

VNO-NCW VELUWEVALLEI MAAKT ZICH STERK VOOR ONDERNEMENDE FOOD VALLEY

De regio Food Valley maakt een nieuwe Strategische Agenda. We vragen aan Martin Ruiter, voorzitter VNO-NCW VeluweVallei, wat de inzet van de regionale ondernemersvereniging in de Strategische Agenda is.

WAT HOUDT DE STRATEGISCHE AGENDA IN?

"Ondernemers, kennisinstellingen en overheden in de Food Valley maken samen een nieuwe agenda voor de komende periode. In de agenda bepalen we met elkaar aan welke economische knelpunten we gaan werken. Wij vinden een regionale aanpak erg belangrijk, omdat veel zaken zoals economie en aansluiting onderwijs - arbeidsmarkt niet alleen lokaal opgepakt kunnen worden."

WAT IS DE INZET VAN VNO-NCW VELUWEVALLEI?

"We hebben bij overheid en onderwijs aangevraagd op een agenda voor de bereikbaarheid, de arbeidsmarkt, het vestigingsklimaat, de branding van de regio en het verduurzamen van de gebouwde omgeving en economie. Op infrastructureel gebied houdt dit bijvoorbeeld in dat het knooppunt A1/A30 moet worden aangepakt, dat de Rijnbrug naar 2x2 rijstroken gaat en dat de Wageningse campusroute wordt aangelegd. Ook moeten we kijken naar nieuwe vormen van mobiliteit. Denk bijvoorbeeld aan een lightrailverbinding tussen Ede, Wageningen en Veenendaal."

VEEL BEDRIJVEN WILLEN GRAAG UITBREIDEN. WAT DOEN JULLIE DAARAAN?

"Het mag niet zo zijn dat bedrijven vertrekken uit deze regio omdat er geen bedrijfskavels zijn. We pleiten daarom voor voldoende kwalitatieve bedrijfskavels die aansluiten bij de vraag van de markt. Daarnaast willen we graag dat gemeentes met elkaar afstemmen welk type bedrijven en bedrijvigheid bij welke bedrijventerreinen passen."

HOE KIJKEN JULLIE TEGEN HET TEKORT OP DE ARBEIDSMARKT AAN?

"Het is belangrijk dat het onderwijs een goede aansluiting heeft met de arbeidsmarkt. We willen met de scholen in overleg om opleidingen te vernieuwen of nieuwe op te starten die passen bij de behoefte. Bestaande initiatieven zoals Knooppunt Techniek dragen we een warm hart toe. Daarnaast willen we jongeren zoveel mogelijk interesseren voor wat je allemaal in deze regio kunt doen. Daarom doen we mee aan Big Day Food Valley waarin ongeveer 350 mbo-studenten 150 bedrijven in onze regio bezoeken. Verder moeten we de regio nog meer vermarkten. Personeel krijgen is in de huidige tijd erg lastig. Er is een concurrentiestrijd gaande tussen bedrijven,

maar ook tussen regio's. Met name hoger opgeleiden kijken niet alleen naar het bedrijf waar ze komen te werken, maar ook naar de plaats of regio waar ze gaan wonen. Food Valley is een prachtige regio om in te werken, wonen en recreëren. Dat moeten we met elkaar beter naar buiten brengen."

WAT LEVERT DE REGIO FOOD VALLEY ONS EIGENLIJK OP?

"We weten uit onderzoek dat de groei van economie en werkgelegenheid inmiddels ruim boven het landelijke gemiddelde ligt. Dus dat hebben we met elkaar alvast bereikt. En dat komt omdat de regio Food Valley een sterke naam heeft, ook internationaal. Wij hebben veel kennis voor het oplossen van grote mondiale vraagstukken zoals het wereldvoedselvraagstuk (hoe voeden we 10 miljard mensen in 2050) en de verduurzaming van onze economie. We kunnen dit veel meer benutten en onze kennis nog beter exporteren. In de Strategische Agenda is dit een belangrijk punt voor ons. Samen met de overheden en het onderwijs zullen we goede plannen moeten maken en vooral: voortvarend uitvoeren."

