

## Raadsvoorstel



Onderwerp **Herijking Internationaliseringsbeleid 2017-2020**

Registratienr. 6247249 Steller/telnr. Jan Kees Kleuver / 76 36 Bijlagen 1

---

### Classificatie

Vertrouwelijk

Portefeuillehouder

Den Oudsten/ Van Keulen

Raadscommissie  
F&V

Langetermijn agenda  
(LTA) Raad

LTA ja:  Maand 4 Jaar 2017

LTA nee:  Niet op LTA

---

### Voorgesteld raadsbesluit

De raad besluit

- de herijking van het Internationaliseringsbeleid 2017-2020 vast te stellen.

---

### Samenvatting

In mei 2013 heeft de Raad de kaders voor het Internationaliseringsbeleid 2013 -2016 vastgesteld. Met wat accentverschuivingen zijn deze kaders nog steeds relevant en actueel. De belangrijkste verschuiving is een stevige inzet op het welkomstbeleid, in samenwerking met de partners van het Akkoord van Groningen.

B&W-besluit d.d.: 21 maart 2017

Afgehandeld en naar archief

Paraaf Datum

## **Vervolg voorgesteld raadsbesluit**

Evaluatie van het Internationaliseringsbeleid 2013 – 2016 laat zien dat in grote lijnen het beleidskader nog steeds richting kan geven aan de activiteiten. Geconstateerd wordt dat de stad steeds internationaler wordt. Dit heeft economische gevolgen, maar ook gevolgen voor inrichting en toekomst van de stad al geheel. Daarom wordt voorgesteld om de missie en visie aan te scherpen: internationalisering hoort bij onze visie op de toekomstige stad.

Hierbij hoort ook een stevig welkomstbeleid, als kern van de activiteiten onder het beleid. Onder de vlag van het Akkoord van Groningen wordt hieraan hard gewerkt.

Ten opzichte van de kadernota 2013-2016 worden geen nieuwe financiële kaders gevraagd.

Voorgesteld wordt om deze herijking eind 2020 opnieuw tegen het licht te houden.

## **Aanleiding en doel**

---

Sinds 2009 heeft Groningen een geformaliseerd Internationaliseringsbeleid. Dit beleid is in 2013 vernieuwd, en volgens afspraak eind 2016 opnieuw bekeken, in nauwe samenwerking met de kennispartners, bedrijven en de internationals die in de stad werken en wonen.

## **Kader**

---

Dit beleidskader heeft relaties met het Economisch Beleid (G-kwadraat), het Akkoord van Groningen.

## **Argumenten en afwegingen**

---

Gekozen is voor accentverlegging ten opzichte van de kadernota 2013 - 2016. We zien dat het aantal internationals in de stad verder toeneemt, en dat het belang van de stad om deze internationals te faciliteren ook steeds groter wordt.

Waar we in 2013 internationalisering nog zagen als een uitvloeisel van Groningen als kennisstad, zien we nu dat het mede bepalend is voor het karakter van onze stad. Het aantal internationals groeit, het belang om deze mensen te faciliteren groeit ook..

De aantrekkingskracht voor internationaal talent is een voorwaarde om de stad innovatief en aantrekkelijk te houden. Daarnaast zien we dat we voor onze next city steeds meer kennis uit en samenwerking met het buitenland moeten zoeken.

De missie is aangescherpt: het internationaliseringsbeleid van de stad Groningen is erop gericht om activiteiten te faciliteren en te versterken die tot doel hebben om:

- a. internationaal talent en kennis aan te trekken, een goed verblijf te bieden, en economisch te laten renderen.
- b. internationaal samen te werken, kennis te delen en te leren, om te komen tot innovaties om de stad en haar uitdagingen verder te brengen naar de 'Next City'

Bij die missie hoort ook ambitie: Groningen wil voor inwoners en internationaal talent in de top 50 van meest aantrekkelijke middelgrote steden staan.

De hoofdlijnen van het beleid waren:

- Internationale handel: ons beleid van deuren openen werkt
- Groningen in Europa: we zijn actiever dan ooit in Europa, met name om ideeën op te doen en samenwerking te zoeken in oplossingen voor de "Next City"
- partnersteden: onze activiteiten in met name Duitsland en China zijn succesvol. We zien wel dat we een breder scala aan relaties in de wereld krijgen, en daar met enige flexibiliteit in moeten omgaan.
- gastvrije stad/ welkomstbeleid: na een vliegende start van het IWCN (International Welcome Center North) zien we een dringende noodzaak om het welkomstbeleid te versterken. Samen met de partners in het Akkoord van Groningen zijn hierin stappen genomen.

Als bijlage bij dit raadsvoorstel treft u de achterliggende nota.

### **Maatschappelijk draagvlak en participatie**

---

Dit beleid is tot stand gekomen na vele gesprekken met de kennisinstellingen, bedrijven en Internationals. Het belangrijkste gedeelte van het beleid, het Welkomstbeleid, is een coproductie van Internationals, de kennisinstellingen en de gemeente.

### **Financiële consequenties**

---

Ten opzichte van het beleidskader 2013 - 2016 worden geen financiële veranderingen gevraagd: het werkbudget bedraagt structureel € 50.000,- per jaar, incidenteel aangevuld met bijdragen van o.a. G-kwadraat, het subsidiesbudget Mondiale Bewustwording en Stedenbanden blijft onveranderd € 128.000,- structureel.

### **Overige consequenties**

---

-

### **Vervolg**

---

Evaluatie van dit kader eind 2020.

### **Lange Termijn Agenda**

---

April 2017

Met vriendelijke groet,  
burgemeester en wethouders van Groningen,



de burgemeester,  
Peter den Oudsten

L.B.



de secretaris,  
Peter Teesink



# Herijking Internationaliseringsbeleid Groningen 2017 - 2020





## Inhoud

Herijking Internationaliseringsbeleid Groningen 2017 - 2020 .....	0
Inhoud.....	1
Aanleiding en doel: .....	2
Herijking Internationaliseringsbeleid: missie en visie .....	3
Duur herijkt Internationaliseringsbeleid .....	5
Beleidslijnen .....	6
Professioneel welkomstbeleid (v/h Gastvrije stad).....	6
Professioneel Relatiemanagement (v/h Partnersteden).....	6
Internationale handel en direct foreign investment .....	7
Groningen in Europa.....	7
Hoe meten we of het beleid effectief is? .....	8
Financieel.....	9
Bijlage A : resultaten kadernota 2013-2016.....	10
Bijlage B: projectplan Welkomstbeleid .....	14
Bijlage C: Internationalisering: de cijfers voor Groningen en Noord-Nederland .....	15
Bijlage D: Resultaten Urban Perception onderzoek Eurostat 2015.....	18

## Aanleiding en doel:

De raad heeft in mei 2013 de kadernota Internationalisering 2013-2016 vastgesteld. Zowel het einde van de beleidsperiode, als voortschrijdend inzicht maken een herijking van het beleid noodzakelijk.

Wie in de stad rondloopt hoort vele talen, wie studeert heeft buitenlandse medestudenten en colleges in het Engels, wie op de markt werkt, krijgt vragen in het Duits en Engels. Internationale werknemers en studenten, bezoekers vanuit vele landen, ze maken in toenemende mate deel uit van het straatbeeld, en het reilen en zeilen van onze kennisinstellingen zonder deze mensen is ondenkbaar.

Ook als overheid hebben we een toenemende blik op het buitenland, we werken samen in Europese steden, doen ideeën op voor de toekomst van onze stad in internationale netwerken, we laten onze ideeën en goede voorbeelden zien aan steden en belanghebbenden in de hele wereld.

Het internationaliseringsbeleid van Groningen is er op gericht op activiteiten te faciliteren en te versterken die bedoeld zijn om internationaal talent aan te trekken, een prettig verblijf te bieden, en economisch te laten renderen. Daarnaast dient het om onze eigen ambities als 'Next City' te helpen ontwikkelen, door te leren van voorbeelden en ervaringen in het buitenland en de bij ons opgedane kennis te delen en elders toe te passen.

Internationalisering is een beweging die plaatsvindt in een speelveld van actoren: bedrijven, kennisinstellingen, bewoners en gebruikers van de stad. De inzet van de gemeente is om te bewegen in dit speelveld, als één van de partners. Het beleid beperkt zich niet tot de stadsgrenzen, in internationaal verband wordt Groningen gezien als focuspunt voor Noord Nederland. We handelen dus ook in het belang van onze regionale partners.

## Herijking Internationaliseringsbeleid: missie en visie

In de voorafgaande beleidsperiode stonden missie en visie vooral in het kader van internationale kenniseconomie. In deze herijking is naast het economische kader ook aandacht voor een bredere visie op internationalisering, het heeft invloed op leefbaarheid en karakter van onze stad.

### **Visie:**

***De aantrekkelijkheid van kennisstad Groningen voor nationaal en internationaal talent bepaalt voor een groot deel de identiteit en het karakter van de stad en andersom. (Internationaal) talent is het kapitaal waar we als stad verder op kunnen voortbouwen, het is een voorwaarde om innovatiekracht te behouden en te verhogen.***

***Om de aantrekkelijkheid van de stad voor het verblijf van talent verder te ontwikkelen is nauwe samenwerking tussen overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen noodzakelijk. Internationaal talent is daarbij een steeds belangrijker doelgroep.***

### **Missie:**

***Het internationaliseringsbeleid van de stad Groningen is er op gericht om activiteiten te faciliteren en te versterken die tot doel hebben om***

- a. internationaal talent en kennis aan te trekken, een goed verblijf te bieden, en economisch te laten renderen.***
- b. internationaal samen te werken, kennis te delen en te leren, om te komen tot innovaties om de stad en haar uitdagingen verder te brengen naar de 'Next City'***

### **Ambitie:**

***Groningen kan zich meten met de top 50 middelgrote steden in de wereld met het fijnste woon- en leefklimaat voor inwoners, gebruikers en voor internationaal talent. Next City Groningen streeft er naar om een preferente keuze voor vele studenten en kenniswerkers uit Nederland en de gehele wereld te worden. Daarbij positioneren we ons primair op (leef)kwaliteit en kennis.***

***Bij onze internationale positionering zien we Groningen niet alleen als de stad, we vertegenwoordigen de gehele regio Noord Nederland.***

We zien noodzaak om in de visie en in de missie het internationale karakter van de stad nog duidelijker te positioneren, omdat onze internationale bevolking in toenemende mate in onze stad zichtbaar is en niet alleen in economische betekenis. We zien ook de noodzaak voor een stevigere positionering van de stad in het buitenland, om talent aan te trekken, maar ook vanwege de kennisuitwisseling die we nodig hebben om onze 'next city' vorm te geven.



In de visie, missie en de ambitie leggen we een duidelijke link tussen economie, onze relatie met de bedrijven en kennisinstellingen, en met onze ontwikkeling als stad (en regio) naar de 'Next City'. De integratie van de internationale kenniseconomie met onze stedelijke ontwikkeling is noodzakelijk om ook in de toekomst een aantrekkelijke stad te blijven. De 'top 50- keuze' weerspiegelt de ambitie van de R.u.G. om bij de top 50 van universiteiten te horen.

We zien dat de gemeente een partner is in een speelveld:



De propositie van een stad (en regio) waar we streven naar een fijne plek om te leven voor Groningers en voor kennismigranten is onderscheidend te noemen. De meeste steden presenteren zich met economische kracht, technologie als driver, alles onder het motto 'meer is beter'. Groningen kiest in contrast daarmee voor de eigenwijze, menselijke maat, hetgeen natuurlijk past bij onze mentaliteit en ons huidige straatbeeld, en het dynamische, jonge karakter van de stad. Het past ook bij het beeld van een aantrekkelijke stad in een zeer groene en rurale omgeving.

## Duur herijkt Internationaliseringsbeleid

De wereld verandert snel. Op het moment van schrijven is het nog volstrekt onduidelijk hoe de EU zich zal ontwikkelen. Brexit is aangekondigd, maar de gevolgen van een Brexit zijn onduidelijk. Nationalistische sentimenten in Nederland en andere EU-landen kunnen een Europese eenheid bedreigen, en daarmee onze belangrijkste bron van internationale kenniswerkers en studenten.

De RUG heeft grote plannen in Yantai, China. Op het moment van schrijven van dit beleid is het echter nog niet 100% zeker dat die plannen doorgang kunnen vinden. Er zijn nog veel variabelen die uitgewerkt moeten worden.

Dit pleit voor een niet te grote beleidshorizon. Het voorstel is daarom om dit beleid eind 2020 weer tegen het licht te houden.

## Beleidslijnen

### Professioneel welkomstbeleid (v/h Gastvrije stad)

Dit is de kern van de Groningse inzet met betrekking tot Internationalisering. Om internationaal talent aan te trekken moeten we, in samenwerking met onze partners van o.a. het Akkoord van Groningen, zorgen voor een optimale marketingmix van onze stad.

Deze marketingmix gaat natuurlijk over ons product: de stad (en regio), het woningaanbod, het studieaanbod, de werkgelegenheid, het culturele aanbod etc.

Het betreft ook onze diensten als stad: een welcome-center voor snelle afhandeling van formaliteiten en een zachte landing in de internationaal georiënteerde stad, meertaligheid van relevante informatie, etc.

De promotionele kant van de marketingmix moet ook forse aandacht krijgen: een eensluidende boodschap via alle kanalen en alle partners die samenwerken in Groningen, ter vervanging van vele versnipperde boodschappen. De inhoud van de boodschap moet de visie op Groningen ondersteunen: de 'Next City' waar de kwaliteit van leven op topniveau is. Deze boodschap wordt uitgedragen in een gezamenlijke campagne met de kennispartners en Marketing Groningen, onder de titel 'City of Talent'

Het welkomstbeleid wordt uitgevoerd onder de vlag van het Akkoord van Groningen. In treft u de plannen voor uitwerking hiervan.

### Professioneel Relatiemanagement (v/h Partnersteden)

In de voorgaande beleidsperiode was sprake van al dan niet actieve partnersteden. We zien dat er een grotere variatie ontstaat aan relaties. De exclusieve formele partnerrelaties nemen in Europa in belang sterk af. Er is eerder sprake van een toename van netwerken van steden, al dan niet in een formeel verband. Trackrecord en wederzijds vertrouwen is daarbij van groter belang dan formele vriendschapsverdragen. Buiten Europa, met name in Azië, staan de formele banden nog steeds in hoog aanzien, ze openen deuren voor onze partners.

De betekenis van 'zusterstad' en 'partnerstad' valt niet vast te definiëren, deze varieert van land tot land, van stad tot stad, van project tot project. De rol van de gemeente in een relatie met een andere stad varieert. De relaties met andere steden delen we met partners: de kennisinstellingen, bedrijven, burgers en zelfs met andere partnersteden.

Bij contacten met andere steden gaat het om verschillende belangen: handel, kennis, Europees gesubsidieerde projecten, cultuur, buitenlandse investeringen. Relatiebeheer kan op zich al een belang zijn, bijvoorbeeld met onze Duitse buurregio, -steden en -staat. Goed nabuurschap is daar een doel op zich.

We zien ook nieuwe relaties ontstaan, in onze Europese contacten (bijvoorbeeld in het Noordzeegebied), maar ook in de contacten van onze kennisinstellingen met bijvoorbeeld China (Yantai).



We zien daarom een noodzaak om flexibel en professioneel met onze internationale relaties om te gaan, zonder de beperkingen van vastgelegde stedenbanden.

Als beleidslijn stellen we daarom voor dat de gemeente op professionele manier haar bestaande internationale relaties beheert, met prioritering voor die relaties die van direct belang zijn voor de stad, de kennisinstellingen en de bedrijven in de stad en regio.

We sleutelen niet aan de huidige relaties met steden, we handhaven de gesubsidieerde stedenbanden met Moermansk en San Carlos. Waar noodzakelijk zal het college intentieverklaringen betreffende vriendschap en samenwerking aangaan, voor een begrensde periode. Verlengen van deze termijn is mogelijk, na evaluatie.

#### Internationale handel en direct foreign investment

Ons beleid is dat gemeente deuren voor haar (economische) partners opent. Dit werkt. Het wordt gewaardeerd door onze bedrijven en instellingen. We werken steeds meer vraag-gestuurd, conform het economisch beleid. De gemeente heeft daarmee één van de rollen in een keten, samen met commerciële adviseurs, matchmakers, productontwikkelaars, financiers en klanten.

We stimuleren trajecten waarbij gestreefd wordt naar innovatie en samenwerking met de partners in de 'triple helix': het MKB, de kennisinstellingen en de overheid, ter ondersteuning van ons internationale profiel als kennisstad en 'Next City'.

#### Groningen in Europa

Voor ons internationale profiel als kennisstad is het van belang om mee te doen aan Europese projecten, met name in het kader van de Europese Kennis en -innovatieagenda Horizon 2020.

Dit is belangrijk voor onze internationale profilering, maar ook om kennis voor onze ontwikkeling naar 'Next City' binnen te halen. We investeren in Europese Samenwerking en bijbehorende projecten om onze doelstellingen en ambities als stad te kunnen behalen, zoals bijvoorbeeld onze ambities op het gebied van duurzaamheid en healthy ageing. Daarbij staat de inhoud en de beoogde innovatie altijd voorop.

We hebben in de afgelopen beleidsperiode een uitstekende reputatie opgebouwd als solide partner in Europese Projecten, binnen de Interreg Noordzee ook als lead-partner van innovatieve projecten. Deze reputatie bouwen we uit bij de regionale en de kennisgerichte programma's. Een door de NG4 gefinancierde projectverwerver is in Brussel gestationeerd om ons de Noordelijke steden te vertegenwoordigen waar nodig, en om optimaal gebruik te kunnen maken van kansen bij projecten die voor ons interessant kunnen zijn.

In de Eu-projecten werken we altijd samen met partners, lokaal en internationaal: kennisinstellingen, bedrijven en burgers.

We volgen de toekomstige beleidslijnen in Europa nauwkeurig, waar nodig trekken we samen met partners zoals het SNN, de VNG of anderen op om het toekomstige beleid ten gunste van onze stad te beïnvloeden.

## Hoe meten we of het beleid effectief is?

Allereerst is het uitgangspunt dat Groningen in toenemende mate internationaal georiënteerd is. Om deze aanname te bevestigen doen we een nulmeting en een jaarlijkse meting in de jaarlijkse enquête onder inwoners van de stad:

- hoeveel internationale contacten heeft u (per jaar?) voor studie of werk?

Bij de jaarlijkse bedrijven-enquête vragen we :

- hoeveel hoogopgeleide (HBO, WO) niet-Nederlandse kenniswerkers heeft u in dienst?
- hoe vaak heeft u contacten met het buitenland voor handel, investeringen, personeelswerving of projecten?

Dit geeft een indicatie aan de mate van internationalisering van zowel onze inwoners, als onze bedrijven..

Op dit moment zijn er geen goede benchmarks voor de aantrekkelijkheid van middelgrote universiteitssteden. De benchmarks die er zijn, zijn georiënteerd op de grotere agglomeraties met meerdere top 500 universiteiten, en bovendien zijn deze benchmarks zeer prijzig om aan mee te doen. Groningen zal vooral concurreren met Europese steden. We stellen daarom voor om te kijken naar de plaats van Groningen in de 2-jaarlijkse Eurostat-rapportage "Perception survey on quality of life in 79 European Cities". In deze rapportage bij middelgrote en grote steden in Europa, worden 14 vragen gesteld die betrekking hebben op de tevredenheid van inwoners over hun stad. Hierbij worden ook gevraagd of buitenlanders welkom zijn in de stad. In 2015 eindigde Groningen op de tweede plaats (op basis van de totale score op tevredenheid), net achter Zürich (CH). Deze score, in combinatie met een score in de top 50 voor universiteiten, geeft een indicatie van de aantrekkelijkheid. Het geeft ook inzicht in hoeverre onze inspanningen om de Next City te realiseren effectief zijn.

Voor de volledige vragenlijst en de top 10 van steden zie .

## Financieel

In de begroting is er € 50.000 structureel als werkbudget voor Internationalisering opgenomen en € 128.000 structureel als subsidiebudget Stedenbanden en mondiale bewustwording. We stellen voor om deze financiering te handhaven.

Het structurele werkbudget voor Internationalisering, aangevuld met incidentele (projectmatige) bijdragen uit G-kwadraat, is voldoende om de basis voor onze internationale activiteiten te financieren. Aanvullende financiering voor grotere projecten (zoals in het verleden de Hafengeburtstage) zal incidenteel moeten worden gevonden binnen de bestaande begroting

Uit het subsidiebudget voor 'stedenbanden en mondiale bewustwording', dat door de afdeling OMS wordt beheerd, worden de stedenbandorganisaties voor Moermansk en San Carlos ondersteund, en een aantal kleinere subsidies (al dan niet structureel) voor het Vredes Informatie Centrum, Gered Gereedschap en stichting Groningen Jabalya.

Het welkomstbeleid is reeds gefinancierd uit het programma Akkoord van Groningen



## Bijlage A : resultaten kadernota 2013-2016

In 3 jaar is veel gebeurd. In hoofdlijnen kunnen we het volgende rapporteren:

**Welkomstbeleid:** Op maandag 24 november 2014 is in Noord Nederland het International Welcome Center North (IWCN) opgericht voor internationale medewerkers, familieleden en bedrijven. IWCN is in een korte tijd een enorm succes geworden en overtreft de verwachtingen. De toestroom van internationals is veel groter dan verwacht, de inmiddels 75 bedrijven waarvoor zij werken zijn erg enthousiast en de dienstverlening van IWCN wordt als zeer goed ervaren door de internationale kenniswerkers. Provincies, gemeenten, kennisinstellingen hebben inmiddels te kennen gegeven het IWCN als internationale structuur voor het Noorden te willen blijven steunen voor de komende 4 jaar.

### Resultaten

Het Welcome Center heeft in de eerste twee jaar:

- Meer dan 5000 bezoekers gehad in het centrum (mail en telefoon niet meegerekend)
- 2200 afspraken gehad voor formaliteiten (IND en gemeente). Een veel hoger aantal dan vooraf begroot (1250).
- Er worden inmiddels formaliteiten verricht voor 70 organisaties in Noord Nederland.
- 36 betalende partner bedrijven aangesloten bij het Welcome Center voor private dienstverlening aan internationals en bedrijven die internationals in dienst hebben en daar wordt veelvuldig gebruik van gemaakt.
- 11 gemeentes aangesloten, waarbij de verwachting is, dat er nog een aantal zullen volgen.
- 102 verschillende nationaliteiten langs gehad in het centrum
- de consulaten van Litouwen en Slowakije gevestigd in het centrum
- een samenwerking aangegaan met WTC Noord Nederland, waarbij WTC in Groningen vanuit IWCN gaat opereren

In de komende 4 jaar wil IWCN verder groeien en met name voor meer werkgevers en internationals werken in iedere stad en regio in Noord Nederland.

### Relatie met Duitsland

Er is afgelopen jaren veel aandacht geweest voor de relatie met onze burens: Oldenburg, Bremen en Hamburg. Zeer regelmatig zijn bestuurlijke en ambtelijke bezoeken over en weer. Jaarlijks wordt met Bremen en Oldenburg het Vaktreffen georganiseerd, een dag waarin allerlei mensen uit allerlei organisaties gelijkgestemden uit Duitsland ontmoeten, en kijken of gezamenlijk optrekken nuttig is. In een aantal gevallen heeft dit geleid tot samenwerkingen en projecten. De bilaterale overeenkomsten met Oldenburg en Hamburg zijn vernieuwd, er is aandacht geschonken aan het 25-jarige bestaan van onze vriendschapsbanden met Oldenburg.

Een hoogtepunt vormde de viering van de Hafengeburtstage 2015, waar Groningen partnerstad was.

Tijdens de beleidsperiode werd de Friesenbrücke kapot gevaren. De noodzaak om snel een nieuwe spoorbrug te bouwen, en de wens om de spoorverbinding naar Oldenburg, Bremen en Hamburg te verbeteren, vergt goede samenwerking tussen de Nederlandse en Duitse partners. We merken dat onze inspanningen om de relatie te verbeteren daarbij helpen, het is gemakkelijker om allianties te maken.

### **Relatie met China**

We hebben nu ruim 30 jaar een vriendschapsrelatie met de stad Tianjin, China. Deze relatie wordt steeds belangrijker. Het UMCG heeft Tianjin als een van de speerpunten in haar internationaliseringsbeleid benoemt. China is voor het UMCG een zeer interessante onderzoeksmarkt en een bron van studenten, onderzoekers en artsen. Dit heeft te maken met de enorme vergrijzing, en een zorginfrastructuur die achter blijft bij de veranderde vraag naar zorg. Alleen al in Tianjin zijn de goede relatie met de overheid heeft het UMCG een warm welkom opgeleverd. Na een eerste gezamenlijke reis werden een aantal joint-research projecten opgestart, er zijn een aantal professoren van het UMCG als visiting-professor regelmatig in Tianjin, artsen uit Tianjin volgen nascholing in Groningen, en binnenkort wordt een gezamenlijk PhD uitwisselingsprogramma gestart.

Ook de Hanze Hogeschool heeft via de relatie van de gemeente in Tianjin zaken gedaan. Inmiddels is er een gezamenlijke campus met de Tianjin University of Traditional Medicin in opstartfase. Op deze campus wordt gedaan aan onderzoek en productontwikkeling, en de Hanze zal een minor in revalidatie- en fysiotherapie gaan geven.

In de vorige beleidsperiode zijn ook een aantal bedrijven meegelift op de relatie met Tianjin. Dit heeft geleid tot de vestiging van een Serious Gaming bedrijf in Groningen, en tot een verkoopcontract in China. De meeste bedrijven die meegaan hebben al relaties en zaken in China lopen, maar vinden meegaan met de gemeente van toegevoegde waarde voor het verbreden van de relaties.

Met Xi'an hebben we in 2011 een vriendschapverdrag gesloten. Tot nu toe blijven de activiteiten beperkt tot enkele bezoeken over en weer. Xi'an heeft grote interesse voor de Nederlandse aanpak van ouderenzorg, hiervoor zijn contacten met o.a. de Hanze Hogeschool gelegd.

De RuG wil, zoals bekend, een branch openen in de stad Yantai. We staan open voor vriendschappelijke contacten met Yantai, maar tot nu toe is er nog geen contact op bestuurlijk niveau geweest. Naar verwachting zal dat in 2017 wel gebeuren, en zal dit uiteindelijk mogelijk leiden tot een vorm van samenwerking tussen de steden.

### **Groningen in Europa**

Groningen heeft flink aan de weg getimmerd als het gaat om zichtbaarheid in Europa. In 2014 kwamen we uit de bus als de 2<sup>e</sup> innovatiefste stad van Europa. Dit leverde veel exposure in het circuit van Europa en Smart Cities. We staan in Europa ook bekend als referentiesite voor Healthy Ageing. Om ons voordeel te doen met deze faam, hebben we in Brussel, samen met de steden Leeuwarden, Assen en Emmen, twee projectverwerwers aangesteld. Deze projectverwerwers proberen ons (en



onze kennisinstellingen en bedrijven natuurlijk) zo goed mogelijk in positie te brengen voor Europese projecten en subsidies.

We hebben inmiddels in het Interreg Noordzee gebied een uitstekende reputatie opgebouwd als partner. Samen met Assen werd in 2015 de jaarlijkse Noordzeeconferentie gehost. In de nieuwe subsidieperiode 2016- 2020 heeft Groningen het uitstekend gedaan, ondanks de zware concurrentie en de zeer hoge eisen aan de projectvoorstellen. Van twee projecten zijn we zelfs lead-partner.

### **Gesubsidieerde stedenbandorganisaties Moermansk en San Carlos**

Beide Stedenbanden zijn zeer actief. De basisfinanciering, van waaruit met name de inzet van lokale coördinatoren wordt betaald, komt van de gemeentelijke subsidie. De activiteiten, hier en in de partnerstad, worden vooral gefinancierd met externe subsidies en door bijdragen van bedrijfsleven en van particulieren.

Moermansk: Ondanks de geo-politieke tegenstellingen tussen Rusland en Europa en ondanks de handelsbeperkingen, is de Stedenband Groningen – Moermansk zeer actief met o.a. projecten in de gehandicaptenzorg, gezondheidszorg, samenwerking tussen kindziekenhuizen (UMCG), mensenrechten op het gebied van seksuele diversiteit. Bijzonder zijn de banden tussen het Gymnasium nr.1 in Severomorsk en het Willem-Lodewijk en het Praedinius Gymnasium met haar partnerschool in Moermansk. Er is veel Skype-contact tussen leerlingen, en vorig jaar hebben ze een gezamenlijke musical opgevoerd. De Stedenband heeft haar 25-jarige bestaan in 2014 gevierd, de stad Moermansk vierde vorig jaar haar 100-jarige bestaan. Ter gelegenheid daarvan is ook een Groninger delegatie van de Stedenband, het bedrijfsleven, de viceconsul van Nederland in St.-Petersburg en een ambtelijke vertegenwoordiger van de gemeente Groningen op uitnodiging in Moermansk geweest. Vanuit het bedrijfsleven wordt de stedenband gewaardeerd: het Nederlandse bedrijfsleven ziet veel kansen in het Arctische gebied. Een goede relatie met de overheid van de enige toegangshaven, Moermansk, is daarbij van belang, en de Stedenband helpt daarbij de deuren te openen.

San Carlos: De Stedenband Groningen- San Carlos werkt in Nicaragua samen met lokale coördinatoren en met verschillende NGO's of samenwerkingsverbanden om de projecten effectiever uit te kunnen voeren en te zorgen voor een betere verankering van de initiatieven.

Er zijn projecten op het gebied van gezondheidszorg, sport (o.a. zwembad), seksuele diversiteit, huiselijk geweld, kunst en cultuur, toerismeontwikkeling, fair design en watermanagement. San Carlos is een door het UMCG erkend en ondersteunde locatie voor het doen van internationale coschappen; zo'n 10 studenten per jaar lopen er hun stage. Daarnaast bemiddelt de Stedenband voor studenten van andere opleidingen van de RuG en de Hanzehogeschool als het gaat om stages in Groningen of San Carlos. Een voorbeeld hiervan is de nieuw te starten Summerschool in samenwerking met de Faculteit Economie en Bedrijfskunde en de University of Newcastle (2017).

In 2016 vierde de Stedenband haar 30-jarig jubileum. Een jaar waarin niet alleen werd stil gestaan bij het verleden, maar juist ook actief is gekeken naar de toekomst. Dit resulteerde in een aangescherpte visie op haar bestaan. De Stedenband wil een bijdrage leveren aan de (gemeentelijke) visie op wereldburgerschap en Groningers stimuleren en ondersteunen bij het realiseren van



internationaal ondernemerschap en kennisuitwisseling ('grensverleggend verbinden'). Ook het initiëren van meer samenwerking in Europees verband maakt deel uit van de plannen voor de toekomst. Op uiteenlopende gebieden als water, seksuele diversiteit en sport zijn hier al goede ervaringen opgedaan.

#### **Handel:**

In de vorige beleidsperiode zijn veel Groninger ondernemers in het buitenland geweest, op uitnodiging en met begeleiding vanuit de gemeente. Uiteraard lag daarbij het zwaartepunt op Duitsland, onze grootste export-partner. De Ambassades van Groningen, in Oldenburg, en de Botschaft van Oldenburg en Bremen in Groningen hebben over en weer het toerisme gepromoot.

Bedrijven op het gebied van gas, windenergie en logistiek hebben belangen bij een goede relatie met de regio Moermansk. In het kielzog van de stedenband zijn contacten gelegd met de regionale overheid.

Ook naar China zijn diverse bedrijven mee geweest. Hoewel de afstand tot de Chinese markt groot is, hebben een aantal bedrijven toch bij deze missies orders weten te boeken. Ook enkele bedrijven uit China zijn in Groningen op bezoek geweest, dit heeft concreet geleid tot de vestiging van het Serious Gaming bedrijf Serious Fish.

Groningen positioneert zich internationaal als vestigingsplaats voor datacenters. Deze positionering heeft er mede toe geleid dat Google zich in de Eemshaven heeft gevestigd met een zeer groot datacenter, met gunstige effecten voor de regionale werkgelegenheid.

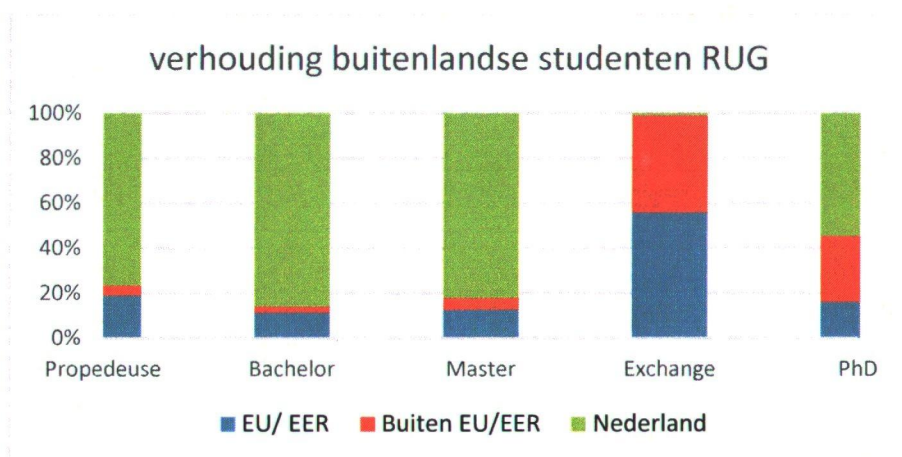
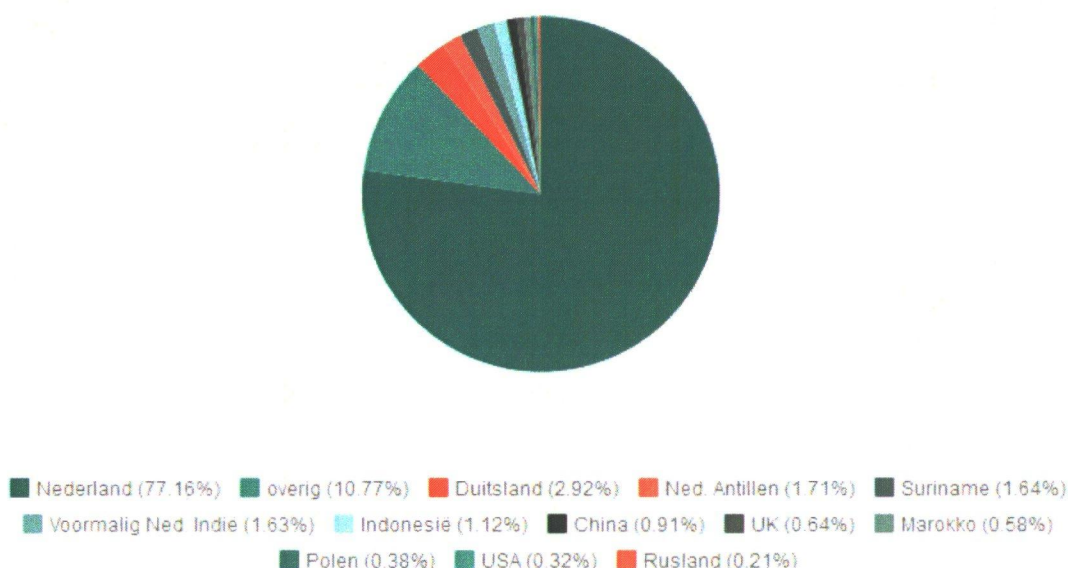
## Bijlage B: projectplan Welkomstbeleid

Bijlage B welkomstbeleid.pdf

## Bijlage C: Internationalisering: de cijfers voor Groningen en Noord-Nederland

Bijna een kwart van de Groningers is niet van Nederlandse afkomst (1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> generatie). Hierbij worden de kort verblijvende (niet-ingeschreven) bezoekers van onze kennisinstellingen niet meegerekend. Naast de traditionele migratielanden (Suriname, Ned. Antillen, Marokko, Turkije en voormalig Nederlands Indië) zijn er veel Duitsers, Indonesiërs, Chinezen en Britten.

### Top 10 Nationaliteiten





Wat je ziet dat bij de RUG met name EU-studenten belangrijk zijn. In Nederland daalde dit academisch jaar gemiddeld het aantal inschrijvingen, bij de RUG bleef dat door de vele buitenlandse studenten op niveau. Wat verder opvalt, is dat voor PhD-onderzoekers de instroom vanuit andere landen cruciaal is, zelfs zo belangrijk dat je mag stellen dat wetenschappelijk onderzoek zonder expats niet denkbaar is.

Bij de Hanzehogeschool werden in 2015 2024 internationale studenten geteld, daarbij komen nog 609 exchange studenten (studenten die studeren bij een buitenlandse instelling, maar kort in Groningen een aantal vakken volgen). Van de Nederlandse Hanze studenten gingen er 564 naar het buitenland voor een exchange programma.

Onderzoeksbureau Decisio heeft in 2015 uitgezocht wat de invloed van internationals is in Nederland, en dit ook voor de noordelijke regio uitgesplitst.

Het zal niet verbazen dat de stad Groningen relatief de meeste internationals aantrekt. Van alle internationals in Noord-Nederland wordt 17% als kenniswerker gekenschetst (economisch actief, hoger inkomen), in Groningen is dat 22%. In Noord Nederland waren er in 2013 zo'n 13.000 economisch actieve internationals, dus exclusief studenten



## Internationale werknemers Noord-Nederland

Gegevens 2009 - 2013

**Bijna verdubbeling aantal internationale werknemers in aantallen personen**



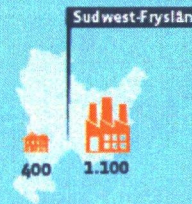
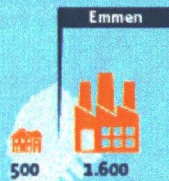
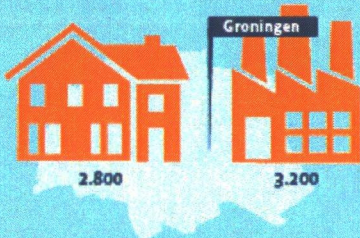
**Groei aantal internationale kenniswerkers in aantallen personen**



**Gemiddeld inkomen daalt**



**Groningen belangrijkste woon- en werkgemeente Top 3 woon- en werkregio 2013, in aantallen personen**



**Onderwijs belangrijkste werkgelegenheidssector Top 3 werkgelegenheidssectoren**



Gezondheid en Welzijn



Detacherings- en uitzendbranche

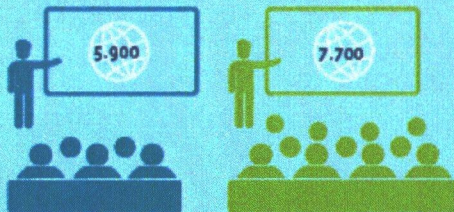


**Vooraf Duitse kenniswerkers Top 3 nationaliteiten 2013**



## Internationale studenten Noord-Nederland

**Groei aantal internationale studenten in aantallen personen**



**Vooraf Duitse studenten Top 3 nationaliteit 2013**

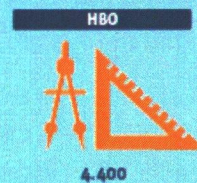
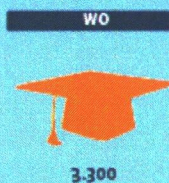
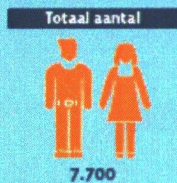


## Internationale zelfstandigen Noord-Nederland

**Bijna verdubbeling aantal internationale zelfstandigen in aantallen personen**



**Overwegend HBO-studenten Aantal en verdeling (WO/HBO) 2013**



**DECISIO**

WWW.DECISIO.NL Onderzoek uitgevoerd voor Ministerie EZ en negen expatcenters in Nederland. ONTWERP: WWW.BUROMARMELADENL





# Bijlage D: Resultaten Urban Perception onderzoek Eurostat 2015

CITIES	Public transport in the city, for example bus, tram or metro: satisfied	This city is committed to the fight against climate change: agree	The noise level in the city: satisfied	Cultural facilities such as concert halls, theatres, museums and libraries in the city: satisfied	The financial situation of your household: satisfied	In this city, it is easy to find good housing at a reasonable price: agree	Foreigners who live in this city are well integrated: agree	The presence of foreigners is well agree	Health care services offered by doctors and hospitals in this city: satisfied	Schools in the city: satisfied	Generally speaking, most people in this city can be trusted: agree	When you contact administrative services of this city, they help you efficiently: agree	You are satisfied to live in this city: agree	Your personal job situation: satisfied	totale score
Zürich	97,0	73,0	81,0	95,0	92,0	7,0	72,0	89,0	97,0	85,0	81,0	78,0	99,0	83,0	1.129,0
Groningen	79,0	65,0	85,0	91,0	81,0	50,0	72,0	81,0	93,0	88,0	88,0	68,0	95,0	66,0	1.102,0
Aalborg	69,0	49,0	87,0	91,0	91,0	61,0	52,0	80,0	85,0	84,0	91,0	70,0	98,0	75,0	1.083,0
Luxembourg	80,0	73,0	79,0	87,0	87,0	13,0	67,0	89,0	86,0	78,0	78,0	80,0	96,0	71,0	1.064,0
Rennes	83,0	76,0	81,0	86,0	75,0	43,0	66,0	69,0	87,0	88,0	71,0	65,0	95,0	78,0	1.063,0
Belfast	73,0	63,0	86,0	86,0	84,0	60,0	54,0	83,0	77,0	81,0	79,0	71,0	98,0	67,0	1.062,0
Tyneside cc	77,0	65,0	87,0	81,0	84,0	60,0	66,0	71,0	86,0	75,0	78,0	66,0	95,0	69,0	1.060,0
Glasgow	80,0	67,0	83,0	88,0	83,0	47,0	68,0	76,0	82,0	73,0	85,0	66,0	95,0	64,0	1.057,0
Graz	79,0	67,0	74,0	93,0	86,0	20,0	51,0	74,0	93,0	84,0	87,0	67,0	96,0	85,0	1.056,0
Oslo	89,0	62,0	80,0	92,0	91,0	14,0	52,0	80,0	87,0	80,0	86,0	66,0	99,0	75,0	1.053,0
Cardiff	73,0	64,0	84,0	91,0	83,0	47,0	68,0	73,0	84,0	73,0	79,0	67,0	97,0	68,0	1.051,0
Wien	95,0	75,0	78,0	97,0	85,0	18,0	44,0	74,0	88,0	71,0	73,0	67,0	96,0	79,0	1.040,0
Bordeaux	83,0	82,0	74,0	81,0	73,0	25,0	65,0	73,0	91,0	83,0	68,0	61,0	94,0	76,0	1.029,0
Strasbourg	85,0	81,0	69,0	87,0	70,0	28,0	55,0	63,0	91,0	83,0	67,0	67,0	93,0	76,0	1.015,0
Oulu	45,0	50,0	88,0	88,0	86,0	71,0	54,0	71,0	64,0	84,0	92,0	56,0	94,0	72,0	1.015,0
Greater Mar	76,0	69,0	80,0	71,0	81,0	50,0	63,0	71,0	83,0	72,0	73,0	65,0	92,0	67,0	1.013,0
Manchester	82,0	71,0	81,0	81,0	78,0	44,0	60,0	74,0	78,0	67,0	73,0	66,0	92,0	64,0	1.011,0
Heilsinki / H	93,0	62,0	81,0	94,0	86,0	8,0	48,0	82,0	72,0	79,0	84,0	58,0	91,0	72,0	1.010,0
Gera	82,0	68,0	65,0	87,0	82,0	5,0	69,0	82,0	90,0	81,0	67,0	61,0	94,0	76,0	1.009,0



A photograph of three young people jumping joyfully in a park. On the left, a Black man in a grey sweater and jeans jumps with his arms raised. In the center, a man with a mustache in a white t-shirt and plaid jacket jumps with his arms raised. On the right, a woman in a black top and jeans jumps with her arms raised. A large, semi-transparent circular graphic is overlaid in the center, containing the text 'INTERNATIONAL GRONINGEN'. The background shows trees and grass. At the bottom of the image, there is a horizontal bar with five colored segments: dark green, red, black, orange, and light green.

**INTERNATIONAL  
GRONINGEN**





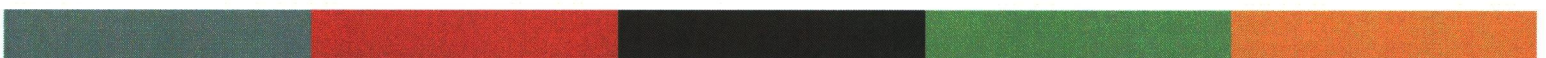
# **INTERNATIONAL GRONINGEN**

How can we make Groningen more welcoming?

Groningen,  
Realized by:

17/10/2017  
Marian Counihan (Maieutic)  
Lior Steinberg (lvblcity)  
Frederic van Kleef  
Irma Zijlstra  
Anastasija Zihareva

Commissioned by Gemeente Groningen





- How can we make Groningen more welcoming?
- Improve the housing situation of internationals
- Make Groningen more 'sticky' in term of work
- Open up city living to internationals
- Communicate better with internationals





# INTRODUCTION

Groningen is growing, and fast. A large part of this growth is due to a steadily increasing international population. Driven by active policy of the RUG and the Hanze, as well as the growing internationalisation of the knowledge economy, the trend is likely to increase and consolidate. How can the partners of the Akkoord optimally manage this internationalisation process, so that Groningen continues to be a thriving and resilient city?

## Why internationalisation?

Groningen needs to internationalise because of two main, related phenomena: demographics and globalisation. The population decline of the surrounding provinces means that the traditional recruitment basin for the city's crucial educational sector is shrinking. At the same time ongoing processes of globalisation mean that Groningen increasingly needs to operate in an integrated world economy, within international knowledge networks and globalised technologies, in order to remain a player in the knowledge economy.

But internationalisation also offers at least two key new opportunities for Groningen: improved attractiveness and innovative capacity. Increasingly important in destination choice for knowledge migrants are liveability factors such as affordable housing, shorter distances, lower pollution, cost of living etc.



Ben Feringa. Dutch winner - international team  
(Source: Elmer Sterken, DVHN).

The focus on liveability offers Groningen a golden opportunity to profile itself internationally as an attractive city for international knowledge migrants. Additionally, diversity is now widely considered as a key driver of creativity and innovation in city

development, so we can expect – and in fact already witness (have a look at the diversity of nationalities in Ben Feringa's lab) – how internationalisation contributes directly to innovative capacity. Both these factors can have a large structural positive impact on the city, and can also interact to form a positive feedback loop where high liveability fuels innovative capacity and vice versa.

## International students' economic impact



average  
annual  
international  
student  
spending  
€11.400.



6.500  
international  
students in  
Groningen  
(approx.)



€74  
MILLION  
per year

## How to manage internationalisation?

The key goal is to make Groningen more 'sticky' for international residents. This devolves to the need for an active programme regarding the following four aspects of life in Groningen, with focus on particular aspects of them:

1. **housing**: increased quality control, accessibility to housing market for international students.
2. **work**: opening up local labour markets for internationals.
3. **city living**: improving navigation of public space, social integration, cultural access.
4. **communication**: integrating and improving online information and communication.

This report provides an analysis of these aspects of Groningen life, as well as proposals to address the identified problems, based on desk research combined with depth interviews. Please note that we focus on knowledge migrants: international students and international knowledge workers. We do not provide any specific analysis for tourists, asylum seekers, labour migrants or other international groups in Groningen.



# HOUSING

Internationals coming to Groningen often struggle to find suitable accommodation. Since housing is a person's most basic need, it is of key importance to ensure that Groningen can offer internationals adequate and fairly priced housing options, as well as enough information regarding the housing market.

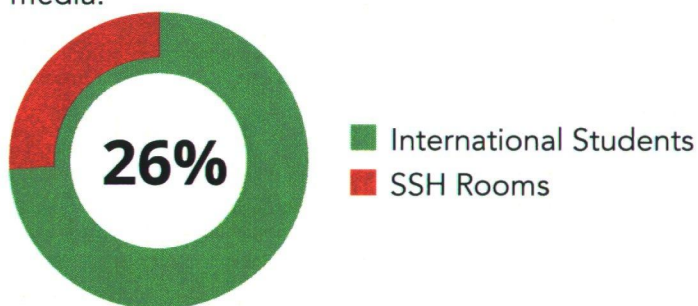
## Student housing supply

International students have two options for housing in Groningen: SSH Student Housing or rooms via the private market.

In 2015 the SSH replaced the Housing Office. For many exchange and first-year students, it is the 'go-to' housing provider. However, it offers only about 1,700 rooms, much less capacity than the approx. 6,500 international students resident in the city. Hence, the majority of international students are referred to the private market. Compared to other cities in the Netherlands, private landlords have an exceptionally large share of the student housing market (around 80%). This percentage is much lower in other student cities.

In the private market international students compete for the same rooms as their Dutch counterparts. The latter enjoy greater knowledge of the market and its workings, and a wider social support network. In addition, many landlords only allow Dutch students in their housing.

Consequently, international students often have much more difficulty than local students finding a room. This struggle is covered prominently in local media.



## Student housing quality

Recent studies and media coverage have questioned the 'value for money' of SSH housing. International residents of SSH pay more for housing than their Dutch counterparts, ostensibly

because of additional services provided by SSH. But this discrepancy has recently been protested against by dissatisfied student groups.

## Information about the housing market

Renting a house from the various local housing associations typically requires prospective tenants to wait in line for several years. Therefore, internationals (either students or expats) usually resort to the private housing market. Although highly regulated, information about the private market supply, regulations and tenants' rights is largely unavailable to internationals in English.



The Student Hotel (Source: thestudenthotel.com)

## Current developments

1. A new international student complex is being built by SSH XL in Zonnelaan, while Diaconessehuis was closed this summer. The Zonnelaan will not dramatically increase the total number of student rooms, and in the interim the supply is less than usual.
2. Private developers move in on this market gap. An example is The Student Hotel which offers short-term rooms for relatively high rent (above €700 per month).

## Projects proposals

1. Provision of more and better information regarding actual housing supply, as well as general information about the housing market, regulations, and tenant rights. The need for this has already been recognised by the city council, and is further taken up in the chapter on communication (see Nota 4a).
2. Empower the existing working group with a wider mandate and more resources to tackle issues in housing quality (see Nota 1a).



## Why?

Internationalisation of the economy of the northern provinces is increasingly important. There are two primary reasons for this, as mentioned above: demographics, and globalisation. The population in the surrounding provincial areas is ageing and shrinking (OECD report, 2013). In this sense local human capital is a diminishing resource. At the same time, the 'war on talent' means that Groningen's knowledge economy needs to operate at a global level. To stay competitive in a globalised knowledge economy, it needs to attract and retain international talent.

***"A [city's] human capital endowment can be a more important determinant of its long-term success than virtually any other resource" - WEF Human Capital Report, 2016***

The good news is that Groningen already has a sizeable international population. This is a mostly young and highly educated group, representing valuable human capital for the city. A key problem is that the majority of these international inhabitants leave within three to five years. Hence, the quickest way to nurture a knowledge-intensive local economy is to better access and retain the human capital Groningen's resident international population represents.

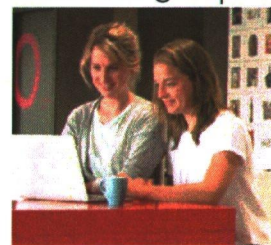
Increasing the level and length of economic activity of this group offers growth potential for the local economy, via demographics, innovation, and culture, amongst other factors (Open Cities monitor, 2010, SER report 2013, a.o.) In general, increased talent retention can lead to better creativity and innovation indexing, cultural diversity, ambassadorial reach, and global competitiveness, which in turn contributes to Groningen's ability to attract international talent: a positive feedback loop. As we will see, there are several factors at play which mean this potential is not yet fully being tapped. Below we identify the key factors to stimulate this development.

## Who?

Employment opportunity concerns various groups. We consider the most interesting group for the purposes of this report to be international students already living in Groningen, including graduate students and post graduates on temporary con-tracts.

This group is young, highly educated, open to or actively interested in remaining in Groningen for work, and (partially) integrated already. In the 'war on talent', this is a key group to work with. Groningen is doing well in the 'war:' between 2009 and 2013 the number of international students in the city of Groningen increased by almost 50%, from 3400 to 5000 (Decisio, 2015). This is a much higher rate than the national average over the same period. The rate of increase of international students is also rising.

Another important group is partners of internation-als. "Retention rates of skilled migrants can be further improved if spouses have better opportunities in the Dutch labour market" . (OECD review, 2013). Since the position and prospects of expat partners overlaps partially with this group we assume that measures for international students can and should aim also to reach this group.



**Working at Catawiki**

Become part of the fastest growing tech company in the world!

[View all 54 vacancies](#)

Catawiki currently has 54 vacancies.

## How?

Several factors impact on whether international students will in fact stay and work here:

1. actual employment opportunity
2. access to the local job market
3. motivation to stay on in the city (liveability, integration etc)



## 1. Employment opportunity in and around Groningen for internationals

Job availability is the factor on which Groningen scores lowest in the EU quality of life survey (PBL 2016) and employment opportunity in the region is generally viewed in the national context as weak: the job market is smaller than in the 'randstad' and parts of the province have negative economic prospects. However we are optimistic that there is more to the job market for internationals than meets the eye, for several reasons outlined below.

In most sectors employment opportunity is increasing (UVW, 2016). Additionally, although the local labour market remains 'spacious' (*ruim*), for the sectors which require academic education the labour market is fairly 'cramped' (*krap*). Most opportunity is found in IT and education, both of which are growing sectors, as well as in hospitality, trade and business services. Finally, CBS studies have indicated the below-average export rates in the Northern provinces - the recruitment of international workers locally thus represents an opportunity for export-oriented SMEs.

Finally, employment conditions are becoming more flexible and contracts are shortening. Given the cultural expectations of international workers we expect this to be an unproblematic development for this group, provided the path to self-employment is facilitated well.

In sum, international jobseekers are in general not worse positioned, and perhaps even slightly better positioned in some aspects, than local jobseekers, but potential obstacles lie in access to the job market and facilitation of self-employment. We suspect that the employment potential for internationals is even stronger, but more research is needed to determine this.

## 2. What kind of access to the job market do international students have?

Good access to the local job market is probably the biggest obstacle for international jobseekers. This is not a local problem: 70% of international students across the country would like to stay on after their studies and work here; only 28% succeed in doing

so. Moreover, the problem goes both ways: companies and organisations often have difficulty in attracting international students. (Euroguidance, 2016). These findings have been confirmed in a recent regional fact-finding event (Make it in the North, 2015) which identified the minimal connections between local companies and local international community to be the primary obstacle to finding work; hindering access and nurturing mutual misperceptions and lack of communication.

Several studies have addressed exactly this issue. We know that early labour market experience, acquired through internships and ideally related to the field of study, means students are more likely to stay after graduation. Information on how to find and apply for jobs largely determine the success of international students in their job search in their "new" home. Moreover, research from i-graduate shows that employability, career advice and the opportunity to gain work experience within the study programme are the three most important drivers for recommending the international study experience, again feeding into the positive feedback loop mentioned above (Wit & Ripmeester, 2012).

There are measures already being taken to address access to the local job market, such as for instance the Make It in the North event, RUG's Dual Career support and NEXT career services, as well as the Experience Groningen event for international students. These measures are mostly small-scale and fragmented.

A large-scale, well-resourced, and coordinated programme to bridge the student and business worlds in the Northern Provinces would no doubt be the single most effective measure to increase stayrates for international students. This programme should include the facilitation of internships, business projects, mentor and trainee programmes, access and stimulation of local employer networks, (legal) support to SMEs so that they can benefit from knowledge migrants, as well as an active agenda of networking and talent support events. More research would elucidate the path to a successful large-scale programme; the current proposal for a regional project, spearheaded by IWCN, is presented in the appendix.



### 3. Motivation: How do people feel about staying on in Groningen?

All international students who were interviewed for this study expressed the desire to stay in Groningen; almost all cited work as the primary reason they foresee this might not happen. Additionally, although the wide offering of English-language programmes is an advantage for Dutch universities, it also has a flip side: not many internationals master Dutch. Many expressed that a limited ability to advance in Dutch language skills is a discouraging factor when it comes to the finding work in or around Groningen. This also feeds into limited social and professional networks which again reduces access to the job market, as described above.

***“I might move to Amsterdam when my contract ends because there are more English speaking jobs there, but ideally I would like to stay in Groningen” -  
Jeremy, United Kingdom***

Chief obstacles to staying mentioned by our interview subjects were similar to findings from other studies (Tendensor, 2014): language barriers in finding work, insufficient professional networks and perception of not being opportunity rich, and to a lesser extent limited social integration (and the impact of this for professional networks). Reasons for wanting to stay include general high quality of life and lower costs of living, size and ease of mobility (bikes!), sense of safety and ‘feeling at home’.

Primary lines of action here are to make it easy and attractive to learn Dutch, and invest in cultural and social integration through networking and match-making organisations. For more on this please see the chapter on city living.

### Projects proposals

Given the fundamental twin developments of demographics and globalisation, it is clear that Groningen needs to embrace and stimulate the participation of international workers in the local labour market in order to maintain and further develop a strong city economy.

Increasing stay rates for international talent is not only an fundamental means to increase the benefits for Groningen from internationalisation; it is a prerequisite for the city to continue thriving in the medium term. Investment in better access and alignment for internationals to the local job market is the main need identified here.

1. Make it in the North - improving the knowledge transfer between internationals, companies, research institutions and government to retain talent for the north. With the help of the program, businesses will be able to realize their international growth ambitions. This will strengthen the regional economy and assist the region in the global “war on talent” (see Nota 2a).

2. Given the importance of social integration for work opportunities and decisions, we refer you to the proposals associated with this topic in the City Living chapter (see Nota 3a).

START



According to Richard Florida's Creative Class theory, the conventional industrial theories that opine that "people will go to where the jobs/factories are" are not valid anymore. Young creatives are attracted to cities with a tolerant atmosphere, low housing costs, and high liveability; existing job opportunity is a secondary factor in deciding where to live.



Groningen's public space is safe and friendly.

Groningen is a lively and vibrant city. Despite being relatively small in global comparison, it offers a lot when it comes to city living: public spaces, green areas, culture and shopping. By emphasizing these virtues and making them more accessible to internationals, Groningen has the potential to attract these young international creatives.

How can Groningen become more welcoming to international? After housing and work, people want to integrate into society, participate in cultural events, and experience the public space.

### Integration

The need for social and cultural integration has been an overlooked aspect of the internationalisation process so far. In the interviewed subjects almost all expressed not only a strong desire to move beyond the international student or expat bubble and to connect to the local population, but also registered large difficulty in doing so. This finding aligns with recent findings by NEXT and RUG HR, both of which also identified the explicit wish of most internationals to integrate better both socially and culturally. This is not only a

problem for internationals themselves, it is a fundamental obstacle to making Groningen more 'sticky' and increasing the stay rate. A recent study of factors affecting retention rates underlines this fact: "two principal reasons are relevant in residence decisions: career perspective and personal factors, such as having a Dutch partner or circle of friends" (Funk & Walenkamp, 2013). By extension, active support and stimulation of language learning and facilitation of social networks can be an exceptionally valuable 'soft' instrument in the improvement of stay rates for internationals.

A primary instrument in this is language learning. Speaking good Dutch is a key factor contributing to integration and improving access to the job market, yet it is minimally supported. Dutch courses in Groningen are unsubsidized except of the first course for students and discounts to university staff. The fee for reaching an academic level in Dutch can reach over 2.000 EUR. Hence, the level level of Dutch stagnates after the first course. Many interviewees have expressed a frustrated desire to learn to speak better Dutch and to progress in conversational and social contexts.

***"Groningen has good values, that's very good about this place. What could be improved: it should be easier for people to integrate. Internationals should get opportunities to meet Dutch people" - Rachel, Germany***

Another instrument is the facilitation of social networking opportunities. To this end we suggest the active support of existing organisations (such as Humanitas who offer language support), as well as bottom-up networks such as the Facebook group "Groningen Mamas" which has over 100 expat members. Finally we propose a 'umbrella' co-ordinator to help newcomers make connection to the relevant networks. In the associated nota a preliminary proposal is made to address the related topics of better language acquisition and social integration.



## Culture

Every week, hundreds of cultural events take place in Groningen. However, internationals' experience and involvement in these activities can be greatly improved.

*"I usually check out the events that my friends on Facebook say they are going to. I've recently seen a city agenda brochure called "Uitloper." It is in Dutch, though, so sometimes I copy the descriptions of the events into Google Translate to see which events I could visit." - Heidi, Estonia*

Most of the international students struggle to actively participate in the cultural life of Groningen due to two main factors:

1. Absence of English-speaking cultural agenda listing their options.
2. Internationals can be resistant to visit events and places that were not "approved" and tested by their peer group. Since the peer groups consist on their compatriots and fellow-students, the range of cultural events they attend is limited.



Eurosonic festival (Source: globalpublicity)

An accessible cultural agenda would help cultural content providers reach internationals as soon as they arrive, without a long period of acculturation.

## Public space

Groningen's public space is safe and friendly to

locals and visitors: cycling in the city is a world-class experience, and most destinations are reachable by foot or bike. However, orientating in Groningen may prove difficult to internationals. For instance, signage in the city presented solely in Dutch.

Planning Groningen public spaces with foreign residents in mind can lead to a city that is accessible and friendly to everybody. Wayfinding, for example, will be easier if signage will be understandable for everybody (see project proposals).

## Projects proposals

1. My Local Friend Network - in order to help internationals to obtain a local network, and integrate in Groningen. It can also provide conversational Dutch interactions so that internationals put their language skills into consistent practice (See Nota 3a)
2. Cultural platform for internationals - designed to be an all-inclusive, personal recommendation based agenda that is used by Groningen internationals to access the diverse cultural and sports opportunities in the city and province in English. It is also designed to help Groningen's cultural content providers (venues, theaters, museums, etc.) to reach the international audience of the city. The platform is connecting the two above-mentioned and is created in close cooperation with them, taking into account their experiences, challenges, and needs. (See Nota 3b)
3. Experience Groningen - two day event for international students to expose them to all aspects of life in Groningen, including business, culture and provincial visits (See Nota 3c).
4. Welcoming public space - We propose two projects in the city center: creating traffic signs that are understandable for everybody, and improving the entrance to the city center by creating more accessible and attractive Stadsbalkon. (See Nota 3d).
5. Students Club House - a meeting place for international and internationally oriented students. The Akkoord has already agreed to a preliminary investigation of the possible functions, locations and costs for such a clubhouse (See Nota 3e).



# COMMUNICATION

Clear and comprehensive information about all aspects of living and working in Groningen is an essential precondition for both attracting and retaining international talent. In this section we focus on the current situation with respect to online information and communication towards internationals, both those here and those who are interested in moving here for study or work.

Currently, Groningen lacks an integrated portal or even a one-stop landing page for this purpose. A simple Google search of the phrases 'move to Groningen', 'work in Groningen' and 'study in Groningen' illustrates the lack of such a site. A municipal landing site doesn't feature among the first hits for any of these searches.

There are several Groningen-based sites which partially cover this need but there are gaps, inconsistencies, and overlaps, and no single point of entry 'city site' to welcome new inhabitants. Existing sites focus on specific groups (such as students or people already living here) or specific aspects of life in Groningen, and do not provide complete or continuously updated information.

A comprehensive and integrated communication platform for internationals should be a key priority for the municipality at this time. It should provide information for those who are already here as well as attract those who are considering coming to the city.

## Current situation

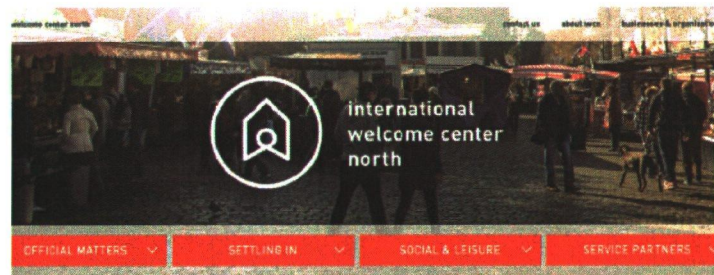
Here we give a partial overview of active sites which are relevant when communicating about Groningen to internationals. We include a very brief evaluation of the sites, generated o.a. as an outcome of the working sessions mentioned above. It is clear that there are several sites which partially fulfill the identified need above, but none of these sites are comprehensive, nor are they coordinated with each other.

1. <http://portal.groningen.nl> - this is amongst the top hits when searching for Groningen but leads to a static start page filtering province, municipality and tourism sites.
2. <http://www.groningenlife.nl> - this largely

student-run site scores highly on Google searches and has some very useful information for students on eg different neighbourhoods. Solely student focused and has primarily information in Dutch (the English agenda is empty). Unclear how/whether it relates to other sites – such as City of Talent for instance.

3. <https://www.cityoftalent.nl> Intended as a marketing campaign, this site has a series of English language video guides (nested deeply in the site) but otherwise limited dynamic / current information in English. Solely student oriented.

4. <http://iwcn.nl> This is a site for international workers in the Northern province of the Netherlands (so not just Groningen). Provides a lot of practical information; not specific to Groningen city life (obviously);



The IWCN website. Provides practical information.

5. <http://uit.groningen.nl> Cultural agenda for Groningen; no information in English.

6. <http://welcomestudentsgroningen.com> A Hanze student-initiated website; links to active Facebook pages and groups but fairly minimal website, not all links work.

7. <http://www.talentwebgroningen.nl> This is a Dutch only website showcasing a (static) network of talented young locals. Could be used to promote Groningen if it was active and internationally oriented. Unclear how/whether it relates to eg City of Talent.

This is not a complete overview but gives some indication of the patchwork of sites available; a more extensive review is needed identify the best strategy for integrating and updating the various official sites. Below we make a proposal as to how to tackle this.



# COMMUNICATION

## Identified needs

An integrated city site should include:

1. General information
2. Pre-arrival
3. City branding
4. Housing Information
5. Work information
6. Culture and city life

businesses looking to operate or invest in Amsterdam. Provides a large amount of information on the site itself, as well as links to other sources.

2. Move to Gothenburg - providing pre-arrival information about moving to Gothenburg, all legal and administrative matters, settling in, finding a job etc.

3. Mymaastricht - very interactive site providing comprehensive information for international students, on a wide range of topics as well as an active agenda (269 listed events; 20 for current



IAMSTERDAM website. Single landing page for internationals in Amsterdam.

## General criteria

1. Focus on user experience and build user-centred interface.
2. Oriented towards both external (city branding, pre-arrival) and internal (once you've arrived) communication
3. Functionally named – Groningen should be in the title!
4. Accurately linked to existing sites and content coordinated with them
5. FAQ section and chat button to connect to live help
6. Build in phases with iterative feedback loops from sounding board / focus groups
7. Consider making this an app - and at least mobile usability!

week). All information in English.

## Projects proposals

1. We conclude that it is a key priority for Groningen to expand, improve and integrate the communication channels and information necessary to attract and retain international talent, and to work towards a single integrated platform for this purpose. In nota 4a we provide a more detailed specification of this proposa

2. The Northern Times - digital news and current affairs platform for North Netherlands. The aim is to connect internationals to the region, using a digital platform (see Nota 4b).

## Examples

1. IAMSTERDAM - single landing page for visitors (tourists), people moving to Amsterdam, and



# SOURCES

## Housing

Melis, J & Bakker, C, Van wie is de stad?, 2016.  
<http://www.vanwieisdestad.nl>

UKrant, various articles, 2016.  
<https://www.ukrant.nl/?lang=en&id=51729>

## Work

Open Cities Monitor, report by BakBasel, 2010.  
[http://www.opencities.eu/index.php?internationalisation\\_en](http://www.opencities.eu/index.php?internationalisation_en)

Make it in the Netherlands!, report by SER, 2013.  
<https://www.ser.nl/en/publications/publications/2013/make-it-in-the-netherlands.aspx>

Internationalisation in the Northern Provinces, report by Decisio, report commissioned by the Ministry of Economic Affairs and nine Expat Centres, 2015.

Groningen: Regio in Beeld, report by UWV, 2016.  
[https://www.werk.nl/xpsitem/wdo\\_013001](https://www.werk.nl/xpsitem/wdo_013001)

Recruiting Immigrant Workers: The Netherlands 2016, review by OECD, 2016,  
<http://www.oecd.org/els/mig/recruiting-immigrant-workers-the-netherlands-2016-9789264259249-en.htm>

Cities in Europe, report by PBL, 2016,  
<http://www.pbl.nl/en/publications/cities-in-europe>

Euroguidance, website, 2016,  
[http://www.euroguidance.nl/4\\_1704\\_Consultatie-evenement-“Make-it-in-the-North”.aspx](http://www.euroguidance.nl/4_1704_Consultatie-evenement-“Make-it-in-the-North”.aspx)

De Wit, H & Ripmeester, N. Het behouden van buitenlandse studenten voor de Nederlandse arbeidsmarkt, een vergelijkende analyse, report for Agentschap NL, 2012.

Handbook on Talent Attraction Management, Tendensor, 2014,  
[https://www.lyyti.fi/reg/Handbook\\_on\\_Talent\\_Attraction\\_Management\\_Read\\_online\\_0154](https://www.lyyti.fi/reg/Handbook_on_Talent_Attraction_Management_Read_online_0154)

## City living

Florida, R. The Rise of the Creative Class, 2012.

Funk, A & Walenkamp, J.H.C. Binding International Talent to the Netherlands, 2013.