



TOHP

Talent Op Het Platteland – Toekomst Op Het Platteland

Jonge talenten verbinden aan Altena.

Versie 0.6

© Rijan van Leest

Inhoud

Inleiding	3
Het platteland anno 2015	4
De gevolgen van de braindrain.....	4
De regionale arbeidsmarkt.....	5
War on talent	5
De kennis van bedrijven.....	5
De lokale samenleving	6
TOHP	7
Doelen	8
Uitgangspunten	8
Doelgroepen.....	8
Onderbouwing.....	8
TOHP voor de jongeren.....	9
Online magazine	9
Halfjaarlijks papieren magazine	9
Social media.....	9
Activiteiten.....	9
TOHP voor organisaties	9
Partnerschap TOHP	9
Publiciteit	9
Vacaturebank	10
Netwerk	10
Kosten	10

De positieve effecten van TOHP	11
Bedrijven.....	11
Jongeren.....	11
De overheid	11

Inleiding

“Kennis vertrekt uit deze regio.”

“Onze talenten gaan aan de overkant naar school en gaan daar aan het werk.”

“Ik kan nauwelijks nog gekwalificeerd personeel vinden.”

In gesprekken met ondernemers en bestuurders in het Land van Heusden en Altena ving ik steeds meer signalen op dat hoogopgeleiden en specialisten vertrekken uit onze regio. Tijdens mijn trainingsritten op de racefiets door het Land van Heusden en Altena besepte ik dat ik wel graag in dit gebied woon. Het is groen, er is ruimte en toch zijn grote steden binnen een half uur te bereiken. Waarom zouden andere hoogopgeleiden dit niet willen? Waarom keren ze na hun studie niet terug? Zou er een manier zijn om onze talenten aan Altena te binden?

De afgelopen maanden ben ik op zoek gegaan naar antwoorden op deze vragen. Daaruit is het concept TOHP ontstaan. TOHP is een middel om de braindrain in landelijke gebieden te beperken. “Contact houden” vormt hierin de centrale gedachte.

In dit conceptboek leg ik uit wat de braindrain betekent voor ons gebied en hoe we met TOHP ervoor kunnen zorgen dat Altena zich verder kan ontwikkelen als “de groene kroon op Brabant”.

Rijan van Leest
Kloosterhof 13
4273 DX Hank
06 46 445 445
info@studiostelvio.nl

Het platteland anno 2015

Veel plattelandsgebieden kenmerken zich door een lager opleidingsniveau en een braindrain. Hoogopgeleide jongeren verlaten het gebied en slechts een klein deel¹ van hen keert terug naar hun roots.

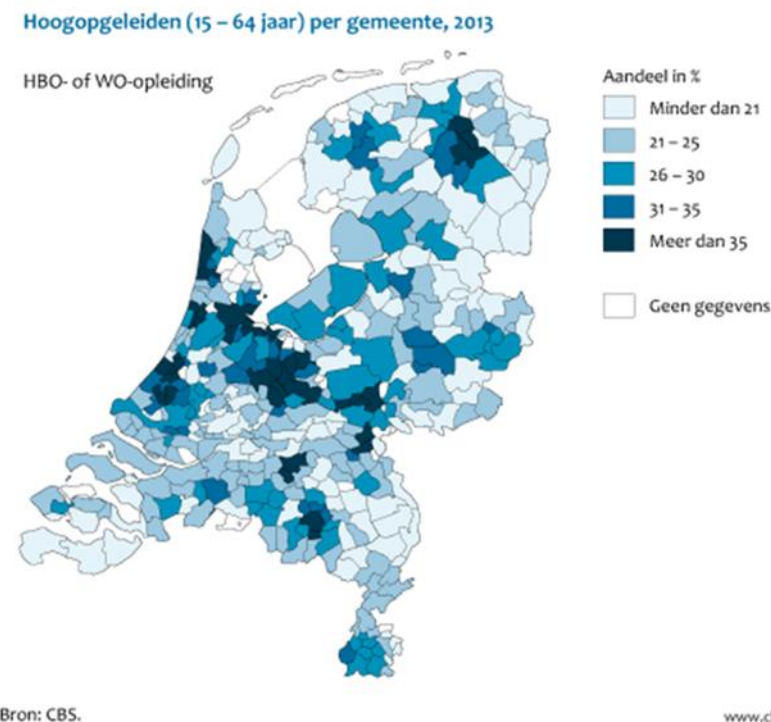
Het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) bevestigt de *braindrain* op het platteland. Uit het uitgebreide onderzoek Dorpenmonitor 2013 blijkt onder andere het volgende:

- Plattelandsbewoners zijn gemiddeld lager opgeleid dan stedelingen.
- Jongeren verlaten het platteland om in de stad hun kennis te vergaren. Na de studie keert slechts een klein deel terug. Een groeiend deel blijft (sub)urbaan wonen.
- Pas afgestuurde hoogopgeleiden vestigen zich waar de arbeidsmarkt ruim is, dus in het economische centrum.
- Hoogopgeleiden zetten zich samen met kerkgangers en mensen van middelbare leeftijd relatief veel in voor lokale doelen. Ze dragen tevens meer bij aan de economie. Hoogopgeleiden vertrekken uit krimpdorpen. Daarmee verdwijnt de zo noodzakelijke vitaliteit uit het dorp.

Uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) blijkt dat bijna drie op de tien 15- tot 65-jarigen hoogopgeleid is. De sterk verstedelijkte gemeenten hebben veelal de hoogst opgeleide bevolking. Het percentage hoogopgeleiden in de aangrenzende gemeenten ligt vaak ook boven het landelijke gemiddelde.

¹ In Zeeuws-Vlaanderen keert slechts een derde deel van de afgestudeerde hbo'ers en wo'ers terug.

Plattelandsgebieden, zoals Oost-Drenthe en Oost-Groningen, Zeeuws-Vlaanderen, Noord-Limburg en het Land van Heusden en Altena, scoren beneden het gemiddelde.



De gevolgen van de braindrain

Het vertrek van kennis van het platteland heeft invloed op:

- de regionale arbeidsmarkt
- de kennis van bedrijven
- de lokale samenleving

De regionale arbeidsmarkt

Diverse sectoren ontwikkelen zich buiten de Randstad. Bijvoorbeeld de maritieme sector in Werkendam en het luchtvaartcluster in Woensdrecht. Deze bedrijven krijgen hun vacatures voor hoogopgeleid personeel en vakspecialisten amper ingevuld.

Organisaties in plattelandsgebieden die op zoek zijn naar hoogopgeleid personeel dat zich betrokken toont en voelt bij de regio, geven eveneens aan moeite te hebben met het aantrekken van werknemers met deze eigenschappen.

War on talent

In september 2014 verscheen het ontwerpadvies “Brabant Metropoolstad”. Dit rapport werd op verzoek van de provincie Noord-Brabant ontwikkeld door de drie adviesraden SER Brabant, Provinciale Omgevingscommissie en Provinciale Raad Gezondheid.

In dit rapport wordt de braindrain van het platteland gezien als een bedreiging.

Citaat uit dit rapport:

“De demografische ontwikkeling (ontgroening) leidt tot een ‘war on talent’. Vraag is hoe de dreigende braindrain (vertrek kenniswerkers, hoogopgeleide Brabantse jongeren naar de

Randstad of het buitenland) kan worden ingedamd; ‘connectivity’² als leidend thema voor Brabant Metropool.”

De kennis van bedrijven

Voor bedrijven op het platteland is het lastiger om te beschikken over nieuwe kennis die vaak aanwezig is bij jonge hoogopgeleiden.

Bovendien gaan de komende jaren veel (late) babyboomers met pensioen. Als er geen geschikte opvolgers voor hen worden gevonden, wordt het moeilijk om hun kennis en vaardigheden voor het bedrijf te behouden.

In familiebedrijven staat de directie vaak op de werkvloer, waardoor innoveren en het actualiseren van kennis er vaak bij inschieten.

“Learn global, work local, stop the braindrain!”

- Jonge Democraten, Maastricht -

² Personen, data en vracht met elkaar verbinden.

De lokale samenleving

Hoogopgeleiden doen relatief veel aan vrijwilligerswerk of zetten zich op een andere manier in voor het dorp. Zij zijn belangrijke initiatiefnemers. Elke kern is daarom gebaat bij een evenwichtige bevolkingssamenstelling.

TOHP

TOHP ziet dat jonge hoogopgeleiden en vakspecialisten uit plattelandsgebieden aan de slag gaan in de stedelijke omgeving van hun mbo-instelling, hogeschool of universiteit. Daardoor ontstaat op het platteland een tekort aan gekwalificeerd personeel en raakt de bevolkingssamenstelling daar uit balans.

TOHP gelooft dat hoogopgeleide jongeren en het platteland elkaar kunnen versterken. Daarom moeten we ervoor zorgen dat zij verbonden blijven met onze regio.

TOHP hecht waarde aan kennis delen, mensen verbinden, persoonlijke en economische groei.

TOHP betekent Talent Op Het Platteland. TOHP heeft als tweede betekenis: Toekomst Op Het Platteland.

TOHP biedt een verbinding tussen jonge hoogopgeleiden en onze regio via een (online) magazine en (netwerk)bijeenkomsten.

*We leggen onze talenten niet aan de ketting, maar
aan een elastiek.*

Doelen

TOHP wil:

- jonge talenten aan de regio verbinden door hen te informeren over het gebied en elkaar;
- een ambitieuze studiecultuur creëren in de plattelandsgebieden.

Uitgangspunten

- verbinding met de regio
- laagdrempelig
- persoonlijke ontwikkeling
- sociale contacten

Doelgroepen

TOHP richt zich op **studenten** (minimaal MBO4-niveau) en **afgestudeerden t/m 30 jaar** die wonen en/of werken in het gebied of hun middelbareschooldiploma hebben behaald op een van de middelbare scholen in de regio.

TOHP richt zich ook op **onderwijs, overheid en ondernemers**. Door met hen samen te werken, kunnen we via TOHP de braindrain in ons gebied verlagen.

Onderbouwing

Dr. Victor Venhorst promoveerde met zijn onderzoek naar migratiestromen van hoogopgeleiden in studentensteden. Op de website www.binnenlandsbestuur.nl verscheen een interview met hem naar aanleiding van dit onderzoek. Daarin geeft hij o.a. het volgende advies:

“Misschien moet je als gemeente dus eens denken aan het opzetten van alumnibeleid voor middelbare scholieren, in plaats van aan het krampachtig proberen de brain drain te stoppen.”

TOHP voelt zich door deze uitspraak ondersteunt in haar idee om jongeren van 16 t/m 30 jaar te binden aan plattelandsgebieden. De jongeren houden zo contact met hun roots en krijgen inzicht in de kansen en uitdagingen die het platteland hen te bieden heeft.

TOHP voor de jongeren

Online magazine

Deze website brengt relevant nieuws over Altena en haar ondernemende en studerende jongeren. Bijvoorbeeld:

- bijzondere projecten van studenten, bedrijven of overheid
- evenementen
- woningbouw
- vacatures

Halfjaarlijks papieren magazine

Dit magazine zal geen kopie zijn van de website, maar meer diepgang bieden. Er zal o.a. veel ruimte gereserveerd zijn voor inspirerende interviews met jongeren, niet alleen uit Altena.

Social media

Twitter en Facebook zetten we in om onze volgers te attenderen op onze activiteiten en nieuwsberichten op de website.

Activiteiten

TOHP Alumni organiseert ook activiteiten, zoals symposia, bedrijfsbezoeken, trainingen en seminars. Zo ontdekken de jonge talenten welke professionele mogelijkheden zij hebben op het platteland.

TOHP voor organisaties

Partnerschap TOHP

TOHP verbindt zich graag aan bedrijven, overheid en onderwijs. Daarvoor heeft TOHP het Partnerschap ontwikkeld. Als partner van TOHP profiteert u van het groeiende bereik van TOHP en van de vele voordelen die het Partnerschap biedt. TOHP biedt het Partnerschap aan op twee niveaus in twee prijsklassen.

Publiciteit

Via ons (online) magazine en onze sociale media kunt extra publiciteit genereren voor uw organisatie. Dat kan via advertenties, advertorials of redactionele artikelen.

Ook het gezamenlijk organiseren van een activiteit, levert u publiciteit op via deze kanalen en uiteraard tijdens de activiteit.

Partnerschap A & B	Exclusief voor Partnerschap B
<ul style="list-style-type: none">• Evenementen Uw evenementen die relevant zijn voor onze jonge talenten, plaatsen wij graag op onze website.• Nieuws Uw nieuws dat relevant is voor de jonge hoogopgeleiden uit Altena, plaatsen wij graag op onze website.	<ul style="list-style-type: none">• Profiel Uw organisatie wordt gepresenteerd op een profielpagina op onze website.• Redactioneel artikel Twee maal per jaar verschijnt het Altena Alumni Magazine. Daarin wordt ook een artikel over uw organisatie opgenomen. Het magazine wordt verspreid onder onze talentvolle jongeren en

	<p>TOHP-partners.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Social media Uw relevante nieuwsberichten worden ook via Facebook en Twitter onder de aandacht gebracht. • Logo Uw logo op de openingspagina van onze website.
--	---

Vacaturebank

Op onze website verschijnen vacatures van onze partners. U bereikt hierdoor meer jonge hoogopgeleiden uit de regio dan via de reguliere kanalen. De vacaturebank is daarom niet alleen geschikt voor vaste banen, maar ook voor bijbanen, stageplaatsen en vrijwilligerswerk.

Partnerschap A & B	Exclusief voor Partnerschap B
<ul style="list-style-type: none"> • Onbeperkt vacatures plaatsen Organisaties die geen partner van Altena Alumni zijn, betalen € 199 euro per vacature. 	<ul style="list-style-type: none"> • Extra promotie Vacatures worden extra onder de aandacht gebracht via onze social media.

Netwerk

U bent onderdeel van een groot netwerk van organisaties en jonge hoogopgeleiden en vakmensen in de regio. TOHP organiseert regelmatig activiteiten voor dit netwerk. Bovendien toont u door het ondersteunen van TOHP uw maatschappelijke betrokkenheid.

Partnerschap A & B	Exclusief voor Partnerschap B
<ul style="list-style-type: none"> • Netwerk Toegang tot netwerkactiviteiten van TOHP. 	

Kosten

Naast een jaarlijkse financiële bijdrage, zullen wij u soms ook vragen uw tijd, kennis en netwerk aan ons beschikbaar te stellen. Deze zijn namelijk onmisbaar voor TOHP Altena.

De financiële bijdrage is nog nader te bepalen.

De positieve effecten van TOHP

Wat levert TOHP eigenlijk op?

Bedrijven

- kunnen zich via TOHP profileren als een aantrekkelijke werkgever;
- bereiken via de vacaturebank specifiek de doelgroep van jonge hoogopgeleiden uit onze regio. Zij hebben daardoor een grotere kans vacatures in te vullen met werknemers die dezelfde “taal” spreken, de cultuur begrijpen en de hoge arbeidsmoraal delen;
- kunnen gebruikmaken van de frisse kennis en vaardigheden van de hoogopgeleide jongeren;
- het behoud van hoogopgeleiden voor de regio zal een positief effect hebben op het ondernemersklimaat in Altena (zie overheid).

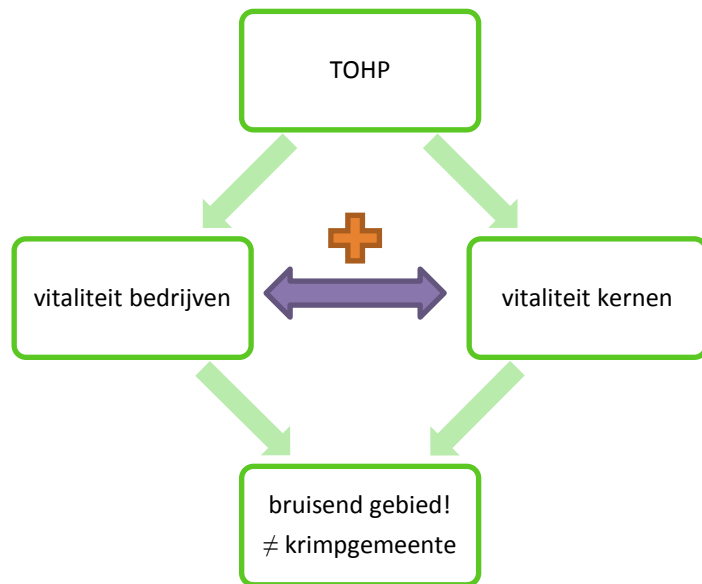
Jongeren

- profileren zich via TOHP als een interessante werknemer;
- vormen met hun actuele kennis en vaardigheden de spil van innovatieprojecten en leveren zo een bijdrage aan de ontwikkeling van het gebied;
- krijgen inzicht in de toekomstmogelijkheden in een vertrouwde landelijke omgeving;

- blijven op de hoogte van de ontwikkelingen in Altena en van hun generatie.

De overheid

- draagt via TOHP bij aan de vitaliteit van de bedrijven. Dit heeft positieve effecten op de werkgelegenheid en de leefbaarheid;
- draagt via TOHP bij aan de vitaliteit van de dorpen. Hoogopgeleiden hebben immers een positieve invloed op de sociale en economische conditie van dorpen;
- creëert door bovengenoemde effecten een aantrekkelijk ondernemers- en leefklimaat in de regio. Op termijn levert dat meer werkgelegenheid en meer inkomsten voor de overheid op;
- voorkomt zo dat gemeenten zich (verder) ontwikkelen tot krimpgemeente;
- kan zich via TOHP profileren als een aantrekkelijke werkgever;
- bereikt via de vacaturebank specifiek de doelgroep van jonge hoogopgeleiden uit onze regio. Zij heeft daardoor een grotere kans vacatures in te vullen met werknemers die dezelfde “taal” spreken, de cultuur begrijpen en de hoge arbeidsmoraal delen;
- kan gebruikmaken van de frisse kennis en vaardigheden van de hoogopgeleide jongeren;



TOHP heeft een positief effect op de vitaliteit van bedrijven en kernen. Zij versterken elkaar echter ook. Het gebied komt daardoor in een opwaartse spiraal.