

Notitie: Stand van zaken Accountmanagement en acquisitie

De basis op orde

Meer dan 90% van de ruimtevragen komt van bedrijven die al gevestigd zijn in Helmond, dan wel uit de directe buurgemeenten. De Helmondse ondernemers zijn de beste ambassadeurs voor de stad.

Daarom moeten we ervoor zorgen dat de basis voor ondernemen in Helmond op orde is. Denk bijvoorbeeld aan: goede bereikbaarheid, goed parkmanagement, schone en veilige bedrijventerreinen en een snelle en soepel verlopende manier van vergunningverlening.

In 2011 en 2012 hadden we dit zo goed voor elkaar dat we tot MKB vriendelijkste stad van Nederland werden gekroond. Nu staan we op nummer 3 van de grote steden in Nederland. De ambitie is weer terug te komen naar de eerste plaats.

Voor een deel kunnen we dat bereiken met een samenhangend acquisitieplan en een uitbouw van het accountmanagement. Het accountmanagementteam dat door de organisatieverandering en personele wisselingen tijdelijk onderbezet is geweest en waarop nu volop geworven wordt.

Vraaggericht ontwikkelen

Uit de motie spreekt de zorg dat er op de eerste plaats voldoende ruimte moet zijn en blijven om te kunnen ondernemen in deze stad.

De gemeente Helmond is doorlopend in gesprek met het georganiseerd bedrijfsleven. Belangrijk om aan te geven is dat bedrijven erop blijven hameren dat de bereikbaarheid een knelpunt is en er onvoldoende bedrijventerrein beschikbaar is voor met name reguliere en grootschalige bedrijven.

Juist daarom is het bedrijfsleven betrokken geweest bij het tot nu toe doorlopen proces over de vraag naar bedrijventerreinen en de herprogrammering daarvan. Zowel bij de gemeentelijke afweging als ook in de afwegingen die gezamenlijk met het stedelijke gebied Eindhoven worden afgewogen. De input van het bedrijfsleven is van doorslaggevend belang in de keuze voor ontwikkeling van terreinen. Ook andere soorten huisvestingsvragen en andere behoeften van ondernemingen komen aan de orde. Vraaggericht ontwikkelen noemen we dat. Deze manier van werken wordt door het bedrijfsleven als zeer waardevol ervaren en wordt ook door de provincie en de Brabantse Ontwikkelingsmaatschappij ondersteund. Concreet resultaat van deze manier van kijken naar bedrijventerreinen en de ontwikkeling daarvan, zijn de goede resultaten behaald in de herstructureringsgebieden Induma-Oost en -West.

Een ander belangrijk resultaat is het voorgenomen besluit om een aantal geplande bedrijventerreinen niet meer te ontwikkelen (15 hectare Businesspark Brandevoort, 75 hectare Varenschut) en het terrein waar wél vraag naar is, onder voorwaarden, gefaseerd en vraaggericht de voorbereidingen te treffen om tot een nieuw bestemmingsplan te komen (23 hectare BZOB-Oost).

Vraaggericht ontwikkelen is geen theoretische exercitie, het is een intensieve manier van samenwerken met het bedrijfsleven. Inzicht krijgen en houden in wat er leeft in het bedrijfsleven is geen sinecure en behoeft continue aandacht. Het belang van deze samenwerking wordt onderstreept door de volgende resultaten:

- In het afgelopen anderhalf jaar is het gelukt vanuit de herstructurering Induma-West om wasserij Berendsen te behouden voor Helmond en te verplaatsen naar een nieuwe plek op BZOB, waar ze uitbreidingsmogelijkheden hebben (behoud 100 arbeidsplaatsen, uitbreiding met 30 arbeidsplaatsen).
- Op bedrijventerrein Groot Schooten heeft Driessen kunnen uitbreiden waardoor het bedrijf waar nu 400 mensen op locatie werken verder met 250 arbeidsplaatsen kan groeien.
- Op bedrijventerrein de Weijer heeft Multibier uit Asten (60 arbeidsplaatsen) na de hagelbui van vorig jaar zijn definitieve plek gevonden in een leegstaand bedrijf en heeft Grolsch (30 arbeidsplaatsen) kunnen uitbreiden.
- De meeste beweging heeft plaatsgevonden op BZOB. Canpack, een van oorsprong Pools bedrijf heeft zich op BZOB op 6 hectare gevestigd en brengt 260 arbeidsplaatsen mee. Xycarb (300 arbeidsplaatsen) en Adept (25 arbeidsplaatsen) zijn naar aanleiding van branden

verplaatst naar BZOB en behouden voor de regio. En als laatste is KEMI (75 arbeidsplaatsen) vanuit Asten op BZOB op het oude VION terrein geland. Het huidige BZOB loopt met deze verkopen veel sneller vol dan verwacht. De zorg die het bedrijfsleven uitspreekt over grootschalige kavels wordt in de werkelijke situatie zichtbaar.

Kennis hebben van sectoren

Voor een goed acquisitie én accountmanagementplan is het belangrijk dat er een duidelijk beeld is van de sectoren en de ontwikkelingen daarin. Een belangrijk deel van de kwalitatieve informatie komt voort uit de samenwerking met vertegenwoordigers van de doelgroep (zoals met citymanagement en parkmanagement), maar het gaat ook om kwalitatieve cijfers en monitoring. Meten is weten. Om hier een beter beeld van te krijgen lopen er verschillende trajecten.

In samenwerking met het bedrijfsleven is er al in 2014 met de website www.mijnbedrijfslocatie.nl een tool ontwikkeld, om beter inzicht te krijgen in zaken als leegstand, huisvestingsvragen en vragen van buiten.

Eind vorig jaar is er een enquête verspreid over de bedrijventerreinen, die verder inzicht moet geven in de huisvestingsvragen die er leven op de bestaande bedrijventerreinen. De respons is groot en de ingevulde enquêtes zijn verwerkt. In dit onderzoek is aan de Helmondse bedrijven gevraagd een rapportcijfer te geven voor Helmond als vestigingsplaats. Zij hebben Helmond gewaardeerd met een 7,5. Toch zijn er een heel aantal aanbevelingen gedaan waarmee we aan de slag kunnen. De **factsheet** is toegevoegd aan deze notitie.

De resultaten van deze data-analyses zullen met het bedrijfsleven besproken worden en mede invulling geven aan het acquisitieplan.

De kracht van Helmond

Vanuit het onderzoek “De economische kracht van Helmond” wordt in samenwerking met het bedrijfsleven en onderwijs geprobeerd met gerichte acties de economische kracht van Helmond te versterken. Helmond en de regio heeft veel te bieden. Alle inspanningen die we doen, verdienen een duidelijke focus en strategie om Helmond nog aantrekkelijker te maken. Helmond is qua uitstraling en aantrekkelijkheid gegroeid, er gebeurt veel, maar we moeten het ook laten zien en beter uitdragen. We mogen trots zijn op wat er in Helmond allemaal wordt gerealiseerd. Helmond is de stad van het doen en maken. Het acquisitieplan zal in verbinding met “de kracht van Helmond” worden vormgegeven.

De aantrekkelijkheid van Helmond – Helmond Marketing

Een goede acquisitiestrategie zorgt er voor dat bedrijven in Helmond blijven en voor het aantrekken van nieuwe bedrijven. Er is een bundeling en focus nodig van alle inspanningen om ondernemen in deze stad aantrekkelijk te maken en om de stad als vestigingsplaats te promoten. Daarin wordt de samenwerking gezocht met Helmond Marketing, zij zullen helpen het gehele vestigingsklimaat en de quality of life onder de aandacht te brengen. Daarnaast zullen zij ondersteunen met gerichte campagnes, leveren van materiaal en het opzetten van een brede marketing campagne. Het totale vestigingsklimaat in Helmond dient onder de aandacht te worden gebracht.

Acquisitie en accountmanagement: met visie en de strategische agenda als basis

Naast de basis op orde, het werken aan een optimaal ondernemersklimaat en de vraaggerichte aanpak samen met het bestaand bedrijfsleven, is de strategische agenda van Helmond leidend. De speerpuntsectoren, zijn van wezenlijk belang voor de kracht voor de lokale economie. De speerpunten geven de lokale economie en Helmond een profiel en versterken de basis.

De verschillende speerpunten vinden hun plek in de verschillende programma’s die de gemeente Helmond ontwikkelt. Voor behoud en groei van werkgelegenheid wordt ingezet op het versterken

van innovatief vermogen en concurrentiekracht van het bedrijfsleven, via de speerpunten Automotive, Smart Industries en FoodTech. Een beter vestigingsklimaat waar het centrumplan: met een levendiger centrum met verschillende en gedifferentieerde ondernemingen een belangrijk programma is. En het programma sociale stad, waar het doel is dat alle inwoners kunnen meedoen, rondkomen en vooruitkomen, dat onder andere via de werkgelegenheidsimpuls dient te worden versterkt.

Via deze programma's kan Helmond zich profileren, nieuwe bedrijven aantrekken en de basis voor de bestaande bedrijven versterken.

Automotive en smart mobility

De Automotive Campus in Helmond is het focuspunt binnen het regionale en Nederlandse automotive cluster. De Campus biedt ruimte aan bedrijven, kennisinstituten, onderwijsinstellingen, private en publieke onderzoeks- en testcentra op het gebied van automotive technologie en slimme mobiliteit. Vanaf de oprichting in 2009 is de campus sterk gegroeid in haar rol als ontmoetingsplek. Het is een uitdagende en inspirerende omgeving waar kennis en bedrijven samen worden gebracht, met als doel het bevorderen van samenwerking, kennisdeling en open innovatie. De eerste fase is gerealiseerd. Concrete resultaten die afgelopen anderhalf jaar zijn behaald zijn:

- Automan (2 mdw)
- Auto Recycling Nederland (2 mdw)
- ITS Bureau BrabantStad (15 mdw)
- RDW (1 mdw)
- Shift2Start (2 mdw)
- Team FAST (20 mdw)
- Trento (2 mdw)
- Trescal (1 mdw)
- VDL ETS (25 mdw)
- V-tron (2 mdw)
- WaterstofNet (2 mdw)

Op dit moment zijn we met verschillende partijen in overleg over vestiging, waarvan de automotive opleiding van Summa (750 studenten) de meest concrete is.

De investeerders in de campus hebben een professionele Campus Site Managementorganisatie ingericht met een nieuwe directeur die de opdracht heeft om de Campus binnen vijf jaar te laten groeien van 550 naar meer dan 1000 medewerkers. Een forse inzet op acquisitie en business development dus.

Om de groei van het aantal campusbewoners (residents) te faciliteren wordt momenteel nagedacht over de realisatie een nieuw incubator/bedrijfsverzamelgebouw waarbij synergie wordt gezocht met de nieuwbouw van Summa en ACE.

Ten slotte is de dienstverlening vanuit het Automotive House sterk verbeterd, hetgeen nu reeds resulteert in een toename van het aantal events op de campus.

Food Tech

Stichting Food Tech Brainport heeft een expertisecentrum met diverse technologieën op het Food Tech Park in Helmond. Food Tech Brainport helpt/ ondersteunt/ faciliteert foodondernemers bij hun innovatie uitdagingen, creëert nieuwe product/marktcombinaties en begeleidt deze naar succesvolle marktintroductions. Hierbij is een belangrijk onderdeel het scouten en screenen van mogelijke nieuwe technologieën, die de foodsector helpt bij hun innovaties. Hiermee zal samengewerkt gaan worden

met kennisinstellingen, andere organisaties en ondernemers. Uiteraard is het uiteindelijk doel om deze nieuwe technologieën te laten landen op het Food Tech Park in Helmond of in de omgeving van Helmond.

Als laatste worden vanuit deze ondersteuning en scouting mogelijke nieuwe projecten opgezet en ondersteund. Het project zal (al dan niet indirect) leiden tot toepassing nieuwe technologieën binnen de food sector, nieuwe R&D projecten, valorisatie van kennis, ondersteuning van startende en kleine bedrijven en samenwerking tussen bedrijven onderling en met onderwijs-, kennis- en researchinstellingen. Dit gezamenlijk kan leiden tot een nieuw businessmodel of een vestiging van een bedrijf in Helmond en zeker tot behoud van een sterke foodsector in Helmond.

Centrumplan & Retail

Ook het centrum is een heel belangrijke werklocatie, er werken vele honderden mensen. Het centrumperspectief Helmond 2030 is in januari door u vastgesteld. Hierin staat de ambitie voor het centrum duidelijk verwoord. Een levendig centrum met verschillende ondernemingen is het doel. Het relatiebeheer tussen gemeente en retail wordt geïntensiveerd: van veel (losse) contacten met individuele retailondernemers naar proactief en gestructureerd contact. Investeren in de relatie met de retailondernemers, is belangrijk voor het behoud en de versterking van het winkelaanbod, het ondernemerschap en de werkgelegenheid. Er is voor gekozen acquisitie te versterken om zo meer kwaliteit, innovatie en creativiteit bij vooral winkels en horeca te bevorderen. Acquisitie wordt cruciaal geacht om een hogere en innovatief segment aan te trekken of te stimuleren. Helmond-centrum wil ervoor zorgen aanbod, waarvoor consumenten nu naar andere steden trekken, te gaan bieden. Helmond heeft dit samen opgepakt met Helmond Marketing en werkt het verder uit waarbij nadrukkelijk wordt gekeken alle soorten ondernemers (retail, horeca én vastgoedeigenaren) te verleiden mee te doen.

Netwerkfunctie

Accountmanagement en acquisitie staat of valt bij de manier waarop je kunt acteren in de netwerken. In eerste instantie in het netwerk van mensen en bedrijven in Helmond.

Accountmanagers hebben daarin een heel belangrijke functie. De accountmanagers zijn aanspreekpunt voor bedrijven binnen de gemeente, maar zij kunnen ook makkelijk hun weg vinden bij partners als; buurgemeenten (al dan niet in georganiseerde vorm), het parkmanagement, Senzer en Brainportdevelopment. Een accountmanager moet kennis van zaken hebben, goed transparant kunnen uitleggen wat de gemeente te bieden heeft, waar we mee bezig zijn, snel duidelijkheid kunnen geven en bovenal benaderbaar zijn. Het bedrijfsleven vraagt van accountmanagement, hetgeen ze ook van de gehele gemeente vraagt; een betrouwbare, toegankelijke en een flexibele partner zijn. De kennis die accountmanagers hebben van de belangrijke netwerken en markten zijn leidend voor de gemeente om op ontwikkelingen en initiatieven in te kunnen spelen.

Regionale, nationale en internationale netwerken

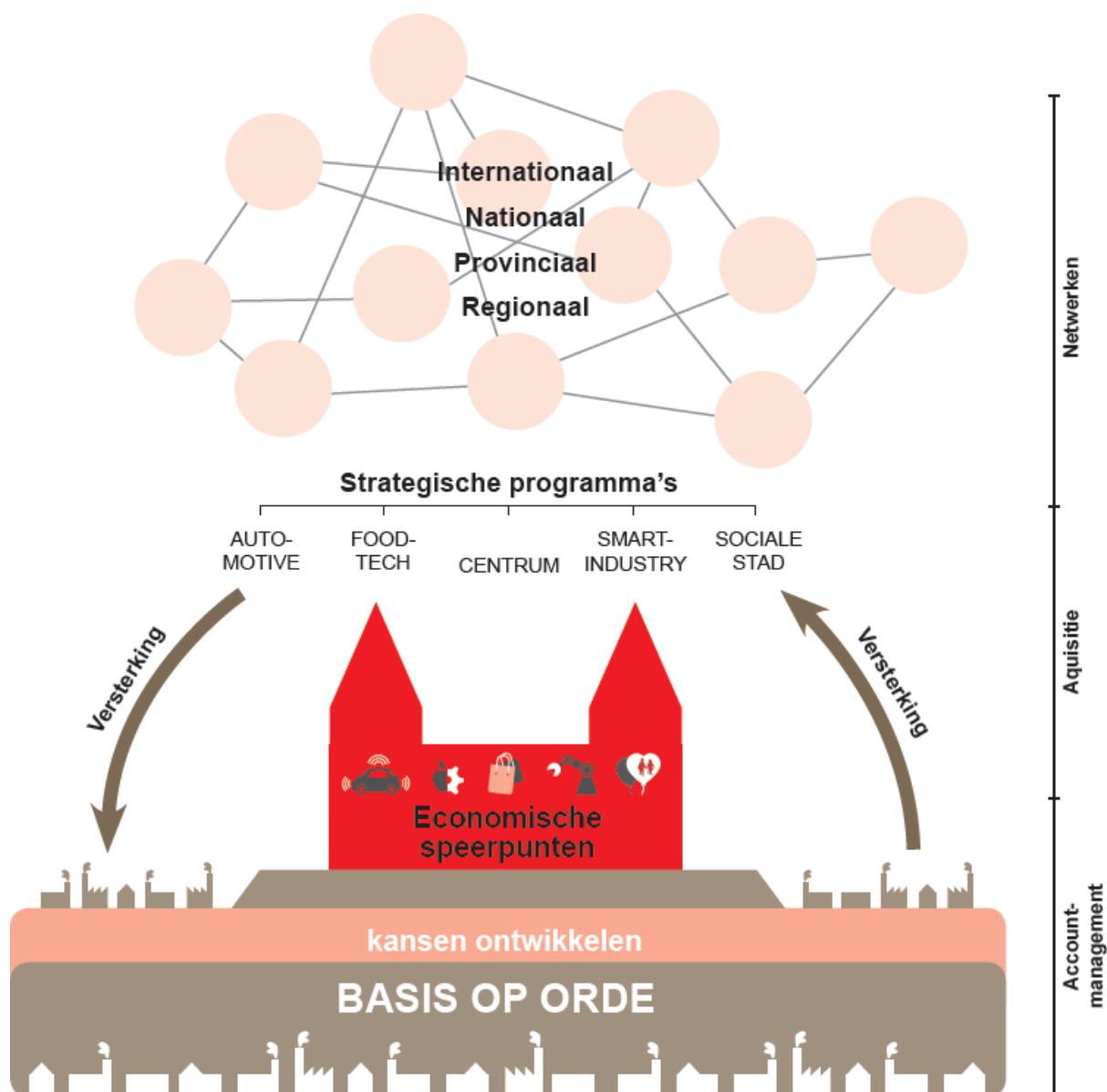
Vanuit de economie als stuwende kracht voor het creëren van werkgelegenheid, heeft accountmanagement en acquisitie het doel er voor te zorgen én uit te dragen waarom het goed ondernemen is in Helmond. Accountmanagement met de focus om verder samen te werken met het bestaand bedrijfsleven en de basis verder uit te bouwen. Acquisitie met de focus op het verder verstevigen en uitbouwen van de speerpuntsectoren.

Op strategisch, tactisch en operationeel niveau wordt gewerkt aan het aantrekkelijker maken van Helmond. In steeds meer netwerken is Helmond actief. Al die inspanningen op gemeentelijk niveau vragen om een focus. Een duidelijke visie en strategie zorgt ervoor dat er focus blijft als het gaat om de belangrijke regionale, provinciale, nationale en internationale netwerken. De economie houdt zich niet aan gemeentegrenzen daar zijn we ons in deze Brainportregio meer dan gemiddeld van bewust. Acquisitie verloopt ook via verschillende externe partijen.

De samenwerking met Brainport development is een duidelijk voorbeeld van een partij die voor Helmond een van de belangrijkste partners is. Een hecht samenwerkingsverband van bedrijven, kennisinstellingen en overheden in de Brainport regio. Het doel is de positie als toptechnologieregio te behouden en versterken. Zij stimuleren en realiseren regionale en (inter-) nationale projecten en programma's, doen aan acquisitie en regio promotie en hebben contacten met MKB bedrijven over innovatie, financiering en bedrijfshuisvesting.

Naast Brainport development en Brainport International Programme (BIP) zijn er nog een aantal andere partijen waar Helmond en de Brainportregio op het netvlies staat, zoals de Brabantse Ontwikkelingsmaatschappij (BOM), BOM foreign investments en Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA). Deze partijen hebben internationale contacten en geven leads door aan onze accountmanagers. Die leads leiden tot resultaten, zoals vorig jaar tot de vestiging van Canpack in deze gemeente.

Ook in de netwerkstructuren als het MRE, het SGE en de Peel wordt op allerlei manieren samengewerkt, informatie gedeeld en geacquireerd. In het Stedelijk Gebied Eindhoven heeft dat bijvoorbeeld geleid tot de oprichting van het 1-loket, waar huisvestingsvragen van bedrijven van bovenregionaal niveau worden gedeeld, besproken en begeleid naar het bedrijventerrein of gemeente waar het bedrijf het beste past. Met het doel dat gemeenten ophouden met elkaar te beconcurreren, maar juist ervoor te zorgen dat elk bedrijf op de beste plek komt en dat het niet alleen meer is maar vooral ook beter. In de Peel zijn we aan de slag om met ondernemers en partners als het waterschap het innovatiehuis de Peel op te richten, juist om meer slagkracht te hebben, meer partijen en innovatieve ideeën met elkaar te kunnen verbinden.



Samenwerken loont

Voor de lange termijn wordt de gemeente gevraagd haar nek uit te steken en samen flexibel beleid te maken waar visie en strategie uit spreekt, zodat ondernemers er van op aan kunnen (betrouwbaar). Zonder zelf echt ondernemer te hoeven zijn is het nog steeds een enorme uitdaging om er continu voor te zorgen dat er een infrastructuur ontstaat die de mobiliteit van de ondernemers helpt en niet afremt.

Een stevig samen opgesteld acquisitie én/of accountmanagementplan waaruit ambitie spreekt draagt daar aan bij. Het is dan ook vanzelfsprekend dat we het acquisitieplan samen met het bedrijfsleven verder vorm geven en uitbouwen. Dit acquisitieplan zal in oktober in de commissie bestuur en economie worden gepresenteerd en deel uitmaken van de samenwerking in de Kracht van Helmond.