

Verslaglegging stakeholdersbijeenkomsten

POSITIONERING GEMEENTE BERGEN OP ZOOM

Sessie 3: Thema 'werken'

INTRODUCTIE

OVER DE VERSLAGLEGGING

Deze verslaglegging is een platte registratie die gemaakt is vanuit de stakeholdersbijeenkomsten en bevat foto's, quotes en uitkomsten die uit de sessies zijn gekomen. Deze hebben we door de presentatie heen verwerkt. Op dit moment van schrijven (13 mei 2025) zijn we een samenvatting aan het realiseren.

Om de uitgebreide documentatie te vergemakkelijken hebben we de belangrijkste uitkomsten in deze fase gemarkeerd met een roze balk.

Deze registratie is gedaan door Brand Matters Creatives in opdracht van Eric Boselie.



INTRODUCTIE

Doel van de sessie

Gemeente om trots op te zijn!

- Bepalen waar de gemeente Bergen op Zoom voor staat als aantrekkelijke plek om te ondernemen en werken
- Input verzamelen van ondernemend en werkend Bergen op Zoom
- Identificeren van aantrekkingsfactoren voor ondernemers en werkenden
- Samenstellen van een visie voor de toekomst van de stad

De gemeente waar ondernemers zich vestigen?

1 | Individuele Reflectie

- Schrijf op een post-it: Wat zijn de USP's van Bergen op Zoom die het voor ondernemers aantrekkelijk maken om zich hier te vestigen? Welke factoren zijn het meest cruciaal?
- Selecteer jouw top 3!

2 | Deel je ervaring

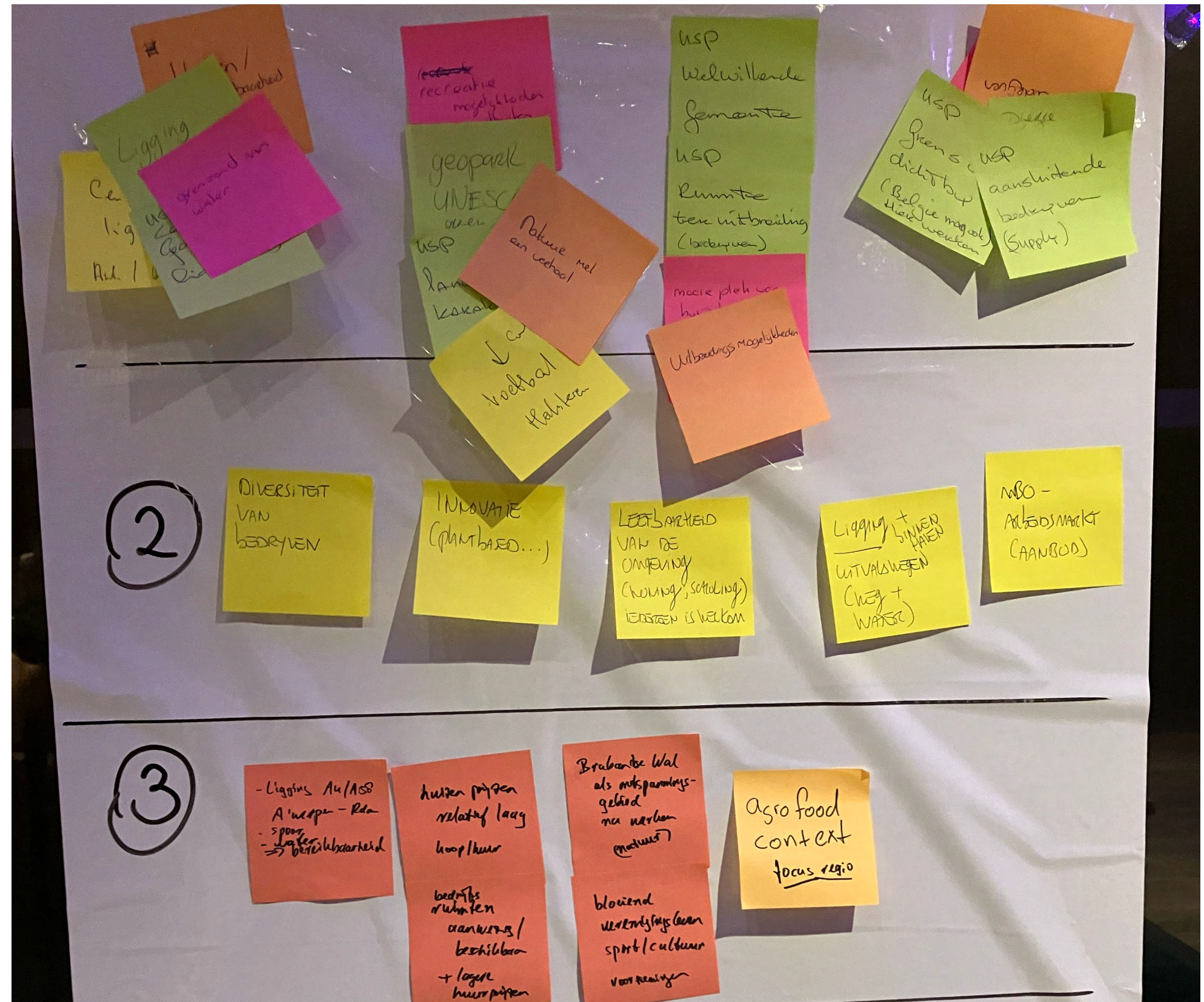
Bespreek in tweetallen of drietallen waarom Bergen op Zoom een aantrekkelijke gemeente is om je te vestigen. Kom samen weer tot een top 3.

3 | Samensmelting groep

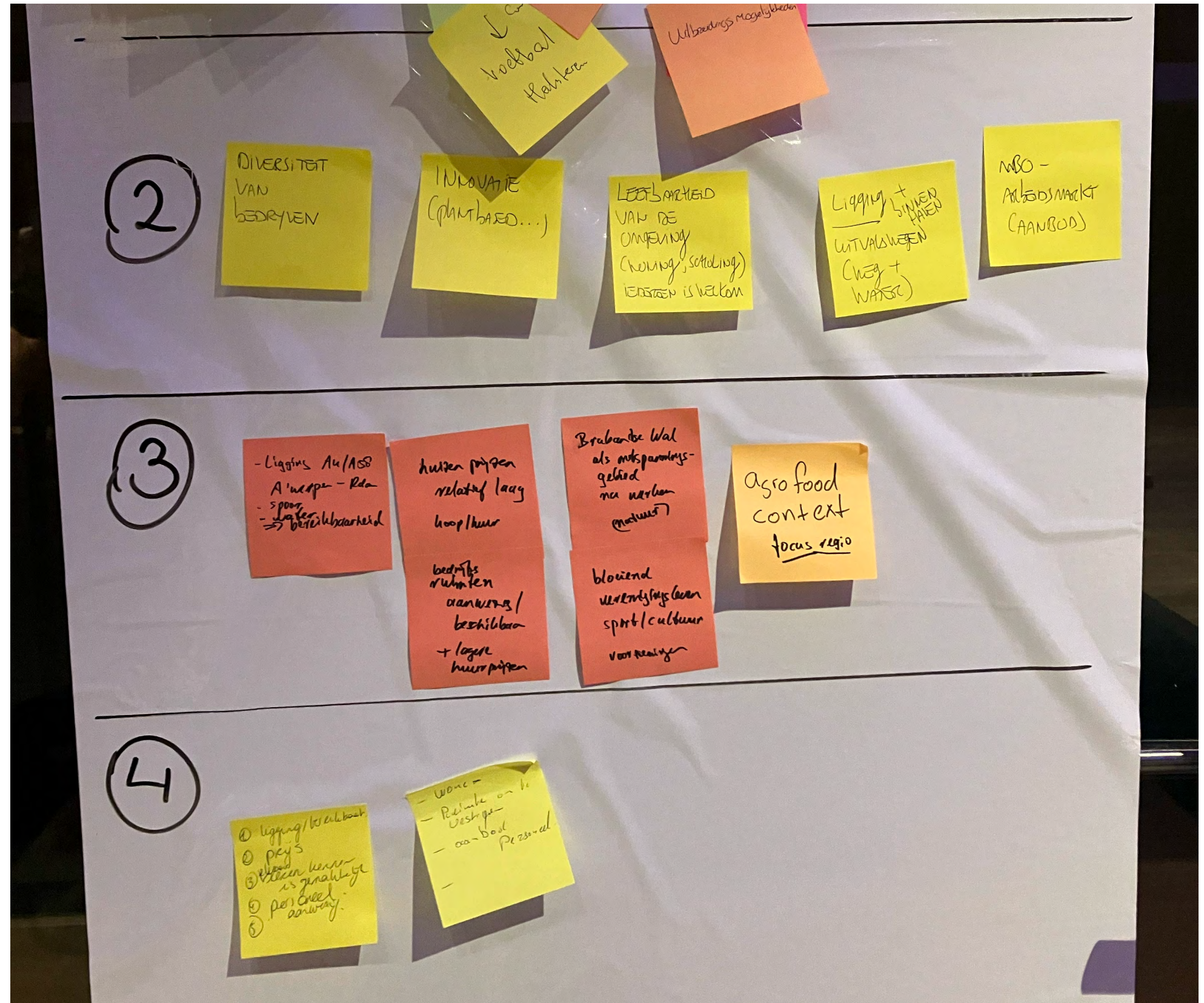
Breng de antwoorden samen en bepaal als groep de top 5.

4 | Presenteer jullie top 5!

Overzicht top 5



Overzicht top 5 |



Waarom ondernemers vestigen (1 van 2)

Groep 1

- 1 | Geografische ligging: Centraal gelegen, makkelijk bereikbaar.
- 2 | Unieke natuur: Geopark, unieke ligging. Ideale locatie om te wonen, werken en recreëren.
- 3 | Ruimte voor uitbreiding: Mogelijkheden voor ondernemers om verder uit te breiden.
- 4 | Diversiteit aan bedrijven: Veel verschillende bedrijven, met koplopers in hun branche.

Groep 2

- 1 | Diversiteit van bedrijven: Grote mate van diversiteit zonder specialisme.
- 2 | Innovatie: Aanwezig maar niet altijd zichtbaar.
- 3 | Leefbaarheid: Aangename omgeving om te wonen en te werken, met goede voorzieningen (woningen, scholing).
- 4 | Bereikbaarheid: Goede ligging met uitvalswegen over weg en water.
- 5 | Aanbod van HBO en MBO: Cruciaal.
De MBO-arbeidsmarkt behouden en versterken.

Waarom ondernemers vestigen (2 van 2)

Groep 3

- 1 | Ligging en bereikbaarheid
- 2 | Betaalbaarheid: Gunstige prijs voor bedrijven en bewoners.
- 3 | Kleinschaligheid: "Ons kent ons" mentaliteit..
- 4 | Aanwezigheid personeel: Voldoende MBO-geschoold personeel.
- 5 | Ruimte om te vestigen: Voldoende ruimte voor bedrijven.

Groep 4

- 1 | Bereikbaarheid: Ligging aan A4/A58, spoorlijn, haven.
- 2 | Prijsniveau: Relatief lage huizenprijzen.
- 3 | Aanwezige kopers en bedrijfsruimte.
- 4 | Natuur: Ontspanningsgebied en natuurwaarden.

Werken: belangrijkste bevindingen

Ligging en bereikbaarheid

De centrale ligging aan de A4, A58, het spoor en het water is een sterk punt. Bedrijven en bewoners zijn snel onderweg en goed verbonden met grotere steden.

Prijsniveau en ruimte

Huizenprijzen en bedrijfsruimtes zijn relatief betaalbaar. Dat maakt de regio aantrekkelijk voor zowel starters als gevestigde ondernemers. Er is nog ruimte om te groeien.

Kleinschaligheid en netwerk

De gemeente voelt overzichtelijk en persoonlijk. Ondernemers kennen elkaar en weten elkaar makkelijk te vinden. Die korte lijnen zijn een kracht.

Bedrijvendifersiteit en agri-food

Er is een brede mix van bedrijven, met veel potentie in de agri-foodsector. Meer samenwerking en een heldere profilering kunnen dit versterken.

Behoud van talent

Het mbo-aanbod is goed, maar het vasthouden van jong talent vraagt meer. Denk aan opleidingen, doorgroeimogelijkheden en werkplekken voor hbo'ers en mbo'ers.

Werkgevers en ontwikkeling

Jongere generaties willen zich blijven ontwikkelen. Werkgevers die investeren in opleidingen en een fijne werksfeer, trekken makkelijker mensen aan én houden ze langer vast.

INTRODUCTIE

Werken

Bergen op Zoom

Waar bedrijven zich vestigen en werkenden zich ontwikkelen

We bepalen hoe we als regio bekend willen staan op het gebied van werken en leren. Welke sectoren passen bij ons? Welke bedrijven willen we behouden en aantrekken om bij te dragen aan de nieuwe positionering? Hoe verhoudt zich dat tot onderwijs in de gemeente of regio?

We brengen in kaart welke kansen er liggen en hoe we Bergen op Zoom kunnen neerzetten als een toekomstbestendige gemeente.

01

HUIDIGE POSITIONERING

Statements

Statements van Bergen op Zoom

Zijn deze dromen bedrog?

- Rood = Nee, want - Zie ik niet voor me / Niet haalbaar
- Oranje = Ja, als - Lijkt me leuk, maar ik twijfel / op voorwaarde van...
- Groen = Ja, want - Zie ik voor me / Hier sta ik volledig achter

Statement 1. Ondernemersvrijheid

In Bergen op Zoom heerst ondernemersvrijheid. Een bloeiende economie begint bij ruimte voor nieuwe initiatieven – minder regels, meer kansen.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
0 X	7 X	7 X
	• Gewoon uitvoeren!! • Bereidheid is om te luisteren naar nieuwe initiatieven en niet blijven hangen in de "bekende" initiatieven. • Ja, als de gemeente het lef heeft deuren te openen en deuren te sluiten.	• Gemeente komt met beperkingen • Starterskapitaal nodig • Verschillende maten – 2 maten in wet. klimaat (denk coronaterras) • Meer 'n ondernemersbeperking • Helaas niet: minder regeltjes en meer de marktwerking z'n gang laten gaan • Wanneer??

Statement 2. Onderwijs en bedrijfsleven

De toekomst van werken in Bergen op Zoom krijgt meer kracht door sterke samenwerking tussen bedrijven en onderwijsinstellingen.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
17 X	0 X	0 X
• Absoluut! Het zorgt ervoor dat talentvolle jongeren kansen krijgen bij bedrijven en in Bergen op Zoom blijven. • Lees: Je hoeft niet onderwijsbevoegd te zijn om mensen iets waardevols te leren. • Scholen mogen hierin ook meer gebruik maken van ervaring van ondernemers. • Zeker! Denk aan Technasium, bèta challenges, wetenschapsscholen, bilingual projecten. • Ja, met samenwerken kom je verder. • Door onderwijs aan te laten sluiten op de economie blijven jonge mensen in de stad. • Absoluut, kunnen niet zonder elkaar. • Alleen ga je sneller, samen kom je verder. • Want zo houden we jong talent in de regio.		

Statement 3. Onderwijs en bedrijfsleven

Bergen op Zoom investeert in de toekomst door praktijkgericht onderwijs en leren op de werkvloer te faciliteren.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
11 X	4 X	1 X
• Dit is net als hoog opgeleide mensen: zeer belangrijk voor de toekomst. • Ja, we hebben praktijkgerichte opleidingen. Zuinig op zijn!	• Mag nog meer, en meer bedrijven mogen hiervoor openstaan. • Zou dit meer stimuleren en uitdragen naar bedrijven en organisaties. • Deze kans moet beter ingevuld worden.	• Investeren ze?

Statement 4. Circulair en plant-based economy

Bergen op Zoom is het centrum voor de circulaire en plant-based economie.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
1 X	9 X	3 X
	• Circulair wordt / moet de norm worden. • Alleen als dit breder uitgedragen wordt en een groter deel van de economie hierop ingericht wordt. • Ik geloof dat dit een mooi streven is. • Enkel als Zeeland ook meedoet. • Er is onvoldoende ruimte voor start- & scale-ups. • Hier zijn nog stappen in te maken en ook meer voor nodig. • De potentie is er! Meer ruimte nodig regelgeving durf leiderschap. • Focus aanbrengen (kansrijke hubs benoemen, heldere strategie).	• Leuk plan, uitvoering minder • Is wensdenken • mooi streven, ik heb geen idee

Statement 5. De duurzame haven

De haven is het kloppend hart van de economie van Bergen op Zoom
- efficiënt, duurzaam en toekomstgericht.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
2 X	3 X	11 X
De haven heeft een belangrijk economische ligging en is de poort naar het achterland en Duitsland	- En voldoende aansluiting wordt gemaakt met MKB - Kan 'n kloppend hart worden als alle neuzen eens de goede kant op gaan staan - Is wel een USP	- Totaal niet zichtbaar - Kan er niets zinnigs over zeggen, geen idee - Te eenzijdig - Wie weet dit? - Geen idee wat daar gebeurt - Agrifood focus en niet logistiek - De haven is een onderdeel van het kloppend hart

Statement 6. Onafhankelijke en gezonde economie

De economie van Bergen op Zoom moet niet leunen op enkele grote bedrijven, maar ruimte bieden aan alle ondernemers. Diversiteit in het bedrijfsleven maakt Bergen op Zoom veerkrachtig, minder afhankelijk en brengt groei.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
14 X	2 X	0 X
• Wie het kleine niet eert is het groot niet weert. Alles moet welkom zijn • Diversiteit aan bedrijven brengt ook een diversiteit aan mensen/klanten met zich mee. Dat zijn weer potentiële werknemers (bewoners) of ondernemers voor in de toekomst + meer naamsbekendheid als stad binnen diverse groep • Een diversiteit aan bedrijven kunnen elkaar meer versterken • Heel veel ondernemers maakt het spannend en succesvol • Veel meer innovatieve bedrijven nodig, geen productiebedrijven • Groot ecosysteem biedt meer kansen	• Mix is belangrijk groot – klein • Ja, maar grote bedrijven ondersteunen kleine bedrijven, bakker, slomerij ed. Je moet er niet afhankelijk van zijn, maar ze zijn zeker welkom	

Statement 7. Creatieve sector en bedrijfsleven

Bergen op zoom is een creatieve broedplaats. Creativiteit en ondernemerschap versterken de identiteit van Bergen op Zoom als innovatieve stad.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
7 X	7 X	2 X
• Moet meer • Creativiteit is volop aanwezig, maar niet altijd zichtbaar • Er is genoeg gelegenheid om creatief bezig te zijn; er wordt veel georganiseerd • Er zijn veel verenigingen en veel bruisende energie • Als je creatief bent, kun je hier goed aan de slag • Binnen Bergen op Zoom is er creativiteit genoeg	• Zeker te weten - als er een ander beleid komt op het vlak van regels en richtlijnen (lijnen TAV investering) • Meer stimulans nodig voor initiatieven • Creatieve mensen moeten meer ruimte krijgen binnen de kaders van de regelgeving • Creativiteit is er genoeg, maar versoepeling vanuit de gemeente is nodig • Regels mogen minder strikt zijn om beter mee te kunnen bewegen met initiatieven van onderop	• Innovatie ligt vooral in niet-creatieve sector in BOZ • Innovatie begint met LEF

Statement 8. Creatieve sector en bedrijfsleven

Sociaal-maatschappelijke ondernemingsprojecten komen hier tot uiting en worden door de gemeente gestimuleerd.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
0 X	6 X	5 X
	• Ja dat kan als het niet op de verkeerde plek hoeft te liggen (inicaration?) • als ze stoppen om over 272 lijnen te gaan • PAB-lab • GEMEENTE DIT ECHT ALS PRIORITEIT ZIET • Te weinig goede voorbeelden. • Begin is gemaakt	• Ik kan hier niks zinnigs over zeggen, geen idee • gemeente stimuleert niks. • Er is sprake van veel eilandjes en organisaties die met dezelfde problematiek bezig zijn met eigen subsidie geregeld en weinig samenwerking.

Statement 9. Samenwerking van sectoren

Bergen op Zoom groeit als overheid, ondernemers en onderwijs samen optrekken. Hierin stimuleert de gemeente kruisbestuiving tussen industrie, onderwijs en creatieve sectoren.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
5 X	6 X	5 X
• TRIPLE HELIX HEEFT MEER KANS OP DUURZAAM SUCCES • Ja, vooral onderwijs meenemen in dit verhaal, de jeugd heeft de toekomst	• De gemeente moet ondernemers stimuleren – maar hoe dan? • Als de gemeente haar ogen opent en stappen durft te zetten, kan er iets veranderen. • De droom is er, nu nog de werkelijkheid ervan maken. • Op dit moment zie ik deze ontwikkeling nog niet echt terug in de groei. • De uitspraak over de samenwerking tussen ondernemers, onderwijs en overheid is verhelderend. • Het is belangrijk dat de gemeente niet alleen luistert naar de behoeften van deze groep, maar ook echt in actie komt.	• Wensdenken • Was het maar waar..! Dit vraagt lef en regie van bestuurders • Nee, kijk maar hoe het beleid en werkzaamheden in hokjes zijn verdeeld → geen kruisbestuiving • Dit kan véél beter. Jammer dat het altijd over geld moet gaan. Wie gaat wat betalen?!

Statement 10. De identiteit van Bergen op Zoom

Bergen op Zoom is een gemeente waar innovatie en traditie hand in hand gaan.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
2 X	9 X	9 X
• Traditie is sterk aanwezig, mogelijk te sterk. De balans tussen cultuur en economie is niet altijd goed • Er zijn initiatieven zichtbaar en er is ruimte om die verder te ontwikkelen	• Kan zeker meer • Meer en meer en meer • Nog onvoldoende • Ja, maar kan zeker nog wel verbeteren. • Ja, als we de ogen niet sluiten voor één van beide: traditie en innovatie moeten elkaar niet in de weg staan. • Soms houden ze teveel vast aan traditie waardoor innovatie uit blijft.	• Innovatie ligt vooral in niet-creatieve sector in BOZ • Innovatie begint met LEF

Statement 11. De identiteit van Bergen op Zoom

Ondernemerschap in Bergen op Zoom betekent samenwerken, innoveren en duurzaam groeien.

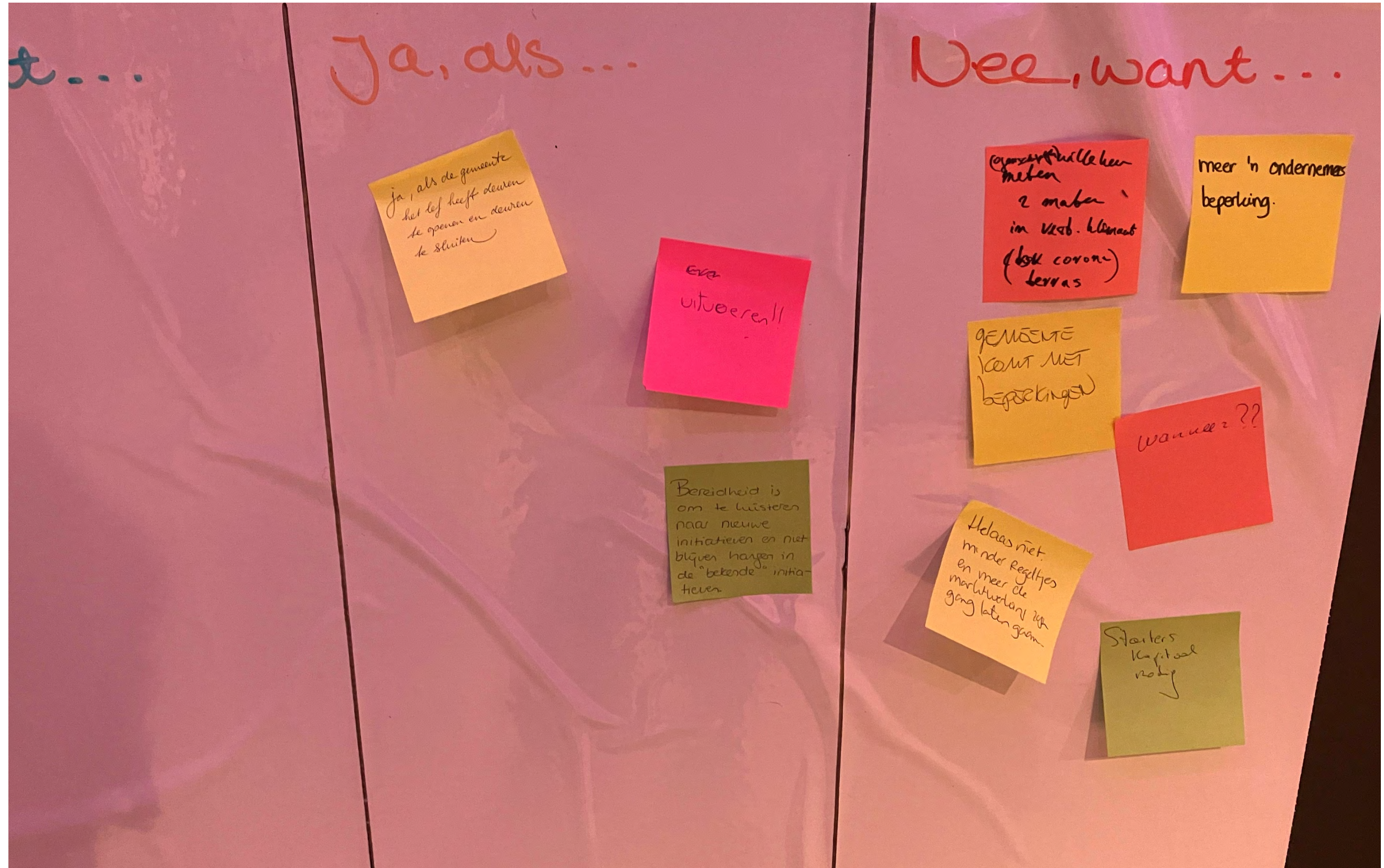
● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
13 X	4 X	0 X
• Alleen door samen te werken en innoveren kun je je onderscheiden van andere gemeenten. • Alle punten zijn nodig voor groei. • Alleen kan je het nooit. • Erg belangrijk: ondernemen is investeren. • Alleen ben je sterk, samen ben je onbreekbaar. • Samen maak je meer impact en voeg je waarde toe. • Anders lukt het niet om iets groots neer te zetten.	• Samenwerken is prima, kan elkaar versterken, maar alleen kun je ook veel. • Leren gebeurt natuurlijk, is niet regionaal. • Vooral samenwerken en niet tegenwerken. • Er moeten langdurig promotors zijn. • Ja, als elke ondernemer die motivatie heeft – en dat is geen criterium van de gemeente om mee te selecteren.	

Statement 12. De identiteit van Bergen op Zoom

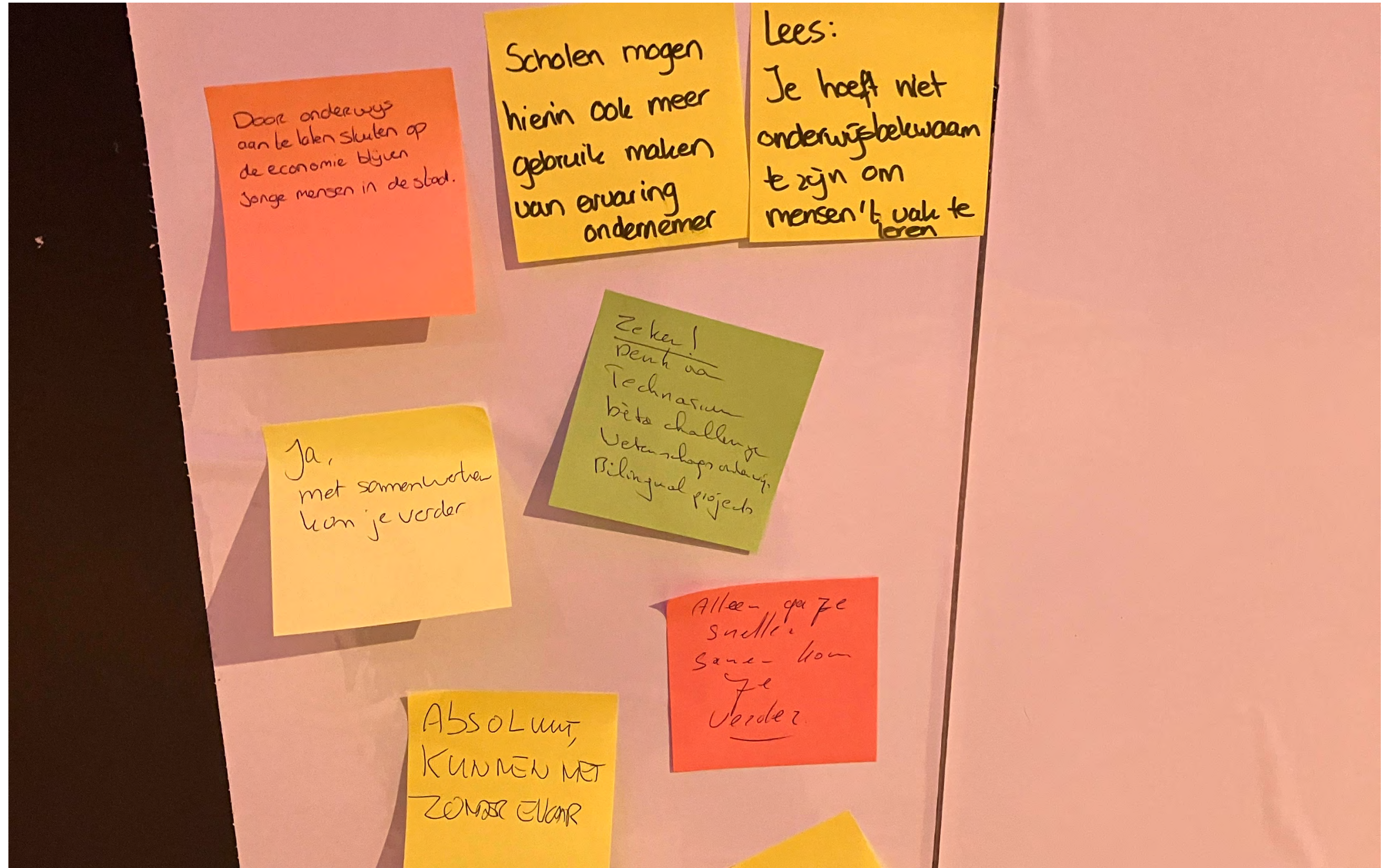
Werken in Bergen op Zoom is meer dan een baan – het is bouwen aan de toekomst van de gemeente.

● Ja, want....	● Ja, als....	● Nee, want...
2 X	7 X	8 X
- Ja, want ik geloof dat ieder die hier werkt bijdraagt aan de vorming van de gemeente, hoe klein die bijdrage ook is (al ligt het er hier wel aan wat onder 'gemeente' verstaan wordt). - Ja, met hart voor je stad je inzetten, maakt je stad mooier.	- Mits je dat wilt – veel mensen doen dit helaas niet (ondernemers). - De gemeente zelf hier ook in mee wil en ook vooral gaat. - Dit hangt af van de medewerker. Is hij betrokken of niet?	- Daar komt een ondernemer niet voor. - Werken ≠ identiteit - Heel afhankelijk van individuele motivatie van de werknemer. Voor veel werknemers is werk om te overleven. Bijdragen is veel gevraagd. - Politiek en ondernemen zijn 2 verschillende zaken - Ondernemen is 'n roeping, zit in je DNA, staat los van de politiek - Te idealistisch - De relatie beperkt - Helaas niet. Politiek/gemeente hebben hier te veel negatieve invloed op.

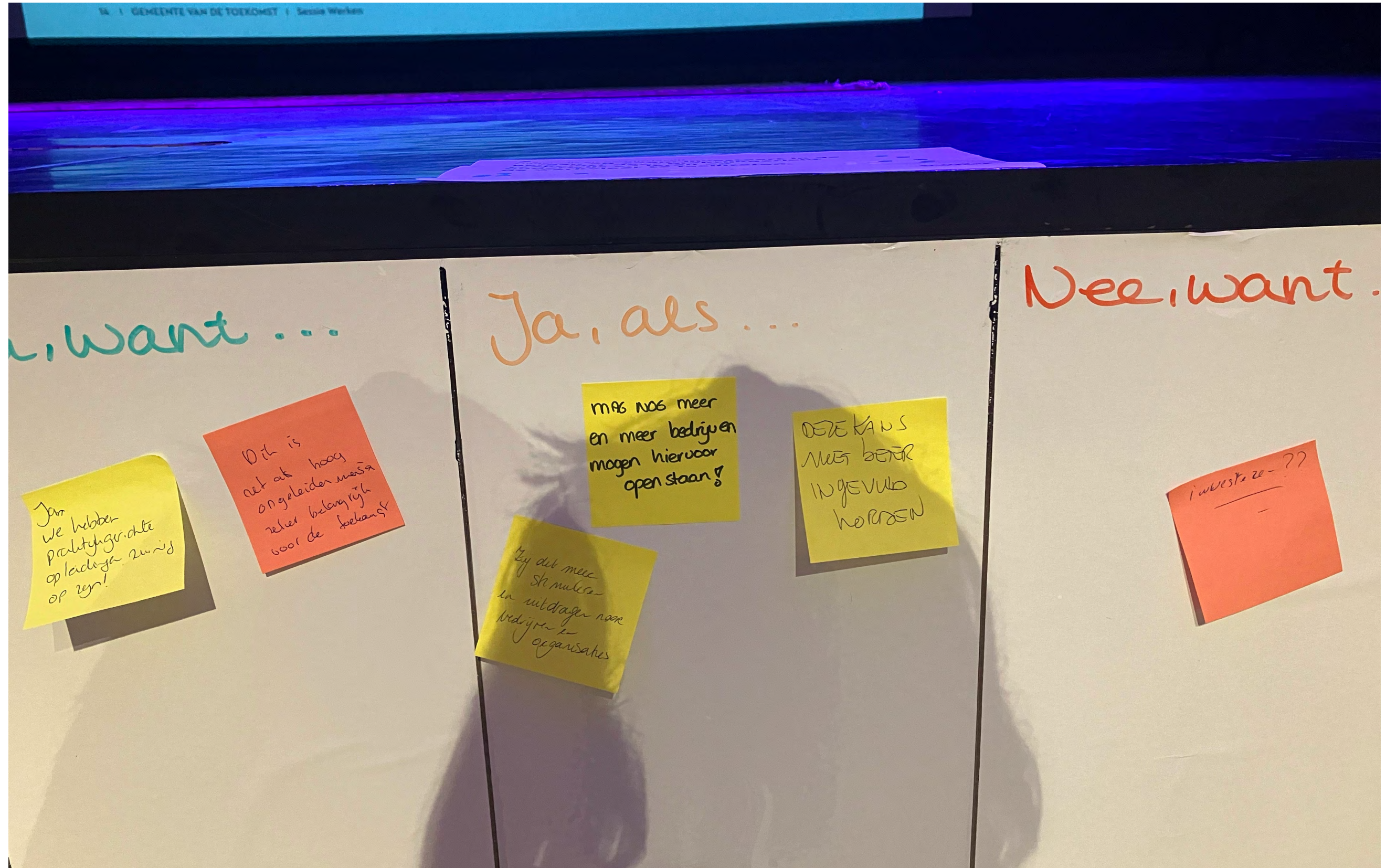
Statement 1



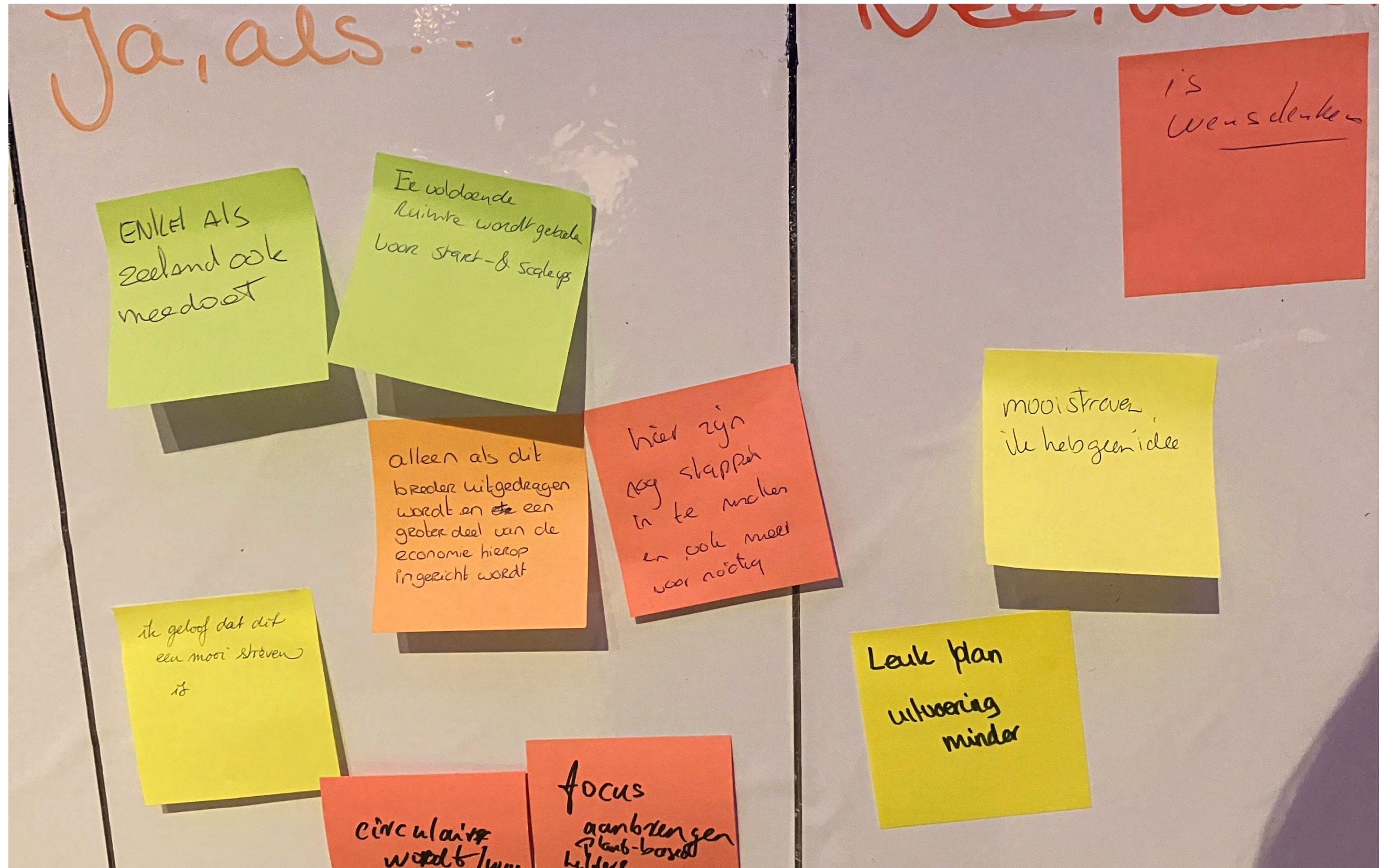
Statement 2



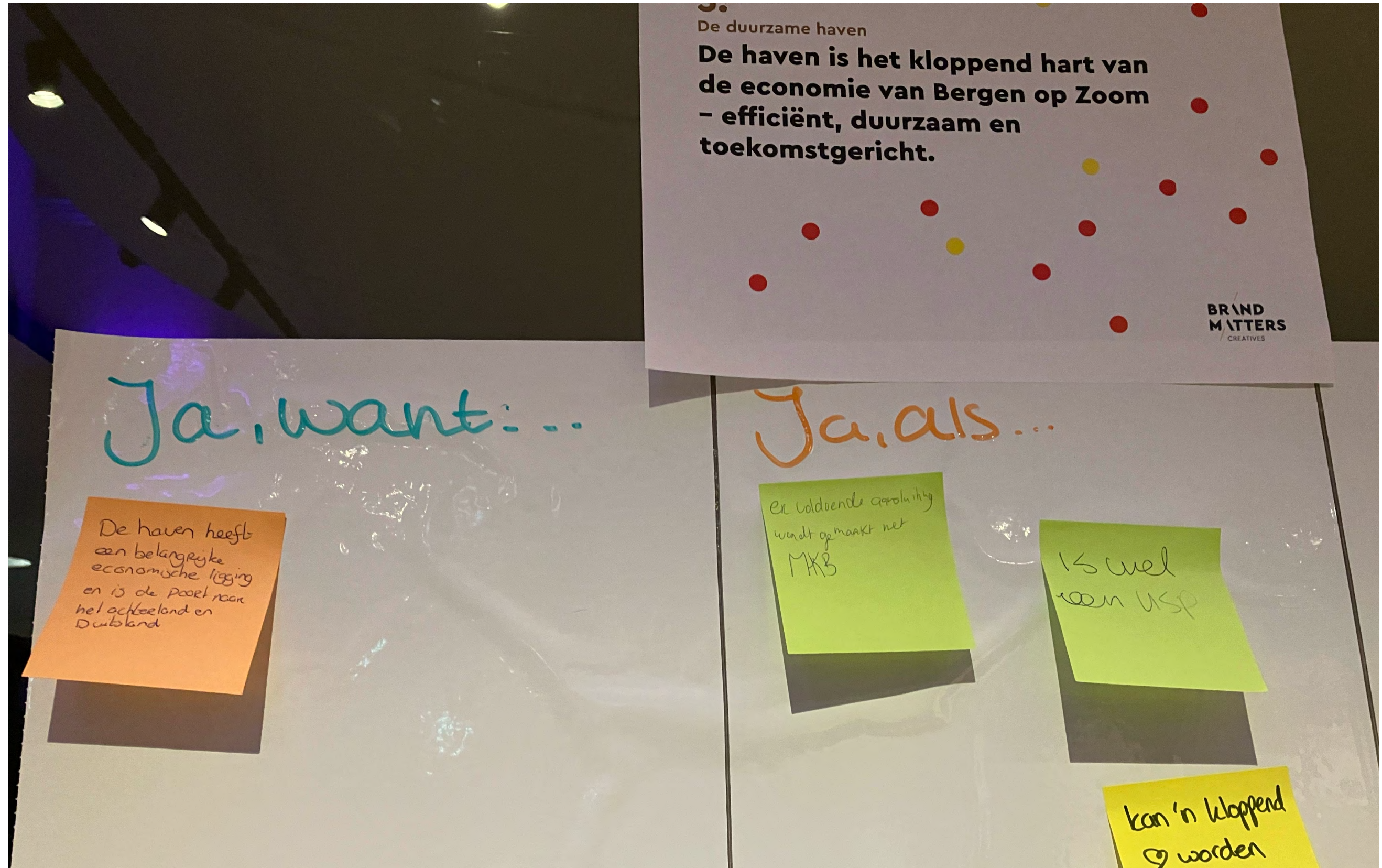
Statement 3



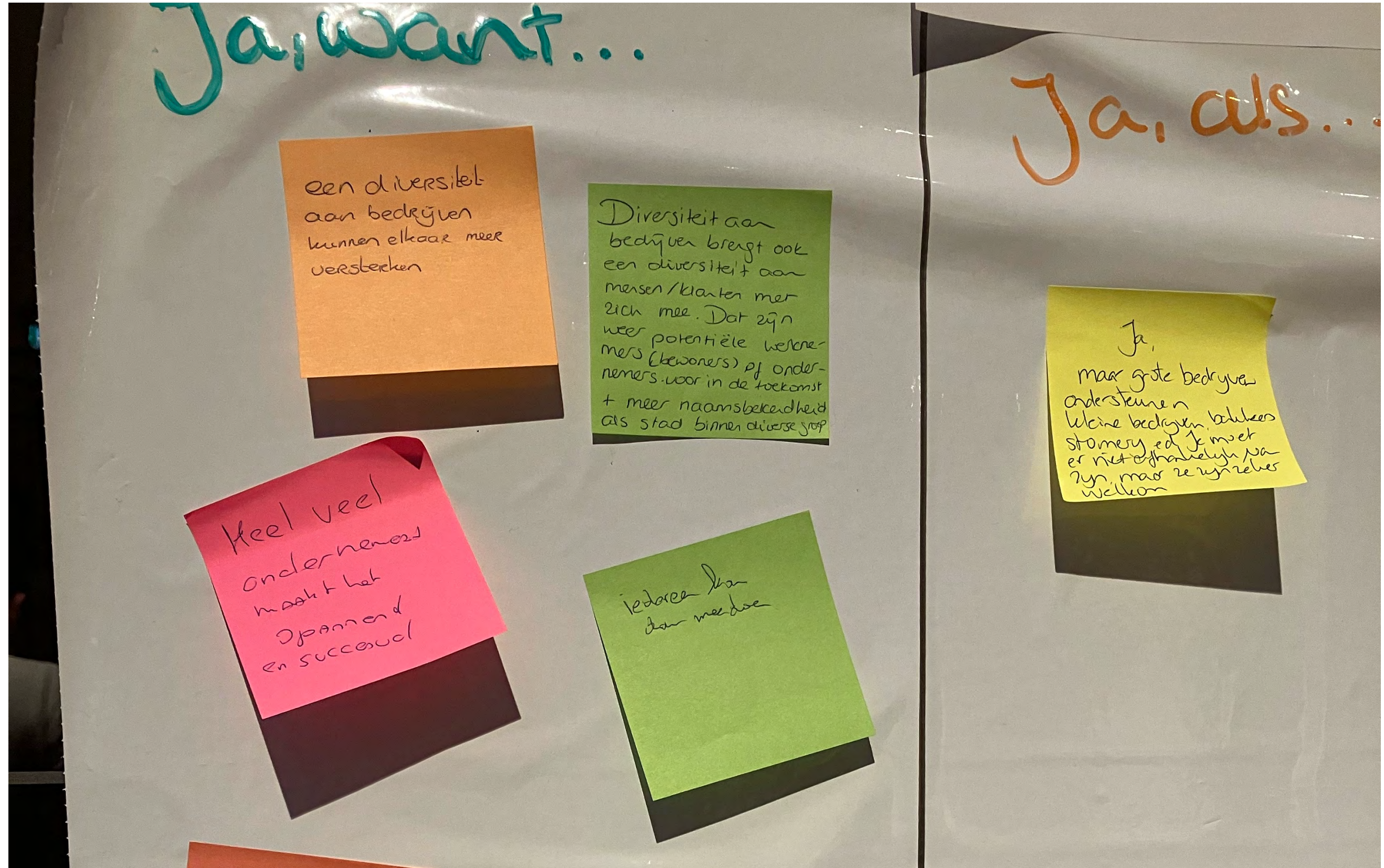
Statement 4



Statement 5



Statement 6



Statement 7

7.
Creatieve sector en bedrijfsleven
Bergen op zoom is een creatieve broedplaats. Creativiteit en ondernemerschap versterken de identiteit van Bergen op Zoom als innovatieve stad.

BRAND MATTERS
CREATIVES

Ja, want ...

ja, want er is genoeg geloven om je creativiteit een plek te geven en er wordt te weten → er wordt veel georganiseerd, er is veel energie, er is veel aandacht voor de toekomst

DIT IS ER AL (WIJ NIE ZICHTBAAR GENOEG)

Ja, want als je creatief bent, kun je hier goed aan de slag

Ja er is creativiteit genoeg Binnen BergenopZoom

maakt meer

Ja, als ...

We nog meer creatieve mensen kunnen bieden in lagen van de bevolking

als regelgeving wordt losgelaten of minder strict, meer beweging met de juiste mensen

Nog meer stimulans nodig

Zeker te weten - als er een ander beleid komt op het vlak van regels en richtlijnen dan nu

creativiteit genoeg nu nog versoepeling

Nee, want ...

Innovatie ligt vooral in niet-creatieve sector in BoZ

innovatie begint met LEF

Statement 8



Statement 9

9.

Samenwerking van sectoren

Bergen op Zoom groeit als overheid, ondernemers en onderwijs samen optrekken. Hierin stimuleert de gemeente kruisbestuiving tussen industrie, onderwijs en creatieve sectoren.

BRIND MATTERS
CREATIVES

Ja, want...

TRIPLE Helix
MOET MEESTE
KANS OP
DUURZAAM
SUCCES

Ja,
wordt onderwijs
meenemen in dit
verhaal, de jeugd
heeft de toekomst

Ja, als...

Ik zie dit
nog niet
drievoudig
in groei van B&O

Uitgangspunt is
1 ondernemen
2 onderwijs
3 overheid

De gemeente ook
gehoor geeft aan
de behoeften van
deze groep en naast
praten ook echt
DOET!

gemeente
en
stimuleren?
Hoe dan?

Droom is er

ja, als de gemeente
de ogen durft te
openen en stappen
wil te zetten

Nee, want...

Wat heb ik maar
waar...!
Dit vraagt de
regie van bestuursleden

Wensdenken

Dit kan veel beter
zoumer dat het altijd
over geld moet
gaan
wie gaat dat
betalen?!

Nee,
lijkt maar hoe
het beleid en
werkzaamheden in
hulp is zijn verdedigd
→ geen kruisbestuiving

Statement 10

10.
De identiteit van Bergen op Zoom
**Bergen op Zoom is een gemeente
waar innovatie en traditie
hand in hand gaan.**

BRAND MATTERS
CREATIVES

Ja, want...

Je ziet initiatieven - al is ruimte voor en dat te doen

ja maar
traditie is wel heel sterk, te sterk?
balans tussen cultuur en economie is in n.l. in balans

Ja, als ...

kan zeker meer

nog on-
vol doende

meek
meer
meer
meer

ja, als we de ogen niet sluiten voor een van beide: traditie en innovatie moeten met in de

Nee, want...

De relatie is er niet

Soms houden ze te veel vast aan traditie waardoor innovatie uit blijft

ISO 2 IS TE TRADITIONEEL (VAN HET GEMEENTE)

Bergen op Zoom denkt zoals ze groot zijn

in BoZ houden we te veel vast aan tradities. Veranderingen zijn mogelijk. Zonder verandering kun je niet innoveren

Innovatie

Statement 11

Ja, want

anders lukt het niet om iets groen naar te zetten

alle punten zijn nodig voor groei

Alleen ben je sterk samen ben je onbreikbaar

Samen maak je heel impact en verandert de 'markt'

Erg belangrijk ondernemen is investeren

alleen door samen te werken en innoveren kun je je onderscheiden van andere gemeenten

11.
De identiteit van Bergen op Zoom

Ondernemerschap in Bergen op Zoom betekent samenwerken, innoveren en duurzaam groeien.

BRAND MATTERS
CREATIVES

Ja, als

ER Langdurig Promotor zijn.

ja als elke ondernemer die motivatie heeft en dat is geen criterium van de gemeente om te selecteren.

Samen werken is prima, kom versterken maar alleen kun je ook ver komen natuurlijk is niet regionaal

voor al samenwerken en niet tegenwerken

Nee, want ...

Statement 12

De identiteit van Bergen op Zoom

Werken in Bergen op Zoom is meer dan een baan – het is bouwen aan de toekomst van de gemeente.

BRAND MATTERS
CREATIVES

Ja, want ...

Ja, met hart voor je stad je inzetten. Maak je stad mooier.

Ja, want ik geloof dat ieder die hier werkt bijdraagt aan de winning van de gemeente, hoe klein die bijdrage ook is. (al ligt het er hier wel aan wat onder gemeente verstaan wordt)

Ja, als ...

De gemeente zelf hier ook in mee wilt en ook vooral gaat

Dit hangt af van de menselijke factor, behalve of niet

mits je dat wilt
- veel mensen doen dit behalve niet ondernemers

Nee, want ...

Werken ≠ identiteit

Politiek Ondernemen zijn 2 verschillende zaken

Ondernemen is h roeping zit in je DNA staat los van de politiek

TE IDEALISTISCH

de relatie Ben niet

Nelaas niet Politiek/gemeente hebben hier te veel macht in verband op

03

AANTREKKELIJKE WERKGEMEENTE

Vanuit het perspectief van jouw branche

Vanuit het perspectief van jouw branche

1 | Nieuwe werkgroepen

Ga aan tafel zitten bij het tweede nummer op je naambadge.

2 | Beeldvorming

Bekijk de lijst met diverse bedrijfstakken. Missen we nog iets?

3 | Selecteer

Selecteer als werkgroep een bedrijfstak in de branche waar jullie het meeste affiniteit hebben.

Duik als groep in de beleveniswereld van de specifieke bedrijfstak.

SWOT

Krachten

Wat zijn de krachten van Bergen op Zoom vanuit het perspectief van jouw bedrijfstak?

BV

- Wat zijn de unieke eigenschappen van Bergen op Zoom die organisaties helpen te groeien?
- Hoe draagt de locatie van Bergen op Zoom bij aan het succes van bedrijven?
- Welke bestaande netwerken in de gemeente ondersteunen organisaties?

Zwaktes

Wat zijn de zwaktes van Bergen op Zoom vanuit het perspectief van jouw bedrijfstak?

BV

- Welke uitdagingen ervaren organisaties?
- In welke gebieden is er gebrek aan infrastructuur voor ondernemers?
- Wat kunnen we verbeteren in de samenwerking tussen ondernemers en de gemeente?

SWOT

Kansen

Wat zijn de kansen voor Bergen op Zoom?

BV

- Welke trends of markten kunnen we benutten ondernemersgemeente te versterken?
- Hoe kunnen veranderingen in regelgeving een kans vormen voor groei?
- Wat voor soort ondersteuning kunnen we bieden aan (sociaal / creatieve) initiatiefnemers?
- Hoe kunnen we het imago als werkgemeente verder ontwikkelen?

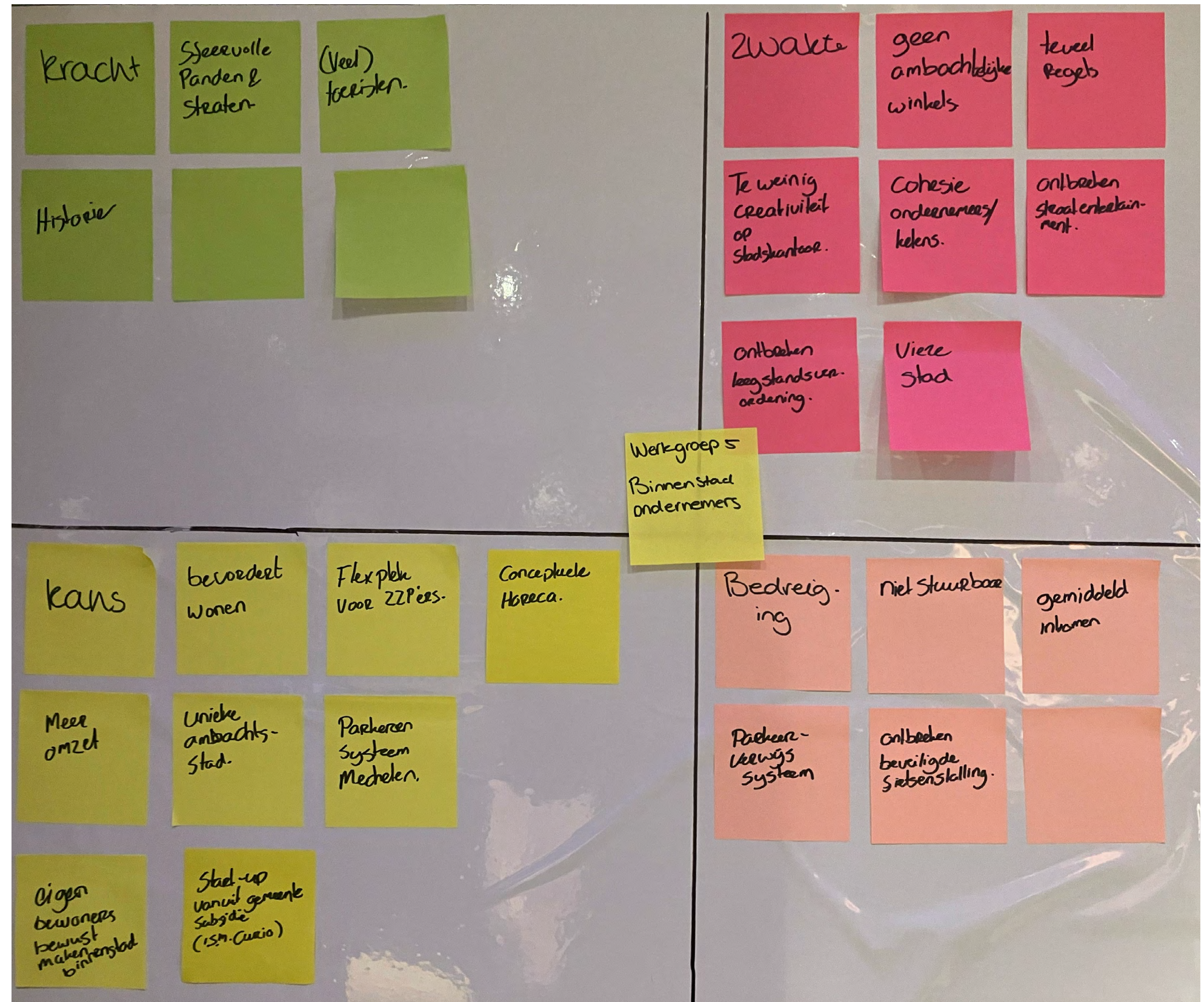
Bedreigingen

Wat zijn de bedreigingen voor Bergen op Zoom?

BV

- Welke (economische) trends vormen een risico voor organisaties?
- Hoe kunnen veranderingen in regelgeving een belemmering vormen voor groei?
- Welke concurrentie van andere gemeenten of regio's kan de groei bedreigen?

Groep 1: Binnenstad ondernemers



Groep 1: Binnenstad ondernemers

Krachten Vanuit perspectief binnenstad ondernemers

- **Sfeervolle panden en straten:** De architectuur en uitstraling van de binnenstad trekken bezoekers aan.
- **Toerisme:** Er komen relatief veel toeristen, die vaak geïnteresseerd zijn in authentieke winkels.
- **Historie:** De rijke geschiedenis van de stad geeft karakter en onderscheidt de binnenstad.

Zwaktes Vanuit perspectief binnenstad ondernemers

- **Gebrek aan ambachtelijke winkels:** Te weinig bakkers, slagers, speciaalzaken e.d.
- **Te veel regels / weinig regelruimte:** Regels vormen een obstakel, en er is te weinig creativiteit op het stadskantoor om hierin mee te denken.
- **Weinig cohesie onder ondernemers:** Samenwerking tussen ondernemers is beperkt, met name tussen zelfstandigen en ketens.
- **Slechte beleving openbare ruimte:** De stad oogt soms vies, met onvoldoende aandacht voor onderhoud of straatentertainment.
- **Geen leegstandsverordening:** Leegstand wordt niet actief aangepakt of gereguleerd.

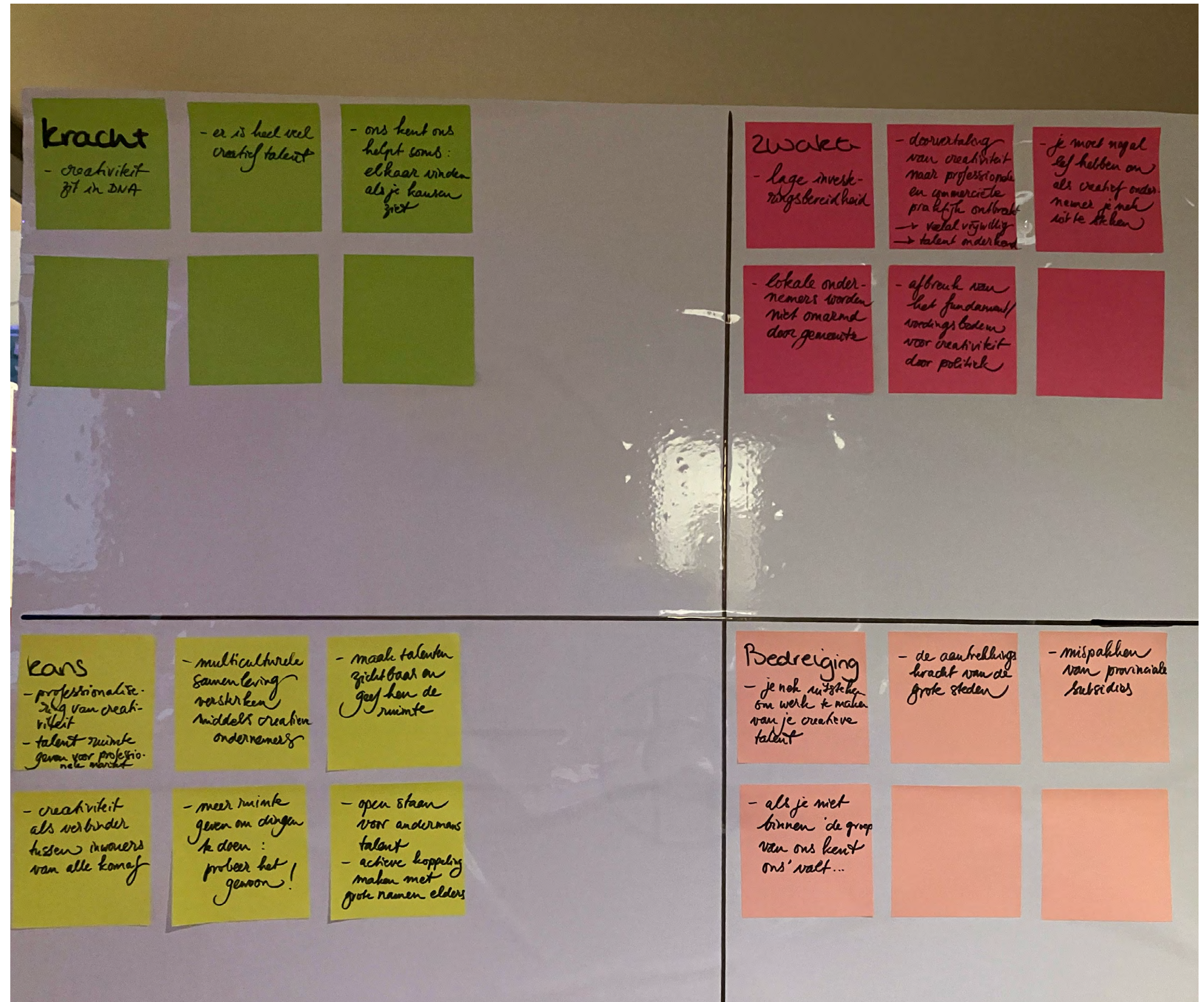
Kansen Voor de gemeente en ondernemers

- **Potentie voor ambachtelijke winkels:** Er is ruimte en potentie voor een aanbod dat aansluit bij de sfeer van de stad.
- **Ondersteuning startende ondernemers:** via gemeente en samenwerking met onderwijsinstellingen zoals Curio.
- **Flexplekken voor ZZP'ers:** Kan zorgen voor levendigheid en extra klandizie.
- **Conceptuele horeca:** Nieuwe horecaformules trekken bezoekers aan.
- **Parkeersysteem verbeteren** (zoals shuttle randzone).
- **Bewoners bewust maken van het aanbod:** Marketing gericht op lokale bewoners.

Bedreigingen Voor de gemeente en ondernemers

- **Gemiddeld lager inkomen in de regio:** Beperkt bestedingsruimte voor ambachtelijke concepten.
- **Geen duidelijk parkeerverwijssysteem:** Onduidelijkheid schrikt bezoekers af.
- **Ontbreken van beveiligde fietsenstallingen:** Fietsend publiek heeft geen veilige plek.
- **Negatief imago onder eigen inwoners:** Weinig betrokkenheid en negatieve beeldvorming.

Groep 2: Creatieve ondernemers



Groep 2: Creatieve ondernemers

Krachten Vanuit perspectief binnenstad ondernemers

- **Creativiteit zit in het DNA van de stad:** Er is een rijke onderstroom van creatief talent.
- **Veel creatief talent aanwezig:** Zowel jong talent als gevestigde makers, vaak met landelijke of internationale impact.
- **Verbindend netwerk binnen de creatieve sector:** Als je eenmaal in het netwerk zit, ontstaan er snel samenwerkingen en projecten.
- **Onderlinge steun:** Creatieven helpen elkaar als ze elkaar eenmaal kennen en vinden.

Zwaktes Vanuit perspectief binnenstad ondernemers

- **Lege winkelpanden en weinig zichtbare creatieve plekken:** Gebrek aan fysieke ruimte om te maken, tonen en ontmoeten.
- **Gemeente faciliteert niet of onvoldoende:** Star beleid, veel regels, weinig experimenteerruimte.
- **Gebrek aan open houding vanuit de gemeente:** Initiatieven worden vaak geremd in plaats van gestimuleerd.
- **Lokale creatieve ondernemers** worden onvoldoende erkend of betrokken.
- **Creatieve energie stroomt weg:** Door gebrek aan ruimte, middelen en waardering.
- **Belemmerende politieke keuzes:** Afbouw van cultuurinstellingen (muziekschool, De Maagd) en onbegrip voor de creatieve sector.

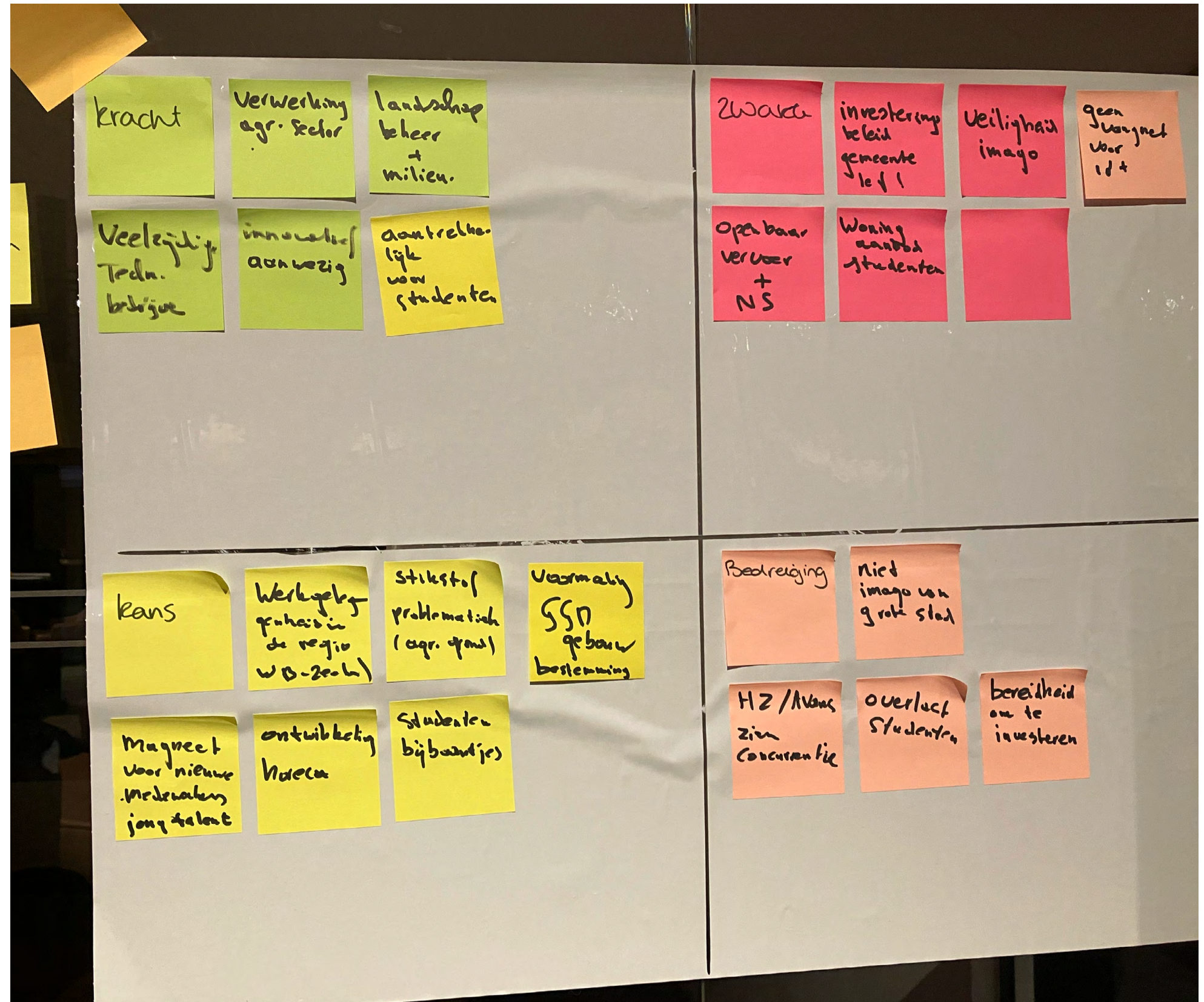
Kansen Voor de gemeente en ondernemers

- **Potentie voor ambachtelijke winkels:** Er is ruimte en potentie voor een aanbod dat aansluit bij de sfeer van de stad.
- **Ondersteuning startende ondernemers:** via gemeente en samenwerking met onderwijsinstellingen zoals Curio.
- **Flexplekken voor ZZP'ers:** Kan zorgen voor levendigheid en extra klandizie.
- **Conceptuele horeca:** Nieuwe horecaformules trekken bezoekers aan.
- **Parkeersysteem verbeteren:** (zoals shuttle randzone).
- **Bewoners bewust maken van het aanbod:** Marketing gericht op lokale bewoners.

Bedreigingen Voor de gemeente en ondernemers

- **Gemiddeld lager inkomen in de regio:** Beperkt bestedingsruimte voor ambachtelijke concepten.
- **Geen duidelijk parkeerverwijssysteem:** Onduidelijkheid schrikt bezoekers af.
- **Ontbreken van beveiligde fietsenstallingen:** Fietsend publiek heeft geen veilige plek.
- **Negatief imago onder eigen inwoners:** Weinig betrokkenheid en negatieve beeldvorming.

Groep 3: HTS - Onderwijs, zorg en welzijn



Groep 3: HTS - Onderwijs, zorg en welzijn

Krachten Vanuit perspectief van de sector

- **Verwevenheid met agrarische sector:** Sterke regionale sector die vraagt om gespecialiseerd onderwijs.
- **Veelzijdigheid in techniek en bedrijvigheid:** De regio heeft een brede technische en innovatieve basis.
- **Innovatieve bedrijven zijn al aanwezig:** Aansluiting mogelijk met onderwijs en onderzoek.
- **Landschap, natuur en milieu:** Aantrekkelijke omgeving voor opleidingen op het gebied van duurzaamheid.
- **Aantrekkelijk voor studenten, mits ontdekt:** Potentie als studentenstad is aanwezig.

Zwaktes Vanuit perspectief van de sector

- **Openbaar vervoer & bereikbaarheid NS:** Slechte ontsluiting voor studenten en medewerkers.
- **Investerings blijven achter:** Gemeente toont weinig lef of visie in onderwijsinvesteringen.
- **Onveiligheidsimago:** Afbreukrisico voor aantrekkelijkheid van de stad.
- **Geen onderwijsaanbod op HBO-niveau (zoals HAS/HTS):** Ontbrekend fundament.
- **Woningaanbod studenten:** Niet voorbereid op toestroom studenten.
- **Beperkt vangnet voor uitvallende jongeren:** Kwetsbare doelgroep krijgt weinig ondersteuning.

Kansen Voor de gemeente en ondernemers

- **Magneet voor nieuw jong talent:** HBO-aanbod trekt en bindt jonge mensen aan de stad.
- **Werkgelegenheid in bredere regio:** Er is behoefte aan goed opgeleide mensen.
- **Horeca en winkelgebied kunnen meeprofiteren:** Meer studenten betekent meer levendigheid.
- **Ruimte voor onderwijs in leegstaand GGW-gebouw:** Dichtbij station, geschikt voor transformatie.
- **Bijbaantjes voor studenten:** Ondersteunt economie en maakt de stad aantrekkelijker.
- **Thematiek stikstof, natuur, landbouw =** inhoudelijke koppeling met studies.
- **Scholen en bijbaantjes sluiten aan op studentenleven.**

Bedreigingen Voor de gemeente en ondernemers

- **Niet het imago van een grote (onderwijs)stad:** Stad heeft imago niet mee.
- **HZ en Avans kunnen dit zien als concurrentie:** Instellingen elders kunnen tegenwerken.
- **Overlast studenten in woonwijken:** Angst bij bewoners voor verstoring leefomgeving.
- **Bereidheid tot investeren ontbreekt:** Risicomijdend gedrag van politiek en ambtenarij.
- **Financiële blokkades bij noodzakelijke garanties (zoals bij schoolgebouwen):** Gemeente rekent extra kosten bij wettelijke verplichtingen.
- **Verlies van potentieel als men niet nu durft te investeren:** Kans loopt weg zonder visie en lef.

Groep 4: Plant based economy



Groep 4: Plant based economy

Krachten Vanuit perspectief van de sector

- **Logistieke ligging:** Nabij Antwerpen, Rotterdam en andere knooppunten; gunstig voor export en transport.
- **Vruchtbare grond:** Essentieel voor een toekomstbestendige plantaardige economie.
- **Krachtige regio, sterke samenwerking:** Gemeenten/partners in de regio vullen elkaar aan.
- **DAP-lab als innovatieve motor:** Biedt al infrastructuur voor innovatie en experiment.
- **Ervaring met agrofood & LAB-structuur:** Bestaande kennis en netwerken aanwezig.
- **Water/spoor/wegen goed vertegenwoordigd:** Toegang tot multimodale infrastructuur.

Zwaktes Vanuit perspectief van de sector

- **Regio (en stad) te klein gedacht:** Lokale blik beperkt de groeimogelijkheden.
- **Te weinig ontwikkelruimte:** Voor opschaling zijn fysieke en juridische beperkingen.
- **Onzichtbaarheid richting burger:** Innovatie blijft achter gesloten deuren; weinig draagvlak.
- **Innovatie geen traditie:** Traditioneel denkend, weinig cultuur van experiment.
- **Gebrek aan focus vanuit beleid:** Geen duidelijke prioritering in economische keuzes.
- **Gemiddeld werk- en denkniveau lager:** Weinig Hoger Onderwijs in de regio.
- **Afhankelijkheid van politieke grillen:** Projecten sneuvelen bij politieke gevoeligheid.

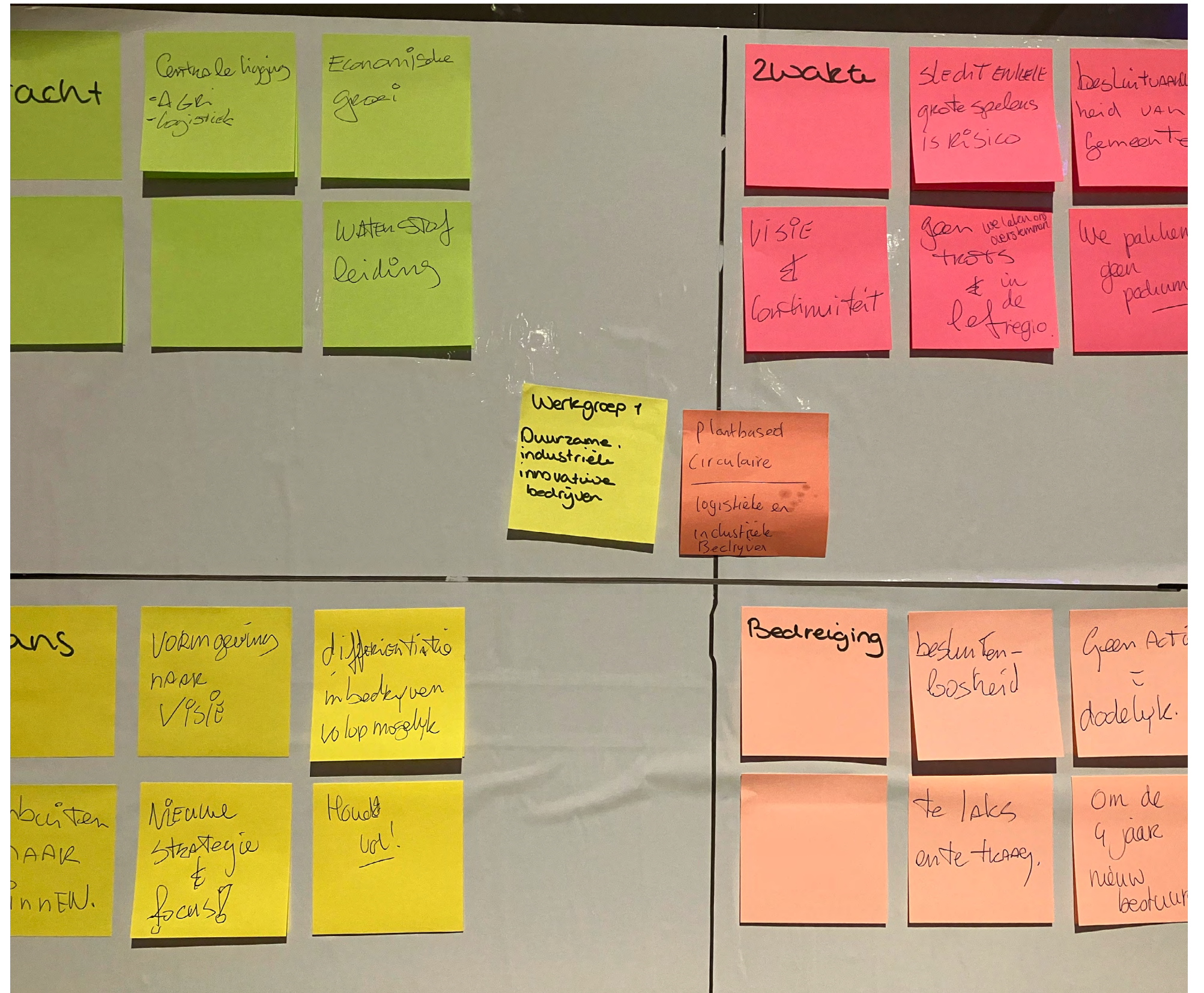
Kansen Voor de gemeente en ondernemers

- **Volhoudbare strategie ontwikkelen:** Generaties vooruitdenken, richting duurzame economie.
- **Welvaartsvergroting door nieuwe banen:** Van laboratorium tot productie en logistiek.
- **Eiwittransitie versnellen:** Van dierlijk naar plantaardig – voeding, bouw, medicijnen.
- **Studenten aantrekken:** Onderwijs en onderzoek versterken innovatieklimaat.
- **Regionale positionering als koploper:** Imago opbouwen als dé plant-based regio.
- **Toekomstige bestemmingsplannen afstemmen op sector:** Gericht ruimte geven voor deze economie.
- **Optimale benutting van laboratoria en innovatie-infrastructuur.**
- **Internationale trend als vliegwiel:** Maatschappelijk momentum voor duurzame voedselketens.

Bedreigingen Voor de gemeente en ondernemers

- **Omgevingsdruk (ruimtegebruik):** Concurrentie met wonen, natuur en landbouw.
- **Wet- en regelgeving loopt achter:** Belemmert snelle opschaling en innovatie.
- **Anderen zijn sneller:** Regio's elders investeren wel, concurrentie neemt toe.
- **Beperkte zichtbaarheid = beperkt draagvlak:** Onbekend maakt onbemind.
- **Gemodificeerd voedsel is goedkoper:** Internationaal oneerlijke concurrentie.
- **Iedereen wil dezelfde ruimte:** Geen heldere keuzes tussen functies leidt tot stagnatie.
- **Te weinig innovatieruimte:** Zowel voor kleinschalige experimenten als grootschalige productie.

Groep 5: Duurzame industrie - Innovatieve organisaties



Groep 5: Duurzame industrie - Innovatieve organisaties

Krachten Vanuit perspectief van de sector

- **Centrale ligging (AGRI & logistiek):** Strategisch gelegen tussen mainports en economische hotspots.
- **Economische groeimogelijkheden:** Ruimte voor duurzame ontwikkeling en bedrijvigheid.
- **Aanwezige waterstofleiding:** Vooruitstrevende energie-infrastructuur geeft concurrentievoordeel.
- **Combinatie plant-based en circulaire bedrijvigheid:** Sluit aan op mondiale transitie naar duurzame economie.

Zwaktes Vanuit perspectief van de sector

- **Gebrek aan visie & continuïteit:** Wisselend beleid en korte politieke cycli frustreren langetermijnontwikkeling.
- **Besluiteloosheid bij gemeente:** Vertraging door onduidelijke keuzes en bestuurlijke stroperigheid.
- **Geen podium voor lokale trots en successen:** Regio maakt zich klein, laat zich overstemmen.
- **Overmatige afhankelijkheid van enkele grote spelers:** Maakt ecosysteem kwetsbaar.
- **We pakken geen leiderschap als regio:** Weinig regie of profilering in (inter) regionale samenwerking.

Kansen Voor de gemeente en ondernemers

- **Nieuwe strategie & focus formuleren én uitvoeren:** Nu of nooit-moment; momentum benutten.
- **Vormgeven naar visie (VPS/B):** Van denken naar doen met concrete plannen.
- **Van buiten naar binnen halen:** Nieuwe bedrijven, kennis en mensen aantrekken.
- **Differentiatie in bedrijvigheid mogelijk:** Breed scala aan duurzame, innovatieve bedrijvigheid welkom.
- **Hou vol!:** Langetermijninvesteringen vergen vasthoudendheid en bestuurlijke ruggengraat.

Bedreigingen Voor de gemeente en ondernemers

- **Bestuurlijke besluiteloosheid:** Geen keuzes = geen voortgang.
- **Geen actie is dodelijk:** Afwachtend beleid leidt tot stilstand en gemiste kansen.
- **Te laks en te traag:** Belemmering voor innovatie en positionering.
- **Elke 4 jaar een nieuw bestuur:** Wisselend beleid remt consistentie en vertrouwen.
- **Geen trots of profilering in regio:** We laten ons overstemmen in het regionale krachtenveld.