impuls

September 2010

De Zeeuwse puzzel → 3

Agrimarkt pakt kansen → 4

ECO3 voor gro€n → 6

Logistics Accelerator → 8

“Alle stukjes moeten passen.”

Gerbert van der Wal

Column

Impuls

Mijn dochter van zes had bedacht dat het afgelopen weekend een P-weekend was. Twee activiteiten stonden namelijk centraal: puzzelen en pianospelen.

Op de piano van opa en oma de hele middag klanken geproduceerd. Hele harmonieuze klanken, evenwel nog zonder melodie. Met het leggen van grote legpuzzels heeft ze uren doorgebracht. Steeds volgens hetzelfde systeem: stukjes uit de doos, dan met de beeldzijde naar boven draaien, vervolgens de hoekjes en de randen eruit, dan het kader leggen en vervolgens de rest invullen. Voor de kenners onder u: ze houdt met name van Jan van Haasteren-puzzels. U weet wel, die puzzels waarvan je helemaal duizelig wordt van de hoeveelheid figuurtjes en waar altijd een haaienvin in verstopt is. Als u straks Sinterklaasinkopen gaat doen, moet u maar eens kijken.

Hoe ik er bij kom om in dat weekend aan de strategische agenda van de samenwerkende Zeeuwse overheden te denken, vraagt u zich af? Eigenlijk is het heel eenvoudig te verklaren. Ook een strategische agenda is eigenlijk een soort kader. Een raamwerk waarbinnen heel veel puzzelstukjes moeten passen. Die je volgens een bepaald systeem invult. Niet maar wat proberen, maar eerst een ordening aanbrengen, om vervolgens te verfijnen. Als je tenminste binnen een bepaalde tijd klaar wil zijn.
Met dertien Zeeuwse gemeenten, de provincie en de waterschappen, zijn er - om met Jan van Haasteren te spreken - heel veel poppetjes betrokken. Wordt het één gezamenlijke Zeeuwse puzzel of vult iedereen het kader met stukjes van zijn eigen puzzel in? Alleen mooie klanken of een Zeeuwse symfonie? Ik ben heel benieuwd.

signaleert

ontwikkelt

realiseert

De Zeeuwse puzzel!

Strategische agenda en position paper

Om in Zeeland welvaart en welzijn op termijn te garanderen is nauwe samenwerking én een gecoördineerde lobby richting Den Haag en Brussel noodzakelijk. Kort voor de zomer hebben alle Zeeuwse gemeenten, de provincie Zeeland en de waterschappen hun handtekeningen gezet onder een strategische agenda.

Voor een uitvoeringsorganisatie als Impuls kan deze agenda van wezenlijke betekenis zijn. Immers, aandeelhouders verwachten focus bij de uitvoering van de verschillende projecten. Een duidelijke visie van de samenwerkende overheden, met daaronder concrete actielijnen, kan daarbij een hulpmiddel zijn. De agenda heeft thema's die specifiek voor Zeeland kansen bieden, zoals water en klimaat, economie en energie, en de schaal van Zeeland.

Voor Impuls zijn met name de eerste twee thema's relevant voor projectontwikkeling. De samenwerkende overheden willen streven naar een biobased economy, de ontwikkeling van deltatechnologie en versterking van de maintenance-sector. Onder meer door (citaat) "de verdere ontwikkeling van Economische Impuls Zeeland als ontwikkelingsmaatschappij". Impuls heeft dan ook veel projecten op deze thema's in uitvoering.

Ook wat betreft onderwijs hebben de overheden in Zeeland grote ambities, bijvoorbeeld het invullen van niches in het onderwijsaanbod, die aansluiten bij de Zeeuwse kracht én landelijk gezien een unieke positie innemen. Vitaliteit en wellness, watermanagement, de Delta Academy zijn daarvan voorbeelden. En ook hier geldt dat Impuls momenteel samen met andere partijen werkt aan concrete projecten.

Directeur Gerbert van der Wal geeft zijn eerste indrukken: "Met deze keuzes kun je het eigenlijk niet oneens zijn. De volle breedte van de Zeeuwse economie komt aan bod en de noodzaak om tot meer gemeenschappelijke daden te komen wordt ruimschoots onderschreven. Het is interessant te zien hoe dat in de praktijk wordt uitgewerkt. Heeft Impuls bijvoorbeeld eind 2010 alle Zeeuwse gemeenten als aandeelhouder aan boord? Persoonlijk ben ik ervan overtuigd dat Impuls het best rendeert als iedereen meedoet."

De overheden in Zeeland hebben voor de kabinetsformatie ook een position paper opgesteld. Daarin wijzen ze op ontwikkelingen en projecten waar ook Impuls bij betrokken is. Bijvoorbeeld een nucleair cluster rondom de Pallas-reactor, en een Internationaal Experiencecentrum voor Deltatechnologie.

Van der Wal daarover: "Impuls kan samen met bedrijven en kennisinstellingen uitstekende projecten ontwikkelen. Maar we hebben als provincie ook lobbyisten nodig, die de weg kennen en op de juiste knoppen kunnen drukken. Niet voor niets hebben veel regio's vaste lobbyisten. Stuur die persoon dan wel op pad met een paar gerichte projecten. En niet met een wensenlijst van iedere gemeente afzonderlijk. Ik hoop echt dat deze strategische verkenning die focus gaat opleveren".

→ Het lijkt op vlees, smaakt net zo lekker als vlees, heeft de bite van vlees, en is goed voor mens en milieu.

4

Productontwikkeling bij Agrimarkt

We hebben wat met Zeeland

Er zijn weinig concerns die investeren in lokale producten omdat het zo'n klein segment is," zegt Wilfred van Elzakker, commercieel directeur van Agrimarkt, "Maar voor ons is de impact gigantisch!" De kleine supermarktketen gelooft in de eigen kracht met een nuchterheid die wel bij Zeeland past. "De Zeeuwse klanten zijn uitermate geïnteresseerd in de P van Prijs. Niet vanuit gierigheid maar omdat ze als geen ander weten wat de opbrengst van een kilo aardappelen, bieten of uien is. Hoog van de toren blazen past niet bij ons. We worden nog het meest gewaardeerd als we gewoon ons werk doen."

"Minder milieubelastend, natuurlijk en lekker, dat probeerden we in één concept te verenigen." Natuurlijk gaat het over Meatlight, het vleesproduct waarin 20% van het vlees is vervangen door granen van Zeeuwse bodem en dat de helft minder vet en calorieën bevat. "Een gigantische reductie: wie bang is om dik te worden kan zelfs een varkenssausijs voortaan met een gerust hart eten," meldt Wilfred, niet zonder trots. De producten werden in augustus 2009 gelanceerd in vijf Agrimarkt-vestigingen, het bleek een doorslaand succes. Ook de landelijke doorbraak doet hem goed: "Meatlight is in Zeeland begonnen en het product verovert heel Nederland. Dat is toch geweldig!"

Duurzaam ondernemen

Duurzaam en maatschappelijk verantwoord ondernemen, dat vindt deze retailspecialist belangrijk. "De tendens is dat de consumptie van vlees wereldwijd toeneemt en dat de consument steeds kritischer wordt: is het wel gezond, waar komt het vandaan, wat zit er allemaal in, hoe vet is het? Ja, hoe ontstaat dan zoiets? Meatlessdirecteur Jos Hugense onderzocht jaren geleden al hoe je tarwevezels of vezels uit lupine zou kunnen verwerken in producten. Ik heb studies gevolgd op het gebied van marketing en bedrijfskunde maar mijn oorspronkelijke professie is slager. Ik heb dus wel wat vaktechnische kennis als het gaat om het verwerken van vlees, het maken van vleeswaren en toebereiding. Arie van der Maas van Impuls bracht ons samen, Patrick Koppejan van Van Pelt Vlees uit Middelburg schoof aan en zo ontstond al gauw een projectgroep." De insteek was om met het oog op de toekomst een nieuw product te ontwikkelen binnen de vleescategorie zonder in het vegetarische segment terecht te komen. "Het zou toch mogelijk moeten zijn, zeiden we, om die tarwevezel te verwerken in een vleesproduct zodat je met een zelfde hoeveelheid minder vlees nodig hebt? We hebben drie toppers gepakt uit de vleesomzet: rundergehakt, sausijsjes en hamburgers en daar hebben we net zo lang mee geëxperimenteerd totdat we producten hadden die lekker waren, goed bakten en waar een goede 'bite' in zat. Je proeft er niks van, dat is ook het sterke van dit concept: het smaakt gewoon naar vlees en het prijsverschil is miniem. Het belangrijkste was: hoe reageert de consument erop? Dat staat voorop: de klant moet het accepteren en adopteren!"

Liefde voor het vak

Wilfred vindt het belangrijk dat ook supermarkten bewust bezig zijn met de leefomgeving, dicht bij huis en elders. "Welke producten wil je wel of niet verkopen? Maar ook: welke prijs gun je de leveranciers? Begin dit jaar hadden we een textielspaaractie, dat doen we dan niet zonder reden onder het label Fair Trade, 'hand-

→ Wilfred van Elzakker (rechts) en Mark Beijaars in de Goese Agrimarkt.

doeken met een goed gevoel.' Voor onze vestiging in Middelharnis onderzoeken we de mogelijkheid om een recyclingketen te stimuleren op het moment dat je je boodschappen doet, een soort inzameling van producten die je thuis weggooit." Agrimarkt wil niet de keiharde supermarktorganisatie zijn die zich laat leiden door de beurskoers. "De CZAV - het moederbedrijf van Agrimarkt - bestaat uit meer dan drieduizend producenten, die willen allemaal een eerlijke prijs hebben maar ze zijn bovenal bezig met de liefde voor hun vak."

Zeeuwse identiteit

Agrimarkt heeft wat met Zeeland. Sterker: de Zeeuwse identiteit is een belangrijk speerpunt. "Door alle consolidaties in de supermarktbranche zie je dat veel regionale ketens verdwijnen en langzaam opgaan in een groter geheel. Wij zetten welbewust in op regionale ontwikkelingen en we willen die band met deze provincie ook uitstralen. Het is een middel bij uitstek om je te onderscheiden van de rest!" Agrimarkt zet in op kwaliteit, identiteit en herkenning. "En dat doen we," zegt Wilfred "door goede producten uit de regio in de schappen te zetten. Omdat het bij ons hoort: je zit zo dicht bij de grondstof en het eindproduct, dat kom je toch nergens tegen! Onder het label 'Lekker Zeeuws' zijn we begonnen met een heel herkenbare productenlijn van sappen, jams, sauzen en koekjes. Ook groenten en fruit uit de regio gaan we vermarkten -als je aardbeien koopt weet je precies van welke boer ze komen- en we zijn bezig met kaas. Een wens is ook om Zeeuws varkens- of rundvlees in de winkels te krijgen."

"Laat de klant maar kiezen tussen de jam van Hero of die van boer X uit Zeeland. We dwingen niet! Ik kan je wel vertellen: zodra er Zeeuwse kersen in de folder staan dan is het omzetvolume drie keer zo hoog. Het wordt enorm gewaardeerd; de klanten verwachten het ook van ons. De behoefte was er dus al, we wisten het alleen niet. Nu het daadwerkelijk op de plank staat komen de reacties los." De Agrimarktdirecteur houdt van Zeeland, zoveel is wel duidelijk. "Ik kom van hier en dat voelt ook zo. Toen ik in de midden van het land werkte hadden Zeeuwse producenten altijd een streepje voor omdat ik weet dat ze er keihard voor moeten werken, misschien wel harder dan iemand uit de Randstad. Grote bedrijven kiezen vaak automatisch voor grote producenten omdat die een bepaald volume aankunnen. Zeeland heeft professionele bedrijven die in schaalgrootte misschien niet zoveel voorstellen maar wel in professionaliteit. Hoe kleiner het bedrijf hoe meer verstand ze van het product hebben en hoe meer gevoel ze erin leggen."

Concepten met backbone

"Bij grote concerns mis je het gevoel van de winkel. Als daar dertig procent van je oorspronkelijke ideeën daadwerkelijk worden uitgevoerd mag je blij zijn. Ik vind het veel leuker om echt wat voor de winkels te doen. Tastbaar. Als we met regionale producten aan de slag willen, dan doen we dat ook. Als ik vandaag iets bedenk dan kan het morgen in de winkel liggen. Er liggen enorme kansen als het gaat om productontwikkeling. Wij vertellen leveranciers wat de klant graag wil en krijgen een onderscheidend product, zij kunnen ideeën ontwikkelen en weten dat wij het willen brengen. "Zodat er 'backbone' in zit," zegt Wilfred met een lach. "Ruggengraat! Als je een concept ontwikkelt zonder ruggengraat dan is het niks."

6

Met ECO3 groeien naar gro€ner

Samen resultaat boeken

Uitzoomen op Google Earth ging tientallen jaren geleden in feite als volgt: je schreef je naam op, gevolgd door straat, wijk, plaats, streek, provincie, land, werelddeel, halfrond, aarde, zonnestelsel, melkweg, heelal. Als u dit ook deed, zag u in dat we allemaal deel zijn van een groter geheel.

Anno nu zijn we als aardbewoners in een klimaatsituatie terechtgekomen waarin dit inzicht pure noodzaak is. Alleen door gezamenlijk en structureel te werken aan het resultaat van de grote gehelen, kan er iets veranderen. ECO3 is een programmavoorstel waarmee alle 'klimaatinitiatieven' in de zuidwestelijke delta worden gebundeld zodat ze concreet winst gaan opleveren. Impuls stond aan de wieg van dit programma.

Gijsbrecht Gunter: "Bij Impuls houden we ons - gefinancierd door het eigen 'aanjaagfonds' - al meerdere jaren bezig met biobased economy. We zagen, en zien, grote kansen. Niet alleen om de Zeeuwse invloed op het klimaat te verkleinen - we zijn met 17 miljoen ton de tweede regio van Nederland als het gaat om CO_2-emissies - maar ook in economisch opzicht. Groen is poen."

"Juist in deze tijd zijn de uitgangspunten voor een verdere uitbouw van de biobased economy gunstig. Allereerst omdat de prijs van fossiele grondstoffen de komende jaren waarschijnlijk verder zal stijgen. De verwachting is dat in 2015 de vraag naar biobrandstoffen ten opzichte van 2009 zal zijn verdubbeld. Ten tweede zal de wereldwijde markt van hoogwaardige bio-producten meer dan verdubbelen en met zestig procent groeien naar 88 miljard euro in 2012. Ten derde, voor de stimulering van de transformatie naar een biobased economy zijn omvangrijke Europese, nationale en provinciale subsidies beschikbaar."

"Zeeland heeft uitstekende mogelijkheden voor biobased economy-activiteiten, door de combinatie van beschikbare vestigingslocaties, beschikbaarheid van goed opgeleid personeel en goede havenfaciliteiten voor de aanvoer van biomassa. Ook het agroklimaat is gunstig. De bodemkwaliteit is goed en we hebben hier veel aanbod van onderzoek naar nieuwe gewassen en teelten voor groene grondstoffen."

Initiatieven

Impuls signaleerde en ontwikkelde de afgelopen jaren vele groene initiatieven. Mede hierdoor lopen er nu in Zeeland meer dan twintig projecten en initiatieven waarbij kleine en grote bedrijven uit de industrie en de landbouw betrokken zijn. De vele kansen zijn op vele vellen papier uitgeschreven en gepresenteerd, een aantal projecten wordt gerealiseerd. Hierdoor ziet men landelijk biobased Zeeland ook zitten: zowel de SER als het ministerie van LNV waren het afgelopen jaar onder de indruk. Ze onderschrijven dat de Zuidwest Delta perspectief biedt voor ontwikkeling van een heuse Bio-based hotspot.

ECO3 gaat verder

Het ECO3 programma gaat nu een stap verder door al die initiatieven te bundelen, waaronder Biobased Economy Zeeland, Vitaal Sloegebied en Kanaalzone. Ook Brabant en Vlaanderen worden betrokken. Algemeen einddoel is het realiseren van een toekomstbestendige groene economie in de ECO3 regio: een innovatief, duurzaam industrie- en havencluster dat internationaal toonaangevend is.

Hoofddoelen

→ Bevorderen Biobased Economy.
→ Transitie naar een duurzame procesindustrie.
→ Verbeteren energie-efficiency.
→ Realiseren van een duurzame multimodale infra-structuur.
→ Creëren van een aantrekkelijk vestigingsklimaat/ hoogwaardige werkgelegenheid

Procesdoelen

→ Bundeling krachten door Onderwijs, Overheid en Ondernemers.
→ Vaststellen, uitdragen en realiseren van de gezamenlijke ambitie.
→ Regiobranding.
→ Afstemming en stroomlijning van bestaande en nieuwe initiatieven.
→ Lobby voor funding en beïnvloeding Rijk/EU beleid.
→ Sterke partij in samenwerking op schaal Zuidwest Nederland, met Vlaanderen en RCI.

Programmalijnen

Om dit allemaal te bereiken gaat ECO3 gaat uit van drie programmalijnen (zie tekening). Deze 'pijlers' zijn nauw met elkaar verbonden want voor een groenere economie is het terugdringen van CO_2-uitstoot en een duurzame procesketen ook van groot belang. ECO3 wil de kringloop volledig sluiten, zodat niets meer verloren gaat.

Paraplu

ECO3 zal dus als een paraplu boven alle bestaande initiatieven hangen. Jos van Damme van Yara Sluiskil juicht het programma toe: "Wij hebben al kunnen bijdragen door het concept van hergebruik CO^2 voor de glastuinbouw. Maar er speelt nog veel meer. ECO3 is een structuur die alle grote en kleine initiatieven, én ideeën, verbindt. Als ECO3 op de juiste manier centraal wordt uitgevoerd, en ik ben ervan overtuigd dat Impuls daarvoor de aangewezen partij is, zal in Zeeland een goed klimaat voor groene innovatie ontstaan. Vooral als duidelijk wordt dat het ook geld oplevert!"

"Om op termijn een volledig groene economie te bereiken, moet iedereen meedoen en samenwerken met de anderen", zegt Jos vol overtuiging. "Natuurlijk zijn grote bedrijven zoals Yara belangrijk, maar het zal echt ook helemaal van onderen moeten komen. Het MKB heeft zoveel kansen. En zeker ook de jonge startende ondernemer die nog vanuit een garagebox werkt, maar vol ideeën zit. ECO3 moet een kraamkamer van innovatieve ideeën worden. Als ik naar Yara kijk, kan ik op dit moment alleen zeggen dat het écht moeilijk is al het aardgas dat we gebruiken, te vervangen door een groenere energiebron. Maar als mensen gestimuleerd en gemotiveerd worden, om steeds maar out of the box te blijven denken, dan zullen er hoe dan ook nieuwe inzichten en oplossingen komen."

Gijsbrecht: "We hebben het aangejaagd; het ECO3 programma samen met de Provincie gestalte gegeven. Bestuurlijk Zeeland is enthousiast, de koppelingen met buurregio's zijn op uitvoerend niveau gelegd . In de Position Paper heeft Zeeland ECO3 aan de regering aangeboden als bijdrage aan de nationale CO_2 reductie. Nu is het dus tijd om door te pakken!"

↓ Voor Zeeland wordt zowel vanuit internationaal als locaal perspectief een knooppuntfunctie verwacht op het gebied van logistiek.

Boost voor Logistiek Zeeland

Drie actielijnen Logistics accelerator

Impuls

signaleert ontwikkelt realiseert

Nederland wil in 2020 Europees marktleider zijn in het aansturen van transnationale goederenstromen. Daar wordt op nationaal niveau met behulp van allerlei programma's hard aan gewerkt. Ook Zeeland zal, gezien de ligging en havencapaciteit, een grote rol spelen. Het OP Zuid gesubsidieerde project Logistics Accelerator in Zeeland heeft een omvang van 1.1 miljoen Euro.

Zowel vanuit een (inter)nationaal als een locaal perspectief wordt voor onze provincie een ontwikkeling naar een knooppuntfunctie verwacht. Vanuit Zeeland zullen internationale goederen- en informatiestromen worden geregisseerd en verschillende supply chain stappen geïntegreerd. Om deze ontwikkeling te stimuleren, zijn binnen het programma Logistics Accerator drie actielijnen gedefineerd.

Kennis naar business

Met de nationale doelen voor ogen werd dit jaar het Dutch Institute for Advanced Logistics in Breda (Dinalog) opgericht. Het voert onderzoeks- en ontwikkelingsprogramma uit voor de logistieke en supply chain sector. Dinalog is een campus, een fysieke/virtuele plek waar bedrijven kunnen samenwerken met kennisinstellingen. In de komende drie jaar kunnen de Zeeuwse bedrijven, zowel grotere als MKB, via drie bedrijvenkringen ook toegang krijgen tot de kennis binnen Dinalog. Het gaat om een logistieke bedrijvenkring Zeeuws-Vlaanderen en in het Sloegebied, en om een kring van bedrijven in de Foodlogistiek.
Verder wordt gewerkt aan 'kennis naar business' door de realisatie van een Logistieke business roadmap. Dit is een verdiepingsstudie waarmee het Zeeuwse bedrijfsleven zich kan voorbereiden op mondiale en regionale veranderingen in supply chains.

Versterken en verbinden achterland

Het beter en slimmer gebruik maken van de achterlandverbinding zal moeten gebeuren door betere benutting van de verschillende modaliteiten, betere overslag tussen modaliteiten, knooppunten te versterken, bottlenecks weg te werken en gezamenlijke DC's te ontwikkelen. Fysieke infrastructuurprojecten kosten veel geld en vooral de overheden en Zeeland Seaport hebben een leidende rol hierin. Binnen Logistics Accelerator zal voornamelijk gekeken worden naar kleinschaligere projecten waarin ondernemers leidend kunnen zijn (zoals bijvoorbeeld een distributiecentrum). Dit neemt niet weg, dat ondernemers via overlegorganen een stem zullen hebben in grootschaliger ontwikkelingen en projecten.

Ontwikkelen ICT infrastructuur

Het efficiënt regisseren van supply chains is onmogelijk zonder een goede ICT infrastructuur en intelligente voorspellingsmodellen. Deze actielijn heeft als doel het ontwikkelen en implementeren van innovatieve ICT producten die regie en toegankelijkheid van informatie verbeteren en informatieprocessen optimaliseren.

Werkpakketten

De actielijnen in de Logistics Accelerator worden geconcretiseerd in werkpakketten. Binnen elk werkpakket zijn projecten gepland die tussen 2010 en 2013 worden uitgevoerd. Alle activiteiten en projecten worden zo georganiseerd dat ook na het eind van de Logistics Accelerator continuïteit gegarandeerd is. Een ware boost voor logistiek Zeeland.

Bruker kiest voor Zeeuws

Arbeidsplaatsen gegarandeerd

Herculesweg, Middelburg. De Tomtom vlagt maar op de gevel staat 'Varian'. Peter de Haan, algemeen directeur van Bruker Chemical Analysis B.V. staat al gereed voor de flip-over: "Eerst een stukje voorgeschiedenis! Van oudsher zat hier Chrompack, dat in 1998 is overgenomen door Varian. In 2009 deed Agilent een bod op Varian, begin 2010 besloot de Europese Unie dat daarvoor een stuk moest worden afgesplitst. Dat is in mei bekrachtigd. Nu is een deel Agilent; het afgesplitste stuk is Bruker. Ik ben Bruker," zegt hij, "aangenaam!"

Bruker is een wereldwijd Amerikaans concern van Duitse origine dat een scala aan systemen produceert voor Life Science, biotechnologie, proces analyse, analytische research en chemische analyse. Bruker Middelburg maakt gaschromatografen (GC), analytische apparatuur voor uiteenlopende applicaties. "Het zwaartepunt ligt op de petrochemie. Als er een schip met ruwe olie binnenkomt, kun je meten welke componenten erin zitten, maar je kunt ze ook in de pharma gebruiken of voor specifieke analyses van voedingsmiddelen. Over het algemeen wordt de instrumentatie ingezet door chemische labs."

Klantspecifiek

Het apparaat zelf laat zich vergelijken met een computerbehuizing die volledig op maat wordt opgebouwd. "Een standaard is een injector, een kolom die in een oven zit, en een detector. Vervolgens maken we ze klantspecifiek. Daar ligt onze kracht: weten welke toepassingen de klant wil en daar de juiste oplossing voor verzinnen. Agilent is onze grootste concurrent als het gaat om gaschromatografen: Bruker beheerst zes tot zeven procent van de GC-wereldmarkt, Agilent steekt daar ver bovenuit. Precies de reden van de afsplitsing."

Een nieuwe lokatie

Het was even wennen: mensen die zonder te solliciteren ineens werken voor een nieuw bedrijf. En dan de rompslomp: de splitsing van goederen en IT-systemen en de zoektocht naar een andere locatie want onder één dak met de concurrent is niet alles. In principe kon Bruker overal neerstrijken maar de voorkeur ging nadrukkelijk uit naar Zeeland. "Zo kwam ik in contact met Impuls. Omdat we voor het testen waterstof, helium en stikstof gebruiken, hebben we een speciaal gasnet nodig. Veel bestaande gebouwen voldoen niet aan de eisen of komen te laat leeg, nieuw bouwen kost tijd; allemaal afwegingen die zo'n proces ingewikkeld maken." Mede dankzij de inspanningen van het acquisitieteam van Impuls zijn 55 arbeidsplaatsen voor de nieuwvestiging gegarandeerd, nog afgezien van het groeiscenario dat Bruker voor de komende jaren heeft uitgestippeld.

Expertise behouden

Zeeland blijft dus thuisbasis. "Onze basiscomponenten komen uit Singapore, onze sampler is hier ontwikkeld maar wordt gemaakt in Maleisië, maar de expertise zit in deze regio. En die is veel waard, want het aantal studenten in de analytische chemie loopt drastisch terug. Ook daarover praten we met Impuls. Met het oog op de toekomst is het belangrijk om alle kennis hier te behouden!"

Peter de Haan en Marco Leijnse. →

10 Blueport Oosterschelde

Goud in handen

Impuls

“Het klinkt wat hebberig,” zegt hij, “maar we hebben natuurlijk goud in handen. Samen kunnen we er nog méér van maken!” Ate Oostra, voorzitter van de kerngroep Blueport Oosterschelde, gelooft heilig in het concept. Hij staat niet alleen: het ministerie van LNV heeft begin augustus € 350.000 toegekend voor de verdere ontwikkeling van Blueport Oosterschelde. Een ambitieus project dat inzet op de kracht van het totale Oosterscheldegebied.

“Kennis uitwisselen, krachten bundelen, zoeken naar initiatieven die elkaar versterken. Zo zet je Zeeland op de kaart,” meldt Oostra, voormalig Ambassadeur in China en DG van het ministerie van LNV. “Realiseer je wat je in huis hebt en besef dat je daar uniek in bent.” Het idee komt niet uit de lucht vallen: de schaal-, schelpdier- en agrobusiness zit in zwaar weer, de gevolgen zijn ingrijpend. Het Oosterscheldebekken en het omliggende land heeft veel potentie en dus ligt er een enorme uitdaging om het economisch draagvlak een nieuwe impuls te geven.

Nieuwe verbindingen

Blueport Oosterschelde - vooral een initiatief van bedrijven in de Schaal- en Schelpdiersector - kiest voor een sectoroverstijgende aanpak en innovatieve dwarsverbanden. “Hoe gek het ook klinkt: zelfs in Zeeland staan land en water soms lijnrecht tegenover elkaar. Dat is jammer want juist waar tegenstellingen tegen elkaar aanschuren onstaat echte innovatie. Je kunt het toerisme versterken door landschapstoerisme te verbinden met kennis over de schelp- en schaaldieren, de bruinvissen en de zeehondjes. Denk aan modernisering van de sector, verbreding van bedrijfstakken, product- en kennisontwikkeling.”

Planet, people en profit

“Planet, people en profit, dat zijn de pijlers. Planet voor natuur en milieu, people voor de sociale en belevingskant, en profit spreekt voor zichzelf: zonder winst gaat de zon ook niet op! De kracht van het gebied is dat het, tussen twee industriepolen in, allemaal aanwezig is en dat geen van de drie echt dominant is. Het is een fantastische zône van rust, ruimte en kwaliteit, waar je op een ecologisch verantwoorde manier ook je boterham kunt verdienen. Je kunt er van leven en van genieten. Dat besef kunnen we versterken.”

Ook Markus Wijkhuis, mede-eigenaar van De Oestervisser, meent dat te weinig mensen beseffen hoe bijzonder het gebied is: “Ik hoop dat dit initiatief daarin verandering kan brengen en daaraan wil ik graag mijn steentje bijdragen.” Gijs van Zonneveld (ZMF) is verheugd dat Blueport de band verstevigt tussen ondernemers en de natuur: “Dat is goed nieuws voor de natuur én iedereen die rondom de Oosterschelde werkt, woont of recreëert.”
“Het is een boeiend proces,” besluit Oostra, “dat naar mijn overtuiging ook gaat opbrengen. Niet alleen in geld maar ook in onderlinge verstandhouding en een gemeenschappelijk besef van kwaliteit en kansen. Heel passend dat Impuls daarin voor-investeert; even passend dat bijdragen straks ook komen van een bredere kring van belanghebbenden. Of het hen nu gaat om economie, kennis, natuur, landschap of stedenschoon. Vader Cats zou zeggen: “tegen bescheiden cost een grote baet.”

Tijdelijke huisvesting

Impuls, de Kamer van Koophandel, Syntens, MKB-Zeeland en Recron hebben vanaf 2 augustus 2010 tijdelijk hun intrek genomen in het voormalige Fortis-kantoor aan Park Veldzigt in Middelburg. Het huidige KvK-kantoor aan de Buitenruststraat in Middelburg wordt nu grondig verbouwd en opnieuw ingericht tot een eigentijds Ondernemingshuis. Hiermee gaat de langgekoesterde Zeeuwse wens in vervulling. Medio 2011 gaan de deuren open. Met een eigentijds Ondernemingshuis in Zeeland ontstaat een ontmoetings-, werk- en vindplaats rondom Zeeuwse economie. Korte verbindingen tussen organisaties maken het Ondernemingshuis een ideale broedplaats voor de gezamenlijke opzet van projecten en ontwikkeling van initiatieven voor het Zeeuwse bedrijfsleven.

kort

Impuls

signaleert ontwikkelt realiseert

Directeur Impuls vertrekt naar ERAC

Kort voor het ter perse gaan van dit magazine werd bekend dat Gerbert van der Wal, sinds de oprichting van Impuls medio 2007 directeur van de N.V. Economische Impuls Zeeland per 1 januari 2011 vertrekt naar ERAC.

Bij ERAC (European Regional Affairs Consultants), met vestigingen in Boxtel en Amsterdam, zal hij in dienst treden als manager Regionale Ontwikkeling. In het decembernummer zullen we nader stilstaan bij het vertrek van Gerbert en zijn bijdrage aan de beginjaren van Impuls.

Eindrapport China

Van februari tot medio juni van dit jaar heeft een Chinese stagiaire, Ying Kang, stage gelopen bij het acquisitieteam van Impuls Zeeland. Het betrof voor haar een afstudeeropdracht voor de Hogeschool Zeeland. In het onderzoek dat zij heeft gedaan heeft Ying Kang aanbevelingen gedaan hoe Impuls zo effectief mogelijk te werk kan gaan bij het promoten van onze regio in China en het bereiken van de juiste doelgroep als het gaat om het aantrekken van nieuwe investeringen/vestigers.

Daarbij is zij ook ingegaan op de regio's in China die vanuit economisch perspectief voor ons het meest interessant zijn. China is immers een enorm groot land. Daarbij heeft ze gekeken naar de sterke sectoren en de match die te maken is met sterke sectoren in onze regio. De eindrapportage heeft interessante aanbevelingen opgeleverd en door Ying Kang met succes verdedigd bij de Hogeschool Zeeland, waar zij inmiddels is afgestudeerd met een uitstekende beoordeling.

Angela den Boer

Angela den Boer (28) is sinds 5 juli in dienst bij Impuls. Ze werkte voorheen als projectleider zakelijke markt bij ZIGGO. Angela, die Management Economie en Recht (MER) studeerde in Zwolle, zal Michel Carol gaan ondersteunen bij de uitbouw van InnoGo! en het Actieplan Groei. Ze is in Terneuzen gaan wonen en zegt over haar nieuwe baan: “Ik vind het erg leuk dat ik als nieuwkomer meteen ga werken aan de ontwikkeling van Zeeland!”

Impuls is een uitgave van N.V. Economische Impuls Zeeland
Park Veldzigt 19-21, 4336 DR Middelburg. Postbus 6004, 4330 LA Middelburg
T: 0118-67 35 80, F: 0118-63 70 59, E: info@impulszeeland.nl, impulszeeland.nl
Redactie: Gerbert van der Wal, Arie van der Maas en Mathieu Pasquier
Tekst: Tekstklusief (Joke Naughton en Rebecca van Wittene)
Ontwerp: Sophie Noens - de Wilde Zeeuw, Terneuzen
Fotografie: Input Output

van binnen

Mathieu Pasquier

In deze aflevering maken we kennis met **Mathieu Pasquier.** Vanuit Promotie & Acquisitie brengt hij Zeeland onder de aandacht als interessante vestigingsregio voor bedrijven. Ook alle zaken die van belang zijn bij een vestiging in, of verplaatsing naar Zeeland worden geregeld en begeleid. Het motto: "Maak het in Zeeland!". Mathieu: “Impuls is een uiterst flexibele ‘jonge hondenorganisatie’ met een target. We zijn heel resultaatgericht.”

Van binnen

Signalement Mathieu Pasquier (33), woont en werkt in Middelburg. **Deed** ‘Economisch-Linguistisch’ aan de Hogeschool Zeeland in Vlissingen. Bedrijfskunde aan Universiteit Nyenrode in Breukelen. “Het buitenland trok me aan: andere culturen, zaken doen, vliegtuig in en uit.” Drie jaar exportmanager bij een familiebedrijf in Goes. Inkoopmanager en afdelingshoofd bij Nebus Loyalty in Hulst. **Doet** Promotie& Acquisitie. Interesse opwekken bij bedrijven om zich in Zeeland te vestigen, partijen pro-actief benaderen. “We zoeken per bedrijf naar de beste match.” **Kracht Impuls** “De pioniersmentaliteit spreekt me aan: het vurige enthousiasme om dingen voor elkaar te krijgen en te laten zien dat je van toegevoegde waarde bent.” **Valkuilen** “De Zeeuwse bescheidenheid! Als je ziet hoeveel mooie en internationale bedrijven in Zeeland gevestigd zijn, en wat er gebeurt op het gebied van innovatie… Het is een eyeopener voor partijen van buiten Zeeland en de Zeeuwen zelf mogen daar best wat trotser op zijn.” **Kansen** “Het is een uitdaging om deuren te openen en de beeldvorming te veranderen. De ligging is centraal, de logistiek goed, de grondprijs veelal goedkoper dan elders, Zeeuwen zijn loyale werknemers en de leefomgeving is fantastisch. Dát maakt Zeeland interessant, daarom heeft Zeeland veel te bieden en zo onderscheidt Zeeland zich van andere regio’s. Kortom: er is geen enkele reden om je hier niét te vestigen.”

Impuls

signaleert
ontwikkelt
realiseert

In de rubriek Van Binnen en Van Buiten vragen we iemand van binnen en van buiten de organisatie om te vertellen over Impuls: over mogelijkheden, valkuilen en kansen.

van buiten

Maarten van der Staal is Terneuzenaar puur sang. Hij is er geboren, getogen en geschoold. En er vervolgens gebleven en gelukkig geworden. Dat kan hij iedereen aanraden. Na bijna veertig jaar ‘Van der Poel’ heeft hij nu als directeur een heldere visie op Zeeland. “Jonge mensen blijven hier, of komen terug, als we ze maar aantrekkelijke huisvesting en voorzieningen te bieden hebben.”

Maarten van der Staal

Van buiten

Signalement Maarten van der Staal (61) woont en werkt in zijn geboortestad Terneuzen. **Deed/Doet** MTS in Terneuzen. Startte in maart 1971 bij Aannemersbedrijf Van der Poel als assistent uitvoerder. Is er nu elf jaar directeur. **Kansen** “Woningbouw was onze core business. De recessie bracht daarin verandering. We konden snel omschakelen naar scholen, zorgcomplexen, huisvesting voor gemeenten. Ik zie in de uitdagingen voor Zeeland ook de mogelijkheden voor ons bedrijf. De demografische ontwikkelingen bijvoorbeeld. Die noodzaken tot veranderingen, zoals centralisatie van scholen. Grote, moderne brede scholen zijn de toekomst. Daar dragen we graag een steentje aan bij. Ook het uitbouwen van de zorg- en recreatieve sector, of een combinatie ervan, is een uitdaging. Verder zie ik als voordeel voor Zeeland dat we hier altijd al klantgericht moesten bouwen.” **Valkuilen** “Stop niet te veel energie in projecten die een twijfelachtige kans van slagen hebben. Dat gebeurt nog te vaak in Zeeland.” **Kracht Impuls** “De brede kennis en de contacten van Impuls komen ons goed van pas. Kijk maar naar een ontwikkeling waar we ons nu in verdiepen: zorghotels. Aan die kans voor Zeeland, dus hotels waar mensen in comfort kunnen herstellen, willen wij graag meewerken. Maar er zijn allerlei regels en wetten op het gebied van zorg. Impuls weet daar veel vanaf.”