

Alle wegen leiden naar Utrecht

De kennis- en draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht



Christiaan de Goeij
3186539

Begeleider:
Prof. Dr. Oedzge Atzema

Datum:
17-05-2012



Universiteit Utrecht

Alle wegen leiden naar Utrecht

De kennis- en draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht

Christiaan de Goeij
3186539

Begeleider:
Prof. Dr. Oedzge Atzema

Datum:
17-05-2012



Universiteit Utrecht

Contact:
chrisdegoeij@hotmail.com

Foto's omslag:
Boven: Onderzoeker op UMCU (Bron: www.zorginbeeld.nl)
Onder: Snelwegenknooppunt Oudenrijn (Bron: www.canonro.nl)

Voorwoord

Met het afronden van deze masterthesis, rond ik tevens ook mijn studieperiode af. Ik kijk terug op een mooie periode, waarin ik veel geleerd heb. Tijdens mijn bachelor heb ik al redelijk wat ervaring op kunnen doen met onderzoeken. In mijn master heb ik deze vaardigheid echter een stuk verder kunnen ontwikkelen, wat deze thesis ten goede is gekomen.

Dit onderzoek is in wezen een vervolg op een onderzoek dat ik, samen met een medestudent, in een stage bij de Kamer van Koophandel Midden-Nederland heb gedaan (zie kader 1, blz. 23). Om tot resultaten te komen zijn interviews met 36 bedrijven, verdeeld over zes bedrijvenclusters, gedaan. In het Kamer van Koophandel rapport zijn de resultaten per cluster besproken. In dit onderzoek worden verschillen tussen ondernemingen echter niet gezocht in het cluster waar ze bij horen, maar in de bedrijfskenmerken. Beide onderzoeken bespreken in grote lijnen dezelfde onderwerpen, maar hebben een hele andere insteek. Daarom zie ik deze masterthesis als een mooie aanvulling op het Kamer van Koophandel rapport.

In het hele proces dat is voorafgegaan aan het schrijven van deze masterthesis heb ik hulp gehad van verschillende kanten. Ik wil dit voorwoord gebruiken om een woord van dank uit te spreken naar de personen die mij het meest hebben geholpen in dit proces.

Ten eerste wil ik prof. dr. Oedzge Atzema bedanken, de begeleider van mijn masterthesis. In de beginfase heb ik verschillende ideeën gehad over de uitvoering, maar door het meedenken van Oedzge Atzema zijn deze ideeën een stuk concreter geworden. Dit heeft er voor gezorgd dat het onderzoek een heldere structuur heeft gekregen, waardoor het veel aan kwaliteit heeft gewonnen.

Omdat deze thesis voortbouwt op het onderzoek dat ik in mijn stage bij de Kamer van Koophandel Midden-Nederland heb gedaan, wil ik ook de mensen die bij deze stage betrokken waren bedanken. Het onderzoek dat ik bij de KvK heb geschreven, heb ik samen met Simone Holvast gedaan. Simone is een erg prettig persoon om mee samen te werken, met wie ik goed kan sparren. Ook tijdens het schrijven van deze thesis is haar feedback mij ten goede gekomen.

Tenslotte ben ik ook zeker een woord van dank verschuldigd aan mijn twee begeleiders bij de Kamer van Koophandel, dr. Martin Hessels en msc Jan Dinnissen. Zij hebben mij altijd met veel enthousiasme begeleid en het vertrouwen gegeven om grote onderzoeken als deze op een goede wijze af te sluiten.

Inhoudsopgave

Samenvatting	6
1. Inleiding	8
1.1 Aanleiding	8
1.2 Utrecht: kenniseconomie en draaischijfeconomie	8
1.3 Probleemstelling en conceptueel model	13
1.4 Waardering kennis- en draaischijfeconomie	14
1.5 Bedrijfskenmerken	18
1.6 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie	23
1.7 Opbouw	24
2. Methodologie	25
2.1 Interviews	25
2.2 Bedrijfspopulatie	25
2.3 Dataverwerking	27
3. Relevante aspecten van de kennis- en draaischijfeconomie	28
3.1 Kenniseconomie	28
3.2 Draaischijfeconomie	32
3.3 Belang en waardering	35
3.4 De vier groepen	37
3.5 Conclusie	38
4. Bedrijfskenmerken	39
4.1 Omvang	39
4.2 Locatie	40
4.3 Functie	41
4.4 Activiteit	42
4.5 Eigendom	43
4.6 Ruimtelijk schaalniveau	44
4.7 Conclusie	45
5. Conclusie	48
Literatuur	50
Bijlagen	53
1: Vragenlijst interviews	53
2: Utrecht centraal in het Nederlandse snelwegennetwerk	58
3: Utrecht centraal in het Nederlandse spoorwegennetwerk	59
4: BRU gebied binnen provincie Utrecht	60
5: Werkgebied Kamer van Koophandel Midden-Nederland	61

Samenvatting

De stadsregio Utrecht is door haar centrale ligging in het land een knooppunt van snelwegen en spoorwegen. Alle delen van Nederland zijn relatief goed bereikbaar vanaf Utrecht en hierdoor wordt de stadsregio ook wel de draaischijf van het land genoemd. Grote snelwegen als de A2, A12, A27 en A28 kruisen elkaar in de regio. Daarnaast is treinstation Utrecht Centraal het belangrijkste knooppunt voor treinverkeer in Nederland. Ook luchthaven Schiphol is relatief dichtbij. Door de centrale ligging en bereikbaarheidsvoordelen wordt Utrecht ook wel omschreven als 'ontmoetingspunt van Nederland'. Naast de rol van draaischijf van Nederland wordt ook de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht steeds meer erkend. De regio Utrecht heeft de meest hoogopgeleide beroepsbevolking van het land. Binnen de regio bevinden zich kennisinstellingen als de Universiteit Utrecht, Nyenrode Business Universiteit en diverse hogescholen, en is de kennisintensieve bedrijvigheid goed vertegenwoordigd.

In dit onderzoek wordt gekeken naar het belang dat bedrijven hechten aan de kennis- en draaischijfeconomie en welke bedrijfskenmerken een rol spelen bij deze waardering. De importantie van de kennis- en draaischijfeconomie voor bedrijven, is gemeten op basis van het belang van en de waardering voor verschillende aspecten. De kennisaspecten zijn kennisrelaties tussen bedrijven onderling en kennisrelaties met kennisinstellingen, de hoogopgeleide beroepsbevolking, beleid en ICT infrastructuur. De draaischijfaspecten zijn bereikbaarheid per auto en bereikbaarheid per openbaar vervoer, waarbij een onderscheid gemaakt kan worden tussen woon-werkverkeer en bereikbaarheid ten opzichte van klanten en relaties. Verder gaat het om de nabijheid van Schiphol en de rol van Utrecht als ontmoetingsplek. Er zijn zes verschillende bedrijfskenmerken waar naar gekeken wordt: omvang, locatie, functie, activiteit, eigendom en schaal van relaties. Omvang wordt gemeten in aantal werknemers. Bij locatie gaat het er om of een bedrijf al dan niet op een bedrijventerrein is gevestigd. Het bedrijfskenmerk functie maakt een onderscheid tussen hoofdkantoren en nevenvestigingen, terwijl het er bij activiteit om gaat of een bedrijf breed georiënteerd of gespecialiseerd is. Bij eigendom is er een onderscheid tussen buitenlandse bedrijven en Nederlandse bedrijven. Bij het laatste bedrijfskenmerk, ruimtelijk schaalniveau, kan het gaan om een regionaal of een bovenregionaal schaalniveau waarop een bedrijf actief is.

De resultaten uit de interviews die zijn gedaan, laten zien dat een merendeel van de bedrijfspopulatie belang hecht aan de Utrechtse draaischijfeconomie. Ongeveer de helft van de bedrijven hecht belang aan de kenniseconomie. Bereikbaarheid per auto is het draaischijfaspect wat het meest van belang is, maar door congestieproblemen in de regio niet het beste wordt gewaardeerd. Daarbij gaat het ten eerste om woon-werkverkeer en ten tweede om bereikbaarheid ten opzichte van klanten en relaties. Bereikbaarheid per openbaar vervoer is niet van opvallend groot belang. Het belang van Utrecht als ontmoetingsplek wordt door redelijk veel bedrijven ingezien, dit aspect wordt ook goed gewaardeerd. Voor een klein aantal bedrijven is de nabijheid van Schiphol belangrijk. De waardering voor dit aspect is door verbeterde bereikbaarheid over de A2 goed. Het belangrijkste en best gewaardeerde kennisaspect is de hoogopgeleide beroepsbevolking. Daarna volgen kennisrelaties, ten eerste met kennisinstellingen en ten tweede met andere bedrijven. ICT infrastructuur speelt geen grote rol van betekenis. Beleid is voor sommige bedrijven wel belangrijk voor hun kenniscreatie, maar wordt niet door alle bedrijven even positief gewaardeerd.

De bedrijfskenmerken die het meest relevant zijn voor het verklaren van het belang dat bedrijven hechten aan de draaischijfeconomie en kenniseconomie zijn omvang en ruimtelijk schaalniveau. Grote bedrijven hebben meer ruimte voor kennisrelaties, zowel met andere bedrijven als kennisinstellingen, en zowel binnen als buiten de regio. Ruimtelijk schaalniveau is uiteraard van invloed op waar bedrijven hun kennisrelaties hebben, binnen of buiten de regio. Bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau profiteren meer van de draaischijfeconomie dan bedrijven met een regionaal schaalniveau. Bedrijven die binnen de regio werken hoeven namelijk geen grote afstanden af te leggen voor het bereiken van klanten en relaties. Het kan wel zijn dat hun werknemers uit andere delen van het land komen, woon-werkverkeer is voor regionale bedrijven daarom relevanter. Voor bovenregionaal werkende bedrijven geldt echter dat de centrale ligging hen bereikbaarheidsvoordelen oplevert voor werknemers en voor klanten en relaties. Het hogere ruimtelijke schaalniveau van hoofdkantoren is een reden waarom zij meer profiteren van de draaischijfeconomie dan nevenvestigingen. Wat buitenlandse bedrijven onderscheid van Nederlandse is het belang dat zij hechten aan de nabijheid van Schiphol. Het bedrijfskenmerk activiteit heeft weinig invloed op de waardering voor draaischijf- en kenniseconomie. Verder blijkt dat bedrijven gevestigd op bedrijventerreinen aanzienlijk meer waarde hechten aan draaischijfaspecten dan bedrijven elders gevestigd. Voor de ondernemingen op bedrijventerreinen zijn de kennisaspecten een stuk minder relevant.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Door de centrale ligging in Nederland is de stadsregio Utrecht een belangrijk knooppunt van autowegen en snelwegen. Hierdoor wordt Utrecht ook wel de draaischijf van Nederland genoemd. Vanaf Utrecht zijn alle delen van het land relatief goed bereikbaar. Dit zorgt ervoor dat Utrecht economisch gezien een nationale rol heeft. In *Pieken in de Delta* (2004) wordt Utrecht door haar centrale ligging als centrum van de nationaal georiënteerde zakelijke dienstverlening omschreven. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld Amsterdam, dat wordt omschreven als een stad met een soortgelijk economisch profiel, maar met een meer een internationale rol. Er wordt momenteel veel gedaan om de rol van Utrecht als draaischijf te versterken. Te denken valt aan de grootschalige verbouwing van treinstation Utrecht Centraal en de verbreding van de A2. Belangrijke economische processen lijken echter steeds meer op internationale schaal voor te komen. Lokale-globale combinaties van economische activiteit doen zich vaker voor, bijvoorbeeld rondom de luchthavens van Schiphol en Eindhoven die ervoor zorgen dat redelijk snel met mondiale economische partners in contact kan worden gekomen (Atzema et.al., 2008). Hoewel Utrecht nationaal gezien een duidelijke centrale ligging heeft, is de internationale positie minder geprononceerd. Als men in de regio Utrecht op zoek gaat naar een meer internationaal profiel dan komt al gauw de kenniseconomie bovendien. De kenniseconomie is immers per definitie internationaal georiënteerd.

Met de slogan “Utrecht, centrum voor Kennis en Cultuur” geeft de stadsregio Utrecht aan de ambitie te hebben om het creatief cognitieve aspect van de regionale economie te versterken. Dit is niet alleen een zaak van de onderwijs en culturele instellingen zelf, maar ook van het bedrijfsleven. Kennisvalorisatie staat tegenwoordig voorop. Binnen het bedrijfsleven gaat het verder niet alleen om de zogeheten creatieve en kennisintensieve bedrijvigheid, maar in principe om alle bedrijven. Innovatie en kennis bieden immers voor alle bedrijven de beste mogelijkheden om in de huidige en toekomstige economie te overleven. Niettemin hanteert de regio een clusterstrategie, waarbij bepaalde sectoren in het bijzonder beleidsaandacht krijgen. In dit onderzoek wordt gekeken in hoeverre de betekenis van de draaischijfeconomie en de kenniseconomie verschilt voor deze regionaal aanwezige clusters van bedrijvigheid.

1.2 Utrecht: kenniseconomie en draaischijfeconomie

In deze paragraaf wordt ingegaan op de begrippen draaischijfeconomie en kenniseconomie. Er worden drie kernkwaliteiten van de stadsregio Utrecht genoemd. Twee van deze kernkwaliteiten, de kenniseconomie en de draaischijfeconomie, staan in dit onderzoek centraal en worden daardoor in meer detail besproken.

Kenniseconomie en draaischijfeconomie

De kenniseconomie is een term die in het afgelopen decennium veel gebruikt is door overheidsinstanties. In toenemende mate geldt dat kennis als belangrijkste grondstof en doorslaggevende concurrentiefactor in de economie wordt gezien (Raspe et. al., 2004, p. 130). De Nederlandse overheid en de EU proberen te focussen op het behalen van economische groei en welvaart door op de kenniseconomie in te zetten. Zowel in beleid als wetenschappelijke publicaties heeft de kenniseconomie veel aandacht gekregen. Zo kwam het onderwerp duidelijk naar voren in de Europese Lissabon Strategie van 2000 en de EU 2020 Strategie. En binnen Nederland bijvoorbeeld in *Pieken in de Delta* (2004) en de *Bedrijfsleven Nota* (2011). De Wereldbank definieert de kenniseconomie als ‘een economie die kennis effectief gebruikt voor haar economische en sociale ontwikkeling’ (Raspe et. al., 2004, p. 20). De Organisatie voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling beschrijft het als ‘een economie die direct gebaseerd is op de productie, distributie en het gebruik van kennis en

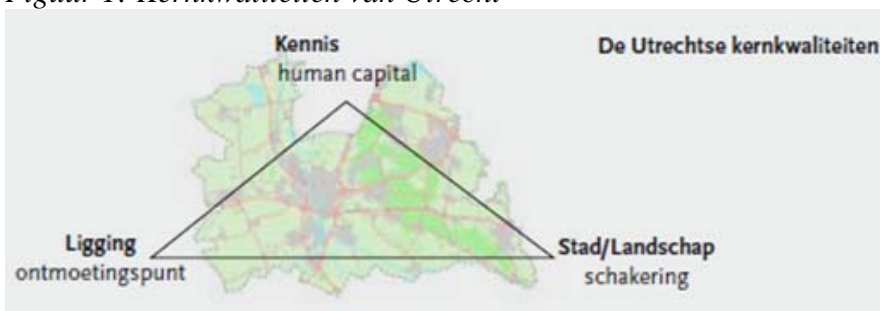
informatie' (OECD, 1996). Belangrijk in de kenniseconomie is het gebruik van kennis in interactieve relaties tussen partijen. Die interactieve kennisrelaties worden ingezet bij het produceren en gebruiken van goederen en diensten, vanaf het eerste idee tot en met het gebruik van eindproducten (Raspe et. al., 2004, p. 7). Later in het hoofdstuk zal verder worden ingegaan op interactieve kennisrelaties. Andere zaken die in een kenniseconomie van belang zijn, zijn de aanwezigheid van kennisintensieve bedrijvigheid en kenniswerkers, welke ook later in dit hoofdstuk aan bod zullen komen.

Bij de draaischijfeconomie gaat het om centrale ligging. Bedrijven letten vooral op de kostenvoordelen die hieruit behaald kunnen worden. Doordat Utrecht vanaf alle delen van het land relatief goed bereikbaar is kan dit gunstig zijn voor de reistijd van werknemers en naar klanten. Hiermee kunnen bijvoorbeeld transportkosten verminderd worden. Transport is altijd belangrijk geweest in de ruimtelijk economische infrastructuur van steden. Transportkosten lijken echter aan belang te verliezen door de opkomst van de kenniseconomie. Zo spreekt Cairncross (1997) van de 'death of distance' door de invloed van internet. ICT netwerken lijken meer en meer een substituum te zijn geworden voor fysieke transportverbindingen waardoor verschillen tussen gebieden kunnen verkleinen. De ICT netwerken zijn belangrijk voor de huidige informatie economie waarin het verkrijgen en de snelle doorgift van informatie van groot belang zijn. Maar juist doordat transportkosten aan belang verloren lijken te hebben, is het relatieve belang van andere vormen van transactiekosten groter geworden. Met betrekking tot transactiekosten spelen zoek- en onderhandelingskosten en het afdwingen en naleven van afspraken een centrale rol. ICT reduceert deze kosten niet tot nul, deze transactiekosten blijven nadrukkelijk verbonden aan geografische ligging (Van Oort & Raspe, 2005). Volgens Jacobs (1999) wordt in een kenniseconomie de behoefte aan transport juist versterkt, omdat door e-mail contact de hoeveelheid face-to-face contact toeneemt. Als het gaat om menselijke netwerken is persoonlijk contact nog steeds belangrijk.

Kernkwaliteiten van Utrecht

In 'Economische Visie provincie Utrecht 2020' (2011), een rapport waarin de provincie een strategische analyse voor de toekomst geeft, worden een aantal sterktes van Utrecht genoemd. Dit zijn ten eerste de grote concentratie aan opleidings- en kennisinstellingen en de hoog opgeleide beroepsbevolking, ten tweede de stedelijkheid, cultuur en historie en de aantrekkelijke en gevarieerde landschappen en tenslotte de knooppuntpositie in het hart van Nederland, in de Randstad en vlakbij Schiphol. Dit is te vertalen in drie kernkwaliteiten van de regio (zie figuur 1): kennis (concentratie aan opleidings- en kennisinstellingen en hoogopgeleide beroepsbevolking), centrale ligging (de knooppuntpositie) en de kwaliteit van stad en landschap (stedelijkheid, cultuur en historie en kwaliteit en diversiteit landschappen).

Figuur 1: Kernkwaliteiten van Utrecht



Bron: Provincie Utrecht (2009).

In het Economisch Profiel Utrecht, een beleidsrapport van de gemeente Utrecht uit 2010, wordt de kwaliteit van stad en landschap als volgt omschreven:

“De Utrechtse regio combineert (Rand)stedelijke allure met een grote landschappelijke verscheidenheid. De stad Utrecht is met haar diverse wijken, haar historische centrum, haar menselijke schaal, de vele maatschappelijke en culturele voorzieningen én de nabijheid van Heuvelrug, plassengebied en Groene Hart voor velen een bijzonder aangename, diverse woonstad.”

De kwaliteit van stad en landschap, en ook cultuur, hebben vooral een ondersteunende functie voor de regionale economie. Het maakt dat bedrijven het gebied als aantrekkelijk ervaren en hoogopgeleiden ook sneller in de regio willen (blijven) wonen.

In dit onderzoek draait het echter om de kennis en centrale ligging van de regio. De centrale ligging maakt de stadsregio relatief goed bereikbaar vanuit alle delen van Nederland en geeft de regio de functie van ontmoetingsplek. Aanwezigheid van de universiteiten en hogescholen kunnen bedrijven voordelen opleveren in de vorm van samenwerkingsverbanden die voor verdere kennisontwikkeling zorgen. De hoogopgeleide beroepsbevolking van de regio is verder voor hen een gunstige arbeidsmarktomstandigheid.

De regionale economie heeft met de kennis- en draaischijfeconomie dus twee belangrijke troeven in de hand. De vraag die in deze thesis centraal staat is hoe de regio deze twee troeven het best kan uitspelen. De kennis- en draaischijfeconomie van Utrecht sluiten elkaar immers niet uit. Zo kan het zijn dat de primaire vestigingsreden van een bedrijf de centrale ligging van de regio is, maar dat het bedrijf ook veel voordelen haalt uit de hoogopgeleide beroepsbevolking in de regio. In deze paragraaf worden beide kernkwaliteiten besproken onder de kopjes ‘Utrecht en haar kenniseconomie’ en ‘Utrecht en haar draaischijfeconomie’.

Utrecht en haar kenniseconomie

De voordelen die bedrijven halen uit gevestigd zijn in Utrecht beperken zich niet tot de centrale ligging. De kenniseconomie van de stadsregio Utrecht wordt steeds meer erkend. Met de in paragraaf 1.1 genoemde slogan wil de regio het economische belang van kennis onderstrepen. De aanwezigheid van de Universiteit Utrecht (UU) zorgt ervoor dat de regio gemeten naar aantallen studenten de grootste universiteit van Nederland heeft. Tevens scoort de UU op de ranglijst van 's werelds sterkste universiteiten van Times Higher Education als beste van alle Nederlandse universiteiten (Times Higher Education, 2011). Daarnaast is er de aanwezigheid van Nyenrode Business Universiteit en van diverse hogescholen. Bij kenniscentrum de Uithof zoeken bedrijven samenwerking met de aanwezige kennisinstututen. Door deze samenwerking ontwikkelt de Uithof zich tot een locatie voor zowel onderwijs en onderzoek als voor kennisintensieve bedrijven: het Utrecht Science Park (Provincie Utrecht, 2011).

De regio Utrecht heeft de meest hoogopgeleide beroepsbevolking van Nederland (CBS, 2010). In tabel 1 is het opleidingsniveau in de gemeente Utrecht en in de provincie Utrecht te zien, ten opzichte van andere grote steden en de rest van Nederland. Van de grote vier steden in Nederland heeft Utrecht met 56% van de beroepsbevolking het hoogste aandeel hoogopgeleiden. Zeker in vergelijking met Rotterdam (39%) en Den Haag (33%) is dit een zeer hoog percentage. De provincie Utrecht als geheel scoort met 41% wat lager dan de gemeente Utrecht. Toch is dit gemiddelde een stuk hoger dan het gemiddelde voor Nederland als geheel (Gemeente Utrecht, 2010). De eerdergenoemde kwaliteit van stad en landschap draagt er aan bij dat studenten in de regio willen blijven wonen en in de regio naar werk zoeken. Daarom zijn deze ‘quality of life’ aspecten van de stadsregio een belangrijke verklarende factor voor de hoogopgeleide beroepsbevolking.

Tabel 1: Opleidingsniveau in (provincie) Utrecht

Beroepsbevolking naar opleidingsniveau (2007)				
	laag	middelbaar	hoog	totaal
Utrecht	16%	27%	56%	100%
Amsterdam	15%	33%	52%	100%
Rotterdam	23%	38%	39%	100%
Den Haag	28%	39%	33%	100%
provincie Utrecht	19%	39%	41%	100%
Nederland	24%	45%	32%	100%

Bron: CBS Statline

Innovatieve sectoren zijn goed vertegenwoordigd in de regio. Voorbeelden zijn de ICT sector, life sciences en de gaming industrie. De werkgelegenheid in Utrecht komt in de komende jaren meer in het teken van de kenniseconomie te staan. Er wordt namelijk voorspeld dat de werkgelegenheidsstructuur als gevolg van sectorale verschuivingen in de richting van meer kennisintensieve bedrijvigheid gaat verschuiven. In sectoren waar het aantal hoogopgeleiden laag is, zoals nijverheid en de agrarische sector, wordt namelijk verwacht dat de werkgelegenheid afneemt. Dit terwijl in sectoren waar het aantal hoogopgeleiden hoog is, zoals de gezondheidszorg, de werkgelegenheid verwacht wordt toe te nemen. Het aantal banen voor de hoogopgeleide beroepsbevolking zal hierdoor groter worden (Atzema et. al., 2008).

De centrale ligging is belangrijk voor de kenniseconomie van de stad. Het Bestuur Regio Utrecht (2008) ziet de regio mede door haar centrale ligging als ontmoetingsplaats van talent, en ziet hierdoor kansen voor De Uithof om dé spil van de Randstedelijke kenniseconomie te worden. De centrale ligging helpt om studenten en hoogopgeleide werknemers van alle delen van Nederland naar de stadsregio Utrecht te halen. Dit toont aan dat de draaischijfeconomie een aanvullende werking heeft op de kenniseconomie van de regio.

Utrecht en haar draaischijfeconomie

De economie van Utrecht is in de laatste decennia steeds meer van nationale betekenis geworden. De draaischijfeconomie van Utrecht is hiervoor belangrijk geweest. In de stadsregio kruisen verschillende belangrijke snelwegen elkaar. Er zijn twee belangrijke aders die samenkomen in Utrecht: de west-oost verbinding van de mainports en de Randstad naar Duitsland en Oost-Europa, en de noord-zuid verbinding van Amsterdam naar Eindhoven, Breda, Frankrijk en Zuid-Europa.

Het treinstation Utrecht Centraal is het belangrijkste knooppunt voor treinverkeer in Nederland. Ook veel internationale treinen stoppen in Utrecht, al is de HSL voorlopig een investering die aan de regio voorbijgaat. Deze centrale ligging en goede ontsluitingen en bereikbaarheid zijn voor veel bedrijven belangrijke redenen om zich in Utrecht te vestigen. Voor nationaal werkende bedrijven is Utrecht een goede plek om het hele land te bedienen. Dit is vooral gunstig qua kostenvoordelen die behaald kunnen worden. De ligging kan ervoor zorgen dat de gemiddelde afstand tot relaties verminderd wordt. Kostenvoordelen die hier uit komen zijn er bijvoorbeeld in de zin van minder reistijd en transportkosten. Tevens kan het ook leiden tot opbrengstenvoordelen doordat informatiewinst kan ontstaan als bedrijven dichterbij de klant, toeleverancier en/of concurrent gevestigd zijn.

Door de centrale ligging en de bereikbaarheidsvoordelen wordt de stadsregio vaak omschreven als het 'ontmoetingspunt van Nederland'. Het maakt de regio bij uitstek een goede plek voor congres- en beursfaciliteiten (denk aan de Jaarbeurs), maar ook voor overige voorzieningen als onderwijsinstellingen, winkels, horeca, musea etc. (Provincie Utrecht,

2011). De centrale ligging van de stadsregio in Nederland heeft ervoor gezorgd dat vele bedrijven hier hun nationale centrum hebben gevestigd. Volgens het Bestuur Regio Utrecht (2005) geeft dit de regio in aansluiting op de functie als ontmoetingspunt ook een functie als gastheer van de Nederlandse samenleving, omdat het ervoor zorgt dat dagelijks vele mensen naar de regio komen voor hun werk, een college, een vergadering een bezoek aan een winkel, een beurs, een concert of een museum (Bestuur Regio Utrecht, 2005).

Vanwege de centrale ligging is bereikbaarheid een essentieel thema in de economie van de stadsregio. In de Nota Ruimte van de Rijksoverheid zijn de transportassen die een centrale rol in de nationale bereikbaarheid spelen als 'Triple A-verbindingen' aangeduid. Twee van de drie van dit type verbindingen lopen door de regio: de A2 en de A12. Aan de oostkant van de gemeente Utrecht zijn de A27 en A28 belangrijke transportassen. Naast snelwegen komen ook veel belangrijke spoorlijnen samen in de regio, wat treinstation Utrecht Centraal de belangrijkste 'railport' van Nederland maakt waar jaarlijks meer passagiers worden verwerkt dan op luchthaven Schiphol (Bestuur Regio Utrecht, 2005). In bijlage 2 en 3 is de centrale positionering van Utrecht in het Nederlandse snelwegen- en spoorwegennetwerk te zien.

Het samenkomen van belangrijke snelwegen in de stadsregio wordt door veel bedrijven als groot voordeel gezien. Maar de aanwezigheid van deze verbindingssaders kent ook zijn nadelen. Congestie op de snelwegen is een belangrijk probleem. De verbreding van de A2 heeft hier verbetering in gebracht, maar op de andere snelwegen blijven problemen bestaan.

De centrale ligging in Nederland heeft er voor gezorgd dat er veel bedrijven de keuze maakten om hun nationale centrum in de regio te vestigen. Economische activiteiten in de regio worden in onderzoek voornamelijk aan een nationaal schaalniveau gekoppeld. Dit heeft alles van doen met de ligging, die de regio een schakelpunt maakt tussen de Randstad en de rest van Nederland. Hierdoor is het een goede uitvalsbasis voor contactintensieve ondernemingen met een afzetmarkt die nationaal van schaal is. Internationaal gezien is de centrale ligging van Utrecht in Nederland minder relevant. Dit is een reden waarom het bedrijfsleven in Utrecht in vergelijking met steden als Amsterdam en Rotterdam ook weinig internationaal georiënteerd is (Musterd & De Pater, 1992). Een voordeel voor de stadsregio is echter wel dat luchthaven Schiphol relatief dichtbij zit. De internationaal georiënteerde bedrijven in de regio hebben hier profijt van, wanneer buitenlandse relaties bij hen op bezoek willen komen of andersom.

Figuur 2: Utrecht als kruispunt van snelwegen



Bron: <http://farm4.static.flickr.com>

Uit de resultaten afkomstig uit interviews die zijn gedaan kan worden afgeleid wat het belang van de kennis- en draaischijfeconomie is voor bedrijven. Het belang van beide functies is grofweg te meten op basis van twee zaken: de aard en intensiteit van relaties die bedrijven onderhouden in de stadsregio Utrecht en de locatiefactoren waar de bedrijven belang aan hechten. In paragraaf 1.4 wordt een meer uitgebreide uitleg gegeven over hoe kennis- en draaischijfeconomie geoperationaliseerd worden in het onderzoek.

1.3 Probleemstelling en conceptueel model

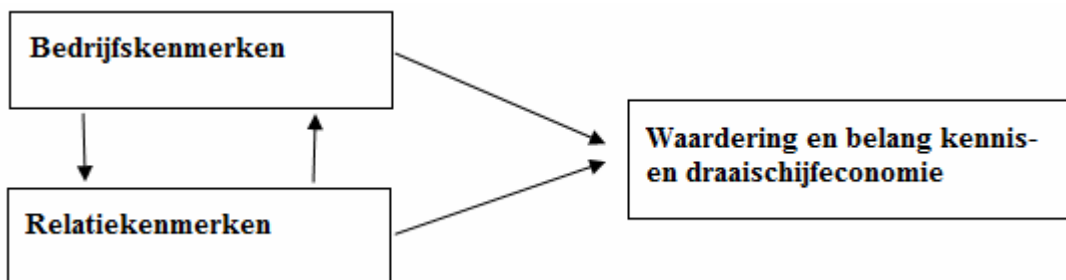
De hoofdvraag in het onderzoek luidt als volgt:

In hoeverre hechten bedrijven die geclusterd voorkomen in de stadsregio Utrecht belang aan de draaischijfeconomie en de kenniseconomie van de regio en welke bedrijfskenmerken zijn bij deze waardering relevant?

Op basis van interviews met 36 bedrijven wordt het belang van de draaischijfeconomie en de kenniseconomie voor bedrijven bepaald. Er wordt gekeken welke bedrijven belang hebben bij de kenniseconomie, de draaischijfeconomie, bij beiden en welke bedrijven bij geen van beide functies belang hebben. Dit wordt gedaan op basis van de (kennisintensiteit van de) relaties die zij hebben binnen de regio en de locatiefactoren van de regio waar ondernemingen belang aan hechten, zoals in paragraaf 1.2 vermeld is. Daarnaast wordt gekeken wat de kenmerken zijn van de bedrijven die belang hechten aan de beide functies. Dit is weergegeven in figuur 3 en het conceptueel model in figuur 4.

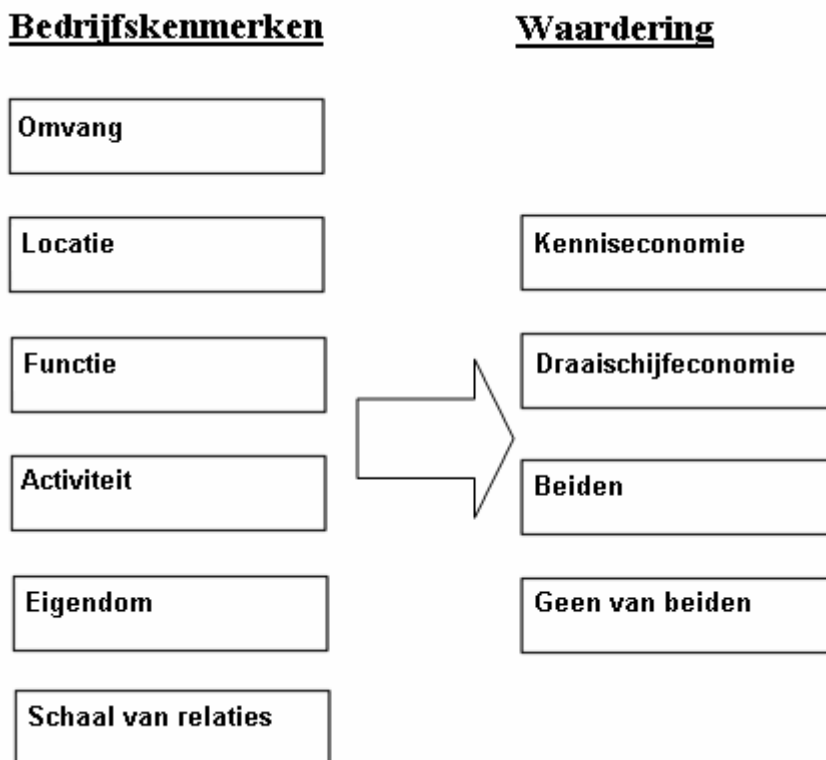
Bedrijfskenmerken zijn van invloed op de aard en intensiteit van relaties die bedrijven onderhouden en op het belang dat zij hechten aan locatiefactoren. Tegelijkertijd hebben de relatiekenmerken weer invloed op de bedrijfskenmerken. Nieuwe kennis uit een samenwerkingsverband met een andere onderneming kan immers invloed hebben op de bedrijfsvoering. De bedrijfskenmerken zijn van invloed op de mate waarin belang gehecht wordt aan locatiefactoren en daarmee op de waardering van de stadsregio Utrecht. Ook relatiekenmerken zijn van invloed op de waardering van de stadsregio. Als bedrijven bijvoorbeeld veel relaties hebben met kennisintensieve bedrijven uit de regio, betekent dit dat zij op deze manier profiteren van de kenniseconomie.

Figuur 3: Bedrijfskenmerken, relatiekenmerken en de waardering van de kennis- en draaischijfeconomie



In het conceptueel model in figuur 4 zijn de verschillende bedrijfs- en relatiekenmerken onder elkaar gezet. Deze kenmerken (omvang, locatie, functie, activiteit, eigendom en schaal van relaties) gelden als onafhankelijke variabelen in het model die verklaren of bedrijven profiteren van de Utrechtse kenniseconomie en/of draaischijfeconomie. Deze kenmerken zullen verder worden besproken in paragraaf 1.5.

Figuur 4: Conceptueel model



Uit de probleemstelling en het conceptueel model vloeien enkele deelvragen voort. Ten eerste zal apart gekeken worden naar het belang van de kennis- en draaischijfeconomie:

- Wat is het belang van de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht voor bedrijven?
- Wat is het belang van de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht voor bedrijven?

Het belang dat bedrijven hechten aan beide functies zal in dit onderzoek verklaard worden met behulp van de in het conceptueel model geschetste kenmerken. In de volgende deelvragen zal de verklarende waarde van de verschillende kenmerken aan de orde komen:

- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht?
- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht?
- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan zowel de draaischijfeconomie als de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht?
- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan geen van beide functies van de stadsregio Utrecht.

1.4 Waardering kennis- en draaischijfeconomie

In deze paragraaf worden de afhankelijke variabelen besproken. Dit zijn de vier verschillende groepen die in het conceptueel model zijn te zien. Bedrijven worden in één van deze groepen ingedeeld op basis van factoren waar zij belang aan hechten. Dit kunnen factoren zijn met betrekking tot de kenniseconomie en factoren met betrekking tot de draaischijfeconomie. Later in de paragraaf wordt vermeld hoe de informatie uit de interviews wordt gebruikt om de afhankelijke variabelen te operationaliseren. De resultaten met betrekking tot de afhankelijke variabelen worden besproken in hoofdstuk 3.

Aspecten met betrekking tot de kenniseconomie

De vooruitzichten om ergens kennis te genereren zijn tegenwoordig belangrijke factoren voor de attractiviteit van een locatie. Over het algemeen stellen kennisintensieve bedrijven niet heel verschillende eisen aan een locatie dan bedrijven die niet kennisintensief zijn. De eisen van kennisintensieve bedrijven zijn echter wat uitgebreider in veel gevallen.

Volgens Raspe et. al. (2004) zijn er vier factoren van groot belang in een kenniseconomie. Ten eerste de aanwezigheid van economisch en institutioneel beleid dat bedrijven prikkelt om kennis te creëren, te verkrijgen en te verspreiden in haar omgeving om zo economische groei te stimuleren. Hierbij kan er gedacht worden aan een goed lopende kennisvragende markt en de aanwezigheid van subsidieregelingen voor innovatieve projecten (Gooijers, 2009).

Het tweede punt wordt omschreven als 'een effectief innovatiesysteem dat bestaat uit onderzoeksinstellingen, universiteiten, denktanks, adviseurs, bedrijven en andere organisaties die de mondiale kennis aanboren, aftappen, opnemen en aanpassen ten gunste van lokale behoeften om nieuwe kennis te creëren' (Raspe et. al, 2004, p. 21). Het gaat er hierbij om dat strategische samenwerkingsverbanden ontstaan ten behoeve van de uitwisseling van informatie. De aanwezigheid van een goede basis, in de vorm van kennisproducerende bedrijven en instellingen als onderzoeksbureaus, hogescholen en universiteiten, kan een stimulerende werking hebben voor dit type samenwerkingsverbanden.

Een volgend punt is de ICT–infrastructuur die verspreiding van informatie ondersteunt. Te denken valt bijvoorbeeld aan het belang van glasvezelnetwerken voor bedrijven.

Tenslotte wordt een hoogopgeleide beroepsbevolking genoemd. Deze maakt het voor bedrijven gemakkelijker om aan geschoold personeel te komen. Met de kennis die hoger opgeleiden in huis hebben kunnen zij tevens de uitwisseling van kennis tussen personen, bedrijven en instellingen in een regio verder stimuleren.

Een hoogopgeleide beroepsbevolking is belangrijk vanwege haar bevorderende effect op de innovatiekracht van een economie. Als de kennis en vaardigheden van de beroepsbevolking toenemen, kan dit direct hogere productiviteit ten gevolge hebben. Evenzeer zijn hoger opgeleiden ook indirect van invloed op de productiviteit van een economie. Kenniswerkers zijn in staat nieuwe technologieën te creëren en in te brengen in het productieproces. Hierdoor kan de ontwikkeling van een technologie en de adoptie er van, sneller en efficiënter plaatsvinden. Op deze wijze stimuleren kenniswerkers economische activiteiten louter door er beroepshalve mee bezig te zijn (Gooijers, 2009). Een tekort aan kenniswerkers kan innovatieprocessen doen stagneren en kan daardoor schadelijk zijn voor economische groei. Om deze redenen is de aanwezigheid van hoger opgeleiden in een regio een van de belangrijkste locatiefactoren voor kennisintensieve bedrijvigheid (Ministerie van Economische Zaken, 2004).

Aspecten met betrekking tot de draaischijfeconomie

Een nationaal centrale ligging is gunstig voor bedrijven die een nationale markt willen bedienen, aangezien vanaf een centraal punt de verschillende delen van een land relatief makkelijker bereikbaar zijn dan in een uithoek (Bureau Louter, 2011).

Bereikbaarheid is de locatiefactor die het meest in combinatie met de centrale ligging wordt genoemd. Bereikbaarheidsvoordelen die ontstaan door een landelijke centrale ligging zijn vooral weggelegd voor bedrijven die op een nationaal schaalniveau werken. Er is een onderscheid te maken tussen twee typen bereikbaarheid naar schaalniveau. Ten eerste is er de interne verkeersstructuur van een stad of dorp. Ten tweede is er de ligging van uitvalswegen, de aansluiting op het landelijk verkeersnet, de kwaliteit van treinverbindingen en bereikbaarheid ten opzichte van een luchthaven. Voor bereikbaarheidsvoordelen die ontstaan door een centrale ligging in Nederland moet naar het tweede type bereikbaarheidskenmerken worden gekeken. Zo kan de aansluiting op grote landelijke snelwegen van groot belang zijn

voor landelijk werkende bedrijven. Dit type bereikbaarheidskenmerken is echter minder essentieel voor lokaal werkende bedrijven, die zullen vooral de interne verkeersstructuur in hun gemeente belangrijk vinden (Kersten, 2001).

Daarnaast kan er een onderscheid worden gemaakt tussen bereikbaarheid ten opzichte van woon-werkverkeer en klanten en relaties (Louw, 1996). Zo zullen er bijvoorbeeld ICT bedrijven zijn die een product elektronisch kunnen versturen. Zij hoeven minder te reizen naar klanten en voor hen zal bereikbaarheid vooral van belang zijn qua woon-werkverkeer. Maar als het bijvoorbeeld gaat om transportbedrijven is vooral de bereikbaarheid van klanten essentieel.

Naast auto- en treinverkeer kan ook vliegverkeer van waarde zijn. Bereikbaarheid per vliegtuig is vooral voor internationaal georiënteerde bedrijven van belang. Dit betekent echter niet dat een bedrijf zich direct naast een luchthaven hoeft te vestigen. De uitstralingseffecten van mainports strekken zich over een groot gebied uit. Volgens Jobse & Musterd (1994) omvat de regio waar met de luchthaven verbonden bedrijven worden aangetroffen, een invloedzone van 50 à 60 kilometer. Een ligging buiten deze invloedzone zou volgens Bekkers et. al. (1985) de bedrijfsvoering met betrekking tot buitenlandse contacten lastiger maken.

Centrale plekken kunnen vaak dienen als ontmoetingsplekken. Bijvoorbeeld wanneer verschillende bedrijven uit verschillende delen van het land een bijeenkomst met elkaar plannen, is het voor de hand liggend om dit te doen in een plek in het midden van het land. Ook wanneer een bedrijf een bijeenkomst plant met mensen uit verschillende vestigingen verspreid over het land, wordt dit vaak in de vestiging gedaan die het meest centraal ligt. Die centrale ligging kan ook van belang zijn voor het aantrekken van hoogopgeleide werknemers en studenten. Op deze manier stimuleert de draaischijfeconomie de kenniseconomie.

Figuur 5: Centraal Station Utrecht met de Jaarbeurs op de achtergrond



Bron: <http://www.merijnvandervliet.com/>

Operationalisatie afhankelijke variabelen

In het conceptueel model in figuur 4 zijn vier verschillende groepen bedrijven genoemd: bedrijven die van de kenniseconomie profiteren, bedrijven die van de draaischijfeconomie

profiteren, bedrijven die van beiden profiteren en bedrijven die van geen van beiden profiteren. Dit zijn de afhankelijke variabelen in het model. Eerder in deze paragraaf zijn aspecten genoemd met betrekking tot de kennis- en draaischijfeconomie. Op basis van deze aspecten worden bedrijven ingedeeld in één van de vier groepen. Het gaat er om wat voor belang bedrijven aan deze aspecten hechten en hoe zij deze aspecten waarderen in de stadsregio Utrecht.

Er zijn vier aspecten met betrekking tot de kenniseconomie beschreven (zie tabel 2). Beleid dat bedrijven prikkelt om kennis te creëren, te verkrijgen en te verspreiden is genoemd. Het tweede punt is een effectief innovatiesysteem bestaande uit verschillende organisaties. Het gaat er daarbij om dat er strategische samenwerkingsverbanden ontstaan die kennisuitwisseling opleveren. Naar deze samenwerkingsverbanden wordt in dit onderzoek verwezen als ‘kennisrelaties’. Er wordt gekeken naar kennisrelaties tussen bedrijven onderling en kennisrelaties tussen bedrijven en kennisinstellingen. Tenslotte zijn ook ICT infrastructuur en een hoogopgeleide beroepsbevolking genoemd.

Tabel 2: Kennisaspecten

Kennisaspecten
Kennisrelaties (met andere bedrijven)
Kennisrelaties (met kennisinstellingen)
Hoogopgeleide beroepsbevolking
Beleid
ICT infrastructuur

In tabel 3 zijn de aspecten met betrekking tot de draaischijfeconomie weergegeven. Ten eerste is bereikbaarheid omschreven, zowel bereikbaarheid per auto als per openbaar vervoer, waarbij een onderscheid kan worden gemaakt tussen bereikbaarheid t.o.v. klanten en partners en woon-werkverkeer. Daarnaast zijn de nabijheid van Schiphol en de rol van Utrecht als ontmoetingsplek aan bod gekomen.

Tabel 3: Draaischijfaspecten

Draaischijfaspecten
Bereikbaarheid per auto (woon-werkverkeer en t.o.v. klanten en relaties)
Bereikbaarheid per openbaar vervoer (woon-werkverkeer en t.o.v. klanten en relaties)
Nabijheid Schiphol
Utrecht als ontmoetingsplek

Het belang van de verschillende kennis- en draaischijfaspecten is met behulp van de interviews te achterhalen. In bijlage 1 is de complete vragenlijst te zien die in de interviews gebruikt is. In gedeelte I van deze vragenlijst wordt naar algemene zaken gevraagd. In gedeelte II (kennisnetwerken en leerprocessen) komen kennisrelaties aan bod. Er wordt specifiek gevraagd naar verticale relaties van bedrijven met klanten en toeleveranciers, horizontale relaties met concurrenten en soortgelijke bedrijven, diagonale relaties met bedrijven uit andere sectoren en relaties met KIBS (zakelijke dienstverleners). Daarnaast wordt specifiek gevraagd naar relaties met kennisinstellingen. Er wordt telkens gevraagd waar deze relaties zitten (binnen of buiten de stadsregio) en of dat voor de bedrijfsvoering van belang is. Op deze manier komt het belang van de stadsregio als standplaats voor relaties van bedrijven naar boven. Daarnaast wordt gevraagd of er bij samenwerking met andere bedrijven

en instellingen ook kennisuitwisseling is en wat voor belang andere bedrijven en instellingen spelen bij het vergaren van nieuwe kennis.

De overige drie aspecten met betrekking tot de kenniseconomie, te weten beleid, ICT infrastructuur en een hoogopgeleide beroepsbevolking, zijn locatiefactoren. Deze aspecten komen terug in gedeelte III en gedeelte IV van de vragenlijst in bijlage 1. In gedeelte III wordt gevraagd wat bedrijven als belangrijkste vestigingsplaatsvoordelen van de stadsregio Utrecht zien en in gedeelte IV naar specifieke vestigingseisen. Antwoorden op deze vragen kunnen wijzen op het belang dat bedrijven hechten aan de kennisaspecten en de wijze waarop bedrijven deze aspecten waarderen in de stadsregio. Naar het belang van de hoogopgeleide Utrechtse beroepsbevolking wordt op directe wijze gevraagd (vraag 31).

Alle genoemde aspecten met betrekking tot de draaischijfeconomie, die in tabel 3 zijn weergegeven, zijn locatiefactoren. Deze aspecten komen terug in gedeelte III (locatiefactoren in de regio Utrecht) en gedeelte IV (specifieke vestigingseisen) van de vragenlijst. De antwoorden die worden gegeven in deze gedeeltes van de interviews kunnen wijzen op het belang van, en de waardering voor, de verschillende draaischijfaspecten door bedrijven.

Bovendien wordt ook op directe wijze gevraagd naar het belang van zowel draaischijf- als kenniseconomie. Er wordt namelijk gevraagd of bedrijven vinden dat zij deel uitmaken van de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht en welke voordelen zij van de draaischijfeconomie ondervinden (vraag 34). Ditzelfde wordt gevraagd voor Utrecht als centrum van kennis (vraag 35).

Bedrijven die veel kennisintensieve relaties hebben binnen de stadsregio Utrecht, en veel belang hechten aan locatiefactoren als de hoogopgeleide beroepsbevolking, zullen behoren tot de groep die vooral de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht waardeert. Een onderneming die in de regio zit vanwege de centrale ligging en de bijkomende bereikbaarheidsvoordelen, zal behoren tot de groep die vooral de draaischijfeconomie waardeert. Beide functies sluiten elkaar echter niet uit, een bedrijf kan voordelen halen uit zowel de Utrechtse kenniseconomie als de Utrechtse draaischijfeconomie. Eerder is bijvoorbeeld vermeld dat de centrale ligging helpt om hoogopgeleide werknemers aan te trekken. Een bedrijf die mede door haar centrale ligging in Nederland aantrekkelijk is voor hoogopgeleide mensen profiteert op deze manier van beide functies. Tenslotte kunnen er ook bedrijven zijn die aan geen van beide functies waarde hechten. Dit kunnen bijvoorbeeld bedrijven zijn met een 'stand alone strategy' (zie ook figuur 7), ondernemingen die geen externe samenwerking en kennisrelaties hebben, en daarnaast ook weinig voordeel hebben van de centrale ligging.

1.5 Bedrijfskenmerken

In deze paragraaf worden de zes onafhankelijke variabelen uit het conceptueel model besproken. Ten eerste wordt voor elke variabele een hypothese opgesteld. De hypothesen zeggen iets over hoe de zes bedrijfskenmerken van invloed zijn op de waardering van de kenniseconomie en/of de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht. Ten tweede wordt verteld hoe de bedrijfskenmerken geoperationaliseerd worden. De uiteindelijke resultaten met betrekking tot de onafhankelijke variabelen komen in hoofdstuk 4 aan bod. In dit hoofdstuk zal tevens worden aangegeven of de hypothesen al dan niet kloppen.

Omvang

Veel van de bedrijfskenmerken die van invloed zijn op de waardering voor de kennis- en draaischijfeconomie, zijn terug te leiden naar de grootte van een bedrijf (grootte van een bedrijf is in het onderzoek gemeten naar aantal werknemers). Zo is de grootte van een bedrijf van invloed op de (financiële) ruimte om samenwerking met andere bedrijven en instellingen aan te gaan en het aantal werknemers dat elke dag naar kantoor of naar klanten moet reizen.

De grote bedrijven hebben meer financiële en organisatorische ruimte voor samenwerking met andere bedrijven en instellingen. Grote bedrijven hebben daarnaast vaak een meer uitgebreid netwerk om door te dringen tot de kennis in de regio. Middelgrote en kleine bedrijven schenken over het algemeen vooral aandacht aan harde, rationele locatiefactoren zoals bereikbaarheid (Van de Kamp, 2003). De kleinere bedrijven hebben soms ook niet de ruimte om meer dan basale eisen aan een locatie te stellen. Daarom luidt de hypothese omtrent omvang als volgt:

Bedrijven met een grote omvang hechten, ten opzichte van kleine bedrijven, meer belang aan de kenniseconomie dan de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht.

Locatie

De locatie van een bedrijf zegt veel over de vestigingsplaatsfactoren waarop een bedrijf de stadsregio waardeert. We gaan er dus van uit dat de feitelijke vestigingsplaats de weerslag is van het belang dat een bedrijf aan bepaalde locatiefactoren hecht. Zo zal een bedrijf in de binnenstad van Utrecht andere prioriteiten stellen dan een bedrijf in Bunnik, en heeft een bedrijf dat gevestigd is langs de A2 een andere mening over bereikbaarheid dan een bedrijf dat hier ver vandaan zit. Een ander belangrijk onderscheid dat men kan maken is tussen bedrijven gevestigd op bedrijventerreinen en bedrijven die elders gevestigd zijn, bijvoorbeeld in woonwijken. Bedrijventerreinen worden vaak aangelegd aan de rand van de stad. Bereikbaarheid staat bij aanleg van zulke terreinen hoog in het vaandel (Nieuwenbroek, 2003). Dit is bijvoorbeeld te zien aan grote bedrijventerreinen als Lage Weide (langs de A2) en Papendorp (langs de A2 en de A12) die vlak langs de belangrijke snelwegen gevestigd zijn. Bereikbaarheidsvoordelen die ontstaan door de centrale ligging van de stadsregio zijn gerelateerd aan de draaischijfeconomie van de stadsregio. Vandaar dat de hypothese omtrent locatie als volgt luidt:

Bedrijven gevestigd op bedrijventerreinen hechten, ten opzichte van bedrijven die elders gevestigd zijn, meer belang aan de draaischijfeconomie dan de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht.

Functie

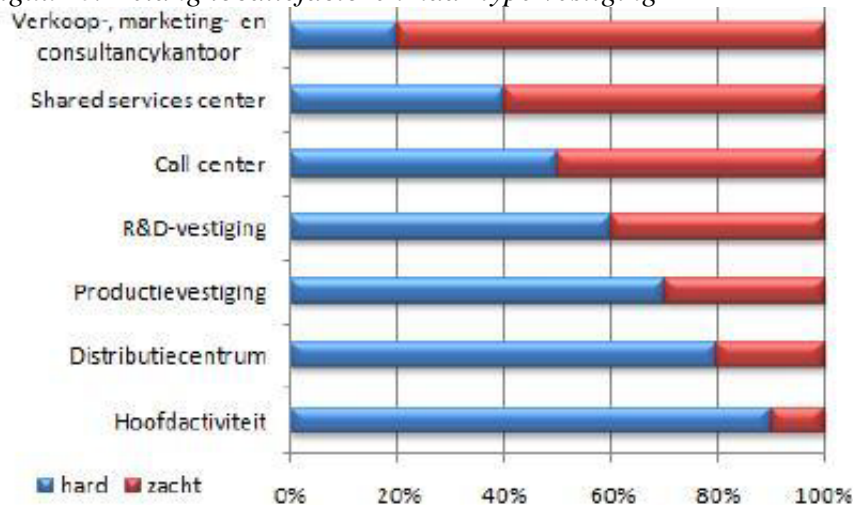
De functie die een vestiging heeft binnen een onderneming is van invloed op de locatiefactoren die van belang zijn en de relaties die het aangaat met andere bedrijven. In figuur 6 is een schema te zien met daarin de waarde van 'harde' en 'zachte' locatiefactoren voor zeven verschillende type vestigingen. In dit onderzoek wordt een breed onderscheid gemaakt tussen *hoofdkantoren* en *nevenvestigingen*, en worden bijvoorbeeld shared services centers, call centers of R&D vestigingen buiten beschouwing gelaten.

Uit figuur 6 blijkt dat zachte locatiefactoren zwaarder gaan wegen, naarmate de representatieve functie van een vestiging groter is (Stec, 2001). Esthetiek en gevoel zijn belangrijk bij zachte locatiefactoren. Harde locatiefactoren hebben een meer directe invloed op de bedrijfsvoering (een meer uitgebreide uitleg van beide begrippen is terug te vinden in paragraaf 2.3). Vooral voor hoofdkantoren zijn harde locatiefactoren belangrijk. Bereikbaarheid is zo'n typische harde locatiefactor.

Volgens Madhok & Liu (2006) is kennis in toenemende mate de belangrijkste hulpbron die tussen verschillende onderdelen van een onderneming wordt uitgewisseld. Nevenvestigingen krijgen kennis mee van andere vestigingen, en doen tegelijkertijd kennis op in de regio waarin zij gevestigd zijn. Kennis die een nevenvestiging in de eigen regio opdoet kan verspreid worden naar andere vestigingen en zo de onderneming als geheel helpen. Hierdoor worden

deze vestigingen binnen de onderneming in toenemende mate beoordeeld op de kennis die zij opdoen en wordt de regionale kennis voor nevenvestigingen belangrijker.

Figuur 6: Belang locatiefactoren naar type vestiging



Bron: Stec (2001).

Volgens Madhok & Liu (2006) is kennis in toenemende mate de belangrijkste hulpbron die tussen verschillende onderdelen van een onderneming wordt uitgewisseld. Nevenvestigingen krijgen kennis mee van andere vestigingen, en doen tegelijkertijd kennis op in de regio waarin zij gevestigd zijn. Kennis die een nevenvestiging in de eigen regio opdoet kan verspreid worden naar andere vestigingen en zo de onderneming als geheel helpen. Hierdoor worden deze vestigingen binnen de onderneming in toenemende mate beoordeeld op de kennis die zij opdoen en wordt de regionale kennis voor nevenvestigingen belangrijker.

Bereikbaarheidsvoordelen in de stadsregio Utrecht zijn verbonden met de draaischijfeconomie. Tevens is voor een onderneming met meerdere vestigingen een centrale ligging een belangrijk locatievoordeel voor haar hoofdkantoor. Vanaf een centraal punt kunnen de verschillende vestigingen worden aangestuurd, en kan het hoofdkantoor als 'ontmoetingsplek' dienen. Tegelijkertijd wordt volgens Madhok & Liu (2006) het opdoen van regionale kennis voor nevenvestigingen van steeds groter belang. Vandaar dat de hypothese omtrent locatie als volgt luidt:

Hoofdkantoren hechten, ten opzichte van nevenvestigingen, meer belang aan de draaischijfeconomie dan de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht. Nevenvestigingen hechten echter meer belang aan de kenniseconomie.

Activiteit

Het scala van activiteiten dat een bedrijf in huis heeft, kan van invloed zijn op de waardering van de stadsregio Utrecht. Zo moeten bedrijven die zich slechts op één kernactiviteit richten, vaker voor bepaalde zaken bij andere bedrijven terecht. Het kan bijvoorbeeld zijn dat ze voor reclame van hun producten of voor belastingadvies andere partijen moeten opzoeken. Bedrijven die een breed scala van activiteiten in huis hebben, kunnen vaker voor dit soort zaken interne oplossingen vinden. Dit betekent dat zij hiervoor minder externe relaties hoeven aan te gaan. Vanuit dit oogpunt zijn het vooral de bedrijven die zich hebben gespecialiseerd op een beperkt aantal activiteiten die van de aanwezigheid van kennisintensieve bedrijvigheid profiteren, de bedrijven met een breed scala aan activiteiten zullen immers vaker intern oplossingen zoeken. Daarom luidt de hypothese als volgt:

Bedrijven met een breed scala aan activiteiten hechten, ten opzichte van bedrijven die dit niet hebben, meer belang aan de draaischijfeconomie dan de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht. Gespecialiseerde bedrijven hechten echter meer belang aan de kenniseconomie.

Eigendom

Een ander bedrijfskenmerk betreft of een onderneming een buitenlandse moeder heeft of Nederlands is. Dit bedrijfskenmerk hangt ten dele samen met omvang. De buitenlandse bedrijven in Nederland hebben gemiddeld meer werknemers dan de Nederlandse bedrijven (Ministerie van Economische Zaken, 2006). Volgens Van der Hoek (2007) is de herkomst van bedrijven van invloed op het belang dat aan bepaalde locatiefactoren gehecht wordt. Hij stelt dat de grotere, internationaal opererende bedrijven meer kapitaal, informatie en netwerken hebben dan kleine lokale bedrijven. Hierdoor zijn zij beter in staat om door te dringen tot de kennis in de regio. De hoogopgeleide beroepsbevolking van de regio Utrecht kan een groot voordeel zijn voor buitenlandse ondernemingen. In het beleidsrapport 'In Actie voor Acquisitie' van het Ministerie van Economische Zaken (2006) wordt de hoogopgeleide beroepsbevolking genoemd als een van de meest markante voordelen van Nederland in de ogen van buitenlandse investeerders. De hypothese luidt als volgt:

Buitenlandse bedrijven hechten, ten opzichte van Nederlandse bedrijven, meer belang aan de kenniseconomie dan de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht. Nederlandse bedrijven hechten echter meer belang aan de draaischijfeconomie.

Schaal van relaties

Het ruimtelijk schaalniveau waarop bedrijven actief zijn kan van belang zijn voor de mate waarin zij gebruik maken van de kennis- en draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht. Ruimtelijke nabijheid kan de mate waarin kennisuitwisseling tussen bedrijven plaatsvindt beïnvloeden doordat het bevorderend kan werken bij het opbouwen van vertrouwensrelaties en samenwerkingsverbanden. Vooral voor het uitwisselen van de 'stilzwijgende' kennis die meer specifiek en gevoelig is, heeft ruimtelijke nabijheid op deze manier een stimulerende werking.

Visser & Atzema (2008) onderscheiden verschillende innovatiestrategieën, naar het ruimtelijk schaalniveau waarop bedrijven acteren (zie figuur 7). Een innovatiestrategie doorloopt verschillende fasen in een innovatieproces. De hulpbronnen waarop bedrijven zich kunnen richten, kunnen intern of extern zijn. Bedrijven die niet deelnemen aan netwerken en vooral focussen op interne hulpbronnen, hanteren een 'stand alone' strategie. Dit kan bijvoorbeeld via verschillende afdelingen in een bedrijf die kennis met elkaar delen. De bedrijven die zich vooral op regionale netwerken richten, hanteren een 'local buzz' strategie. Dit kan gunstig zijn voor bedrijven doordat kortere afstanden kostenvoordelen opleveren. Ook wordt face-to-face contact vergemakkelijkt wat tot informatiewinst kan leiden. Een derde type bedrijven kent een 'global pipeline' strategie, waarbij het zich vooral richt op netwerken buiten de eigen regio. Wanneer er bepaalde specialistische kennis in de eigen regio ontbreekt, is het een groot voordeel als deze uit een andere regio kan worden gehaald.

Bedrijven die op een grotere schaal werken kunnen door hun grootte meer (kennis)relaties hebben dan kleinere bedrijven. Maar deze (kennis)relaties kunnen ook grotendeels buiten de regio plaatsvinden. Voor bedrijven die hun klanten en relaties door heel Nederland hebben zitten, is het bovendien ook een groot voordeel dat vanuit Utrecht alle delen van Nederland relatief goed bereikbaar zijn. De centrale ligging kan voor deze bedrijven een zeer belangrijke locatiefactor zijn. Daarom luidt de hypothese omtrent schaalniveau als volgt:

Bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau hechten, ten opzichte van bedrijven met een regionaal schaalniveau, meer belang aan de draaischijfeconomie dan aan de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht.

Figuur 7: Innovatiestrategieën van bedrijven

Source of knowledge			Invention	Development	Adaptation	Marketing
Internal			Stand-alone strategy			
External	Local	Traded	Local buzz strategy			
		Untraded				
	Global	Traded	Global pipeline strategy			
		Untraded				

Bron: Visser & Atzema (2008).

Operationalisatie onafhankelijke variabelen

Omvang wordt gemeten naar aantal werknemers. Er is een onderscheid gemaakt in bedrijven die tussen de 5 en 50 werknemers hebben en bedrijven die 50 of meer werknemers hebben. De bedrijven die tussen de 5 en 50 werknemers hebben worden in het onderzoek als klein beschouwd, en de bedrijven die 50 of meer werknemers hebben worden als groot beschouwd. Ondernemingen met minder dan 5 werknemers zijn buiten beschouwing gelaten. Het aantal werknemers van bedrijven is uit PAR data gehaald uit het jaartal 2010. Deze dataset bevat informatie over alle vestigingen van bedrijven in Nederland. Aantallen werknemers, adresgegevens, jaar van oprichting en economische activiteit zijn voorbeelden van gegevens die in het bestand zijn terug te vinden.

Bij de variabele locatie gaat het er om of een bedrijf op een bedrijventerrein is gevestigd of niet. In de vragenlijst voor de interviews komt dit terug onder gedeelte I waarin naar algemene zaken wordt gevraagd. De vestigingslocatie is één van de zaken die in dit gedeelte aan bod komt. Waar nodig kan de exacte locatie van een bedrijf ook worden teruggevonden op internet, bijvoorbeeld via de bedrijfswebsite.

De derde variabele is functie en de vraag hierbij is of het om een hoofdkantoor of een nevenvestiging gaat. Dit is iets wat is opgezocht voordat de interviews zijn afgenomen. Waar dit niet geheel duidelijk was, is dit teruggevraagd in de interviews. Gedeelte I in de vragenlijst met algemene zaken bood hier ruimte voor.

De vierde variabele is scala van activiteiten. Hier is wederom naar gevraagd in gedeelte I in de vragenlijst. In dit onderzoek wordt een onderscheid gemaakt tussen gespecialiseerde bedrijven met één kernactiviteit en ondernemingen met meerdere activiteiten in huis.

Bij de variabele eigendom gaat het er om of het bedrijf een buitenlandse moeder heeft of Nederlands is. Eigendom is één van de criteria die wordt gebruikt om bedrijven te selecteren (zie ook paragraaf 2.2). Dit is opgezocht voorafgaand aan de interviews.

De laatste variabele, schaal van relaties, komt aan bod in gedeelte II in de vragenlijst. Hier gaat het om kennisnetwerken en leerprocessen. Er wordt telkens gevraagd naar de belangrijkste relaties van bedrijven. Daarbij wordt ook gevraagd *waar* de bedrijven en instellingen waarmee relaties worden onderhouden, gevestigd zitten. Deze ‘waar-vragen’ helpen om de schaal van relaties van een onderneming te achterhalen. Er wordt in dit onderzoek een onderscheid gemaakt tussen bedrijven met een regionaal schaalniveau en bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau.

1.6 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek bouwt voort op een voorgaand rapport genaamd ‘Utrechtse clusters in bloei?’ dat is geschreven in opdracht van de Kamer van Koophandel Midden-Nederland (zie kader 1). Eén van de bevindingen die voortvloeit uit dit voorgaande rapport is dat de stadsregio Utrecht er baat bij heeft als de verbinding tussen haar kenniseconomie en draaischijfeconomie wordt versterkt. Samenwerking tussen overheden, kennisinstellingen en bedrijfsleven is hierbij geboden. Dit onderzoek verschaft meer inzicht in zowel de kennis- als de draaischijfeconomie en kan daarmee nuttig zijn voor beleid.

Nederland wil door in te zetten op de kenniseconomie tot economische groei komen. Het is de ambitie van de Nederlandse overheid om tot de top 5 van kenniseconomieën in de wereld te behoren. Ook in bijvoorbeeld het beleid van de provincie Utrecht en de gemeente Utrecht wordt veel belang gehecht aan kennis. De nationale centrale ligging van Utrecht is een gegeven. Maar zoals ook al in paragraaf 1.1 naar voren is gekomen lijkt een internationaal schaalniveau steeds belangrijker voor veel belangrijke economische processen. Internationaal is de positie van Utrecht minder geprononceerd. De kenniseconomie is per definitie internationaal georiënteerd en daarom zoekt de regio Utrecht in het kader van de kenniseconomie naar een meer internationaal profiel. Het kijken naar welke aspecten van het kennisklimaat gewaardeerd worden door welke bedrijven en op wat voor wijze, kan helpen om invulling te geven aan de Utrechtse en de Nederlandse ambities.

In dit onderzoek komen theorieën aan bod met betrekking tot clusters en netwerken en locatiefactoren. Dit zijn onderwerpen die veelvuldig voorkomen in de wetenschappelijke literatuur in de economische geografie. In dit onderzoek worden deze begrippen verbonden met de begrippen draaischijfeconomie en kenniseconomie. Ook de kenniseconomie is een onderwerp dat de laatste jaren vaak belicht is. Het is iets wat door de Europese Unie, nationale overheden en regionale overheden wordt gezien als van groot belang. De draaischijfeconomie is echter iets dat specifiek geldt voor de regio Utrecht. Onderzoek naar verbindingen tussen draaischijf- en kenniseconomie zijn schaars. De manier waarop twee belangrijke begrippen in de economische geografie, geografische ligging en kenniscreatie, in dit onderzoek worden besproken kan daarom een nuttige bijdrage leveren aan de wetenschappelijke literatuur.

Kader 1: Utrechtse Clusters in Bloei?

In het rapport ‘Utrechtse clusters in bloei?’ worden de economisch-geografische bedrijfsrelaties voor zes bedrijfsclusters in de stadsregio Utrecht beschreven. Het gaat om clusters die als kansrijk worden gezien door opdrachtgever Kamer van Koophandel Midden-Nederland. Het ruimtelijk spreidingspatroon van bedrijven in de clusters is in kaartvorm weergegeven en de kennisrelaties binnen en tussen de clusters zijn in beeld gebracht evenals de belangrijkste vestigingseisen van de bedrijven.

1.7 Opbouw

In het vervolg van het onderzoek zal ten eerste de methodologie aan bod komen in hoofdstuk 2. Hierin wordt besproken wat voor type interviews zijn gedaan, hoe de bedrijven zijn geselecteerd en op wat voor wijze de data uit de interviews gebruikt is.

In hoofdstuk 3 en 4 wordt antwoord gegeven op de verschillende deelvragen die in paragraaf 1.3 zijn gepresenteerd. In hoofdstuk 3 worden het belang van, en de waardering voor, de kennis- en draaischijfeconomie besproken. Hoofdstuk 4 bespreekt de resultaten met betrekking tot de bedrijfskenmerken. Tevens wordt in hoofdstuk 4 gekeken of de in paragraaf 1.5 gestelde hypothesen al dan niet kloppen.

Tenslotte zal in hoofdstuk 5 een conclusie volgen, die een antwoord geeft op de hoofdvraag van het onderzoek.

2. Methodologie

Dit onderzoek is gedaan op basis van kwalitatieve onderzoeksmethoden. Er is gebruik gemaakt van 36 interviews. Kwantitatieve onderzoeksmethoden zijn buiten beschouwing gelaten. Een aantal van 36 interviews is te weinig voor statistieken en toetsing.

In paragraaf 2.1 wordt meer verteld over het type interviews dat gedaan is. In Paragraaf 2.2 komt aan bod welke criteria zijn meegenomen om tot de bedrijfspopulatie te komen. Tenslotte bespreekt paragraaf 2.3 op wat voor wijze de interviews gebruikt worden om tot de uiteindelijke resultaten te komen.

2.1 Interviews

Zoals ook al in hoofdstuk 1 is vermeld, bouwt dit onderzoek voort op het rapport ‘Utrechtse clusters in Bloei?’ (zie ook kader 1). Voor dit rapport zijn met behulp van 36 interviews de relaties die bedrijven in de stadsregio Utrecht onderhouden en de locatiefactoren waar zij belang aan hechten, in kaart gebracht. Dezelfde 36 interviews zijn gebruikt voor dit onderzoek. Voor deze interviews is gewerkt met een vooraf opgestelde vragenlijst, te zien in Bijlage 1.

Het rapport ‘Utrechtse clusters in bloei?’ maakte deel uit van een geheel aan onderzoeken waarbij behalve de stadsregio Utrecht ook de Metropoolregio Amsterdam en de Brainport Eindhoven zijn onderzocht. De vragenlijst die gebruikt is voor dit rapport is voor een deel overgenomen van de vragenlijsten die zijn gebruikt voor de onderzoeken in de Metropoolregio Amsterdam en de Brainport Eindhoven. De vragen zijn echter op dusdanige wijze aangepast dat zij meer specifiek betrekking hebben op de stadsregio Utrecht. De vragenlijst kent vier onderdelen: algemene zaken, kennisnetwerken en leerprocessen, locatiefactoren in de regio Utrecht en specifieke vestigingseisen. Bij algemene zaken wordt bijvoorbeeld gevraagd naar de kernactiviteiten van het bedrijf. Kennisnetwerken en leerprocessen gaan in op de relaties die bedrijven onderhouden en de (kennis)intensiteit hiervan. De laatste twee onderdelen helpen om de locatiefactoren die ondernemingen in de stadsregio waarderen in kaart te brengen. Later in het hoofdstuk zal meer specifiek naar voren komen met welke vragen uit de vragenlijst de onafhankelijke en afhankelijke variabelen in het onderzoek gemeten kunnen worden.

Er is er een onderscheid te maken tussen gestructureerde interviews en ongestructureerde interviews. Bij gestructureerde interviews is er sprake van een grote mate van voorgevormdheid en een duidelijke afbakening van onderwerpen. Voor ongestructureerde interviews is dit minder belangrijk. Er zijn algemene onderwerpen, maar de meeste vragen vloeien voort uit de context (Bryman, 2008). Voor afname van de interviews die gebruikt worden in dit onderzoek is vantevoren een duidelijke vragenlijst gemaakt met daarbij ook een duidelijke volgorde in vragen. Daarom zijn de interviews eerder gestructureerd dan ongestructureerd van aard. Er is echter niet bij elk bedrijf enkel naar de vragen uit de vragenlijst geïnterviewd. Het is bijvoorbeeld voorgekomen dat voor bepaalde bedrijven bepaalde specifieke onderwerpen uit de vragenlijst meer van belang zijn dan andere onderwerpen. Naar deze onderwerpen is dan vaak uitgebreider doorggevraagd.

2.2 Bedrijfspopulatie

Alle bedrijven zijn voorafgaand aan de interviews telefonisch of per e-mail benaderd. De bedrijven die zijn geïnterviewd zijn op een aantal punten geselecteerd, mede om de betrouwbaarheid en generaliseerbaarheid van het onderzoek te vergroten. Ten eerste gaat het om bedrijven die gevestigd zijn binnen het onderzoeksgebied. Ten tweede zijn het bedrijven die binnen de clusters vallen die in het rapport ‘Utrechtse clusters in bloei?’ onderzocht zijn.

Daarnaast is gekeken naar omvang en eigendom. Elk van deze criteria wordt kort besproken in deze paragraaf.

Onderzoeksgebied

Voordat de interviews zijn gedaan, is eerst het geografisch gebied bepaald waarbinnen naar bedrijven is gezocht. Voor de afbakening van het onderzoeksgebied is met verschillende ruimtelijke schaalniveaus rekening gehouden. Doordat het rapport 'Utrechtse clusters in bloei?' in opdracht is gedaan van de Kamer van Koophandel Midden-Nederland, is er in eerste instantie gekeken naar het werkgebied van de Kamer van Koophandel Midden-Nederland (zie Bijlage 5). Omdat dit werkgebied ook gemeenten bevat die in de provincies Zuid-Holland en Gelderland vallen is besloten om het onderzoeksgebied kleiner te maken. Daarom is ten tweede gekeken naar de COROP regio Utrecht, oftewel het provincieniveau en naar de gemeenten die bij het Bestuur Regio Utrecht (BRU) horen. In Bijlage 4 is een kaart te zien van alle BRU gemeenten binnen de provincie Utrecht. Omdat de economische A2-as een van de thema's is geweest in het rapport, is besloten om alle gemeenten mee te nemen waar de A2 doorheen loopt. Hier zijn ten eerste de ontbrekende gemeenten uit het BRU gebied aan toegevoegd, en ten tweede de gemeente Woerden. Deze ontbrekende gemeentes (De Bilt, Zeist en Bunnik) en Woerden zijn een belangrijk onderdeel van het werkgebied van de KvK Midden-Nederland. Woerden, gelegen aan de westkant van de provincie Utrecht, is van belang vanwege de verzorgende functie die zij uitoefent op het omliggende gebied. Naar dit onderzoeksgebied, dat een uitgebreide stadsregio vormt, wordt verwezen als het 'BRU-plus' gebied (Atzema et. al., 2011). In figuur 8 is een kaart te zien waarop alle gemeenten zijn weergegeven die in dit BRU plus gebied voorkomen.

Figuur 8: 'BRU +' gebied



Clusters

Zoals eerder vermeld is het rapport ‘Utrechtse clusters in bloei?’ in opdracht gedaan van de KvK Midden-Nederland. Hierdoor zijn er interviews gedaan met bedrijven die vertegenwoordigd zijn in de clusters waar de KvK Midden-Nederland zich op richt. De zes clusters waaruit bedrijven zijn geïnterviewd voor het rapport zijn Transport & Logistiek, Bouwen & Ontwerpen, Zorg & Medtech, ICT & Media, Financiële Dienstverlening en Zakelijke Dienstverlening. Een meer uitgebreide uitleg voor de keuze voor deze clusters staat in hetzelfde rapport.

Met deze clusterindeling wordt in dit onderzoek echter geen rekening gehouden. De uiteindelijke analyse zal zijn op basis van kenmerken van alle 36 bedrijven, dit zal niet per cluster apart gedaan worden. Deze bedrijven hebben als gemeenschappelijk kenmerk dat zij deel uitmaken van een door de KvK aangewezen cluster.

Omvang en eigendom

Om de bedrijfspopulatie in het onderzoek representatief te maken voor de stadsregio is er geselecteerd naar omvang en eigendom. Omvang wordt gemeten naar aantal werknemers. Zoals in paragraaf 1.5 al vermeld is, is het aantal werknemers uit de PAR data gehaald en ligt de grens tussen grote en kleine bedrijven bij 50 werknemers. Bedrijven met minder dan 5 werknemers worden buiten beschouwing gelaten. Daarnaast is gekeken of bedrijven een buitenlandse moeder hebben of niet.

2.3 Dataverwerking

Een ruime meerderheid van de interviews is met behulp van een geluidsrecorder opgenomen. Deze interviews zijn getranscribeerd. Transcriberen is het volledig uitschrijven van een opgenomen interview (Bryman, 2008). Van de interviews die niet zijn opgenomen zijn aantekeningen gemaakt.

Voor het operationaliseren en analyseren van getranscribeerde data is coderen een vaak toegepaste methode. Bij coderen gaat het om het labelen van stukken tekst uit een interview met centrale begrippen. Daarna wordt geteld hoe vaak verschillende centrale begrippen terugkomen om te bepalen wat het belang van deze begrippen is (Bryman, 2008). Dit kwantitatieve aspect van coderen wordt voor dit onderzoek grotendeels buiten beschouwing gelaten. Wel worden er uitwerkingen gelabeld om de stukken uit interviews te kunnen koppelen aan centrale begrippen in het onderzoek. Omdat er wordt gewerkt met een vragenlijst die een duidelijke afbakening van onderwerpen kent, evenals een duidelijke volgorde in vragen, hoeft echter niet elke transcriptie uitgebreid te worden gelabeld. Het is namelijk vaak zo dat de vraag die gesteld wordt in principe al het label is.

Voor de weergave van de resultaten in de laatste hoofdstukken wordt gebruik gemaakt van citaten. Respondenten zullen veelvuldig geciteerd worden om hun originele boodschap zoveel mogelijk in tact te houden. Met betrekking tot het gebruik van citaten stelt Van der Arend (2007) het volgende:

“De citaten hoeven niet het totale databestand zo goed mogelijk te representeren, maar moeten de gebeurtenis, de situatie en personages in een bepaalde episode van het verhaal zo sprekend mogelijk typeren. Stukken van de verhalen van respondenten worden daarmee onderdeel van het verhaal van de onderzoeker, op zo’n manier dat de plaats van een citaat in het wetenschappelijk verhaal verklaart dat een specifieke respondent op precies dat moment op die manier precies dat zegt.”

Met Van der Arend’s gedachtegang in het achterhoofd, wordt in de komende hoofdstukken gebruik gemaakt van citaten.

3. Relevante aspecten van de kennis- en draaischijfeconomie

Met behulp van de resultaten uit de interviews is gekeken welke aspecten van de stadsregio Utrecht van belang zijn voor bedrijven. Ten eerste komen in paragraaf 3.1 aspecten met betrekking tot de kenniseconomie aan bod. Daarna worden in paragraaf 3.2 aspecten met betrekking tot de draaischijfeconomie genoemd. Het gaat hierbij om twee zaken: belang en waardering. Beiden spelen een rol en worden tegen elkaar afgewogen in paragraaf 3.3.

Op basis van belang van en waardering voor de kennis- en draaischijfeconomie wordt in paragraaf 3.4 een onderscheid gemaakt in vier groepen (de afhankelijke variabelen in het conceptueel model in figuur 4). In paragraaf 3.5 wordt een conclusie gevormd waarin een antwoord wordt gegeven op de eerste twee deelvragen van het onderzoek (zie paragraaf 1.3).

3.1 Kenniseconomie

In paragraaf 1.4 (zie tabel 2) zijn de verschillende kennisaspecten op een rij gezet. De kennisaspecten worden in deze paragraaf besproken. Ten eerste worden kennisrelaties, tussen bedrijven onderling en tussen bedrijven en kennisinstellingen, beschreven. Daarna wordt de hoogopgeleide beroepsbevolking van de stadsregio Utrecht besproken. Tenslotte komen beleid en ICT infrastructuur aan bod.

Kennisrelaties tussen bedrijven onderling

Het merendeel van de relaties die de onderzochte bedrijven onderhouden zijn zakelijke relaties en geen kennisrelaties. Bij zakelijke relaties is er geen sprake van uitwisseling van informatie, maar liggen puur zakelijke motieven ten grondslag aan de connectie tussen bedrijven onderling en tussen bedrijven en instellingen. Zo kan het bijvoorbeeld samenwerking zijn om voor schaalvergroting te zorgen waaruit bedrijven kostenvoordelen kunnen halen. Ook kan er samenwerking zijn om bepaalde activiteiten te combineren. De meeste relaties die zijn gevonden zijn echter het best te omschrijven als pure klant-leverancier relaties.

De meeste kennisrelaties zijn verticaal, dat wil zeggen binnen een keten met aan de ene kant toeleveranciers en aan de andere kant klanten. Een voorbeeld komt van een vastgoedonderhoudsbedrijf:

“Wij zitten in het vlak tussen dienst en product in en daarin is kennis natuurlijk verschrikkelijk belangrijk. Wij hebben die kennis van die leveranciers nodig om onze klanten te kunnen adviseren. Aan de andere kant hebben die leveranciers weer onze kennis nodig van de klant, om te weten wat ze moeten maken. Dus er is flink wat interactie tussen de partijen.”

Daarnaast zijn er ook horizontaal, met concurrenten en soortgelijke bedrijven, kennisrelaties te bespeuren. Het zijn vooral relaties met ondernemingen die een specialisme hebben dat in het verlengde ligt van het eigen specialisme. Het gaat dus om bedrijven die qua kennis niet precies hetzelfde in huis hebben, maar ook niet te ver van elkaar af liggen. Zo kunnen zij elkaar het meeste aanvullen en voor toegevoegde waarde zorgen:

“We zoeken wel samenwerking met andere bedrijven, maar dan met name als ze aanvullend zijn. Die een deel kunnen invullen wat wij niet kunnen.”

Het belang van Utrecht als standplaats van bedrijven met kennisrelaties verschilt sterk per bedrijf. Er zijn bedrijven die hun partners door heel Nederland hebben, en aangeven dat de stadsregio Utrecht niet van extra belang is voor het uitwisselen van kennis:

“Het is natuurlijk wel zo dat Utrecht het dichtste bij het hoofdkantoor ligt. Maar Nederland is zo klein dat het voor ons eigenlijk niks uitmaakt of we handel doen in Utrecht of in Rotterdam.”

Andere bedrijven vinden dat voor kennisuitwisseling de stadsregio Utrecht toch het belangrijkste is. Verschillende ondernemingen geven aan dat informele contacten belangrijk zijn om nieuwe informatie te verkrijgen. En die informele contacten vinden het meest plaats in de eigen regio:

“Het elkaar tegenkomen is een pré. Het helpt natuurlijk als je elkaar ook bij het voetballen tegenkomt, bij wijze van. Dat gebeurt alleen maar op het moment dat je in elkaars regio zit. Dus het heeft een voordeel om in elkaars regio te zitten. Juist tijdens de informele contacten wordt er kennis uitgewisseld.”

“De Utrechtse ondernemerssociëteit, VNO-NCW, daar kom je elkaar wel tegen. Of nieuwjaarsrecepties van gemeenten en dergelijke, daar komt ook iedereen elkaar wel tegen om even bij te praten. Dat soort dingen doe je over het algemeen het meest in je eigen regio.”

Een meerderheid van de 36 geïnterviewde bedrijven heeft haar relaties door heel Nederland zitten. Uitwisseling van kennis gebeurt veelal buiten de regio. Tegelijkertijd tonen bovenstaande quotes aan dat er ondernemingen zijn die in relaties binnen de stadsregio Utrecht makkelijker kennis uitwisselen vanwege meer laagdrempeligheid. Door ruimtelijke nabijheid komt men ook sneller bij elkaar over de vloer. Deze nabijheid is dus niet conditionerend voor kennisrelaties in de regio, maar wel faciliterend.

In hoofdstuk 1 is vermeld dat er veel innovatieve, kennisintensieve bedrijvigheid in de stadsregio Utrecht zit. Vooral ICT en kennisintensieve zakelijke dienstverlening worden genoemd als belangrijk door bedrijven. Veel ondernemingen geven aan te profiteren van de relatief grote aanwezigheid van ICT bedrijven in de regio. Zo zijn er onder andere ICT bedrijven die samenwerken met ziekenhuizen voor online weergave van operaties of voor elektronische patiëntendossiers, ICT bedrijven die samenwerken met transportbedrijven voor automatiseringssystemen of ICT bedrijven die samenwerken met bouwbedrijven voor het gebruik van Bouw Informatie Modellen (BIM, een programma toegepast door bouwers en architecten waarin alle informatie over een bouwwerk wordt verzameld). Er zijn ook veel bedrijven die relaties onderhouden met kennisintensieve zakelijke dienstverleners in de stadsregio Utrecht, zoals advocaten, accountants en verstrekkers van management- en organisatieadvies. Hierbij gaat het echter vooral om zakelijke relaties.

Kennisrelaties tussen bedrijven en kennisinstellingen

De samenwerking van bedrijven uit de regio met kennisinstellingen vindt plaats op verschillende wijzen. Een groot deel van de bedrijven geeft aan stagiaires van verschillende universiteiten en hogescholen te hebben. Daarnaast zijn er ook ondernemingen die aangeven gastcolleges te geven op kennisinstellingen:

“Collega's van mij die staan ook regelmatig op hogescholen, om een stukje les te geven over bepaalde onderwerpen. Dan deel je kennis en dat is heel belangrijk, want als je kennis deelt dan krijg je ook kennis. Dus dan heb je een hele sterke interactie tussen wat je zelf weet en wat je terugkrijgt en op basis daarvan komen weer mooie concepten en ideeën.”

Gastcolleges kunnen dienen om zelf nieuwe kennis op te doen zoals in bovenstaand voorbeeld. De meeste bedrijven vermelden echter dat deze gastcolleges vooral dienen om

goed contact te onderhouden met de universiteiten en hogescholen vanwege de functie van ‘kweekbak voor talent’ die deze instellingen hebben. Verder zijn er ook enkele bedrijven die samen onderzoek doen met kennisinstellingen, of samen met kennisinstellingen vertegenwoordigd zijn in kennisplatforms.

De ondernemingen die kennisrelaties hebben met universiteiten en hogescholen hebben dit voor een groot deel binnen de stadsregio Utrecht. Dit hangt echter af van de aard van de werkzaamheden van een onderneming. Zo zijn bedrijven die vooral naar ‘technische mensen’ zoeken minder gericht op de kennisinstellingen in Utrecht, zij kijken bijvoorbeeld eerder naar de TU’s van Delft of Eindhoven.

De Universiteit Utrecht wordt vrij vaak als relatie genoemd door bedrijven. De ‘sterke merknaam’ van de universiteit wordt gewaardeerd, waardoor verschillende bedrijven hier graag mee geassocieerd worden en relaties mee aangaan. Een voorbeeld is een kennisintensieve zakelijke dienstverlener uit de regio:

“De aanwezigheid van de Universiteit Utrecht is voor ons een reden van vestiging geweest, wij kiezen bij voorkeur voor steden met een universiteit. Dat lijkt aardig, maar het is ook wel de bedoeling om echt relaties te hebben en te onderhouden, want wij associëren ons graag met een wetenschappelijke gefundeerdheid. Dat uit zich in promovendi en hoogleraren die we hebben, het is meer dan het toevallig vestigen omdat er een universiteit zit.”

Ook de Hogeschool Utrecht wordt regelmatig beschreven als kennispartner waar gastcolleges worden gegeven of waar stagiaires vandaan komen. Nyenrode Business Universiteit wordt enkele keren genoemd als partner in kennisplatforms, met name op het gebied van duurzaamheid. Bedrijven in de life sciences hebben veel relaties op de Uithof met de Universiteit Utrecht en het Universitair Medisch Centrum Utrecht (UMCU). Eén van deze ondernemingen weet de redenen voor vestiging van life science bedrijven op de Uithof kort en krachtig te vertellen:

“We zitten hier vanwege het UMCU en vanwege de universiteit, die leveren ons onderzoek en goede mensen.”

Hoogopgeleide beroepsbevolking

De hoogopgeleide beroepsbevolking is in de interviews de meest genoemde kennisfactor die bedrijven waarderen in de stadsregio Utrecht. Dit betekent ten eerste voor ondernemingen dat zij gemakkelijker aan hoogopgeleid personeel kunnen komen:

“De hoogwaardige arbeid die hier in Utrecht zit is een groot voordeel. De keus in opleidingen en de keus in scholen die je hier hebt, heb je in Friesland niet. Er zit hier genoeg kennis.”

Veel bedrijven spreken over een arbeidsmarktprobleem dat zij verwachten in de toekomst door vergrijzing van de bevolking. Bedrijven denken hier echter in de stadsregio Utrecht minder last van te hebben:

“Het is makkelijk om hier aan personeel te komen. Er wonen veel mensen en studenten blijven hangen. En mensen komen hier ook heen. Dus je hebt hier minder last van een arbeidsmarktprobleem.”

Zoals al eerder vermeld in deze paragraaf is door de aard van de opleidingen, de hoogopgeleide beroepsbevolking van Utrecht niet voor elke sector even relevant. De

bedrijven die technische studenten zoeken, komen al snel uit bij de TU's van Delft en Eindhoven. Enkele kennisintensieve zakelijke dienstverleners geven aan dat de hoogopgeleide beroepsbevolking van Utrecht niet goed aansluit op hun werkzaamheden, onder andere omdat er geen zware economische richting in de kennisinstellingen van Utrecht zit.

Naast het relatief makkelijk kunnen vinden van goed geschoold personeel, zien andere bedrijven de hoogopgeleide beroepsbevolking ook als belangrijke doelgroep. Een voorbeeld is een bank gericht op de hogere inkomens:

“Als ik bijvoorbeeld de vermogende particulier wil bedienen, dan zitten er in en om Utrecht relatief veel mensen in het hogere segment.”

Figuur 9: Universiteit Utrecht (Willem C. van Unnikgebouw)



Bron: www.utrechtstudentenstad.nl

De centrale ligging helpt de stadsregio Utrecht bij het aantrekken van hoogopgeleide mensen. Daarnaast geven verschillende bedrijven aan te denken dat de kwaliteit van stad en landschap, een andere Utrechtse kernkwaliteit genoemd in hoofdstuk 1, belangrijk is voor het aantrekken en behouden van hoogopgeleide mensen:

“Deze regio heeft een enorme aantrekkelijkheid qua wonen en recreëren. Op het moment dat mensen hier kunnen werken speelt dat mee. Rust, groen, als je wil kan je hier de stad uit en ben je zo in de weilanden of op de Heuvelrug. Als je een luchtfoto maakt dan zie je hoe groen het hier is. Dat is wel anders in Amsterdam en Rotterdam”

Beleid

Een van de factoren die in paragraaf 1.4 is genoemd als van belang voor de kenniseconomie is beleid dat bedrijven prikkelt kennis te verkrijgen. Er zijn slechts enkele bedrijven in de regio die beleid ten behoeve van kenniscreatie noemen als belangrijk voor hen. Zo zijn er bedrijven die overheidssubsidie krijgen door deel te nemen in projecten met kennisinstellingen. Enkele geven aan dat zij zonder subsidie minder snel deze samenwerking zouden aangaan:

“Voor onderzoek moet eigenlijk ook geld beschikbaar zijn. Soms zijn het gesubsidieerde projecten ten behoeve van innovatie. Maar er geldt dat als wij samen met een universiteit iets leuks en interessants doen en onze mensen daarmee bezig zijn, zij niet het normale werk kunnen doen wat ons geld oplevert. Dus dat kan maar beperkt. Maar als projecten betaald zijn gaat dat makkelijker.”

Voor life science bedrijven is het Utrecht Science Park (USP) van belang. Het USP op de Uithof is een plaats voor hoger onderwijs, wetenschappelijk onderzoek, academische patiëntenzorg en kennisintensieve bedrijvigheid (Universiteit Utrecht, 2012). De gemeente en provincie Utrecht initiëren veel projecten met betrekking tot het USP. Op deze wijze sporen deze overheden kennisinstellingen en kennisintensieve bedrijvigheid (waaronder life science bedrijven) aan tot verdere kenniscreatie.

ICT infrastructuur

Tenslotte is in paragraaf 1.4 ook de ICT infrastructuur genoemd als van belang voor de kenniseconomie. Dit is echter een factor die in de stadsregio Utrecht niet wezenlijk verschilt van de rest van Nederland. Enkele bedrijven, voornamelijk ICT gerelateerd, wijzen op het belang van een glasvezelnetwerk, wat lang niet overal binnen de stadsregio even vanzelfsprekend is.

3.2 Draaischijfeconomie

In tabel 3 in paragraaf 1.4 zijn de verschillende draaischijfaspecten onder elkaar gezet. In deze paragraaf wordt gekeken naar het belang van, en de waardering voor, deze draaischijfaspecten. Ten eerste komt bereikbaarheid per auto aan bod, gevolgd door bereikbaarheid per openbaar vervoer. Daarna wordt de nabijheid van Schiphol besproken en de rol van de stadsregio Utrecht als ontmoetingsplek. Tenslotte worden ook nog enkele nadelen van de centrale ligging genoemd.

Bereikbaarheid per auto

Verreweg de meeste van de gesproken ondernemingen halen voordeel uit de centrale ligging van de stadsregio Utrecht. De centrale ligging is de meest genoemde locatiefactor, en wordt door veel bedrijven als belangrijker beschouwd dan de hoogopgeleide beroepsbevolking:

“Ik denk dat de centrale ligging voor ons het belangrijkste is. Het is maar een klein landje, dus je haalt ook zo een hoop hoogopgeleiden uit Groningen.”

Het belang van de centrale ligging verschilt echter sterk per bedrijf. Vooral nationaal werkende bedrijven met klanten en partners verspreid over heel Nederland halen veel

voordeel uit de ligging. Dat Utrecht een kruispunt van snelwegen is, wordt door bedrijven erkend. Veel bedrijven noemen de aanwezigheid van snelwegen, met name de A2 en de A12, hierbij als groot voordeel. Een voorbeeld komt van een bedrijf gevestigd te Nieuwegein:

“Je zit vanaf hier snel op de A2, de A27 maar ook de A12, dus wat wil je nog meer. Oost, west, noord en zuid zijn vanaf hier relatief goed bereikbaar. Dus wat dat betreft is het een prima locatie.”

De meer regionaal werkende bedrijven hechten minder belang aan de centrale ligging. Voor hen is de centrale ligging minder belangrijk voor bereikbaarheid ten opzichte van partners en klanten. Wel wordt de centrale ligging genoemd als voordeel voor de bereikbaarheid van werknemers, die niet altijd in de eigen regio wonen. Voor dit type bedrijven gaat het dus vooral om woon-werkverkeer. Regionaal werkende bedrijven geven wel vaker dan andere bedrijven aan de A12 belangrijk te vinden, aangezien deze de hele provincie Utrecht doorkruist, van Woerden tot Veenendaal. Bedrijven in het oosten van de stadsregio, bijvoorbeeld in Houten of Zeist, noemen ook vrij vaak de aanwezigheid van snelwegen A27 en A28 als locatievoordeel.

Sommige bedrijven hebben weer andere redenen waarom vooral de bereikbaarheid van werknemers belangrijk is en niet de bereikbaarheid van klanten. Een voorbeeld is een ICT bedrijf uit de regio:

“Het uitleveren van software gebeurt gewoon via een elektronische weg. Dus als wij software leveren, zetten wij dat op de server en vanuit de server wordt de klant beleverd. Dus de draaischijfconomie...nee...de logistieke procedure is anders.”

Bereikbaarheid per openbaar vervoer

Naast knooppunt van snelwegen is de stadsregio Utrecht ook een knooppunt van spoorwegen. Bijvoorbeeld voor bedrijven gevestigd in de binnenstad van Utrecht is de aanwezigheid van het treinstation Utrecht Centraal een belangrijk voordeel. Ook enkele bedrijven buiten de binnenstad waarderen het openbaar vervoer:

“Wat voor ons belangrijk is, is de ligging. Het is buiten de binnenstad maar wel met de bus tien minuten vanaf het Centraal Station, ik denk niet dat veel andere steden dat hebben. Daar zit je toch al snel 20 of 30 minuten van het centrum.”

Bereikbaarheid per openbaar vervoer wordt echter veel minder genoemd dan bereikbaarheid per auto. Op basis van de interviews kunnen ook geen grote verschillen worden aangetoond tussen het belang van openbaar vervoer voor klanten en relaties, en het belang van openbaar vervoer voor werknemers.

Nabijheid Schiphol

In paragraaf 1.4 is vermeld dat volgens Jobse & Musterd (1994) een luchthaven een invloedzone van zo'n 50 à 60 kilometer omvat. De gehele stadsregio Utrecht valt dus binnen de invloedzone van luchthaven Schiphol. Enkele bedrijven, voornamelijk internationaal georiënteerd, geven ook aan dat de ligging van de stadsregio Utrecht nabij Schiphol voor hen een belangrijk locatievoordeel is. Voor één bedrijf is dit zelfs de belangrijkste vestigingsplaatsfactor geweest:

“De vestigingsplaatsvoordelen voor de regio Utrecht zijn simpel. Het gaat alleen om de Schiphol connectie. We willen zo dicht mogelijk bij Schiphol zitten, en deze locatie in Utrecht was redelijk dichtbij de luchthaven.”

Utrecht als ontmoetingsplek

Meerdere bedrijven zeggen door de centrale ligging de functie van Utrecht als ontmoetingsplek te herkennen. Er wordt gemakkelijk in Utrecht afgesproken met partners en klanten vanwege deze centrale ligging:

“Je ziet wel dat Utrecht van de centrale ligging profiteert omdat mensen sneller geneigd zijn om naar deze regio op te trekken, Utrecht is wat dat betreft wel een ontmoetingsplek. Als je mensen uit Amsterdam en Eindhoven wil samen laten werken dan gebeurt dat in Utrecht, mensen uit Eindhoven gaan niet helemaal naar Amsterdam.”

Vergadervoorzieningen zoals de Jaarbeurs spelen hierbij een ondersteunende rol, net als de vele horecavoorzieningen, met name in de binnenstad van Utrecht. Grotere bedrijven die willen overleggen met mensen uit hun verschillende vestigingen verspreid over Nederland, kiezen voor dit overleg vaak de vestiging in de stadsregio Utrecht:

“Je merkt binnen het bedrijf wel dat als er gemeenschappelijke meetings gedaan worden, dat ze vaak hier worden gedaan, ondanks dat het hoofdkantoor in IJsselmuiden/Kampen zit. Dat zorgt voor de minste rijafstand voor iedereen. Dat zie ik ook wel als voordeel, want daardoor is deze vestiging een van de levendigste omdat er regelmatig allerlei mensen in en uit lopen.”

Verschillende bedrijven geven aan dat de centrale ligging ook helpt om hoogopgeleide mensen aan te trekken. De hoogopgeleide mensen willen over het algemeen graag in de regio wonen, onder andere omdat vanaf Utrecht alle delen van Nederland relatief makkelijk bereikbaar zijn.

Nadelen centrale ligging

Naast voordelen zijn ook enkele nadelen van de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht genoemd. Zo merkt een bedrijf in de bouwsector op dat het door haar ligging ook te maken krijgt met concurrenten vanuit alle windstreken:

“In Utrecht hebben we met meer concurrenten te maken dan in Amsterdam. Terwijl Amsterdam substantieel groter is, en de regio er om heen is ook groter dan in Utrecht.”

Bedrijven noemen ook de files die de snelwegen rondom de stadsregio Utrecht met zich mee kunnen brengen als nadeel. De uren dat werknemers vaststaan in de files zijn een verlies van tijd en geld. De verbreding van de A2 wordt daarom als zeer belangrijk gezien door veel bedrijven.

Een ander nadeel is de invloed van de centrale ligging op de huizenprijzen in de stadsregio. Eerder is vermeld dat mede door de centrale ligging veel mensen graag in de regio willen wonen. Door de grote vraag is het wonen in Utrecht echter duur. Daardoor geven bedrijven aan dat het voor hun werknemers soms lastig is om een woning te vinden in de regio.

Figuur 10: Verbreding van de A2 nabij Utrecht



Bron: www.panoramio.com

3.3 Belang en waardering

Eerder is aangegeven dat er zowel wordt gekeken naar het belang dat bedrijven hechten aan de verschillende kennis- en draaischijfaspecten, als naar de waardering van deze aspecten in de stadsregio Utrecht. Er zijn een aantal aspecten waarbij er verschillen zijn tussen het belang en de waardering ervan.

In tabel 3 zijn de belangrijkste en best gewaardeerde kennisaspecten te zien. De hoogopgeleide beroepsbevolking is duidelijk de meest genoemde factor van belang qua kennis. Daarna volgen kennisrelaties, ten eerste met kennisinstellingen, en ten tweede met andere bedrijven. Instellingen als de UU, HU en Nyenrode Business Universiteit worden gewaardeerd voor uitwisseling van kennis en hun functie als kweekbak voor talent. Veel bedrijven in Utrecht werken landelijk en geven aan dat de stadsregio Utrecht niet specifiek van belang is voor kennisrelaties met andere bedrijven.

De waardering van aanwezige kennisinstellingen in de regio en de Utrechtse hoogopgeleide beroepsbevolking is over het algemeen goed, maar hangt af de werkzaamheden van bedrijven. Zo zoeken de meer ‘technische’ bedrijven ook technische mensen, welke minder vaak in de regio Utrecht zijn te vinden. Dit is ook de reden waarom zij relaties met instellingen als de TU Eindhoven of de TU Delft meer waarderen. Zo stelt een bedrijf uit de bouwsector:

“Wij zitten natuurlijk in de bouwkundige hoek. En met name natuurlijk het bouwtechnische stuk komt uit Delft, Eindhoven en ook een beetje uit Twente. Maar echt een bouwkundige faculteit zit er natuurlijk niet in Utrecht, dus we hebben daar niet extra veel revenuen.”

Zoals in tabel 3 is te zien zijn er geen grote verschillen gevonden tussen belang en waardering voor de kennisaspecten. Een aspect dat echter niet door elk bedrijf even positief wordt gewaardeerd is beleid. Er zijn enkele bedrijven die aangeven profijt te hebben gehad van subsidies. Er zijn echter meer bedrijven die overheidsbeleid tekort vinden schieten, zoals een van de life science bedrijven:

“Minpunt is het investeringsklimaat van de lokale overheid, dat lijkt minder dan in andere delen van het land. Er is geen investeringsmaatschappij.”

Een andere vaak gehoorde klacht is dat bedrijven dubbelingen zien in beleid van rijksoverheid, provincie en gemeente. Hierdoor scoort stimulerend beleid in tabel 3 lager bij waardering dan bij belang.

Tabel 3: Belang en waardering kennisaspecten

Belang		Waardering	
1	Hoogopgeleide beroepsbevolking	1	Hoogopgeleide beroepsbevolking
2	Kennisrelaties (met kennisinstellingen)	2	Kennisrelaties (met kennisinstellingen)
3	Kennisrelaties (met andere bedrijven)	3	Kennisrelaties (met andere bedrijven)
4	Stimulerend beleid	4	ICT infrastructuur
5	ICT infrastructuur	5	Stimulerend beleid

Bij aspecten met betrekking tot de draaischijfeconomie zijn meer verschillen tussen belang en waardering (zie tabel 4). Bereikbaarheid per auto is bij uitstek het belangrijkste draaischijfaspect. Bereikbaarheid voor woon-werkverkeer staat boven bereikbaarheid ten opzichte van klanten en relaties. Werknemers komen vaak van verschillende delen van Nederland, een centrale ligging is hierdoor erg gunstig voor de bereikbaarheid. Niet alle bedrijven hebben echter ook hun klanten en partners verspreid over Nederland, hierdoor zijn de voordelen van een centrale ligging voor dit type bereikbaarheid minder. Daarna volgen de functie van Utrecht als ontmoetingsplek, bereikbaarheid per openbaar vervoer en de nabijheid van Schiphol. Bij de bereikbaarheid per openbaar vervoer gaat het ook in eerste instantie om woon-werkverkeer.

De waardering van deze aspecten kent echter een andere volgorde. De rol van Utrecht als ontmoetingsplek wordt goed gewaardeerd. De stedelijke kwaliteiten van de stad Utrecht spelen hierbij een ondersteunende rol. Met name de aanwezigheid van vele horeca- en vergaderlocaties helpen hierbij.

Over de bereikbaarheidsvoordelen die door de centrale ligging ontstaan, verschillen de meningen. In paragraaf 3.2 is vermeld dat congestie een belangrijk nadeel kan zijn van de centrale ligging. Bedrijven ondervinden hinder van congestie, al hangt dit sterk af van de snelwegen die voor een bedrijf belangrijk zijn. Bedrijven voor wie de A2 van belang is hebben met name in het verleden veel last van congestie gehad, maar geven aan dat sinds de verbreding van de A2 de bereikbaarheid voor hen erg vooruit is gegaan. De bereikbaarheid richting Amsterdam, en ook Schiphol, is daarom sterk verbeterd. Door deze verbeterde bereikbaarheid is de waardering voor de nabijheid van Schiphol goed. Op andere snelwegen die door de regio lopen, de A12, A27 en A28, blijven problemen bestaan:

“Files kunnen soms een flinke bottleneck zijn. Het zorgt ervoor dat mensen soms liever ergens anders willen afspreken. En ik vind het nu best plezierig dat je merkt dat de bereikbaarheid beter is geworden door verbreding van de A2. Het zou ideaal zijn als die A27 ook verbreed werd.”

De bereikbaarheid per openbaar vervoer wordt over het algemeen positief gewaardeerd, al hangt het af van de plaats waar een bedrijf gevestigd is. Zo ondervinden bedrijven in de binnenstad van Utrecht grote voordelen van de aanwezigheid van treinstation Utrecht Centraal. Het zijn met name bedrijven uit het oosten van de stadsregio, bijvoorbeeld uit Zeist of Houten, die negatief zijn over openbaar vervoer. Een voorbeeld is een bedrijf uit Houten:

“Wat ik wel op prijs zou stellen is beter openbaar vervoer. Eens in de zoveel tijd gaat er een boemeltreintje naar Utrecht Centraal, en daarvandaan gaat er een trein naar Schiphol. Maar het zijn allemaal niet hele soepele verbindingen. Als dat allemaal makkelijker gaat zou je ook eerder de auto laten staan.”

Tabel 4: Belang en waardering draaischiffaspecten

Belang		Waardering	
1	Bereikbaarheid per auto (woon-werkverkeer)	1	Utrecht als ontmoetingsplek
2	Bereikbaarheid per auto (t.o.v. klanten en relaties)	2	Nabijheid Schiphol
3	Utrecht als ontmoetingsplek	3	Bereikbaarheid per openbaar vervoer (woon-werkverkeer en t.o.v. klanten en relaties)
4	Bereikbaarheid per openbaar vervoer (woon-werkverkeer en t.o.v. klanten en relaties)	4	Bereikbaarheid per auto (woon-werkverkeer en t.o.v. klanten en relaties)
5	Nabijheid Schiphol		

3.4 De vier groepen

In tabel 5 is de indeling van de 36 geïnterviewde bedrijven in de vier verschillende groepen te zien. De groepen ‘draaischijf’ en ‘beiden’ zijn het best vertegenwoordigd. Dit betekent dat een ruime meerderheid van de bedrijven, 30 van de 36, voordelen behaalt uit de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht. Het aantal bedrijven dat aangeeft voordelen te behalen uit de kenniseconomie is 19, waarvan er 15 tot de groep ‘beiden’ behoren en 4 tot de groep ‘kennis’. Tenslotte is er een groep van 2 bedrijven die van geen van beiden gebruik maakt.

Tabel 5: Indeling van bedrijven in de vier groepen

Groepen	Aantal	Percentage
Kennis	4	11,1%
Draaischijf	15	41,7%
Beiden	15	41,7%
Geen van beiden	2	5,6%
Totaal	36	100%

Veel van de bedrijven die beide functies van de stadsregio Utrecht waarderen geven aan dat de draaischijfeconomie ondersteunend is voor de kenniseconomie. Andersom geldt dit niet, er zijn geen bedrijven die aangeven dat de kenniseconomie de draaischijfeconomie ondersteunt. De centrale ligging helpt bedrijven om hoogopgeleid personeel aan te trekken:

“Hoogopgeleid personeel is belangrijk. We zouden waarschijnlijk om die reden ook niet in Groningen gaan zitten om dat dan de vraag is of je wel een voldoende aantrekkelijke vestigingsplek hebt om hoogopgeleide mensen daar naartoe te halen. Het heeft veel te maken met dat het centraal gelegen is, dat is ook voor werknemers makkelijk.”

In het bovenstaande is een kort beeld geschetst van de vier verschillende groepen die in het conceptueel model zijn gepresenteerd. In hoofdstuk 4 zullen deze vier groepen verder in kaart worden gebracht door te kijken welke bedrijfskenmerken van invloed zijn op de groepen, en op wat voor wijze.

3.5 Conclusie

In deze paragraaf wordt een antwoord gegeven op de volgende deelvragen:

- Wat is het belang van de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht voor bedrijven?
- Wat is het belang van de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht voor bedrijven?

Ongeveer de helft van de gesproken bedrijven profiteert van de kenniseconomie. Bij het verklaren van het belang van de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht moet in eerste instantie de hoogopgeleide beroepsbevolking worden beschreven. Dit is de belangrijkste en best gewaardeerde factor met betrekking tot de kennis. Veel bedrijven beschouwen het als groot voordeel dat in de stadsregio Utrecht relatief makkelijk aan hoogopgeleid personeel kan worden gekomen. Het gros van de relaties tussen bedrijven onderling is zakelijk, alhoewel er ook voldoende kennisrelaties gevonden zijn. In Utrecht zitten echter veel bedrijven die landelijk werken en aangeven dat de stadsregio niet specifiek van belang is voor deze kennisrelaties. Qua relaties met kennisinstellingen hangt het vooral af van de aard van werkzaamheden van een bedrijf, of deze relaties binnen of buiten de regio plaatsvinden. De belangrijkste reden om relaties met deze instellingen aan te gaan is, naast wederzijdse kennisuitwisseling, de functie van een kennisinstelling als ‘kweekbak voor talent’. ICT infrastructuur speelt nauwelijks een rol van betekenis. Beleid is voor sommige bedrijven wel van belang. Voor enkele bedrijven geldt dat beleid een stimulerende werking heeft op hun kenniscreatie, terwijl andere bedrijven overheidsbeleid juist tekort vinden schieten.

Bijna alle bedrijven behalen, in meer of mindere mate, voordelen uit de draaischijfeconomie. Dat Utrecht een kruispunt van snelwegen is, is sterk van belang voor de ondernemingen. Dit levert bedrijven bereikbaarheidsvoordelen op ten eerste voor woon-werkverkeer en ten tweede voor bereikbaarheid van klanten en relaties. Congestieproblemen op de snelwegen zorgen er echter voor dat niet elk bedrijf de bereikbaarheid even positief waardeert. Er zijn verschillende bedrijven die de rol van Utrecht als ontmoetingsplek van belang vinden en deze rol van de regio ook goed waarderen. Bereikbaarheid per openbaar vervoer wordt ook genoemd, maar aanzienlijk minder dan bereikbaarheid per auto. Internationaal opererende bedrijven vinden ook de ligging ten opzichte van Schiphol belangrijk. De verbreding van de A2 heeft ervoor gezorgd dat de bereikbaarheid van Schiphol goed gewaardeerd wordt.

4. Bedrijfskenmerken

In paragraaf 1.3 is een conceptueel model geschetst waarin zes bedrijfskenmerken zijn weergegeven. In dit hoofdstuk wordt gekeken hoe deze bedrijfskenmerken invloed hebben op de verschillende aspecten met betrekking tot de kennis- en draaischijfeconomie. Dit mondt uit in een conclusie. In de conclusie wordt een antwoord gegeven op de laatste vier deelvragen die in paragraaf 1.3 zijn geformuleerd.

4.1 Omvang

Voor het belangrijkste kennisaspect, de hoogopgeleide beroepsbevolking, lijkt de grootte van een bedrijf niet van belang. Er zijn geen opvallende verschillen tussen grote en kleine bedrijven te bespeuren bij het belang van, en de waardering voor, de hoogopgeleide beroepsbevolking.

Omvang lijkt wel van invloed op kennisrelaties die bedrijven onderhouden. Verschillende bedrijven geven aan dat hun grootte van invloed is op de mate waarin zij kennisrelaties met andere bedrijven en instellingen aangaan. Zo blijven samenwerkingsverbanden tussen kleine bedrijven en kennisinstellingen vooral beperkt tot het aannemen van stagiaires. Samenwerkingsverbanden tussen grote bedrijven en kennisinstellingen zijn vaak intensiever, bijvoorbeeld via gastcolleges of gezamenlijk onderzoek. Grootte is ook van invloed op samenwerking tussen bedrijven onderling. Binnen grote organisaties is er vaak meer draagvlak voor kennisinitiatieven, zowel binnen als buiten de regio. In meerdere clusters zijn samenwerkingsverbanden tussen grote bedrijven gevonden. Over het algemeen weten grote spelers elkaar makkelijker te vinden, zo ook in de bouwsector:

“In de industrie zit een hele mate van elkaar kennen. Je bent dus niet anoniem in deze industrie, zeker niet. Vooral als je een bepaalde grootte hebt, dan ken je elkaar.”

Een van de kleinere ondernemingen uit de bedrijfspopulatie stelt dat zij mede door haar grootte minder vaak externe kennisrelaties aangaat:

“Wij proberen wel te innoveren, maar doen dat eigenlijk niet samen met anderen, wij doen dat echt intern.”

De grotere bedrijven hebben ook meer contacten met bijvoorbeeld gemeente en provincie Utrecht. Grote werkgevers zijn belangrijke partijen voor overheden.

Voor zowel grote als kleine bedrijven is de centrale ligging een belangrijk voordeel van gevestigd zijn in de stadsregio Utrecht. Bereikbaarheid ten opzichte van klanten en partners is voor grote bedrijven echter belangrijker dan voor kleine bedrijven. Omvang en ruimtelijk schaalniveau zijn hierbij aan elkaar gerelateerd (zie paragraaf 4.6). Doordat kleine bedrijven vaker op regionaal schaalniveau werken, hoeven zij minder vaak lange afstanden over snelwegen of spoorwegen af te leggen om klanten of partners op te zoeken. Voor kleine bedrijven is bereikbaarheid vooral van belang met betrekking tot woon-werkverkeer. Vaak hebben namelijk ook de kleine bedrijven werknemers van buiten de regio in dienst, die grote afstanden moeten afleggen per auto of openbaar vervoer.

De functie van Utrecht als ontmoetingsplek wordt ook meer erkend door grote bedrijven. Vaak hebben zij meerdere vestigingen en kunnen zij intern de vestiging in Utrecht de rol van ontmoetingsplaats geven.

De hypothese met betrekking tot omvang is onjuist. Er geldt voor verschillende bedrijven dat hun grootte (mede) verantwoordelijk is voor de wijze waarop zij bepaalde aspecten met betrekking tot de kennis- en draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht waarderen. Grote

bedrijven hebben meer kennisrelaties, zowel binnen als buiten de regio. Toch kan er niet gesteld worden dat grote bedrijven meer profiteren van de Utrechtse kenniseconomie dan kleine bedrijven omdat er voor het belangrijkste kennisaspect, de hoogopgeleide beroepsbevolking, geen grote verschillen zijn.. Het merendeel van zowel de grote als de kleine bedrijven profiteert van de draaischijfeconomie. Grote bedrijven lijken hier echter meer intens van te profiteren. De centrale ligging geeft hen zowel voordelen qua bereikbaarheid ten opzichte van klanten en partners als bereikbaarheid van werknemers. Ook de rol van ontmoetingsplek wordt vaker door grote bedrijven onderstreept.

4.2 Locatie

Bij de variabele locatie is er een onderscheid gemaakt tussen bedrijven gevestigd op bedrijventerreinen en bedrijven elders gevestigd, bijvoorbeeld in woonwijken. Uit de resultaten afkomstig uit de interviews blijkt dat deze variabele voor bedrijven relevant is met betrekking tot de mate waarin zij belang hechten aan draaischijfaspecten. Zo zijn er ondernemingen op bedrijventerrein Papendorp gesproken voor wie de nabijheid van de snelwegen A2 en A12 een belangrijke reden voor vestiging is geweest:

“We zaten eerst meer in de stad, bij de Jaarbeurs. Maar we hebben wel heel bewust voor deze plek gekozen, omdat we dan heel snel weg zijn. En dat merk je ook. Het scheelt zeker een kwartier om de stad uit te komen als je hier wegrijdt.”

Figuur 11: Bedrijventerrein Papendorp en snelweg A12



Bron: www.hetutrechtsarchief.nl

Enkele bedrijven in de transportsector geven zelfs aan dat het zij door de bereikbaarheid niet op een andere plaats dan een bedrijventerrein willen zitten:

“Wij zijn een industrie waarin veel mensen voor hun werk reizen overdag, dus dan is het belangrijk dat je met een auto gemakkelijk heen en weer kunt. Dan wil je jezelf niet elke dag de binnenstad in vechten, en ook nog op zoek moeten naar een parkeerplaats.”

Er zijn bedrijven met veel hoogopgeleide mensen in dienst die aangeven dat voor hun personeel ook ‘quality of life’ aspecten belangrijk zijn. Zij vinden bedrijventerreinen vaak te monofunctioneel voor deze ‘quality of life’ aspecten en zitten daarom liever elders. Eén van de ICT bedrijven stelt het als volgt:

“Wij zijn een mensenbedrijf, we hebben geen dozen die we kunnen verkopen, we hebben 1600 man. Dit is de belangrijkste locatie, er zijn er meer maar dit is het hoofdkantoor en dit past bij onze cultuur, bij wat we willen uitstralen.”

De rol van Utrecht als ontmoetingsplek wordt door ondernemingen op bedrijventerreinen weinig genoemd, ten opzichte van bijvoorbeeld bedrijven in de binnenstad van de gemeente Utrecht. Een reden hiervoor is dat vergader- en horecavoorzieningen voor de ondernemingen op bedrijventerreinen meestal minder nabij zijn.

De hypothese met betrekking tot locatie is juist. Er zijn ondernemingen op bedrijventerreinen gesproken voor wie ook de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht van belang is. Maar voor nagenoeg alle van deze bedrijven geldt dat de draaischijfeconomie van groter belang is. Het merendeel van de bedrijven die elders gevestigd is geeft ook aan dat de draaischijfeconomie voor hen van belang is, maar in mindere mate dan de ondernemingen op bedrijventerreinen.

4.3 Functie

In deze paragraaf wordt gekeken hoe hoofdkantoren en nevenvestigingen van bedrijven de kennis- en draaischijfeconomie van de regio waarderen. Er is een verschil te maken in twee typen hoofdkantoren. Er zijn bedrijven die maar één vestiging hebben wat daarom automatisch het hoofdkantoor is, en bedrijven met meerdere vestigingen. Binnen bedrijven met meerdere vestigingen zijn de hoofdkantoren de grootste vestigingen met het meeste zeggenschap. Een aantal hoofdkantoren geven aan dat zij, doordat zij een grote vestiging zijn, wat meer ruimte hebben voor kennisinitiatieven. De hoogopgeleide beroepsbevolking is over het algemeen een belangrijk locatievoordeel.

Tegelijkertijd zijn er bedrijven die stellen dat zij de stadsregio Utrecht een mooie centrale plek vinden voor een hoofdkantoor en verder weinig hebben met de regionale kenniseconomie. Bereikbaarheidsvoordelen, zowel voor partners, klanten als werknemers, zijn het meest belangrijk voor hen. Enkeligen geven aan dat de rol van Utrecht als ontmoetingsplek van belang is. Met een hoofdkantoor in de stadsregio wordt er gezien de centrale ligging gemakkelijker in Utrecht afgesproken met werknemers vanuit andere vestigingen.

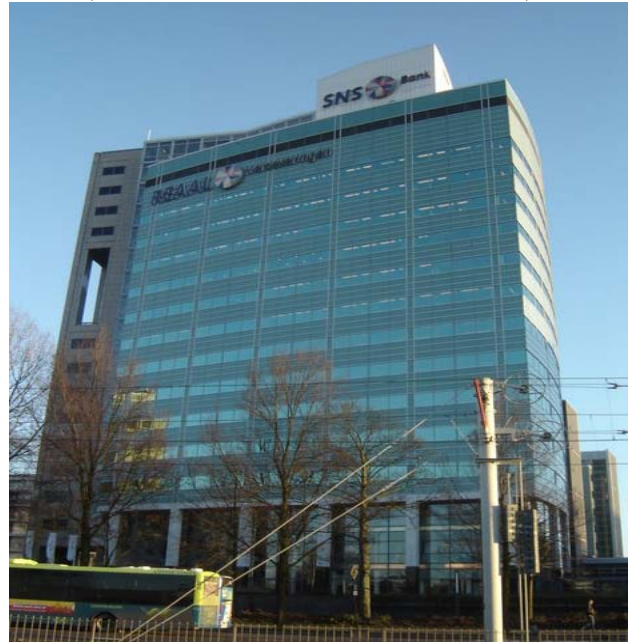
Veel van de nevenvestigingen hebben de stadsregio of de provincie Utrecht als werkgebied. In deze gevallen zijn er binnen bedrijven voor verschillende regio's verschillende vestigingen. Van deze nevenvestigingen bevinden de (kennis)relaties zich daarom vooral binnen de regio, zoals bij onderstaand voorbeeld van een zakelijk dienstverlener:

“Wat voor ons een belangrijk punt is, is landelijke spreiding. Omdat wij veel met en voor individuen werken, is een uitgangspunt dat we dicht bij onze klant willen zitten.”

Enkele nevenvestigingen voelen dat zij door hun werkgebied ook duidelijk een regiofunctie hebben. Daarom hebben zij ook veel contacten met regionale overheden. Een voorbeeld komt van een andere zakelijke dienstverlener in de gemeente Utrecht:

“We zitten sinds ‘92 in de regio, dus sindsdien zijn we met elkaar aan het werk, dat is belangrijk. De regiofunctie is belangrijk. We gaan daar ook respectvol mee om naar elkaar toe. Er is ook in intensief overleg met de gemeente.”

Figuur 12 en 13: Hoofdkantoren van banken in Utrecht (links Rabobank, rechts SNS Bank)



Bron: www.ad.nl en www.skyscrapercity.com

Een enkel bedrijf geeft aan dat de hoogopgeleide beroepsbevolking een reden was om een nevenvestiging in Utrecht te openen. De centrale ligging wordt echter vaker als locatievoordeel genoemd. Bereikbaarheidsvoordelen zijn er vooral qua woon-werkverkeer, en minder voor de bereikbaarheid van partners en klanten. Een vestiging met een regionaal werkgebied hoeft namelijk alleen binnen de regio te reizen voor het bezoek van klanten. Een nationaal centrale ligging is hiervoor minder relevant. Werknemers van deze vestigingen komen echter meestal wel uit verschillende delen van Nederland. De functie van Utrecht als ontmoetingsplek blijkt niet alleen voor hoofdkantoren te gelden, maar evenzeer voor nevenvestigingen. Verschillende nevenvestigingen geven aan dat zij binnen het bedrijf een populaire vestiging zijn voor vergaderingen en ontmoetingen.

De hypothese omtrent functie is gedeeltelijk juist. Het is juist dat voor hoofdkantoren, ten opzichte van nevenvestigingen, de draaischijfeconomie belangrijker is dan de kenniseconomie. De nationale centrale ligging met bijkomstige bereikbaarheidsvoordelen is van groot belang, zowel voor hoofdkantoren als nevenvestigingen. Voor hoofdkantoren geeft de centrale ligging echter bereikbaarheidsvoordelen voor klanten, partners en werknemers, terwijl het voor nevenvestigingen vooral om bereikbaarheidsvoordelen van werknemers gaat. Het is niet juist dat voor nevenvestigingen de kenniseconomie relevanter is dan de draaischijfeconomie. Verschillende nevenvestigingen geven aan kennisrelaties in de regio belangrijk te vinden, maar andere kennisaspecten komen minder aan bod. Ook door de nevenvestigingen worden draaischijfaspecten uiteindelijk vaker belangrijk gevonden dan kennisgerelateerde aspecten.

4.4 Activiteit

Bij de variabele activiteit gaat het er om of bedrijven gespecialiseerd zijn in een kernactiviteit of een breder scala aan activiteiten in huis hebben. In hoofdstuk 3 is vermeld dat bedrijven vaak kennisrelaties aangaan met bedrijven die iets doen wat zij zelf niet kunnen, maar wat

tegelijkertijd niet te ver van de eigen activiteit(en) af ligt. Dit zou kunnen betekenen dat binnen bedrijven met een breed scala aan activiteiten vaker de samenwerking intern wordt opgezocht, omdat er ten opzichte van gespecialiseerde bedrijven meer afdelingen zijn die raakvlakken hebben met elkaar maar die tegelijkertijd wel iets verschillends doen. Er zijn bedrijven gesproken voor wie de brede oriëntatie van invloed is op externe samenwerkingsverbanden. Onderstaand voorbeeld komt van een bedrijf uit de zorgsector:

“Bij alle thema's speelt mee dat we zelf veel in huis hebben. Dat heeft te maken met dat we geen kleine organisatie zijn. Dus het is best wel een specifiek moment waarop je zegt, nu is het zo specialistisch dat we het niet in huis hebben en daarvoor een ander bedrijf opzoeken.”

Voor veel van de breed georiënteerde bedrijven die zijn gesproken geldt dat zij vaak intern de samenwerking aangaan. Maar in de meeste gevallen zijn de bedrijven met een breed scala aan activiteiten de grotere bedrijven, die door hun grootte meer kennisinitiatieven kunnen ondernemen en daarom toch veel externe samenwerkingsverbanden hebben.

Voor enkele gespecialiseerde bedrijven geldt dat zij mede door hun focus minder verbondenheid hebben met regionale kennisinstellingen of de regionale hoogopgeleide beroepsbevolking. Als deze focus namelijk ligt in een vakgebied welke in de stadsregio Utrecht niet veel voorkomt, zoals techniek en dergelijke, zijn er meteen weinig raakvlakken met de regionale kenniseconomie. Een breder georiënteerd bedrijf vindt in dit geval vaker toch enige raakvlakken met de regionale beroepsbevolking en kennisinstellingen.

In de interviews zijn geen links gevonden tussen het scala van activiteiten van een bedrijf en de wijze waarop draaischijfaspecten worden gewaardeerd. Over het algemeen is zowel voor de breed georiënteerde als voor de gespecialiseerde bedrijven de draaischijfeconomie belangrijker dan de kenniseconomie. Het scala van activiteiten is hier geen verklarende factor voor.

De hypothese met betrekking tot activiteit is onjuist. Het scala van activiteiten van een bedrijf kan enigszins van invloed zijn op externe kennisrelaties die worden aangegaan, of op hoe de hoogopgeleide beroepsbevolking en kennisinstellingen in de regio worden gewaardeerd. Er kan echter niet gesteld worden dat gespecialiseerde bedrijven meer belang hechten aan de kenniseconomie dan breed georiënteerde bedrijven. Er zijn breed georiënteerde bedrijven met weinig externe kennisrelaties, en breed georiënteerde bedrijven die door hun grootte juist veel kennisrelaties hebben. Ook zijn er voorbeelden van gespecialiseerde bedrijven die door hun specifieke focus weinig affiniteit met de regionale kenniseconomie hebben. Voor zowel de breed georiënteerde als de gespecialiseerde bedrijven is de draaischijfeconomie belangrijker dan de kenniseconomie, het scala van activiteiten is hierbij geen belangrijke verklarende factor.

4.5 Eigendom

De buitenlandse bedrijven in de bedrijfspopulatie zijn allen grote bedrijven. Zoals al in paragraaf 4.1 aan bod is gekomen is er binnen grote organisaties vaak meer draagvlak voor kennisinitiatieven. Dit is een reden waarom enkele buitenlandse bedrijven vrij actief zijn op het gebied van kennisrelaties, zowel binnen als buiten de regio.

Sommige van deze bedrijven vinden dat ze daarbij ook echt een regiofunctie hebben en willen bijdragen aan de regionale kennisontwikkeling. Een voorbeeld komt van een bedrijf met buitenlandse moeder in de gemeente Utrecht:

“Aan alle belangrijke ontwikkelingen hier in de regio proberen wij ons steentje bij te dragen, en deels als adviseur en dienstverlener, maar deels ook als kennispartij, om die kennis ook weer ten dienste te laten komen voor deze regio.”

Op het gebied van waardering voor andere kennisaspecten, bijvoorbeeld de hoogopgeleide beroepsbevolking, verschillen Nederlandse en buitenlandse bedrijven niet veel van elkaar. De draaischijfaspecten zijn erg belangrijk voor de buitenlandse bedrijven. Eigendom is hier gerelateerd aan een ander bedrijfskenmerk, te weten ruimtelijk schaalniveau (zie paragraaf 4.6). Het gaat om grote bedrijven met naast werknemers ook klanten en partners door heel het land. De buitenlandse bedrijven halen daarom veel bereikbaarheidsvoordelen uit de centrale ligging.

Het aspect waarbij buitenlandse bedrijven het meest verschillen van Nederlandse bedrijven is de nabijheid van Schiphol. Deze is erg belangrijk voor hen. Een bedrijf in de transportsector geeft zelfs aan dat de nabijheid van de luchthaven de enige reden is om in de stadsregio Utrecht te gaan zitten. Ook zijn er twee buitenlandse zakelijke dienstverleners gesproken die aangeven dat vliegverkeer voor hen belangrijk is:

“Deze business die kenmerkt zich door veel reisgedrag. Mensen hebben vaak internationale assignaties met klanten, we vliegen ook veel.”

Bereikbaarheid over de A2 en de A9, richting Schiphol, is voor deze ondernemingen belangrijk. De verbreding van de A2 is daarom in het bijzonder voor deze bedrijven een welkome verbetering geweest.

De hypothese omtrent eigendom is onjuist. Buitenlandse bedrijven verschillen op het gebied van kennisaspecten weinig van Nederlandse bedrijven. Er zijn echter voorbeelden van buitenlandse bedrijven te noemen die qua kennisrelaties in de regio Utrecht opvallen ten opzichte van Nederlandse bedrijven. Over het algemeen is voor de buitenlandse ondernemingen, net als voor de Nederlandse, de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht het meest belangrijk. Bereikbaarheid ten opzichte van klanten, partners en werknemers is van groot belang. Wat de buitenlandse bedrijven onderscheid van de Nederlandse is het belang dat wordt gehecht aan de nabijheid van Schiphol.

4.6 Ruimtelijk schaalniveau

Het ruimtelijk schaalniveau waarop bedrijven werken is van invloed op waar bedrijven hun kennisrelaties hebben. Er zijn bedrijven die hun klanten en partners, en daarom ook hun kennisrelaties, vooral binnen de regio hebben. Onder de bedrijven met een regionaal schaalniveau bevinden zich ook enkele nevenvestigingen van grotere bedrijven, die de regio Utrecht als werkgebied hebben. Deze stellen dat zij door hun werkgebied hun samenwerkingsrelaties enkel binnen de regio hebben:

“Voor een samenwerking is het belangrijk dat ze in de regio zitten, anders doe je het niet en gaat het naar een andere vestiging van onze organisatie toe.”

De meeste van de geïnterviewde bedrijven werken echter door heel Nederland. Het gros van de bedrijven die landelijk werkt kijkt voor hun kennisrelaties niet perse naar de regio Utrecht. Dat relaties in de eigen regio zitten heeft voor hen een voordeel, maar is geen prioriteit:

“Het zijn niet veel bedrijven uit de buurt waar wij mee samen werken. Het is meer dat wij op zoek zijn naar een bepaald specialisme, dan dat wij op zoek zijn naar een bedrijf uit de buurt.”

Tegelijkertijd geldt dat bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau, met enkele uitzonderingen, de grotere bedrijven zijn. In paragraaf 4.1 is al vermeld dat veel van deze

bedrijven door hun omvang meer kennisinitiatieven kunnen ondernemen. Ook qua relaties met kennisinstellingen zijn er verschillen. De grotere bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau werken vaker en intensiever samen met universiteiten en hogescholen, zowel binnen als buiten de regio. Door zowel bedrijven met een regionaal als met een bovenregionaal schaalniveau wordt de hoogopgeleide beroepsbevolking van de stadsregio Utrecht over het algemeen goed gewaardeerd. Uit de resultaten van de interviews kan niet worden opgemaakt dat het ruimtelijk schaalniveau van bedrijven invloed heeft op dit kennisaspect.

Wederom zijn draaischijfaspecten echter belangrijker, met name voor de bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau. Voor bedrijven met een regionaal schaalniveau is bereikbaarheid ten opzichte van partners en klanten minder relevant dan voor bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau. Voor het bezoeken van die partners en klanten hoeven zij namelijk alleen over snelwegen of spoorwegen binnen de eigen regio te reizen, terwijl bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau hiervoor door heel Nederland reizen. Een voorbeeld van een landelijk werkend architectenbureau die het belang van bereikbaarheidsvoordelen onderstreept komt van een Utrechts architectenbureau:

“Het is centraal gelegen, absoluut. Wij merken ook dat doordat we landelijk werken dit een hele handige plek is. En nu is de A2 verbreed, en zijn ze ook bezig met de A12. Het is een fantastische plek om te zitten, omdat je eigenlijk alles in Nederland binnen 2 uur kunt bereiken.”

De centrale ligging is voor de regionaal werkende bedrijven echter wel vaak een voordeel voor de bereikbaarheid van werknemers. Onder de bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau zitten ook bedrijven die internationaal werken. Deze geven aan de bereikbaarheid van Schiphol van belang te vinden.

Een verhaal apart zijn de life science bedrijven. Deze hebben zowel op regionaal als internationaal schaalniveau veel kennisintensieve relaties. Zij combineren een ‘local buzz’ strategie met een ‘global pipeline’ strategie. De relaties die zij binnen Nederland hebben zijn allen binnen Utrecht, en verder hebben zij alleen internationale relaties. Doordat zij binnen Nederland alleen op Utrecht zijn gericht is een nationaal centrale ligging weinig van belang. Alleen de bereikbaarheid van werknemers en de nabijheid van Schiphol is voor hen belangrijk.

De hypothese omtrent ruimtelijk schaalniveau is juist. Het schaalniveau waarop bedrijven werken is van invloed op waar de ondernemingen hun kennisrelaties hebben, binnen of buiten de regio. Tegelijkertijd hebben veel van de bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau door hun grootte meer ruimte voor kennisinitiatieven, zowel binnen als buiten de stadsregio Utrecht. Voor bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau is de draaischijfeconomie echter belangrijker dan de kenniseconomie. Ook voor veel regionaal werkende bedrijven is de draaischijfeconomie belangrijk, maar in mindere mate dan voor de bedrijven met een bovenregionaal schaalniveau.

4.7 Conclusie

In paragraaf 4.1 tot en met 4.6 zijn de verschillende bedrijfskenmerken aan bod gekomen. Er is gekeken op welke kennis- en draaischijfaspecten de kenmerken invloed hebben, en of de hypothesen die in paragraaf 1.5 zijn gesteld juist zijn of niet. Tabel 7 vat de resultaten samen.

Tabel 7: Bedrijfskenmerken, hun invloed op kennis- en draaischijfaspecten, en de hypotheses

Bedrijfskenmerk	Invloed op:	Hypothese
Omvang	Kennisrelaties; beleid; bereikbaarheid (t.o.v. klanten en partners); ontmoetingsfunctie	Onjuist
Locatie	Bereikbaarheid (t.o.v. klanten, partners en werknemers); ontmoetingsfunctie; hoogopgeleide beroepsbevolking	Juist
Functie	Kennisrelaties; hoogopgeleide beroepsbevolking; bereikbaarheid (t.o.v. klanten en partners); ontmoetingsfunctie	Gedeeltelijk juist
Activiteit	Kennisrelaties; hoogopgeleide beroepsbevolking	Onjuist
Eigendom	Kennisrelaties; bereikbaarheid (t.o.v. klanten en partners); nabijheid Schiphol	Onjuist
Ruimtelijk schaalniveau	Kennisrelaties; bereikbaarheid (t.o.v. klanten en partners); nabijheid Schiphol	Juist

Met behulp van de resultaten uit de eerste zes paragrafen kan een antwoord worden gegeven op de laatste vier deelvragen die in paragraaf 1.3 zijn geschetst, te weten:

- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan de draaischijfeconomie van de stadsregio Utrecht?
- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht?
- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan zowel de draaischijfeconomie als de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht?
- Wat zijn de kenmerken van de bedrijven die belang hechten aan geen van beide functies van de stadsregio Utrecht.

Met name omvang en ruimtelijk schaalniveau zijn belangrijke kenmerken voor het verklaren van het belang dat bedrijven hechten aan de kennis- en draaischijfeconomie. Uit de resultaten blijkt dat andere kenmerken als functie en eigendom zijn verbonden met omvang en ruimtelijk schaalniveau. Zo hebben hoofdkantoren van bedrijven vaak een hoger ruimtelijk schaalniveau dan nevenvestigingen en zijn de buitenlandse bedrijven over het algemeen groter in omvang dan de Nederlandse bedrijven.

Bedrijven die alleen van de kenniseconomie van de stadsregio Utrecht profiteren, en niet van de draaischijfeconomie, zijn veelal bedrijven die uitsluitend op een regionaal schaalniveau werken en daarom niet zo veel hebben met de nationale centrale ligging van de stadsregio Utrecht. Eén van deze bedrijven geeft aan veel congestieproblemen te ondervinden, en daarom de bereikbaarheid negatief te waarderen. De hoogopgeleide beroepsbevolking is voor deze groep bedrijven het meest van belang.

De groep van bedrijven die alleen van de draaischijfeconomie van de stadsregio profiteert, en niet van de kenniseconomie, is samen met de groep die van beiden profiteert het grootste. Er is één bedrijfskenmerk waarop deze groep wezenlijk verschilt van de andere groepen, te weten locatie. Het merendeel van deze bedrijven is gevestigd op een bedrijventerrein waar zij bereikbaarheidsvoordelen zien ten opzichte van locaties elders, voornamelijk voor autoverkeer. Verder geldt dat het gros van deze bedrijven een nationaal ruimtelijk

schaalniveau heeft, met klanten verspreid over heel Nederland. De centrale ligging is daardoor een groot voordeel. Een reden dat geen belang wordt gehecht aan de kenniseconomie van Utrecht is voor enkele bedrijven dat zij te klein zijn in omvang om kennisinitiatieven te kunnen ondernemen. Voor andere bedrijven geldt dat zij hoogopgeleide mensen buiten de stadsregio zoeken en daardoor ook voornamelijk relaties met kennisinstellingen van buiten de regio aangaan. Dit komt omdat het aanbod van opleidingen in Utrecht niet aansluit met hun werkzaamheden.

De bedrijven die zowel van de kennis- als van de draaischijfeconomie profiteren vormen qua bedrijfskenmerken een gemêleerde groep. Het grootste gedeelte van deze bedrijven is in omvang groot genoeg om kennisinitiatieven te ondernemen, en heeft klanten, partners en werknemers door heel Nederland waardoor zij ook veel voordelen halen uit de draaischijfeconomie. Hier zitten relatief veel bedrijven bij die ook internationale relaties hebben, en daarom belang hechten aan de nabijheid van Schiphol.

De groep die noch van de kenniseconomie noch van de draaischijfeconomie profiteert is met twee bedrijven de kleinste groep. Omvang en ruimtelijk schaalniveau verklaren waarom deze bedrijven tot de groep behoren. Het zijn beiden kleine bedrijven. Voor één van de bedrijven geldt dat zij ten eerste te klein is voor initiatieven op het gebied van kennis, en ten tweede regionaal actief is waardoor een nationale centrale ligging minder relevant is. Het andere bedrijf geeft aan weinig met de draaischijfaspecten te hebben. Het gaat om een klein bedrijf actief in de mediasector, wat voor haar kennis op Hilversum is gericht.

5. Conclusie

In dit hoofdstuk wordt een antwoord op de volgende vraag gegeven:

In hoeverre hechten bedrijven die geclusterd voorkomen in de stadsregio Utrecht belang aan de draaischijfeconomie en de kenniseconomie van de regio en welke bedrijfskenmerken zijn bij deze waardering relevant?

Om deze vraag te beantwoorden zullen eerst de resultaten uit hoofdstuk 3 en 4 worden besproken. Vervolgens zal worden gekeken naar wat de betekenis van deze resultaten voor de stadsregio Utrecht is.

In de conclusie in hoofdstuk 3 is vermeld dat de meeste bedrijven, in meer of mindere mate, profiteren van de draaischijfeconomie, terwijl ongeveer de helft van de bedrijfspopulatie voordelen behaalt uit de kenniseconomie. De hoogopgeleide beroepsbevolking is het belangrijkste kennisaspect. Daarna komen kennisrelaties, ten eerste tussen bedrijven en kennisinstellingen en ten tweede tussen bedrijven onderling. Beleid, wat niet altijd even positief gewaardeerd wordt, en ICT infrastructuur worden minder genoemd. Het belangrijkste draaischijfaspect is bij uitstek bereikbaarheid per auto, ten eerste voor woon-werkverkeer en ten tweede ten opzichte van klanten en relaties. Door congestieproblemen is dit echter een factor die door sommige bedrijven niet goed wordt gewaardeerd. Bereikbaarheid per openbaar vervoer speelt slechts een kleine rol van betekenis. De rol van Utrecht als ontmoetingsplek wordt door verschillende bedrijven van belang gevonden en ook goed gewaardeerd. Nabijheid van Schiphol scoort door verbreding van de A2 ook hoog in de waardering van bedrijven.

Figuur 14: File op de A27



Bron: www.heuvelrug.transitiontowns.nl

De resultaten uit hoofdstuk 4 hebben aangetoond dat omvang en ruimtelijk schaalniveau de belangrijkste bedrijfskenmerken zijn voor het verklaren van het belang dat bedrijven hechten aan de draaischijf- en kenniseconomie van de regio. Grote bedrijven hebben meer organisatorische en financiële ruimte voor het ondernemen van kennisinitiatieven, zowel binnen als buiten de regio. Er is ook een link tussen omvang en het belang van bereikbaarheid, maar deze wordt voornamelijk verklaard door ruimtelijk schaalniveau. Zo werken kleine bedrijven vaker alleen binnen de regio, waardoor zij voor het opzoeken van klanten geen grote afstanden over snelwegen hoeven af te leggen. Dit kan wel gelden voor

woon-werkverkeer, werknemers komen wel vaak uit andere delen van het land. De grotere bedrijven werken vaker op een bovenregionaal schaalniveau. Hierdoor geeft de centrale ligging hen voordelen qua bereikbaarheid ten opzichte van klanten, partners en werknemers. Uiteraard is het schaalniveau ook van invloed op waar de bedrijven hun kennisrelaties hebben, binnen of buiten de regio.

Het belang van de draaischijfeconomie wordt door bijna alle bedrijven onderstreept. In de aanleiding in paragraaf 1.1 is echter verteld dat Utrecht door haar centrale ligging een belangrijke nationale rol heeft, maar dat haar internationale positie minder geprononceerd is. Als het internationale schaalniveau in de toekomst belangrijker wordt, kan het zijn dat de rol van Utrecht als draaischijf niet langer een voldoende economische trekker is. De kenniseconomie van de regio zou in dit geval uitkomst kunnen bieden.

Veel bedrijven geven aan dat de draaischijfeconomie ondersteunend is voor de kenniseconomie. Zo stellen zij dat de centrale ligging helpt bij het aantrekken van hoogopgeleide mensen. De centrale ligging is ook een reden waarom de regio de universiteit met het meeste aantal studenten in Nederland heeft. Er wordt vaak gesteld dat Utrecht een 'MKB cultuur' heeft. Voor de meeste bedrijven, ook voor veel kleine bedrijven, geldt echter dat het ruimtelijk schaalniveau van hun kennisrelaties nationaal is. De draaischijffunctie speelt hierbij een rol. Een aantal bedrijven geeft namelijk aan dat de goede verbindingen ervoor zorgen dat relaties makkelijker opgezocht kunnen worden.

Andersom zijn er echter geen bedrijven gesproken die aangeven dat de kenniseconomie eenzelfde ondersteunende rol voor de draaischijfeconomie heeft. Zo halen bijvoorbeeld de ondernemingen gevestigd op bedrijventerreinen, meestal op goed bereikbare plekken, veel voordeel uit de centrale ligging. Tegelijkertijd zegt het gros van deze ondernemingen vrij weinig tot helemaal niets met de Utrechtse kenniseconomie te hebben. Veel van deze bedrijven zijn transport- en logistieke distributiebedrijven. Door de aard van hun werkzaamheden zijn zij de bedrijven die het meest direct profiteren van Utrecht als knooppunt van snelwegen. Dit heeft echter niet geleid tot een concentratie van logistieke kennis in de regio. De stadsregio Utrecht is voor hen ook niet belangrijk als standplaats voor hun (kennis)relaties.

De rol van nationale draaischijf is belangrijk voor de economie van de stadsregio. De resultaten uit dit onderzoek tonen echter aan dat er nog veel winst kan worden behaald in sterkere verbindingen tussen draaischijf- en kenniseconomie. Wanneer de draaischijfeconomie in de toekomst niet langer een voldoende economische trekker zou worden, zouden deze verbindingen een belangrijke rol kunnen spelen in het verder versterken van de aantrekkingskracht van de regio.

Literatuur

Arend, S.H. van der (2007). Pleitbezorgers, procesmanagers en participanten: interactief beleid en de rolverdeling tussen overheid en burgers in de Nederlandse democratie. Delft: Eburon.

Atzema, O., Egmond, van K., Mommaas, H. & R. Wenting (2008). Een strategische analyse in het kader van het traject 'Samen op Weg naar 2040' van de Provincie Utrecht. Utrecht: Universiteit Utrecht, Faculteit Geowetenschappen.

Atzema, O.A.L.C., Goeij, C. de & S. Holvast (2011). Utrechtse clusters in bloei? Economisch geografische relaties van zes bedrijvenclusters in de stadsregio Utrecht. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Bekkers, H., Dijck, B. & J. Van Salverda (1985). Internationale ondernemingen in de regio Amsterdam en Utrecht vestigingstendensen van handels en dienstverlenende bedrijven en hun regionale effecten. Utrecht: Universiteit Utrecht

Bestuur Regio Utrecht (2005). Regionaal Structuur Plan 2005 – 2015. Utrecht.

Bestuur Regio Utrecht (2008). Economie Centraal. Regionaal economische ontwikkelingsstrategie. Utrecht.

Bryman, A. (2008). Social research methods. Third Edition. New York: Oxford University Press.

Bureau Louter (2012). Modellen/databases.

<http://www.bureaulouter.nl/index.html?url=http://www.bureaulouter.nl/modellen.html>

Cairncross, F. (1997). The death of Distance; how the communications revolution will change our lives. Boston, Mass: Harvard Business School.

CBS (2010). Utrecht telt meeste hoogopgeleiden.

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/onderwijs/publicaties/artikelen/archief/2003/2003-1222-wm.htm>

Gemeente Utrecht (2010). Utrecht Werkt. Trendrapportage 2010.

<http://www.utrecht.nl/smartsite.dws?id=206379>

Gooijers, D. (2009). Hoger opgeleiden binnen de stedelijke kenniseconomie. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.

Hoek, E. W. van der (2007). De rol van zachte locatiefactoren voor buitenlandse bedrijven in Noord-Brabant. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Jacobs, D. (1999), Internet versterkt de behoefte aan transport, Economisch Statische Berichten, dossier Economie en Infrastructuur, 84e jaargang.

Jobse, R. B. & S. Musterd (1994). De stad in het informatietijdperk: dynamiek, problemen en potenties. Assen: Van Gorcum.

Kamp, M. van de (2003). Het locatiekeuzeproces van kleine ondernemingen in Amsterdam en Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam.

Kersten, P. (2001). Locatiefactoren van ICT-bedrijven. Onderzoek naar de gewenste vestigingsmilieus voor verschillende ICT-bedrijven, rekening houdend met de dynamiek en de marktontwikkelingen. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.

Louw, E. (1996). Kantoorgebouw en vestigingsplaats: een geografisch onderzoek naar de rol van huisvesting bij locatiebeslissingen van kantoorhoudende organisaties. Technische Universiteit Delft: Universitaire Pers.

Madhok, A. & C. Liu (2006). A coevolutionary theory of the multinational firm, *Journal of International Management*, 12, pp. 1-21.

Ministerie van Economische Zaken (2004). Pieken in de Delta. Gebiedsgerichte economische perspectieven. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.

Ministerie van Economische Zaken (2006). In actie voor acquisitie. Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen. Den Haag.

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (2011). Investeren in Topsectoren. <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/ondernemersklimaat-en-innovatie/investeren-in-topsectoren>

Musterd, S. & B. de Pater (1992). Randstad Holland: internationaal, regionaal, lokaal. Assen: Van Gorcum.

Nieuwenbroek, M. (2003). Bereikbaarheid van bedrijventerreinen. Tilburg: Universiteit van Tilburg.

OECD (1996). The knowledge-based economy. Parijs: OECD.

Oort, F. van, & O. Raspe (2005). Kennisassen en kenniscorridors. Over de structurerende werking van infrastructuur in de kenniseconomie. Rotterdam: NAI Uitgevers.

Pieken in de Delta, Gebiedsgerichte Economische Perspectieven (2004). Den Haag, Ministerie van Economische Zaken.

Provincie Utrecht (2009). Utrecht 2040. Samen zorgen voor een duurzame en aantrekkelijke regio. <http://www.utrecht2040.nl>

Provincie Utrecht (2011). Economische Visie provincie Utrecht 2020. Focus op kennis en creativiteit. <http://www.provincie-utrecht.nl/onderwerpen/alle-onderwerpen/economische-visie/>

Raspe, O., Oort, F. van, P. de Bruijn (2004). Kennis op de kaart. Ruimtelijke patronen in de kenniseconomie. Rotterdam: NAI Uitgevers.

Stec (2001). Top 50 locatiebeslissingen Nederland 2000. Nijmegen: Stec Groep B.V.

Universiteit Utrecht (2012). Utrecht Science Park.

<http://www.uu.nl/university/research/NL/Valorisatie/scienceparkutrecht/Pages/default.aspx>

Visser, E.J. & O.A.L.C. Atzema (2008). With or Without Clusters: Facilitating Innovation through a Differentiated and Combined Network Approach. *European Planning Studies* 16 (9), pp. 1169-1188.

Bijlage 1: Vragenlijst interviews

I Algemene zaken

- 1) Functie / Achtergrond geïnterviewde
- 2) Kernactiviteit bedrijf
- 3) Korte levensloop aan de hand van vestigingslocatie(s)
- 4) Dochter / Spin-off / Zelfstandig/Locatie hoofdkantoor moederbedrijf

II Kennisnetwerken & leerprocessen

Het gaat ons in eerste instantie om de zakelijke (markt)relaties van uw bedrijf. Daarnaast willen we graag weten wat voor kennisrelaties u onderhoudt.

A Verticale relaties

- 5) Waar zijn uw belangrijkste **toeleveranciers** gevestigd (naar omvang inkoop)?

In regio Utrecht:

Buiten regio Utrecht:

.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

- 6) Waar zijn uw vijf belangrijkste **klanten** gevestigd (naar omvang afzet)?

In regio Utrecht:

Buiten regio Utrecht:

.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....

(Bij vestiging belangrijke toeleverancier/klant in regio Utrecht)

- 7) Is het belangrijk voor uw bedrijf dat toeleveranciers en/of afnemers in de regio Utrecht gevestigd zijn? Waaruit blijkt dat belang?
- 8) Is het aandeel toeleveranciers en afnemers in de regio Utrecht voor uw bedrijf de laatste jaren toegenomen of afgenomen? Is dat ook van belang van voor de bedrijfsvoering in uw bedrijf? Oorzaken?
- 9) Werkt u samen met toeleveranciers en afnemers, bijvoorbeeld om nieuwe toepassingen en producten te bedenken? Waar zijn die toeleverende en afnemende partners waarmee uw bedrijf op innovatiegebied samenwerkt gevestigd? In de regio Utrecht of daarbuiten?
- 10) Gaat het bij die samenwerking om uitwisseling van kennis (*iets van elkaar leren*) of om puur commerciële samenwerking (*iets aan elkaar verdienen*)?

B Horizontale relaties

11) Waar zijn uw belangrijkste **vijf concurrenten in uw sector** gevestigd (naar marktaandeel)?

In regio Utrecht:

Buiten regio Utrecht:

.....
.....
.....
.....
.....

12) Werkt u samen met concurrerende **bedrijven uit uw sector**? Gaat het dan om uitwisseling van kennis (*iets van elkaar leren*) of om puur commerciële samenwerking (*iets aan elkaar verdienen*)?

(Bij vestiging partner in regio Utrecht)

13) Is het belangrijk voor uw bedrijf dat de concurrerende bedrijven waarmee u samenwerkt in de regio Utrecht gevestigd zijn? Waaruit blijkt dat belang?

14) Welk belang spelen zij in het vergaren van nieuwe kennis?

15) Is het belang dat deze concurrerende bedrijven in de regio Utrecht gevestigd zijn de laatste jaren toegenomen of afgenomen? Oorzaken?

C Diagonale relaties

16) Heeft uw bedrijf zakelijke relaties (puur commercieel: iets aan elkaar verdienen) en/of op innovatie gerichte samenwerkingsrelaties (uitwisseling van informatie en kennis: iets van elkaar leren) met bedrijven uit de volgende andere sectoren in de regio Utrecht (het gaat nadrukkelijk niet om klanten of toeleveranciers)?

Tabel: Relaties met bedrijven uit andere sectoren in de regio Utrecht

Cluster	Zakelijke relatie (geld)	Samenwerkingsrelatie (kennis)
Life Science		
Zorginstellingen		
Transport		
Logistieke diensten		
ICT software		
Media		
Banken		
Bouw (installatie)		
Design		

17) Is het belangrijk voor uw bedrijf dat de gerelateerde bedrijven in andere sectoren **in de regio Utrecht** gevestigd zijn? Waaruit blijkt dat belang?

18) Welk belang spelen die bedrijven in andere sectoren in het vergaren van nieuwe kennis?

19) Is het belang dat die bedrijven uit andere sectoren in de regio Utrecht gevestigd zijn de laatste jaren toegenomen of afgenomen? Oorzaken?

D KIBS (Knowledge Intensive Business Services)

- 20) Onderhoudt uw bedrijf zakelijke relaties (puur commercieel: iets aan elkaar verdienen) en/of op innovatie gerichte samenwerkingsrelaties (uitwisseling van informatie en kennis: iets van elkaar leren) met bedrijven uit de kennisintensieve zakelijke dienstverlening (zie tabel met onderverdeling naar subsectoren hieronder)? Waar zijn die bedrijven gevestigd?

KIBS	Zakelijke relatie (geld)	Samenwerkingsrelatie (kennis)	Vestigingsplaats:	
			In regio Utrecht	Buiten regio Utrecht
Advocaten/rechtskundig advies				=
Accountancy/belastingadvies				=
Management/organisatie advies				=
Public relation/reclame				=
Marketing/opinie onderzoek				=
HRM/personeelvoorziening				=
Overig				=

E Kennisinstellingen

- 21) Werkt uw bedrijf samen met kennisinstellingen (bijvoorbeeld universiteiten, hogescholen, laboratoria, R&D laboratoria etc.)?
- 22) Is het belangrijk voor uw bedrijf dat deze kennisinstellingen **in de regio Utrecht** gevestigd zijn? Waaruit blijkt dat belang?
- 23) Is het belang dat deze kennisinstellingen in de regio Utrecht gevestigd zijn de laatste jaren toegenomen of afgenomen? Oorzaken?

F De economische A2-as (Amsterdam-Utrecht-Den Bosch-Eindhoven-Maastricht)

- 24) Heeft uw bedrijf zakelijke relaties (geld aan elkaar verdienen) en/of samenwerkingsrelaties (kennis uitwisselen) met bedrijven of instellingen uit andere sectoren en die gevestigd zijn in de regio's Amsterdam, Den Bosch, Eindhoven of Maastricht?

Tabel: Relaties met bedrijven uit andere sectoren in regio's A2-as

Cluster	Zakelijke relatie (geld)	Regio:		Samenwerkingsrelatie (kennis)		Regio:	
		A'dam	DB Eindh.	M'cht	A'dam	DB Eindh.	M'cht
Life Sciences							
Zorg							
Transport							
Log. diensten							
ICT software							
Media							
Banken							
Bouw							
Design							

25) Werkt u samen met onderwijs- en of kennisinstellingen (universiteiten, R&D-afdelingen) gevestigd in de regio's Amsterdam, Den Bosch Eindhoven of Maastricht?

Belang verbreding A2

26) (Indien er samenwerkingsrelaties zijn met bedrijven of instellingen in de regio's Amsterdam, Den Bosch, Eindhoven of Maastricht, zie antwoorden op vraag 24 en 25)

- Hoe belangrijk zijn deze samenwerkingspartners voor uw bedrijf?
- Is dat belang in de loop der tijd toe of afgenomen of gelijk gebleven?
- Is de afstand tussen die regio en Utrecht een belemmering voor de samenwerking?
- Heeft uw partner samenwerkingsrelaties met andere bedrijven in de regio Utrecht?
- Overweegt u een kantoor in de regio van uw samenwerkingspartner te openen?
- Overweegt uw samenwerkingspartner een kantoor in de regio Utrecht te openen?
- Is de verbreding van de A2 een welkome verbetering om de samenwerking te onderhouden?
- Is een hoge snelheidslijn (spoor) langs de route van de A2 gewenst?
- Andere suggesties om de betekenis van de A2 voor de samenwerking met andere bedrijven voor uw bedrijf te vergroten?

29) Als we ons focussen op samenwerkingsrelaties waarbij kennis wordt uitgewisseld met bedrijven en instellingen buiten Utrecht welke regio is dan voor uw bedrijf het meest belangrijk?

Regio	Meest belangrijke regio voor kennisrelaties
Amsterdam	
Rotterdam/Delft/Den-Haag	
Eindhoven (ZO Nederland)	
Enschede (Oost Nederland)	
Andere regio's in Europa en de wereld, nl....	

III Locatiefactoren in de regio Utrecht

De vragen hebben betrekking op de regio en de stad Utrecht

Regio Utrecht

30) Wat zijn de belangrijkste vestigingsplaatsvoordelen voor uw bedrijf van de regio Utrecht?

Motief 1:	
Motief 2:	
Motief 3:	
Motief 4:	
Motief 5:	

31) Speelt de aanwezigheid van veel en/of hoogwaardige arbeid in de regio Utrecht een specifieke rol voor uw bedrijf? Zo ja, welke rol?

32) Heeft uw bedrijf het laatste jaar te maken gehad met in- en/of uitstroom van ervaren arbeidskrachten? Waren die afkomstig uit dezelfde sector of uit andere sectoren? Gingen die werken in dezelfde sector of in andere sectoren?

Stad Utrecht

33) Wat heeft de stad Utrecht voor uw bedrijf wat andere steden niet hebben (denk aan culturele voorzieningen, de grachten en werven, de jaarbeurs, verkeersplein Oude Rijn, FC Utrecht, etc)? Zijn deze specifieke kenmerken van de stad Utrecht belangrijk voor het succes

van uw bedrijf? Hebt u (n)ooit overwogen om als vestigingsplaats voor een andere regio in Nederland of in het buitenland te kiezen? Zo ja, welke en waarom?

Centrale ligging in Nederland: betekenis van draaischijfeconomie

34) Utrecht ligt centraal in het Nederlandse marktgebied. Het is bovendien een belangrijk knooppunt van autowegen en spoorwegen. Daarom wordt Utrecht ook wel een draaischijfeconomie genoemd. Vindt u dat uw bedrijf deel uitmaakt van de Utrechtse draaischijfeconomie? Welke voordelen heeft uw bedrijf van de Utrechtse draaischijfeconomie? Wat moet er volgens u gebeuren om de Utrechtse draaischijfeconomie te verbeteren?

Utrecht, centrum van kennis en cultuur

35) In Utrecht zijn verschillende universiteiten en hogescholen gevestigd evenals diverse kennisinstellingen. Utrecht heeft de hoogst opgeleide beroepsbevolking van Nederland. De creatieve industrie bloeit volop in Utrecht. Daarom zet Utrecht zich in de markt als centrum van kennis en cultuur. Vindt u dat uw bedrijf deel uitmaakt van Utrecht als centrum van kennis en cultuur? Welke voordelen heeft uw bedrijf van Utrecht als centrum van kennis en cultuur? Wat moet er volgens u gebeuren om van Utrecht nog meer een centrum van kennis en cultuur te maken?

IV Specifieke vestigingseisen

De volgende vragen hebben achtereenvolgens betrekking op uw bedrijfspand, de directe omgeving en de ligging van uw bedrijf.

Gebouw

- 36) Stelt uw bedrijf speciale eisen aan het gebouw waarin u gevestigd bent (de omvang, de indeling en de voorzieningen)?
- 37) Zou uw bedrijf net zo goed gevestigd kunnen zijn op een anoniem bedrijventerrein? (uitstraling locatie)
- 38) Bestaat er bij uw bedrijf een voorkeur voor nieuwbouw?

Directe omgeving

- 39) Denkt u dat de leefomgeving een steeds belangrijker vestigingsplaatsreden wordt voor uw bedrijf?

Ligging

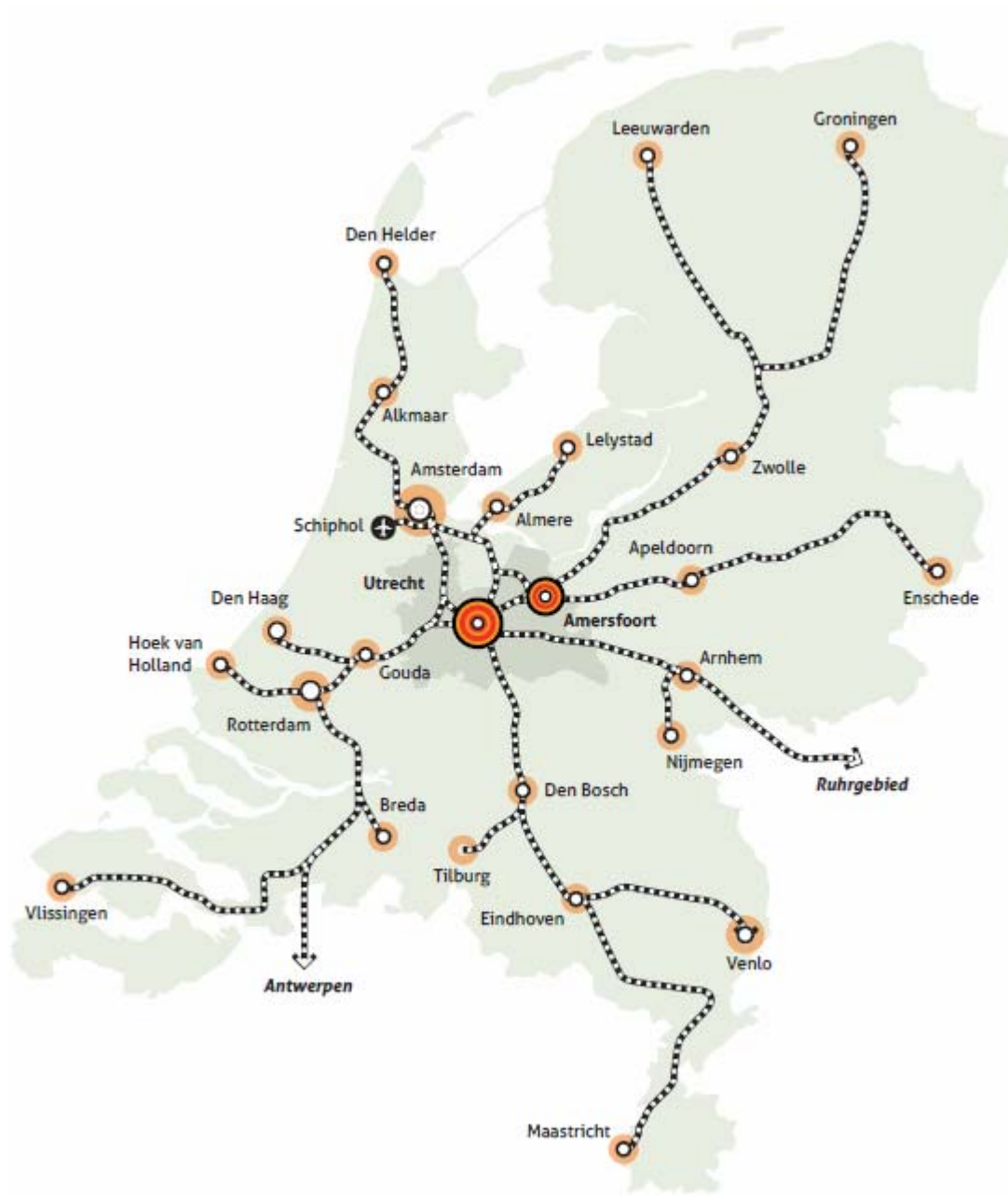
- 40) Wat is volgens u de beste plek waar een bedrijf uit uw sector in de regio Utrecht gevestigd kan zijn? Waarom?

Bijlage 2: Utrecht centraal in het Nederlandse snelwegennetwerk



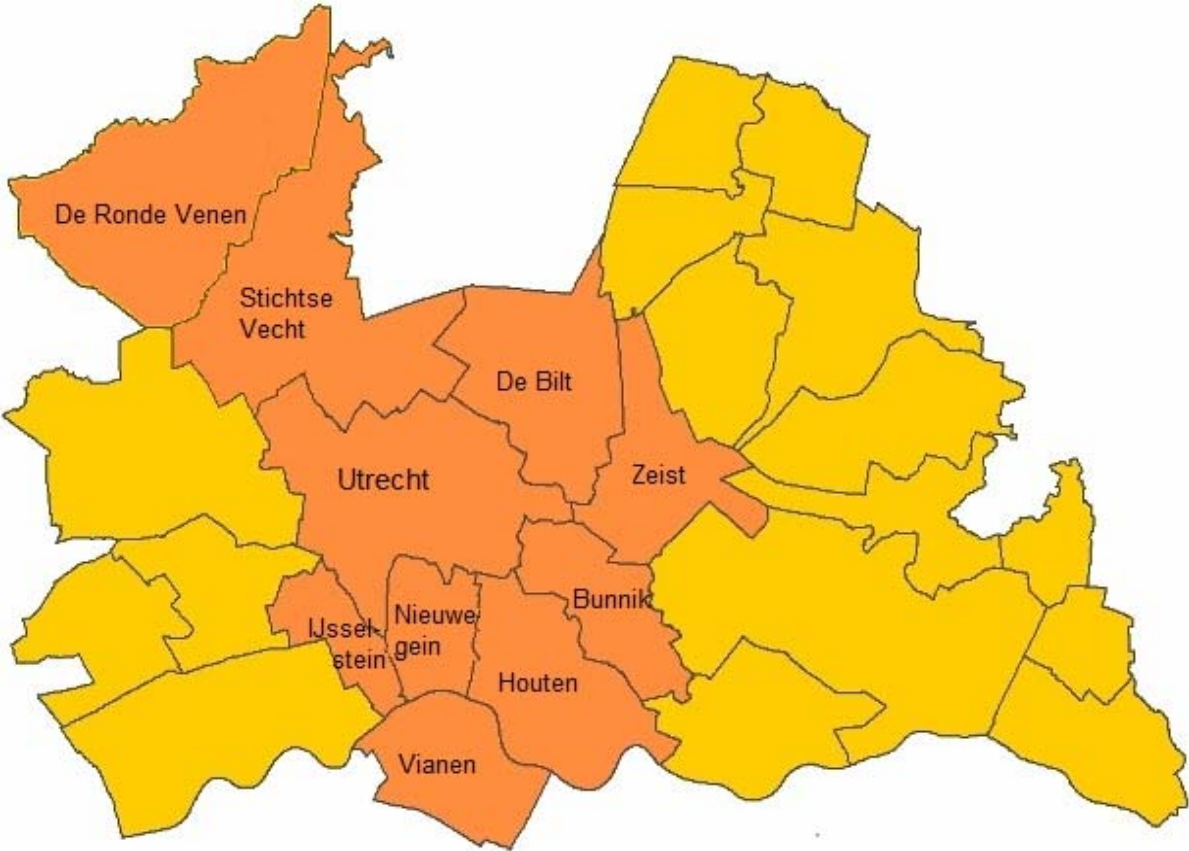
Bron: Provincie Utrecht (2011).

Bijlage 3: Utrecht centraal in het Nederlandse spoorwegennetwerk

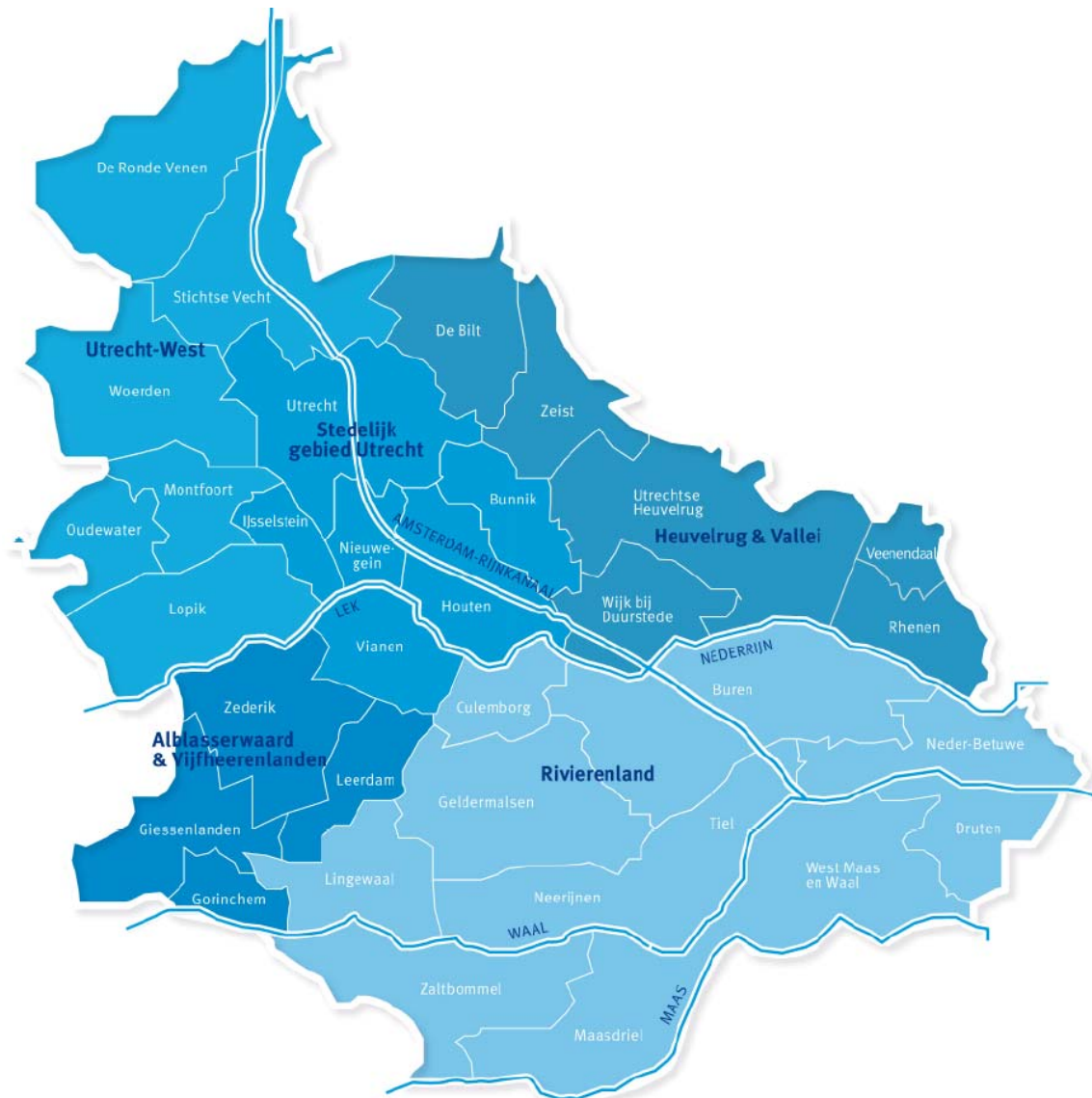


Bron: Provincie Utrecht (2011).

Bijlage 4: BRU gebied binnen provincie Utrecht



Bijlage 5: Werkgebied Kamer van Koophandel Midden-Nederland



Bron: Kamer van Koophandel Midden-Nederland (2011).