taal van ondernemers spreekt, verstand heeft van onderwijs en de arbeidsmarkt. Communicatief vaardig, integer, betrouwbaar. Hij is niet in dienst van de gemeente, maar kan wel goed samenwerken met de diensten. De verwachting is dat hij ook goed valt bij het team van Galatee 7.

Een dergelijke "marinier" (we staan open voor andere een naam) is noodzakelijk om de onderstaande punten uit te voeren, draagvlak te creëren bij veel meer ondernemers dan die nu zijn aangehaakt en in opdracht van het bestuur de vertegenwoordiger van de vereniging te zijn. Het bestuur zoekt middelen om deze trekker van het hele traject te financieren. Zoals gezegd ondersteunt de ondernemersvereniging 's-Gravelandsepolder het totale plan. Zij verwachten steun van de Gemeente Schiedam.



2. Organiseren RoadShows

Op verschillende momenten worden op verschillende plekken sessies gehouden met ondernemers. Het bestuur zal vooral de NOT-usual suspects hierbij laten aanhaken. Per bijeenkomst willen we minimaal 20 ondernemers laten vertellen hoe zij dingen zien. De oogst hiervan wordt gekoppeld aan de te verkrijgen data en rapporten en in perspectief geplaatst van de agenda's van de stad en de regio. Hieruit ontstaat het eerste idee.

3. Communiceren

Dat idee wordt gecommuniceerd met de stakeholders en de achterban.

4. De terugkoppeling hierop wordt verwerkt

De visie en strategie van de ondernemers zullen aansluiten bij een aantal projecten dat al actief is. Daar gaat de vereniging in samenspraak met haar leden projecten aan toevoegen.

TOT SLOT

Dit is een discussiestuk dat in vertrouwen ter beschikking is gesteld door onze besturen. En zoals gezegd, willen wij daar graag met je over in gesprek.





ONDERNEMERSVERENIGING

Spaanse Polder

Aangeboden door ondernemersvereniging Spaanse Polder
realisatie en opmaak DZP