

VERBINDEN

EN

STRATEGISCHE AGENDA
AKKOORD VAN GRONINGEN

2018 – 2022

OPSCHALEN

ER GAAT NIETS BOVEN

GRONINGEN



INHOUD

**“WE ZIEN INNOVATIE ALS EEN GELEIDELIJK,
DOORLOPEND, GEÏNTEGREERD PROCES VAN VERNIEUWING,
PRODUCTIEVERBETERINGEN EN TECHNOLOGISCHE EVOLUTIES,
EEN VORM VAN ZUURSTOF DIE ONZE SAMENLEVINGEN,
ORGANISATIES EN REGIO'S NIEUW LEVEN EN NIEUWE
ENERGIE INBLAAST.”**

A. van Agtmael & F. Bakker (uit: Hier wordt de toekomst gebouwd, 2016)

VOORWOORD	5
1. ONZE MISSIE EN AMBITIE	6
Missie	6
Ambitie	6
Urgentie	6
2. ONZE STRATEGISCHE OPGAVEN	8
Inhoudelijke thema's	8
Healthy Ageing	8
Energie	10
Digital Society	13
Randvoorwaardelijke thema's	16
Binding van talent	16
Innovatieklimaat	18
Jongerenhuisvesting	22
Internationalisering	26
Marketing en communicatie	28
3. ORGANISATIE	30
Rol en samenstelling stuurgroep	30
Coördinatie	30
Opstellen Plannen van Aanpak	30
4. LOBBY	31
BIJLAGE 1	32



VOORWOORD

Groningen heeft zich door de samenwerking binnen het Akkoord van Groningen de afgelopen 15 jaar ontwikkeld van traditionele onderwijsstad tot kennisstad van internationale betekenis. Verschillende factoren hebben daartoe bijgedragen.

In de eerste plaats is in 2009 door de Akkoordpartners de gezamenlijke focus gelegd op energie en healthy ageing. Dit is met recht een historisch besluit voor Groningen geweest, dat door implementatie in onderwijs, onderzoek en samenleving op beide terreinen een glansrijke reputatie heeft opgebouwd. Van het nieuwe thema *digital society* koesteren wij dezelfde verwachtingen.

Daarnaast heeft de interactie tussen onderzoekers, beleidsmakers, studenten, docenten en bestuurders in Groningen een enorme vlucht genomen. In binnen- en buitenland kijkt men met bewondering naar het Groninger model dat wordt gekenmerkt door vertrouwen, korte lijnen en wederkerigheid. Het winnen van wetenschappelijke prijzen, het stijgen op invloedrijke *rankings* en het binnenhalen van gerenommeerde kennisinstututen is een direct resultaat van dit open klimaat.

De gezamenlijke agenda heeft zich telkens aangepast aan de eisen van de tijd. Voor u ligt de vierde iteratie van de akkoordagenda. Meer dan voorheen is deze agenda geformuleerd na een strategische analyse en de vraag wat ons bindt. Het antwoord ligt in het verder **verbinden** van onderzoek en praktijk en in het **opschalen** van dat wat reeds succesvol is. Dat gaan we de komende jaren doen op basis van meerjarige uitvoeringsagenda's.

Het Akkoord van Groningen heeft zich bewezen als platform waar gezamenlijke lijnen worden uitgezet en gezamenlijke besluiten worden genomen, waar partijen samenwerken. Het Akkoord stimuleert daarmee zowel de kennisontwikkeling als de onderlinge samenwerking. Met deze agenda wordt die doelstelling verder versterkt en we roepen iedereen op daar optimaal aan bij te dragen.

Met vriendelijke groet,

De stuurgroep Akkoord van Groningen



P.E.J. (PETER) DEN OUDSTEN

Burgemeester van Groningen (Voorzitter)



F.J. (RENÉ) PAAS

Commissaris van de Koning, Provincie Groningen



J. (JOUKE) DE VRIES

Voorzitter College van Bestuur, Rijksuniversiteit Groningen



H.J. (Henk) PIJLMAN

Voorzitter College van Bestuur, Hanzehogeschool Groningen



J.F.M. (JOS) AARTSEN

Voorzitter Raad van Bestuur, Universitair Medisch Centrum Groningen

1

ONZE MISSIE EN AMBITIE

MISSIE

Onderwijs, onderzoek en innovatie zijn de dynamo's van de Groninger kenniseconomie en dragen bij aan de oplossing van maatschappelijke vraagstukken. Het benutten van kennis gaat echter niet altijd vanzelf. Strategische afstemming tussen de grote kennisinstellingen en het lokale bestuur is nodig om maximaal te profiteren van de in Groningen aanwezige kennis. Dat is wat de Gemeente Groningen, de Hanzehogeschool Groningen, de Rijksuniversiteit Groningen en het Universitair Medisch Centrum Groningen begin van deze eeuw hebben onderkend. Sinds 2005 wordt een gezamenlijke kennisagenda gevoerd onder de noemer *Het Akkoord van Groningen*. In 2016 heeft ook de Provincie Groningen zich hierbij aangesloten. De missie van het Akkoord van Groningen luidt:

Het Akkoord van Groningen is het structurele samenwerkingsverband dat zich vanuit gezamenlijke strategische opgaven richt op het versterken en profileren van kennisstad Groningen, vanuit de overtuiging dat deze samenwerking impact heeft op de continuïteit en concurrentiekracht van de eigen partnerorganisaties, op de groei van het innovatieve bedrijfsleven en op het oplossen van maatschappelijke vraagstukken in de stad en de regio.

AMBITIE

De ambitie van het Akkoord van Groningen is om de aantrekkelijkste stad van Nederland en Europa te zijn voor (internationale) studenten, onderzoekers, kenniswerkers en bedrijven. En we richten ons op het aanbieden van een concurrerend innovatieklimaat, hoogwaardige voorzieningen, een laagdrempelige arbeidsmarkt en een aangename, betaalbare leefomgeving.

URGENTIE

Wij, de partners van het Akkoord van Groningen, constateren dat sinds het Akkoord 3.0 uit 2015 al veel is bereikt. Tegelijkertijd stellen we vast dat er nieuwe uitdagingen op ons afkomen. Dat blijkt uit de nieuwe omgevingsvisie van de gemeente Groningen Next City en van de Provincie uit de strategische plannen van de Rijksuniversiteit Groningen, de Hanzehogeschool Groningen en het Universitair Medisch Centrum Groningen. De belangrijkste gemeenschappelijke opgave blijft de komende jaren het aantrekken, faciliteren en behouden van talent. Daarom actualiseren we onze strategische agenda en intensiveren we onze samenwerking.

DEZE VOORBEELDEN ZIJN RECENTE SUCCESSEN VAN DE SAMENWERKING SINDS HET AKKOORD 3.0 UIT 2015.

GEZONDHEID

- Hosten van congres Building the Future of Health



- De eerste rookvrije stad van Nederland

ENERGIE

- VN Klimaat instituut GCA aanpassen naar Global Center on Adaptation



TALENT

- Campus Groningen is topcampus van Nederland
- Verduurzaming talentprogramma Talent Web Groningen
- Uitbreiding van centrum WIJS

INTERNATIONALISERING

- In Europa als Best Practice City gelden door integraal welkomstbeleid voor internationals

2

ONZE STRATEGISCHE OPGAVEN

Om effectief en gestructureerd te werken aan het realiseren van onze ambitie is een aantal inhoudelijke thema's en een aantal randvoorwaarden geïdentificeerd. Per thema zijn strategische opgaven geformuleerd voor de periode 2018-2022. Marketing en communicatie verbinden de inhoudelijke thema's en randvoorwaarden aan elkaar.

INHOUDELIJKE THEMA'S

HEALTHY AGEING



WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

Het speerpunt Healthy Ageing is vanaf het begin verankerd in de strategische agenda van het Akkoord van Groningen. Wij zien dit bij uitstek als een thema waar winst is te behalen door betere samenwerking tussen kennisinstellingen en overheden. Winst in termen van (gemiddeld) meer gezonde levensjaren per individu en minder gezondheidsverschillen tussen bevolkingsgroepen, ofwel 'more healthy years, less health inequalities'

Het speerpunt Healthy Ageing heeft al geleid tot veel initiatieven en een aantal opvallende successen. In maart 2018 is de Aletta Jacobs School of Public Health (AJSPH) opgericht, waar de verbinding gezocht wordt tussen onderzoek, onderwijs en valorisatie op het gebied van Healthy Ageing. Groningen timmert aan de weg met het streven naar een eerste Rookvrije Generatie. Ook streven onderzoekers en beleidsmakers ernaar om van Groningen een zogenaamde Blue Zone te maken: een gebied dus waar 'more healthy years and less health inequalities' realiteit wordt. Met het toetreden van de Provincie Groningen tot het Akkoord van Groningen kunnen dergelijke ambities ook in de regio meer vorm gaan krijgen.

Succesvolle initiatieven worden de komende jaren voortgezet. Daarnaast komen een viertal nieuwe doelen op de strategische agenda van de komende jaren.

WAT WILLEN WE BEREIKEN?

1. BIG DATA VOOR HET GEZONDE INDIVIDU

Er zijn veel data-bronnen die bij kunnen dragen aan nieuwe inzichten over de Groninger en zijn gezondheid. Het gaat dan met name om de wisselwerking tussen individu, leefstijl en woonomgeving. De akkoordpartners gaan gezamenlijk werken aan een betere ontsluiting en koppeling van deze bronnen. Mogelijk zullen hiervoor aparte datamanagers voor ingezet worden.

2. DE G6 ALS UITGANGSPUNT

We gaan gezamenlijke praktische oplossingen en activiteiten ontwikkelen om gezond gedrag en gezondheidsvaardigheden van Groningers te bevorderen. Dat kan op individueel niveau, maar ook op het niveau van dorpen/wijken of van specifieke bevolkingsgroepen. Uitgangspunt daarbij zijn de zes kernwaarden uit de Healthy Ageing visie G6 voor een Gezond Groningen (april 2017): **actief burgerschap, bereikbaar groen, actief ontspannen, gezond verplaatsen, gezond bouwen en gezonde voeding.**

3. HET GOEDE VOORBEELD GEVEN

De beweging naar een gezondere regio begint bij de akkoordpartners zelf. De partners zullen op de verschillende G6 thema's praktische vertalingen naar de eigen organisaties maken. Denk aan het aanbieden van gezonde voeding of mogelijkheden voor actieve ontspanning. De programmatische aanpak van de afzonderlijke partners zullen op elkaar worden afgestemd, zodat geleerd kan worden van elkaars kennis en ervaring. Waar mogelijk zullen ze collectief worden toegepast, naar voorbeeld van het initiatief Rookvrije Generatie. Andere organisaties in de stad worden actief uitgenodigd mee te doen in deze beweging.

4. ZICHTBAAR MAKEN VAN ACTIES

De gezamenlijke activiteiten en de resultaten daarvan willen we zichtbaar maken voor de diverse doelgroepen. De Healthy Ageing Week kan een rol spelen in de communicatie en pr-campagnes om Groningen op de kaart te zetten als aantrekkelijke kennisstad.



HOE GAAN WE DAT DOEN?

Vertegenwoordigers van de partnerorganisaties stellen gezamenlijk als werkgroep een plan van aanpak op voor de periode 2019-2022. Daarbij wordt aangegeven welke inzet geleverd kan worden en waarvoor budget vanuit het akkoord nodig is.



WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

De fundamentele vraag in de energiekwestie luidt: hoe creëren we energiesystemen die niet alleen veilig en betaalbaar zijn maar ook duurzaam? Uit die centrale vraag komen een veelheid van maatschappelijke vraagstukken voort. Ze zijn onder meer verwoord in het Energieakkoord voor duurzame groei van de Sociaal Economische Raad. Hoe kunnen we zuiniger omgaan met energie? Hoe kunnen we meer hernieuwbare energie produceren? En hoe maken we de transitie, weg van fossiele energie?

Veel partijen, op veel plaatsen in de wereld houden zich bezig met dergelijke vragen. Dat onderstreept het belang van een duidelijke strategische agenda voor Groningen. Vanuit het Akkoord van Groningen lag de focus in de afgelopen planperiode op de energieontwikkelingen op de Zernike Campus Groningen. Die inspanningen hebben zeker bijgedragen aan het succes dat Campus Groningen boekte in 2018 (nummer één op de lijst van campussen van nationaal belang in 2018, de snelst groeiende campus van Nederland en de op een na grootste campus qua totale werkgelegenheid).

De Akkoordpartners willen in de komende planperiode voortbouwen op deze successen en de ontwikkelingen die eraan ten grondslag liggen. Tegelijkertijd willen we ook rekening houden met de maatschappelijke opgaven waarvoor de energiekwestie ons vandaag de dag plaatst. Daarbij moeten we ons scherp bewust zijn van de bijzondere positie die Groningen in de energiewereld inneemt. >>

Twee punten zijn dan voor de komende planperiode van belang. Ten eerste: hoe completer en effectiever we het Gronings energiepakket inzetten en laten zien dat het werkt, des beter het is. Ten tweede: we moeten duidelijk(er) maken dat de Groningse werkwijze een leidende rol verdient bij de aanpak van de energiekwestie.

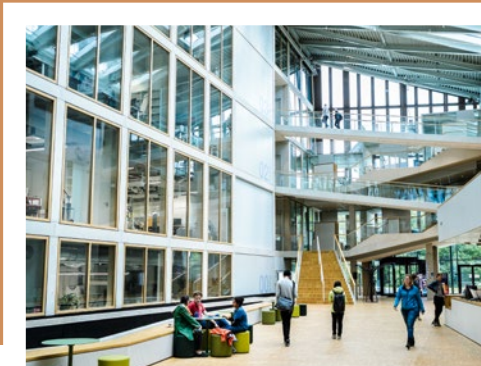
GRONINGEN IN DE ENERGIEWERELD

Als het om het thema energie gaat, hebben regio, stad, kennisinstellingen en bedrijfsleven veel in huis. Groningen kent een hoge concentratie energie-experts werkzaam in bedrijfsleven, bij ngo's, overheidsinstanties en kennisinstellingen: een bont gezelschap van technici, ingenieurs, ceo's, juristen, economen, planologen, sociologen en (sociaal-) psychologen. Geavanceerde kennis, gebaseerd op een grote variëteit aan vakgebieden, is onder handbereik. Daarom kan, indien nodig, snel opgeschaald worden van een monodisciplinaire naar een meer integrale aanpak (multi-, inter- of transdisciplinair).

Kenmerkend voor Groningen is ook de aanwezigheid van de complete keten van energie gerelateerde werkprocessen: van fundamenteel onderzoek, toegepast onderzoek, onderwijs, bedrijfsproductie tot living labs. Dat alles leidt tot een gunstig klimaat om te experimenteren en innoveren wat zich uit in talrijke geslaagde voorbeelden van samenwerking in vaak wisselende combinaties van deelnemende partijen. Met dit 'energiepakket' onderscheidt Groningen zich nationaal en internationaal.

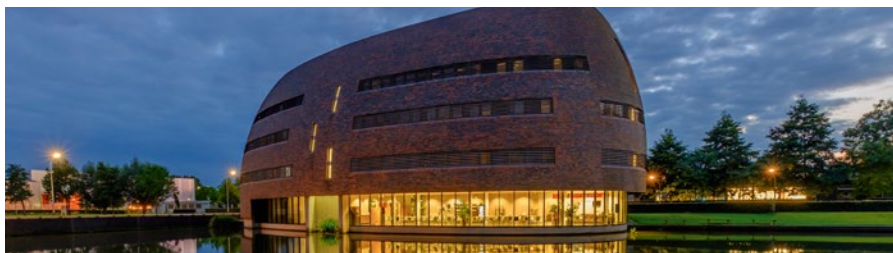
Groningse kennisinstellingen met hun grote variëteit aan vakgebieden zijn dus goed in staat verbindingen te maken, zowel met elkaar (wetenschap-toepassing) als met de omgeving (MKB/ living labs). Voorbeelden daarvan zijn Dutch Heat Centre, EnTranCe en BuildinG (Build in Groningen). Het is van strategisch belang dit verder uit te bouwen. Niet alleen regionaal, maar ook nationaal (zie Dutch Heat Centre en H2) en internationaal (Global Centre of Excellence on Climate Adaptation). Voorts streeft Groningen ernaar op lange termijn (20 jaar) CO2 neutraal te zijn én met energie geld te verdienen. Als de Groningse aanpak succesvol is, kunnen we onze kennis en kunde exporteren. Deze aanpak kan gericht gestimuleerd worden door de akkoordpartners. Bijvoorbeeld door nadrukkelijker te kiezen voor de rol van launching costumer, door met elkaar af te spreken dat duurzaamheid 10% extra mag kosten of door bij vorming van eigen plannen actief de Groninger interdisciplinaire aanpak propageren.

Heel specifiek voor Groningen is tenslotte het volgende: de energiekwestie is onlosmakelijk verbonden met (de gevolgen van) gaswinning. Nergens wordt de urgentie voor energietransitie zo sterk gevoeld. Nergens is de gunfactor zo groot als hier.



Het voornemen is om de beschikbare middelen voor het thema Energie te gebruiken voor het organiseren van een (twee)jaarlijks Energiecongres. Hieronder schetsen we de ideeën daaromtrent.

Het Energiecongres zal organisatorisch onder het platform Groningen Energieneutraal 2035 vallen en zal inhoudelijk en qua sfeer en uitstraling aansluiting zoeken bij Let's Gro of het TransFuture Festival. Ook het congres Building the future of Health kan als inspirerend voorbeeld dienen. Bij dit congres was het hoofdthema de gebouwde omgeving en de invloed daarvan op health.



Het doel van het congres is: informeren, inspireren, ontmoeten, verbinden, creëren, kennis uitwisselen. Dat gebeurt in plenaire lezingen, workshops en meet-ups, met volop ruimte om te netwerken. Het congres is bestemd voor Groningers (stad en regio). Het richt zich gelijktijdig op energie-experts van kennisinstellingen, overheidsinstanties en ngo's en bedrijfsleven, als op de geïnteresseerde leek. Zo scheppen we een unieke gelegenheid om 'iedereen' op één dag bijeen te brengen: technici, ingenieurs, juristen, economen, planologen, sociologen en (sociaal-) psychologen, studenten, burgers, ceo's, bestuurders, lobbyisten, beleidsmakers. Het Energiecongres biedt de mogelijkheid bestaande kruisverbanden te verstevigen of uit te breiden.

Zowel tijdens als voorafgaand aan het congres, zal nadrukkelijk gezocht worden naar nieuwe initiatieven of ideeën. Een geschikt model daarvoor, zeker gezien het Groningse 'energiepakket', biedt de living-lab-constructie. Dat is een open innovatie-ecosysteem waarin ontwikkelaars en eindgebruikers samen oplossingen (product of dienst) ontwikkelen voor vraagstukken. Door op het energiecongres living labs te promoten verwachten we dat (nieuwe) publiek-private samenwerkingsverbanden ontstaan tussen eindgebruikers, (lokale) bedrijven, publieke instellingen en burgers. Idealiter vinden de initiatieven ook daadwerkelijk in een wijk, stad of regio plaats. De oproep om nieuwe energieprojecten te starten of te melden is wezenlijk onderdeel van het congres.

Als aanmoediging voor nieuwe initiatieven of ter versterking van bestaande projecten kan een prijs of startsubsidie in de vorm van een (bescheiden) geldbedrag in het vooruitzicht worden gesteld. De criteria om een prijs te winnen moeten natuurlijk nog worden vastgesteld, maar gedacht kan worden aan: dat zo veel mogelijk gebruik wordt gemaakt van de elementen waaruit het Groningse 'energiepakket' bestaat, dat meerdere (zo niet alle) akkoordpartners bij de uitwerking van het prijswinnende plan betrokken worden en dat heel Groningen (economie, klimaatbestendigheid, landschap, gezondheid) er beter van wordt.

Een energiecongres als hier geschetst maakt de keten van energie gerelateerde werkprocessen hechter. Het draagt eraan bij dat de experts uit de verschillende vakgebieden en werkzaam bij verschillende instanties elkaar eerder en beter weten te vinden. Dat komt de samenwerking en de resultaten ten goede. Ook publicitair kan het Energiecongres het nodige betekenen omdat het de schijnwerper vol op Groningen richt en zo duidelijk toont: Er gaat niets boven Groningen.

WAT IS DAARVOOR NODIG?

De hier gepresenteerde ideeën zijn het resultaat van een dialoog tussen energie-experts van de vijf participerende instellingen van het Akkoord van Groningen. Zij zullen het idee van het Energiecongres verder uitwerken en een actieve rol spelen bij de organisatie van het congres.



WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

Digitalisering en dataficatie hebben een steeds grotere invloed op het dagelijks leven van burgers. De huidige razendsnelle ontwikkelingen op het gebied van informatietechnologie en big data veranderen alle domeinen in de samenleving. Of het nu gaat om democratie, media en burgerschap, de gezondheidszorg of het onderwijs. Dat biedt natuurlijk kansen voor digitale kenniswerkers en ondernemers. Maar het betekent tegelijkertijd voor de hele samenleving dat mensen de vaardigheden moeten krijgen om in onze veranderende wereld te kunnen deelnemen.

Groningen heeft al een staande reputatie als *digital city*. Er is een hoogwaardige technische infrastructuur (hardware; proeftuinen). Bedrijven en kennisinstellingen in Groningen pionieren op het gebied van big data, blockchain en the internet of things. Onze *start-ups* en *scale ups* scoren ieder jaar hoog op indexen als de Deloitte Fast 50. Deze reputatie willen we blijven waarmaken en ondersteunen. Daarnaast willen we als akkoordpartners de komende jaren veel nadruk leggen op *digital literacy* - ofwel digitale geletterdheid in de breedte.

Het verkrijgen van relevante informatie, het onderhouden van sociale netwerken of het vinden van een baan of studie hangt in toenemende mate af van digitale vaardigheden. Voor de innovatiekracht in zowel de wetenschap als het bedrijfsleven is de samenleving afhankelijk van mensen die inzicht hebben in de mogelijkheden, uitdagingen, gevolgen en risico's die digitalisering en dataficatie met zich meebrengen. Dit vormt één van de grote maatschappelijke uitdagingen en is een belangrijk onderzoeksveld voor zowel hogescholen als universiteiten. Het gaat verder dan het aanleren van kennis en vaardigheden. Het brengt in kaart hoe burgers omgaan met digitale technologieën, wat de impact is op hun dagelijks leven, en hoe we ontwikkelingen rond dataficatie en kunstmatige intelligentie (AI) op een duurzame en verantwoorde manier kunnen vormgeven.

In 2017 is al een belangrijke stap gezet met de Digideal tussen gemeente en schoolbesturen. Hierin staan afspraken om gezamenlijk te gaan werken aan een structurele inbedding van de digitale geletterdheid in alle fasen van het onderwijs: van kinderopvang tot aan beroepsopleiding of studie. Iedereen moet de kansen kunnen grijpen die de digitale samenleving biedt. Digitale geletterdheid voorkomt bovendien dat groepen in onze regio achterop raken in de digitale participatiewedloop. Denk daarbij niet alleen aan jongeren, ouderen en mensen met een migratieachtergrond. Ook van studenten en ondernemers worden steeds vaker digitale vaardigheden verwacht die niet aanwezig blijken.

In navolging van de Digideal willen we een breder pact sluiten waarin bedrijven, overheden en kennisinstellingen samenwerken, kennis uitwisselen en verspreiden in de samenleving. Digitale geletterdheid betreft hier dan bijvoorbeeld ook het veilig en transparant bewaren, uitwisselen en beheren van privacygevoelige data. En de rol die digitale informatie- en communicatietechnologieën (kunnen) spelen bij geïnformeerd burgerschap.



WAT WILLEN WE DAARMEE BEREIKEN?

Ons doel is dat Groningen in 2025 de meest digitaal-geletterde stad van Nederland is. In de komende agendaperiode richten we ons op:

- Data als uitgangspunt: het vergroten van de innovatiekracht in kennisinstellingen en bedrijfsleven met big data; op elk niveau van fundamenteel onderzoek tot commerciële toepassing;
- De mens als middelpunt: onderzoek naar de factoren die digitale geletterdheid bevorderen en belemmeren, en verantwoord gebruik van digitale informatie en communicatietechnologieën;
- Digital literacy pact: kennisdeling tussen overheid, bedrijfsleven en kennisinstelling;
- Verkleinen van de door digitalisering groeiende sociale en economische verschillen in de stad en de regio;
- High level experts: vergroting van human capital door investeringen in baanbrekend onderzoek en R&D;
- Betere democratische besluitvorming en het vertrouwen in een digitale overheid vergroten.

HOE GAAN WE DAT DOEN?

Groningen kent verscheidene centra waar kennis op het vlak van digital society samenkomt. Wat ontbreekt is een gezamenlijk programma met gemeenschappelijke doelstellingen, waarin digitale geletterdheid centraal staat en waarvoor Groningen als proeftuin kan fungeren. Het maken van dit programma is de eerste stap op weg naar ons doel, uiteraard in samenwerking met genoemde kenniscentra, maatschappelijke partners en bedrijven in stad en regio, zoals:

- Digital Society Hub, Hanzehogeschool Groningen
- Openbare Onderwijsgroep Groningen
- Data Federation Hub, Rijksuniversiteit Groningen, Universitair Medisch Centrum Groningen
- Digital Office Groningen, gemeente, Hanzehogeschool Groningen, O2G2
- Groningen Digital Business Centre, Rijksuniversiteit Groningen
- Groningen Centre for Digital Humanities, Rijksuniversiteit Groningen
- Groningen Centre for Media and Journalism Studies, Rijksuniversiteit Groningen
- I turn IT

HOE METEN WE VOORUITGANG?

Hiervoor worden indicatoren ontwikkeld die recht doen aan het belang van digitale geletterdheid in de driehoek: 1) onderzoek, 2) onderwijs (van Primair Onderwijs tot Voortgezet Onderwijs tot Wetenschappelijk Onderwijs), 3) bedrijfsleven (innovatiekracht).

BINDING VAN TALENT



WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

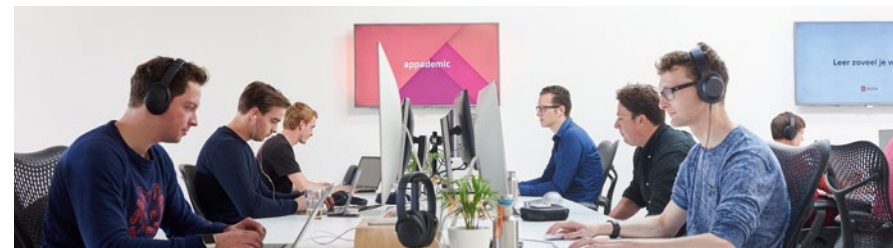
Het werven, opleiden en ontwikkelen van talent is de corebusiness van de onderwijsinstellingen. De aanwezigheid van talent is ook van belang voor de hele gemeenschap. In een urbane samenleving die globaliseert, technologiseert en qua bevolkingssamenstelling verandert, is talent altijd de motor van innovatie en werkgelegenheid. Een organisatie als de OECD heeft het zelfs over 'the global currency of the 21st Century'. De aanwezigheid van talent is dus iets waarmee steden en regio's zich positief van anderen kunnen onderscheiden. Talent kan rustig de levensader van de hele Noordelijke economie worden genoemd. De opgave is hoe we talent voor de regio kunnen werven, scholen, behouden en ontwikkelen! Daarbij is een aandachtspunt de mismatch die op dit moment bestaat op de noordelijke arbeidsmarkt: enerzijds tekort aan gekwalificeerd personeel in bepaalde sectoren (ICT, zorg, Energie), anderzijds veel pas-afgestudeerden die hier moeilijk een baan op niveau vinden. Deze mismatch vraagt om nieuwe regionale beleidsarrangementen en regionale oplossingen. Op de lange termijn speelt juist het up-to-date houden van kennis en vaardigheden in een snel veranderende beroepsstructuur een belangrijke rol in relatie tot loopbaanperspectieven en transitie op de arbeidsmarkt.

Talentontwikkeling, als onderdeel van het regionale arbeidsmarkt- en onderwijsbeleid, is al geruime tijd een belangrijk onderdeel van beleidsprogramma's en strategieën van zowel overheden als bedrijfsleven. Ook kennisinstellingen dragen hier via employability-programma's aan bij. Daarbij wisselen interne en externe en korte- en langere termijnperspectieven elkaar af. Nu speelt aan de vraagkant van de Noordelijke arbeidsmarkt een urgente behoefte aan gekwalificeerd personeel in bepaalde sectoren (ICT, Energie, Zorg) en aan de aanbodkant de (internationale) pas afgestudeerden die het Noorden maar in beperkte mate een baan vinden.. Dat de regio hierbij een leidende rol heeft of zou moeten hebben, is ondertussen gemeengoed geworden. (WRR, Onderwijsraad, SER)

WAT WILLEN WE BEREIKEN?

De akkoordorganisaties zijn via verschillende programma's actief met werving, behoud, scholing en ontwikkeling van talent. Dat geldt ook voor het bedrijfsleven, Regionale Opleidingscentra's, Economic Board Groningen en branche- en netwerkorganisaties. Voor een samenhangende agenda willen we drie zaken bereiken:

- We willen voor talent een aantrekkelijke regio zijn en dat willen we faciliteren en uitdragen.
- We willen een lerende regio zijn waarbij leven lang leren en ontwikkelen in de haart van de regionale samenleving zit en voor en door jong en oud beschikbaar is.
- We willen een onderwijs-innovatieve regio zijn door leren en ontwikkelen beschikbaar, aantrekkelijk en flexibel aan te bieden.



HOE GAAN WE DAT DOEN?

De akkoordorganisaties ontwikkelen samen met het bedrijfsleven een innovatief arbeidsmarktbeleid voor middelbaar- en hoger opgeleiden, wat bestaat uit het:

- ontwikkelen van een strategische monitor talentontwikkeling;
- inzetten op imagoverbetering via een Noordelijke arbeidsmarktcampagne;
- opschalen van bestaande initiatieven rondom innovatiewerkplaatsen, academische werkplaatsen, Community Service Learning omgevingen, Human Capital Expertise Center en andere leer/werk trajecten die gericht zijn op 21st century skills.

HOE METEN WE DAT?

- Werven van talent: door monitoring van instroom in onderwijsinstellingen (Regionale Opleidingscentra, Hanzehogeschool Groningen, Rijksuniversiteit Groningen).
- Scholing van talent: door monitoring van afgestudeerden in onderwijsinstellingen (Regionale Opleidingscentra, Hanzehogeschool Groningen, Rijksuniversiteit Groningen).
- Behoud van talent: door monitoring van herkomst- en vertrekregio.
- Ontwikkeling van talent: door monitoring van loopbanen en leven lang leren.

INNOVATIEKLIMAAT



WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

Onder innovatieklimaat verstaan we het vermogen om oplossingen te vinden voor maatschappelijke uitdagingen.

In het innovatieklimaat van stad en regio onderscheiden we drie hoofdbestanddelen. Het eerste is de aanwezigheid van de kennis- en bedrijvencusters, hoogwaardige testcentra, innovatielabs en start- en scale-up-faciliteiten voor bedrijven. Het tweede wordt gevormd door de mogelijkheden die studenten, onderzoekers en ondernemers hebben om hun innovaties vast te leggen en deze maatschappelijk en economisch te valoriseren. Het derde is het beleid dat open innovatie stimuleert, dat inter- en multidisciplinaire samenwerking bevordert en dat een actieve en naar buiten gerichte houding onder ondernemers en onderzoekers ontwikkelt. Deze drie componenten hebben alles te maken met de aantrekkingskracht van de regio Groningen op bedrijven en onderzoeksinstituten en met de *stay rate* van talent.

Al deze drie bestanddelen verdienen aandacht bij het verbeteren van het innovatieklimaat. De akkoordpartners willen daarbij nauw samenwerken met het MBO, het innovatieve bedrijfsleven, kennisintensieve organisaties als TNO en maatschappelijke organisaties (Quadruple Helix). Regie op nieuwe initiatieven en nieuw beleid is daarbij essentieel.

WAT WILLEN WE BEREIKEN?

- Een open innovatieklimaat in de stad met een hechte verbinding met de regio.
- Een klimaat waarin de partijen van de Quadruple Helix (overheid, kennisinstellingen, bedrijven en bevolking) actief betrokken zijn bij ontwikkeling en realisatie van projecten.
- Het verbeteren van de kennisinfrastructuur rondom valorisatie: Het screenen en scouten van ideeën uit de kennisinstellingen en deze in contact brengen met relevante actoren en partners.
- De juiste voorwaarden scheppen door te verbinden.
- De ideale broedplaats voor innovatie op gebied van de inhoudelijke sterktes van de regio zijn.
- De impact vergroten door opschaling mogelijk te maken: Via de verbinding met de regio en landelijke samenwerkingen, internationale impact genereren.

HOE GAAN WE DAT DOEN?

De Akkoordorganisaties gaan samen bouwen aan een duurzame kennisinfrastructuur voor de noordelijke regio. Dit zal concreet vorm krijgen in:

- De doorontwikkeling van Northern Knowledge en Campus Groningen als aantrekkelijke basis en broedplaats voor nieuwe innovatie;
- Het (faciliteren van het) verenigen van kennisclusters, overheid, bevolking en bedrijven op excellente thema's;
- Ontmoeting tussen MKB en kennisinstellingen actief stimuleren t.b.v. stroomversnelling van veelbelovende ideeën;
- Faciliteren van de ontwikkeling van nieuwe innovatieve kennisnetwerken en publiek-private partnerschappen rondom thema's en regionale vraagstukken;
- Ondersteunen en ontwikkelen van innovatiebroedplaatsen en de ondersteuning van duurzame labs, hubs, kennis- en bedrijvencusters;
- Het naar buiten brengen van ontwikkelde kennis en innovaties tijdens events, via media en binnen en buiten de netwerken;
- Activiteiten gericht op cross overs, flexibilisering, ondersteunen startups en scale-ups en ondernemerschap.

Daarnaast willen we opschaling faciliteren naar bovenregionaal niveau.

Dit krijgt concreet vorm in:

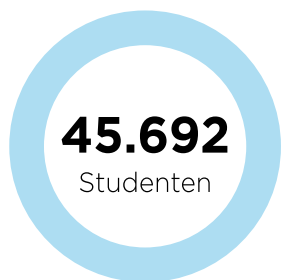
- Beter toegang voor bedrijven en maatschappelijke partijen in een 'warm nest van kennis'. Door het open portal uit te bouwen voor deze partijen en door het aanbieden van de gewenste incubator, accelerator- en laboratoriumfaciliteiten.
- Veelbelovende ideeën van een kickstart kunnen voorzien door slimme inrichting van de juiste financieringsinstrumenten.
- Actief netwerken en instrumenten in nationale en internationale context koppelen.

HOE METEN WE DAT?

- Acquisitiecijfers NOM (Investerings- en ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland).
- Via de U-Multirank, het tweemaaljaarlijkse onderzoek naar de beste opleidingsinstituten wereldwijd.
- Via het Buck campusonderzoek.
- De uitkomst van de VSNU (Vereniging van Universiteiten) indicatoren valorisatie.
- Monitoren van de Gemeentelijke en regionale monitor werkgelegenheid.
- Monitoren Campus Groningen en Northern Knowledge.



Campus Groningen



Campus Groningen is de snelst groeiende campus in Nederland

Campus Groningen is de op een na grootste campus qua totale werkgelegenheid

Campus Groningen staat haalt de top 3 van Nederland kijkende naar het grootste aantal gevestigde bedrijven.

Toename werkgelegenheid 2014 - 2018



Toename bedrijvigheid 2014 - 2018



Campus Groningen wordt mede mogelijk gemaakt door



CAMPUS GRONINGEN[®]

Campus Groningen is in nog geen zes jaar tijd uitgegroeid van startende campus tot aanvoerder op de lijst van nationale campussen in 2018.

2018 | VOLWASSEN

Campus van nationaal belang

Behoort anno 2018 tot de Campussen van nationaal belang.

2014 | GROEIFASE

Campus in sterke ontwikkeling

Doorgesloopt tot potentierijke Campus in groeifase.

2012 | OPSTARTFASE

Campus in wording

Officieel erkend als startende Campus

Bron: Buck Consultants International, 2012, 2014, 2018

JONGERENHUISVESTING



WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

Het aantal internationale studenten en internationale medewerkers van de kennisinstellingen is in de afgelopen jaren sterk gegroeid. Begin studiejaar '17-'18 telde de Rijksuniversiteit Groningen 5625 internationale studenten en de Hanzehogeschool Groningen 2068 internationale studenten (bron: VSNU, resp. Vereniging Hogescholen). Van deze groep zijn 2207, resp. 639 studenten nieuw bij de instelling. De verwachting is dat deze aantallen de komende jaren verder stijgen. Nederland blijft populair bij internationals en de Rijksuniversiteit Groningen en Hanzehogeschool Groningen spelen daar met hun aanbod en marketing actief op in. De opgave is te zorgen dat we de groeiende groep internationale studenten en onderzoekers in Groningen op een goede manier in Groningen ontvangen. Hiervoor dient de informatieverstrekking te worden verbeterd en de kwantiteit en kwaliteit van de huisvesting te worden vergroot.

WAT WILLEN WE BEREIKEN?

We willen dat de groeiende groep internationale studenten en onderzoekers zich thuis en welkom voelt in Groningen. Dit doen we enerzijds door het aanbod van huisvesting voor internationale studenten en onderzoekers kwalitatief en kwantitatief te verbeteren. Anderzijds willen we de huidige particuliere kamerverhuurmarkt toegankelijker en transparanter maken, te beginnen met betere informatieverstrekking.

INTERNATIONALS AAN RIJKSUNIVERSITEIT GRONINGEN EN HANZEHOGESCHOOL GRONINGEN

De Rijksuniversiteit Groningen heeft de ambitie om te groeien van 5625 internationale reguliere studenten nu naar 10.000 in 2025. De Hanzehogeschool Groningen heeft eveneens een ambitie om meer internationale studenten aan te trekken, maar heeft hieraan geen streefgetallen gekoppeld.

Voor de Ba-instroom verwacht men een groei van ca. 600 nu naar ruim 900 in 2020. De groei van het aantal internationale studenten hangt samen met zowel het Engelstalige opleidingsaanbod als met de internationale marketing van de instellingen. Bij de Rijksuniversiteit Groningen is de transformatie van Nederlandstalige naar Engelstalige programma's al ver gevorderd; bij de Hanzehogeschool Groningen kan het aantal Engelstalige of tweetalige programma's nog toenemen.

Naast de groei van het aantal internationale reguliere (bachelor- en master-) diplomastudenten, is er ook een groei van het aantal internationale uitwisselingsstudenten. In het kader van Erasmus+ en andere exchange programma's is er een grote inkomende én uitgaande mobiliteit. De betrokken studenten blijven bij hun eigen thuisuniversiteit ingeschreven staan, maar volgen gedurende één of twee semesters onderwijs aan een andere instelling. Aan het begin van '17-'18 telde de Rijksuniversiteit Groningen 1.057 exchange studenten en de Hanzehogeschool Groningen 436 exchange studenten (Interne gegevens Rijksuniversiteit Groningen en Hanzehogeschool Groningen). De verwachting/ambitie is dat het aantal uitwisselingsstudenten zal stijgen. Omdat uitwisseling wederzijds is, zal het toekomstige aantal uitwisselingsstudenten redelijk gelijketred houden met het totaal aantal studenten aan de instelling (met een kleine stijging op grond van toenemende internationale studiepuntmobiliteit). De Hanzehogeschool Groningen verwacht t/m 2020 een groei met ca 100 studenten in totaal. Bij de Rijksuniversiteit Groningen is de gemiddelde groei 6% per jaar, wat neerkomt op 200 studenten meer in 2020.

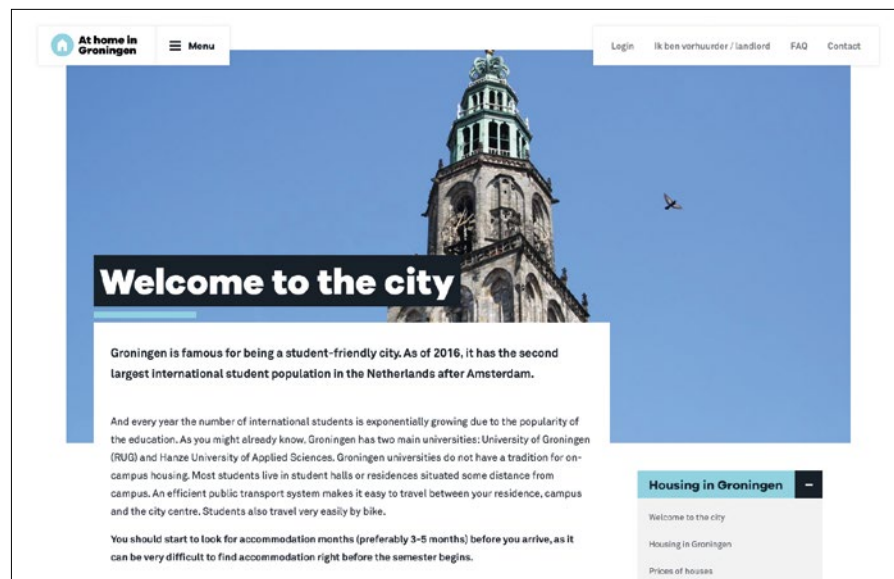
Daarnaast kent de Rijksuniversiteit Groningen nog een groot aantal scholarship PhD's of vergelijkbare PhD-trajecten en overige medewerkers van de kennisinstellingen. Het merendeel van deze categorie verblijft 4 (soms 3) jaar in Groningen, maar soms ook langer. Zeker de helft van deze categorie is international. Deze groep is qua inkomen en woonwensen op een ander deel van de huisvestingsmarkt georiënteerd. De komende periode zal worden nagegaan welke noodzaak tot nieuw beleid er voor deze groep bestaat.

HOE GAAN WE DAT DOEN?

Bij het verder ontwikkelen van het welkomstbeleid zetten we in op de volgende sporen:

- **Verbeteren van de informatievoorziening aan internationale studenten**

Voor het verbeteren van de informatievoorziening is de website www.athomeingroningen.com vorig jaar gelanceerd. Deze website is gezamenlijk vanuit gemeente, Rijksuniversiteit Groningen en Hanzehogeschool Groningen opgezet en moet de centrale plek zijn waar internationale studenten informatie kunnen vinden over het wonen en studeren in Groningen. De website wordt continue doorontwikkeld om de informatievoorziening te verbeteren.



- **Toegankelijker maken van de particuliere kamerverhuurmarkt**

De particuliere kamerverhuurmarkt is slecht toegankelijk voor internationale studenten. De meeste verhuurders verhuren liever aan Nederlandse studenten en de meeste Nederlandse studenten hebben liever Nederlandse huisgenoten. Om de particuliere markt toegankelijker te maken informeren we de verhuurders over het belang van het huisvesten van internationale studenten. De komende jaren wordt de groei van studenten vooral veroorzaakt door een toename van internationale studenten, terwijl het aantal Nederlandse studenten de komende jaren waarschijnlijk afneemt. Potentieel komen hierdoor kamers vrij. Voor verhuurders is de groeiemarkt dus de internationale student. Om het aanbod toegankelijker te maken is als onderdeel van www.athomeingroningen.com een aanbodmodule ontwikkeld. Internationale studenten kunnen op deze aanbodmodule woonruimte vinden die specifiek aan internationale studenten wordt aangeboden.

- **Gemeenschappelijke backoffice**

Ter ondersteuning van eerstgenoemde punten wordt een gemeenschappelijke backoffice ingesteld. De backoffice zal de website www.athomeingroningen.nl bijhouden en een aanspreekpunt vormen voor verhuurders als het gaat om aanbod.

- **Toevoegen van nieuw (tijdelijk) aanbod**

Op basis van een analyse van vraag en aanbod komen we op een opgave van circa 1.500 extra eenheden voor de huisvesting van internationale studenten tot 2025. Om het tekort voor de zeer korte termijn op te lossen wordt vooral gekeken naar het toevoegen van tijdelijke eenheden in bijvoorbeeld leegstaande kantoren. Voor de langere termijn wordt gekeken naar het toevoegen van huisvesting op Zernike Campus.

- **Internationale onderzoekers onder de loep**

We gaan onderzoeken of er een beleidsurgentie bestaat ten aanzien van de woonsituatie van internationale onderzoekers en andere internationale medewerkers van kennisinstellingen en bedrijven.

WAT IS DAARVOOR NODIG?

Opstellen van betere prognoses vanuit Rijksuniversiteit Groningen en Hanzehogeschool Groningen om zodoende beter te kunnen inspelen op vraag en aanbod.



INTERNATIONALISERING



WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

Voor een kennisstad als Groningen is de economische meerwaarde en impact van internationale studenten zeer groot. Ze dragen volgens het CBS in toenemende mate bij aan ons verdienvermogen: "Internationale studenten die na hun afstuderen in Nederland blijven werken, leveren jaarlijks 1,57 miljard op voor de schatkist." Het merendeel van deze opbrengsten zijn te herleiden tot dagelijkse uitgaven en vaste lasten en vallen neer in de stad. Daarnaast is er sprake van een positief effect op het innovatievermogen van bedrijven, wanneer de diversiteit door internationalisering is toegenomen. "De innovativiteit onder MKB-bedrijven met buitenlandse werknemers is hoger dan onder MKB-bedrijven die geen buitenlandse werknemers in dienst hebben." (Bruins & Span, 2013). Meer algemeen is er sprake van een sterke wisselwerking tussen internationalisering, productiviteit en economische groei in het bedrijfsleven (Innovatie en Internationalisering, CBS 2018). Steden als Groningen vormen de geografische hotspots van deze wisselwerking.

Internationalisering heeft naast een economische ook een sociaal-maatschappelijke impact op Groningen. De aantallen kennismigranten gaan een significant deel van de bevolking vormen. Dit zien we terug in het straatbeeld, in de dienstverlening (privaat en publiek), in de woningbouw, in de sociale opbouw en uiteindelijk zelfs in de structuur van de stad. Een basisniveau Engels is regelmatig voorwaardelijk om in detailhandel, horeca, of zelfs publieksfuncties van de overheid te werken. De woningmarkt verandert door de influx van internationals: er is verhoogde vraag woonruimte voor internationale studenten, PhD's en andere 'highly skilled migrants'. De internationalisering heeft ook invloed op het primair en secundair onderwijs. Tweetalig onderwijs is veel gevraagd, de capaciteit is beperkt. Ook internationaal onderwijs groeit als kool, maar heeft te maken met beperkingen door een systematiek van financiering die niet aansluit bij de wens voor kwalitatief hoogstaand internationaal onderwijs.

De opgave waar Groningen voor staat is hierdoor tweeledig. Enerzijds is de uitdaging hoe de economie van Groningen optimaal kan profiteren van de voordelen van internationalisering, met name ten aanzien van de arbeidsmarkt, het innovatievermogen van het MKB, de horeca/ retail en de culturele infrastructuur. Tegelijkertijd dienen we het autochtone deel van Groningen zorgvuldig mee te nemen in de transitie van Groningen naar internationale kennisstad.

WAT WILLEN WE BEREIKEN?

Als Akkoordpartners willen we samenwerken aan een inclusief en economisch renderend internationaliseringsproces. Dat houdt in dat we de *stay-rate* van nieuwe bewoners willen verhogen, zonder dat de sociale cohesie wordt aangetast. Dat realiseren we door:

- Verbeterde toegang tot huisvesting en arbeidsmarkt voor nieuwe bewoners;
- Tweetalig / international friendly onderwijsaanbod op basis- en middelbare scholen;
- Faciliteren van actieve integratie van nieuwe bewoners op het gebied van taal, cultuur en sociaal leven;
- Het ontwikkelen en ondersteunen van actieve communicatiecampagnes – zowel zenden als luisteren - rondom internationalisering en inclusiviteit naar alle bewoners;
- Het ontwikkelen en ondersteunen van externe (communicatie-) activiteiten om het profiel van Groningen als 'international friendly city' te versterken.



HOE GAAN WE DAT DOEN?

Doorontwikkeling van het welkomstbeleid International Groningen, inclusief de bestaande projecten als www.groningen.nl, At Home In Groningen, Top Dutch Talent, IWCN, City Central, Here&Now, My Local Friend, etc.

HOE METEN WE DE DAT?

- Aanjagen Tweetalig Onderwijs op basis en middelbare scholen
- Het profiel van Groningen versterken als succesvolle internationaliserende kennisstad door mee te doen aan Europese kennisoverdrachtsnetwerken als URBACT (Europees programma voor intergraal stedelijk beleid).
- Evaluatie van het Welkomstbeleid
- Via de International Student Barometer

MARKETING

EN COMMUNICATIE

WAT IS DE STRATEGISCHE OPGAVE?

Met de inzet van marketing en communicatie versterken we de concurrentiepositie van Groningen ten opzichte van andere steden in Nederland en Europa. Zo verbinden we de essentie van de thema's energy, healthy ageing en digitalisering (wat beloven we) aan de randvoorwaarden binding van talent, sterk innovatieklimaat, goede jongerenhuisvesting, internationalisering (hoe maken we de belofte waar) uit de strategische agenda. Dat doen we door kernboodschappen, doelgroepen en middelen te vertalen voor regionale, landelijke en internationale stakeholders, via een cross mediale aanpak. Daarbij sluiten we aan op de communicatiestrategieën van de afzonderlijke partners. Waar nodig vullen we die aan en verbinden we die met elkaar.

WAT WILLEN WE BEREIKEN?

We willen bereiken dat (internationale) studenten, onderzoekers, kenniswerkers, en bedrijven Groningen associëren met een aantrekkelijk vestigingsklimaat, hoogwaardige infrastructuur voor data en voorzieningen, een toegankelijke laagdrempelige arbeidsmarkt en een betaalbare, aangename en inspirerende leefomgeving.

Groningen staat in Nederland, Europa én daarbuiten inmiddels al bekend als zeer aantrekkelijke stad voor studenten, onderzoekers en hoger opgeleiden en voor bedrijven en organisaties die behoefte hebben aan hoog opgeleide medewerkers. Dat is in één zin het doel van de inspanningen op het gebied van marketing en communicatie.

HOE GAAN WE DAT DOEN?

Met de strategische agenda als basis:

- werken we uit welke informatie we met gezamenlijke middelen en in samenhang presenteren;
- maken we een gezamenlijke jaarkalender voor de thema's van de strategische agenda van het Akkoord van Groningen;
- gaan we in gesprek over de communicatie rond andere initiatieven die bedoeld zijn

ter promotie van Groningen en het noorden, zoals TopDutch, Northern Knowledge en Campus Groningen;

- formuleren we heldere opdrachten voor Marketing Groningen voor de uitvoering van promotionele activiteiten die de inspanningen van de afzonderlijke deelnemers versterken;
- ondersteunen we de gezamenlijke lobbyagenda en spelen we gezamenlijk in op actuele ontwikkelingen en gebeurtenissen. Een concreet voorbeeld is gezamenlijke communicatie rondom Groningen studiestad, onder meer naar aanleiding bij mijlpalen in het studiejaar en naar aanleiding van het verschijnen van rankings als de Nationale Student Enquête, de Keuzegids HBO, WO en Masters, de Times Higher Education/QS en de U-Multirank.
- gaan we samenwerken op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie;
- laten we ons inspireren door experts en (internationale) best practices;
- laten we budgettaire keuzes logisch aansluiten op strategische keuzes.



HOE METEN WE DE DAT?

Er zal op korte termijn een keus gemaakt worden uit beschikbare, relevante indicatoren:

- Het marktaandeel (studentenaantallen) van de Groningse kennisinstellingen;
- Scores in de National Student-enquête, de International Student Barometer en de rankings van Elsevier en Keuzegids;
- Groei van het aantal internationale (kennis)werkers;
- Stay-rate: het percentage (internationale) studenten dat na de studie in Groningen blijft.

3 ORGANISATIE

ROL EN SAMENSTELLING STUURGROEP

De geactualiseerde opgaven vereisen dat de akkoordpartners strategischer gaan sturen, gericht op ontwikkeling, vooruit kijken en lobby. De samenstelling en frequentie van de stuurgroep blijft hiervoor ongewijzigd. Wel nodigt de stuurgroep twee keer per jaar een aantal strategische partners uit voor een breder akkoordoverleg. Bij veel van de genoemde opgaven is participatie van niet-akkoordpartner goed mogelijk en wenselijk.

COÖRDINATIE

De agendavoorbereiding van de stuurgroep Akkoord van Groningen is in handen van de programmaleider en de akkoordcoördinatoren per instelling. Zij zijn verantwoordelijk voor het tijdig opstellen en afstemmen van de bestuurlijke agenda en het opvolgen van genomen besluiten in de eigen organisatie.

OPSTELLEN PLANNEN VAN AANPAK

Het operationaliseren van de strategische opgaven tot plannen van aanpak is de eerste stap. Deze worden opgesteld door deskundigen uit de akkoordorganisaties, waar nodig geholpen door een procesbegeleider. Deze plannen van aanpak bevatten concrete voorstellen voor samenhangende projecten en beschrijven de wijze waarop, door wie en wanneer die projecten uitgewerkt worden. De plannen van aanpak zijn leidend bij de begrotingsbesprekingen vanaf 2019. In bijlage 1. is aangegeven welke deskundigen hiervoor worden uitgenodigd.



4 LOBBY



Lobby is een permanent agendapunt op de bestuurstafel van het Akkoord van Groningen. Het belang van een gezamenlijke bestuurlijke lobby is de afgelopen jaren aanzienlijk gegroeid en is zelfs doorslaggevend geweest op dossiers als:

- het naar Groningen halen van nieuwe kennisinstituten
- de landelijke profilering van onze kennisinfrastructuur
- het aantrekken van landelijke en Europese subsidiegelden

In het verlengde daarvan is in 2017 een ambtelijk coördinatieoverleg tussen lobbyisten van alle akkoordorganisaties in het leven geroepen. Op dit moment staat dit overleg nog in het teken van kennisuitwisseling, maar de ambitie is om dit overleg strategischer in te zetten ten behoeve van de strategische akkoordopgaven.

BIJLAGE 1

DESKUNDIGEN VOOR DE UITWERKING VAN DE PLANNEN VAN AANPAK

ENERGIE

JAN JAAP AUÉ

Directeur Centre of Expertise Energy, Hanzehogeschool Groningen

WOUTER VAN BOLHUIS

Programmamanager energietransitie, Gemeente Groningen

JEROEN BAKKER

Programmamanager energietransitie, Provincie Groningen

MACHIEL MULDER

Hoogleraar Rijksuniversiteit Groningen, regulering van energiemarkten

BERTHA TAMMING

Milieukundige, Universitair Medisch Centrum Groningen

HEALTHY AGEING

HAN DE RUITER

Directeur Centre of Expertise Healthy Ageing, Hanzehogeschool Groningen

MARIEKE ZWAVING

Concernadviseur Healthy Ageing, Gemeente Groningen

JOCHEN MIERAU

Directeur Aletta Jacobs School of Public health, Rijksuniversiteit Groningen

FRANK MENNEGA

Sr. Beleidsmedewerker Healthy Ageing, provincie Groningen

DAAN BULTJE

Directeur Healty Ageing Network Noord Nederland (HANNN)

MARK SPIT

Hoofd Healthy Ageing Team a.i., Universitair Medisch Centrum Groningen

DIGITAL SOCIETY

MARCEL BROERSMA

Hoogleraar Journalistieke Cultuur en Media, Rijksuniversiteit Groningen

MENNO WIERDSMA

Senior researcher ,Hanzehogeschool Groningen

ROLAND HIEMSTRA

Programmadirecteur Digital Society Hub, Hanzehogeschool Groningen

RONALD STOLK

Algemeen directeur van het Centrum voor Informatie Technologie (CIT),
Rijksuniversiteit Groningen

NATASHA MAURITS

Chief Scientific Information Officer, Universitair Medisch Centrum Groningen

PETER VERHOEF

Directeur Groningen Digital Business Centre

PETER SCHOUWSTRA

Programmamanager ICT, provincie Groningen

FRED HASSERT

Manager finance en control, Samenwerking Noord

NICK STEVENS

Chief Digital Officer van Groningen

JETSE GORIS

Educational consultant, Universitair Medisch Centrum Groningen

CORINE ROCKERS

Adviseur Educatie & Inburgering, Alfa College

STIENEKE BOERMA

Project Manager / Bestuursadviseur, Noorderpoort College

DIEDE VOGELZANG

Beleidsadviseur, Gemeente Groningen

AALDERT VAN LINGEN

Directeur I&A Shared Service Center, Gemeente Groningen

BINDING VAN TALENT

HARM VAN LIESHOUT

Lector Human Capital, Hanzehogeschool Groningen

JANINE MEINS

Directeur stafbureau Human Resources, Hanzehogeschool Groningen

MARION STOLP

Directeur HR, Rijksuniversiteit Groningen

LOU DE LEIJ

Dean Groningen Graduate Schools, Rijksuniversiteit Groningen

YVONNE JORDENS-STRENG

Directeur Career Services, Rijksuniversiteit Groningen

PIETER NAMMENSMA

Programmamanager Arbeidsmarktregio Werk in Zicht

ROB WOLTERS

Sr. beleidsmedewerker arbeidsmarktbeleid, Provincie Groningen

ARJEN EDZES

Assistant professor Ruimtelijke Economie, Rijksuniversiteit Groningen

GUUS RECEVEUR

Beleidsmedewerker Economische Zaken, gemeente Groningen

FRED HASSERT

Directeur Samenwerking Noord

WIENEKE PATHUIS

Directeur Mens, Organisatie en Communicatie Gemeente Groningen

INTERNATIONALISERING

CHARLOTTE M'DOE

Head of international Marketing, Rijksuniversiteit Groningen

PAUL BOLT

Head of Strategy & Relations Rijksuniversiteit Groningen

MICHEL KASTELEIJN

Business manager IWCN

MONIQUE SWENNENHUIS

Sr. beleidsmedewerker internationalisering, Hanzehogeschool Groningen

MARIAN COUNIHAN

Coördinator City Central

FLOOR DE JONG

Coördinator Internationale Zaken, gemeente Groningen

RENZO TUINSTR

Coördinator Internationalisering & Internationale samenwerking,
Universitair Medisch Centrum Groningen

JAN KEES KLEUVER

Interne coach, Gemeente Groningen

JONGERENHUISVESTING**ROELOF BOUMA**

Portfoliomanager/ sr Beleidsontwikkelaar, Nijestee

SANDRA VOS

Programma manager Lefier

JAN WOLTHUIS

Beleidsmedewerker Onderwijs & Studenten Rijksuniversiteit Groningen

RIA VISSER

Projectmanager, Hanzehogeschool Groningen

JOLIEN STOKROOS

Manager Groningen, SSH

DUCO POSTMA

Secretaris en Penningmeester Bestuur, Contractus

SJOERD KALISVAART

Adviserend Student-lid Faculteitsbestuur, GSB

JEROEN BOS

GROBOS

ADIELLA BOOT

President ESN Board, ESN

MICHEL DE BOER

Senior beleidsadviseur, afdeling Ruimtelijk Beleid & Ontwerp, Gemeente Groningen

ANNE KLAVER

Student-mentor, GSB

JOSIEN BUIKEMA

Corporate Communications Adviser, Hanzehogeschool Groningen

INNOVATIEKLIMAAT**ANNEMIEKE GALEMA**

Directeur Northern Knowledge

IRIS VIS

Dean Industrial Relations, Rijksuniversiteit Groningen

EDWARD VAN DER MEER

Campusmanager Campus Groningen

HUGO VELTHUYSEN

Directeur Marian van Os Centrum voor Ondernemerschap

VICTORINE DE GRAAF

Dean Life Science and Technology, Hanzehogeschool Groningen

KLAAS STADENS

Clusterhoofd programma's en projectfinanciering, provincie Groningen

DIDERIK KOOLMAN

Directeur economische zaken, gemeente Groningen

KOEN ATEMA

Founder Launch Cafe

DENISE KASOVA

Algemeen directeur the Northern Innovation Board

SANDER OOSTERHOF

Manager Foreign Direct Investment & Business Development, NV NOM

ALLARD VAN DIJK

Sr adviseur, Ministerie van Economische Zaken

GERARD KREMER

Voorzitter MKB Noord

NICK STEVENS

Chief Digital Officer van Groningen

MARKETING & COMMUNICATIE**LUUK HAJEMA**

Directeur marketing & communicatie, Hanzehogeschool Groningen

HOLGER BAKKER

Directeur marketing & communicatie, Rijksuniversiteit Groningen

INEKE WOLDRINGH

Hoofd communicatie, Universitair Medisch Centrum Groningen

NICOLETTE PINKSTER

Hoofd communicatie uitvoering SSC, gemeente Groningen

ANITA HAVINGA

Senior adviseur corporate communicatie, provincie Groningen

BARBARA RISSELADA

Directeur, Marketing Groningen

PROGRAMMALEIDER EN AKKOORDCOÖRDINATOREN**LIZA AERTS**

Junior onderzoeker, Universitair Medisch Centrum Groningen

FREDERIC VAN KLEEF

Programmaleider, Gemeente Groningen

KLAAS STADENS

Clusterhoofd programma's en project financiering, Provincie Groningen

NYCKLE SWIERSTRA

Plaatsvervangend Hoofd afdeling Communicatie, Rijksuniversiteit Groningen

ABELE KAMMINGA

Bestuursadviseur, Hanzehogeschool Groningen

ELISABETH KOOPS

Secretaris, Akkoord van Groningen



ER GAAT NIETS BOVEN 
GRONINGEN