



# *Boer zoekt Boer*

Clustering van agribusiness bedrijven in de Greenport Noord-Holland Noord



Universiteit Utrecht

Een onderzoek naar de invloed van lokale relaties op de toekomstige locatiestrategie van agrarische bedrijven in de Greenport Noord-Holland Noord.



#### Masterthesis Economische Geografie

**Auteur:**

Studentnummer:

E-mailadres:

Datum:

Opleiding:

Instelling:

Faculteit:

Adres:

Begeleider Decisio:

E-mailadres:

Begeleider Universiteit Utrecht:

E-mailadres:

**Siebe Visser**

3469573

[siebewillemvisser@gmail.com](mailto:siebewillemvisser@gmail.com)

10 oktober 2014

Master Economische Geografie

Universiteit Utrecht

Geowetenschappen

Heidelberglaan 2

3584 CS Utrecht

Jaap Broer

[j.broer@decisio.nl](mailto:j.broer@decisio.nl)

Prof. Dr. V.A.J.M Schutjens

[v.a.j.m.schutjens@uu.nl](mailto:v.a.j.m.schutjens@uu.nl)

## Voorwoord

Mijn voorkennis over de agrarische sector beperkte zich voordat ik begon aan deze scriptie grotendeels tot de beelden die ik kende uit boer zoekt vrouw. Het beeld van een knullige man met een strohalm tussen zijn tanden is door dit onderzoek voorgoed veranderd. Door dit onderzoek ben ik in gaan zien dat we meer respect mogen hebben voor de ondernemers die hard werken voor weinig, daarbij veel risico nemen, zodat wij elke dag onze verse groente op ons bord hebben. Dat is slechts één van de inzichten die deze masterscriptie mij heeft opgeleverd.

Het onderwerp van deze scriptie werd me aangereikt door Kees van Ommeren en Jaap Broer bij Decisio, waar ik tijdens het onderzoek stage heb mogen lopen. Ik wil alle collega's bij Decisio bedanken voor de gezelligheid en ondersteuning tijdens het schrijven van deze scriptie. Ik heb veel van jullie geleerd en hoop nog veel te gaan leren de komende tijd. Niet langer SPSS op de universiteit op vrijdag maar kroketjes bij de lunch! In het bijzonder wil ik Jaap bedanken, die me vanuit Decisio inhoudelijk heeft begeleid tijdens het onderzoek. Het afgelopen half jaar liep ik vaak even bij Jaaps kantoor binnen om bij te praten over de voortgang van mijn onderzoek. "En? Is het een cluster?" was dan meestal de eerste vraag die hij stelde. Mijn antwoord was vaak twijfelend, tot een aantal weken geleden. Toen zei ik heel stoer: "ja, het is een cluster". Waarop Jaap antwoordt met de vraag: "één cluster of meerder clusters?" Die had ik niet zien aankomen dus weer vertwijfeling. Maar ik ben eruit. Het antwoord ga ik nog niet weggeven, daarvoor zult u echt mijn scriptie moeten lezen. Bedankt Jaap, voor je opbouwende kritiek, het delen van je kennis en ervaring met dit onderwerp en de waardevolle ingangen bij de Greenport.

Verder wil ik alle ondernemers en andere betrokkenen bij de Greenport bedanken voor het invullen van de enquête en/of het meewerken aan interviews. Zonder hen was er geen onderzoek geweest. Aan het thuisfront wil ik Emma bedanken voor haar inhoudelijke adviezen en steun tijdens het zware proces dat het schrijven van een scriptie soms is. Twee jaar geleden maakte jij het zelfde door, met die ervaring heb je mij nu goed kunnen helpen.

Ik wil Veronique Schutjens bedanken voor haar immer opbouwende kritiek en nieuwe inzichten waardoor ik na een bespreking weer met frisse moed verder kon, nee *wilde* gaan met het onderzoek. In de goede en gezellige gesprekken die we hadden over mijn stukken die ik niet meer herkende onder de krabbels, gaf je mij het vertrouwen om door te gaan en meer uit het onderzoek te halen.

Ik hoop dat al haar hameren op het 'leuker opschrijven' vruchten heeft afgeworpen en u plezier heeft bij het lezen van mijn scriptie. Veel leesplezier!

Siebe Visser, oktober 2014, Utrecht

## Inhoud

Voorwoord.....	3
Samenvatting.....	8
1. Inleiding.....	11
1.1 Aanleiding: Noord-Holland Noord zesde Greenport.....	11
1.2 Onderzoeksvragen.....	13
1.3 Maatschappelijke relevantie.....	14
1.4 Wetenschappelijke relevantie.....	15
1.5 Structuur en leeswijzer.....	16
2. Concentratie, clustering en locatiestrategie in theorie.....	17
2.1 Inleiding.....	17
2.2 Geografische concentratie: agglomeratievoordelen.....	18
2.2.1 Specialisatie versus diversiteit.....	18
2.2.2 De gulden middenweg: gerelateerde en ongerelateerde diversiteit.....	19
2.2.3 Conclusie.....	20
2.3 Relaties binnen agglomeraties: clusters.....	20
2.3.1 Samenwerking, maar ook concurrentie.....	21
2.3.2 Kennis <i>spillovers</i> .....	21
2.3.3 Kennis <i>spillovers</i> in clusters.....	22
2.3.4 Absorbieve capacity van een regio: Regionaal Innovatie Systeem.....	23
2.3.3 Conclusie.....	24
2.4 Locatiestrategie.....	25
2.4.1 Locatietheorieën.....	25
2.4.2 Bedrijfsinterne factoren.....	27
2.4.3 Bedrijfsexterne factoren.....	28
2.4.4 Locatiefactoren.....	29
2.5 Conclusie en conceptueel model.....	30
2.6 Hypothesen.....	31
2.6.1 Concentratie.....	31
2.6.2 Netwerk van bedrijfsrelaties.....	32
3 Introductie op het onderzoeksgebied en –sector.....	33
3.1 Greenports.....	33
3.1.1 De eerste vijf Greenports in Nederland.....	34
3.1.2 Greenport Noord-Holland Noord.....	35
3.2 Agribusiness sectoren.....	38
3.2.1 Trends de agribusiness.....	39
3.2.2 Innovatie in agribusiness sectoren.....	40
3.3 Conclusie.....	40
4. Methodologie.....	42

4.1 Inleiding .....	42
4.2 Geografische concentratie: analyse van bestaande data .....	42
4.2.1 LISA-bedrijvenregister .....	42
4.2.2 Agribusiness in beeld: waardesystemen .....	45
4.2.3 De juiste maat: locatiequotiënt .....	47
4.2.4 Geografische concentratie: aanwijzingen voor clustervorming? .....	49
4.3 Bedrijfsrelaties en locatiestrategie .....	49
4.3.1 Operationalisering .....	49
4.3.2 Benadering van respondenten .....	51
4.3.3 Beschrijving van de respons .....	52
4.3.4 Onderzoeksmethodiek .....	55
4.4 Barrières in vorming of versterking cluster .....	55
4.4.1 Selectie van respondenten .....	56
4.4.2 Interviewtechnieken .....	57
4.5 Conclusie .....	59
5. Geografische concentratie van agribusiness bedrijven .....	60
5.1 Agribusiness concentratie binnen provincie Noord-Holland?.....	60
5.2 Waardesysteem teelt .....	62
5.2.1 Veel grote teeltbedrijven in Noord-Holland Noord.....	62
5.2.2 Resources van teeltbedrijven .....	64
5.2.3 Afnemers van teeltproducten .....	65
5.3 Waardesysteem dierhouderij .....	67
5.3.1 Weinig concentratie van dierhouderijen in Noord-Holland Noord .....	67
5.3.2 Afnemers en leveranciers van de dierhouderij.....	67
5.3.3 Overige resources dierhouderij.....	68
5.4 Waardesysteem aquacultuur & visserij .....	69
5.4.1 Aquacultuur & Visserij .....	69
5.4.2 Visverwerking & -handel.....	69
5.5 Waardesysteem zaadveredeling .....	70
5.5.1 Seed Valley meest gespecialiseerde regio in Nederland .....	70
5.5.2 Speur- en ontwikkelingswerk .....	71
5.5.3 Productie- en handel in productiemiddelen.....	72
5.6 Conclusie .....	73
6. Honkvast door lokaal bedrijfsnetwerk? .....	77
6.1 Afnemers en leveranciers .....	78
6.1.1 Afnemers.....	78
6.1.2 Leveranciers .....	82
6.2 Samenwerkingsrelaties .....	86
6.3 Bedrijfsnetwerk .....	90

6.4 Locatiegedrag en locatiestrategie .....	92
6.4.1 Locatiegedrag .....	92
6.4.2 Verplaatsingsgeneigdheid.....	93
6.4.3 Toekomstige locatiestrategie.....	94
6.5 Bedrijfsnetwerk en locatiestrategie .....	94
6.6 Conclusie .....	97
7. Belanghebbenden aan het woord: vorming & versterking Greenport-cluster.....	99
7.1 Netwerk bedrijfsrelaties.....	99
7.1.1 Afnemers.....	99
7.1.2 Leveranciers .....	100
7.1.3 Samenwerking.....	101
7.1.4 Cross-overs .....	103
7.1.5 Logistieke draaischijf .....	105
7.2 Sociaal en zakelijk netwerk en locatiestrategie .....	105
7.2.1 Vestigingsklimaat .....	106
7.2.2 Locatiegedrag en strategie .....	107
7.2.3 Sociaal en zakelijk netwerk verankert bedrijven .....	108
7.3 Ondernemers, Overheden, Opleidingen en Onderzoek: de vier O's.....	108
7.3.1 Ondernemers .....	109
7.3.2 Opleidingen .....	110
7.3.3 Onderzoek.....	112
7.3.4 Overheid .....	112
7.3.5 Hoe vinden de vier O's elkaar?.....	113
7.4 Sterkten en zwaktes .....	114
7.4.1 Diversiteit.....	114
7.4.2 Betrokkenheid .....	115
7.4.3 Organisatie.....	117
7.4.4 Toegevoegde waarde Greenport .....	118
7.5 Conclusie .....	119
8. Conclusies en aanbevelingen .....	121
8.1 Inleiding .....	121
8.2 Geografische concentratie van agribusiness bedrijven in Noord-Holland Noord.....	121
8.3 Clustering van agribusiness bedrijven in Noord-Holland Noord.....	122
8.4 Sociaal en zakelijk netwerk houdt agribusiness bedrijven in Noord-Holland Noord .....	124
8.5 Vorming en versterking van het Greenport-cluster .....	125
8.6 Greenport Noord-Holland Noord: een cluster met potentie .....	127
8.7 Beleidsaanbevelingen.....	128
8.8 Onderzoeksaanbevelingen .....	129
Referenties .....	131

Bijlage I – Sectorindeling.....	137
Bijlage II – Geografische concentratie (kaarten).....	138
Bijlage III – Digitale vragenlijst .....	144
Bijlage IV – Topiclijst interviews .....	154
Bijlage V - Interviews .....	156

## Samenvatting

Nederland kent zes *Greenports*; grote tuinbouwclusters waarin planten, bomen, bollen, bloemen en groenten worden geproduceerd en verhandeld. Het Rijk erkent deze gebieden als van nationaal belang door ze op te nemen in de Ruimtelijke Hoofdstructuur (RHS). Noord-Holland Noord (NHN) herbergt officieel het **zesde tuinbouwcluster van Nederland** vanaf eind 2011, toen de Tweede Kamer deze status vaststelde. Noord-Holland Noord wijkt af van de andere vijf *Greenports* doordat het in plaats van één agrarische sector, **acht agrarische sectoren** bundelt binnen de *Greenport*.

De *Greenport*-gedachte is gebaseerd op de clustertheorie van Michael Porter (1990); in een wereld van 'afnemend belang van geografische afstand' zijn de meest competitieve regio's juist die regio's waar een hoge concentratie van bedrijven en instituties in een bepaalde sector aanwezig is. De clustertheorie bouwt voort op agglomeratietheorieën van Marshall en Jacobs die respectievelijk pleiten voor een gespecialiseerde en diverse regionale economie. Frenken et al. (2007) stellen dat **een diversiteit binnen een bepaalde specialisatie de beste regionale sectorstructuur** is. Bedrijven kunnen dan van elkaar leren doordat ze elkaar begrijpen, maar verschillen voldoende van elkaar om elkaar nieuwe ideeën bij te brengen waardoor nieuwe bedrijven en uiteindelijk nieuwe sectoren ontstaan.

Bedrijven in een concentratie profiteren volgens Porter (1990) echter alleen van elkaars nabijheid wanneer zij **relaties met elkaar aangaan**. Hieruit blijkt dat veel relaties tussen bedrijven uit verschillende, maar wel gerelateerde sectoren de sterkste regionale economie oplevert.

**Volgens een recent onderzoek van het Planbureau voor de Leefomgeving (2012) vormt NHN geen 'echt' cluster** in de sectoren *Agro & Food* en *Tuinbouw & Uitgangsmaterialen*. Het onderzoek van het PBL **schiet** echter **op twee punten tekort** als het gaat om het aanwijzen van clusters. In deze studie worden deze twee punten als volgt aangepakt:

- 1) Geografische concentratie wordt onderzocht op een *laag geaggregeerd sector-niveau*, waarbij gebruik is gemaakt van bestaande data uit het LISA-bedrijvenregister.
- 2) Er wordt onderzoek gedaan naar *relaties tussen bedrijven* binnen die geografische concentraties, waarvoor gegevens zijn verzameld middels een enquête onder agrarische ondernemers in NHN.

De ambities van de *Greenport* spelen op de **lange termijn**; in 2033 wil de regio een logistieke draaischijf en verstuin van Noord-West Europa zijn. Daarom wordt in deze studie naast clustering ook de toekomstige locatiestrategie van agribusiness-bedrijven in Noord-Holland Noord onderzocht. Volgens de literatuurstudie bestaat er een **verband tussen lokale (cluster)relaties van bedrijven en de mate van lokale oriëntatie van hun locatiestrategie**. Hieruit volgt het derde deel van het empirisch onderzoek, waarvoor tevens de gegevens uit de enquête zijn gebruikt:

- 3) Bestaat er een verband tussen de locatie van het bedrijfsnetwerk en de oriëntatie van de locatiestrategie van agrarische bedrijven in NHN?

Het vierde en laatste onderdeel is onderzocht aan de hand van interviews met belanghebbende ondernemers, onderzoeks- en opleidingsinstellingen en overheid:

- 4) Wat zijn de **barrières in de vorming of versterking van het *Greenport*-cluster** en hoe kunnen deze worden geslecht?

### Geografische concentratie

Alle acht *Greenport*-sectoren zijn in Noord-Holland Noord bovengemiddeld geconcentreerd (ten opzichte van Nederland). In de primaire agrarische sectoren telde Noord-Holland Noord in 2012 bijna 3700 vestigingen en ruim 15,5 duizend banen. Inclusief toeleveranciers, dienstverleners en afnemers van de primaire agrarische sector komt de omvang van de hele agribusiness op **5,5 duizend vestigingen en 28,5 duizend banen**. Alleen de *Greenport* Westland-Oostland kent een grotere werkgelegenheid in de primaire agrarische sector (16 duizend banen). De concentratie van bedrijven en banen in agribusiness-sectoren is bovendien toegenomen tussen 2009 en 2012.

Het ruimtelijk spreidingspatroon van agribusiness sectoren volgt daarnaast voor een groot deel het ruimtelijk spreidingspatroon van de *Greenport*-sector of sectoren waaraan deze het meest gerelateerd zijn.



Zo concentreren de sectoren speur- en ontwikkelingswerk en productie- en handel in productiemiddelen zich in dezelfde gemeenten als de sector zaadveredeling. Deze **concentratie van een gerelateerde variatie aan sectoren vormt een sterke regionale economie met veel innovatiepotentieel.**

### Bedrijfsnetwerk & Locatiestrategie

**Noord-Holland Noord past in de clusterdefinitie** van Porter (2000). Er bestaat binnen de regio een geografische concentratie van onderling verbonden bedrijven, toeleveranciers, dienstverleners en bedrijven in gerelateerde sectoren. De Greenport lijkt daarbij een eind op weg naar het 'ideale Porter-cluster' waarbij de hele productie-waardeketen in de regio is gevestigd, al stopt die keten binnen de regio bij het primair agrarisch bedrijf. **Afnemers zijn in beperkte mate binnen de regio te vinden.**

Relaties met leveranciers bevinden zich wel voor een groot deel binnen de regio en zijn vaak gebaseerd op vertrouwen en goed contact. Relaties met leveranciers gaan vaak al ver terug, veel zijn zelfs opgebouwd door de vader van de huidige ondernemer of diens vader. Agrarische bedrijven werken daarnaast overwegend samen met bedrijven binnen NHN. Dat oudere bedrijven meer binnen de regio samenwerken dan jonge bedrijven, duidt erop dat **bedrijven een hechter netwerk opbouwen in een regio naarmate zij hier langer zijn gevestigd** (Michelacci & Silva, 2007). Grote bedrijven zoeken vaker samenwerking buiten de regio en zij gaan vaker een kennis-samenwerking aan. De aansluiting op nationale en internationale kennisnetwerken lijkt goed op orde door onder andere de aansluiting van de Wageningen Universiteit bij de stuurgroep en eigen kennisnetwerken van bedrijven.

De verplaatsingsgeneigdheid van agrarische bedrijven in NHN is laag; minder dan 3% van de bedrijven is van plan de komende vijf jaar de huidige locatie te verlaten. Bovendien is de **toekomstige locatiestrategie** bij ruim 80% van de bedrijven op NHN georiënteerd. Uit de kwantitatieve analyse blijkt dat een lokaal bedrijfsnetwerk geen invloed heeft op de mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk. **De enige factor van belang blijkt de leeftijd van bedrijven;** jonge bedrijven zijn, tegen de verwachting uit de literatuur in, vaker op NHN georiënteerd dan oudere bedrijven. Uit de kwalitatieve analyse blijkt echter dat de locatie van het bedrijfsnetwerk wel bepalend is voor de toekomstige locatiestrategie. De tegenstrijdige uitkomsten vragen om vervolgonderzoek.

### Sterktes & Zwaktes van het cluster

De grootste toegevoegde waarde van de Greenport is haar **netwerkfunctie**. De uitvoeringsorganisatie van de Greenport is in het ideale geval de schakel tussen opleidings- en onderzoeksinstellingen en overheden enerzijds en ondernemers in verschillende Greenport-sectoren anderzijds. De vier kolommen van ondernemers, overheden, opleidings- en onderzoeksinstellingen komen samen in de stuurgroep van de Greenport. Toch blijkt dat met name de **ondernemers nog te weinig participeren** in projecten en zich aansluiten bij het netwerk dat de Greenport is. Overheden zijn wel sterk vertegenwoordigd in de Greenport. Ondernemers zien de Greenport daardoor al snel als een verlengstuk van beleid. Ondernemers zelf hebben ook een verantwoordelijkheid om te participeren. Maar het resultaat van de inspanning wordt vaak pas zichtbaar na een aantal jaar, wat een lange termijn visie vraagt van ondernemers terwijl die vaak vooral kijken naar wat iets op de korte termijn voor het bedrijf oplevert.

**Cross-overs** tussen verschillende Greenport-sectoren binnen Noord-Holland Noord hebben veel potentie, juist doordat er een grote diversiteit aan agribusiness bedrijven is gevestigd in de regio. Tussen bedrijven uit verschillende agrarische sectoren is bijvoorbeeld een veel efficiënter gebruik van reststromen mogelijk, zoals het benutten van plantaardig afval voor het opwekken van energie via biogas.

De **diversiteit van de Greenport Noord-Holland Noord kan ook een gevaar vormen**. Dat alle agrarische sectoren in Noord-Holland Noord onderdeel uitmaken van de Greenport maakt het lastig om ondernemers duidelijk te maken welke specifieke toegevoegde waarde de Greenport voor hen heeft. De overkoepelende thema's bieden hier mogelijk een oplossing voor, al is het moeilijk om alle acht sectoren onder een enkel thema te brengen.

De **arbeidsvraag** is op dit moment al moeilijk in te vullen en een nog groter tekort op de arbeidsmarkt dreigt te ontstaan in de toekomst. Dit vormt een **potentiele bedreiging** voor de ontwikkeling van het cluster.

## Beleidsaanbevelingen

**Communicatie:** Veel ondernemers weten niet van het bestaan van de Greenport af of weten niet wat de Greenport voor hen kan betekenen. Door beter en meer te communiceren over de lopende projecten van de Greenport en het succes daarvan, wordt het voor ondernemers duidelijk wat de Greenport is, doet en kan en zullen er waarschijnlijk vanzelf meer ondernemers 'aan tafel komen'. Het is daarbij aan te raden om communicatie naar ondernemers zo veel mogelijk via bestaande kanalen te laten verlopen, zoals de LTO Noord en de sectorale afdelingen daarbinnen. Het bereik is in dat geval het grootst en de boodschap komt via een vertrouwd kanaal bij de ondernemers terecht.

De Greenport kan er aan bijdragen aan **jongeren** te laten zien dat de regio voorop loopt in de agribusiness in Nederland door te wijzen op succesvolle cross-overs en het belang van de agrarische sector voor de provincie Noord-Holland als geheel en Nederland. Regionaal is de Greenport goed in beeld bij overheden. Daarnaast is het zaak om bij de nationale overheid in beeld te blijven en subsidiemogelijkheden van de Europese Unie aan te grijpen. Richting Europa kan daarbij meer worden **samengewerkt met andere Greenports in Nederland**.

**Diversiteit** kan een kracht of een zwakte zijn. Greenport Noord-Holland Noord is sterk in de volledige breedte van de agrarische sector en gerelateerde agribusiness-sectoren. De overkoepelende thema's waarin de verschillende sectoren samenkomen zijn een goed middel om, ondanks de diversiteit, een duidelijke boodschap uit te dragen. Dat niet alle acht Greenport-sectoren bij elk thema zijn onder te brengen is jammer, maar onvermijdelijk; **maak keuzes**.

Agrarische ondernemers in Noord-Holland Noord werken voornamelijk samen met ondernemers in de eigen sector en het is zeer gunstig dat deze samenwerking zoveel mogelijk binnen de regio plaatsvindt. Er worden echter **kansen gemist in samenwerking met bedrijven in andere agrarische sectoren**. Ondernemers Ondanks dat ondernemers kansen zien, zoeken zij zelf in beperkte mate contact met ondernemers in andere sectoren. De Greenport kan hier een stimulerende rol in spelen; een soort '**boer zoekt boer**' voor cross-over samenwerking.

## Onderzoeksaanbevelingen

Ook voor de andere Greenports in Nederland zou dit een nuttig onderzoek zijn en de basis is in dit onderzoek gelegd. Geografische concentratie van bedrijven en banen is voor de agrarische sectoren in heel Nederland geanalyseerd, de individuele Greenports kunnen hier relatief eenvoudig worden uitgelicht. Vervolgens kan hierop het onderzoek naar netwerken van bedrijfsrelaties, locatiestrategieën en zwaktes in een Greenport worden gebouwd. Daarnaast is het interessant om de clustering van agrarische sectoren in verschillende Greenports te vergelijken wanneer dit onderzoek in andere regio's wordt herhaald.

De Greenports zijn onderdeel van de Ruimtelijke Hoofdstructuur van Nederland, net als de Mainports en Brainport Eindhoven (Ministerie van VROM, 2004). Een vergelijkbaar cluster-onderzoek naar deze logistieke en hightech clusters is een interessant vervolgonderzoek.

In volgend onderzoek is het aan te raden om (1) een kortere enquête op te stellen zodat respondenten de gehele vragenlijst invullen en (2) de belangrijkste vragen die leiden tot de afhankelijke variabele in het onderzoek vooraan in de vragenlijst te stellen. Daarnaast kan meer aandacht worden besteed aan de koppeling van databestanden; het LISA-bedrijvenregister, wat de basis is voor de kwantitatieve analyse in hoofdstuk 5, biedt een schat aan informatie over bedrijven. Wanneer het mogelijk was geweest de respons op de uitgezette enquête onder agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord te koppelen aan dit LISA-bestand, had dit gemakkelijk meer informatie opgeleverd over de respondenten. De vragenlijst had dan korter gekund, waardoor mogelijk meer ondernemers de vragenlijst (volledig) hadden ingevuld.

# 1. Inleiding

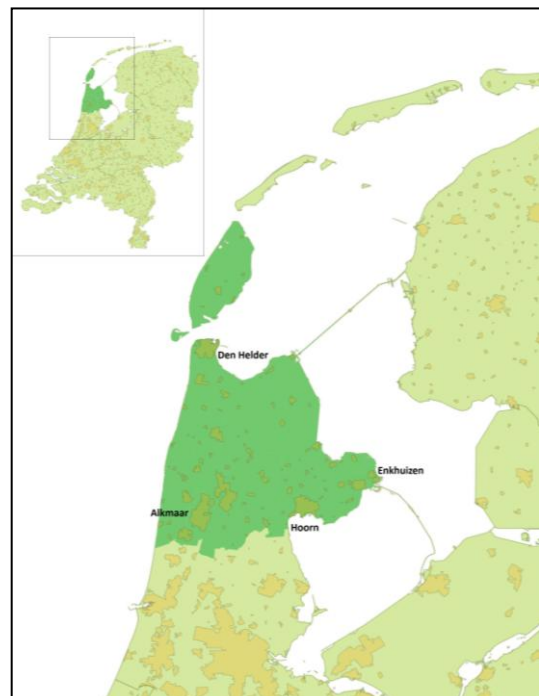
## 1.1 Aanleiding: Noord-Holland Noord zesde Greenport

Nederland kent zes *Greenports*; grote tuinbouwclusters waarin planten, bomen, bollen, bloemen en groenten worden geproduceerd en verhandeld. Het greenport-concept werd voor het eerst genoemd in de Nota Ruimte uit 2004 waarin Greenports, Mainports en Brainport Eindhoven als de Ruimtelijke Hoofdstructuur (RHS) van Nederland worden aangeduid. Het Rijk erkende deze gebieden daarmee als van nationaal belang en de Greenports kunnen daardoor rekenen op extra aandacht en ruimte voor ontwikkeling vanuit de Rijksoverheid. In de nota van 2004 werden vijf Greenports aangewezen; Venlo, Aalsmeer, de Duin- en Bollenstreek, Boskoop en Westland-Oostland (Ministerie van VROM, 2004). Noord-Holland Noord (NHN) herbergt officieel het zesde tuinbouwcluster van Nederland vanaf eind 2011, toen de Tweede Kamer deze status vaststelde (Provincie Noord-Holland, 2012a). Volgens Greenport Holland (2014), het overkoepelende orgaan voor de zes Greenports, onderhouden toeleveranciers, productiebedrijven, veilingen en kennisinstellingen binnen deze tuinbouwclusters veel onderlinge relaties zodat ondernemingen en kennisinstellingen elkaar “stimuleren om topprestaties te leveren”.

De Greenport-gedachte is gebaseerd op de clustertheorie van Michael Porter (1990), geïntroduceerd in zijn boek *“The competitive advantage of nations”* (Greenport Holland, 2014). In een globaliserende economie waarin technologie, kapitaal en andere *resources* overal ter wereld verkrijgbaar zijn via wereldwijde markten, verwacht men dat locatie of plaats minder relevant worden in een economie. Porter (1990) stelt echter dat de meest competitieve regio’s juist die regio’s zijn waar een hoge concentratie van bedrijven en instituties in een bepaalde sector aanwezig is. Die bedrijven profiteren van elkaars nabijheid en presteren beter op het gebied van innovatie en groei dan bedrijven die niet in een cluster zijn gevestigd (Iammarino & McCann, 2006). Naast bedrijven in één bepaalde sector die met elkaar concurreren en samenwerken, kennen clusters een hoge concentratie van gespecialiseerde toeleveranciers, dienstverleners, bedrijven in gerelateerde sectoren en (semi-) publieke instellingen met relevante kennis of diensten (Porter, 2000). Het ‘ideale’ cluster volgens Porter huisvest dus de hele productie- waardeketen binnen de regio.

Noord-Holland Noord is de noordelijke helft van de provincie Noord-Holland. Het gebied boven de denkbeeldige lijn tussen Alkmaar en Hoorn is aan drie kanten omgeven door water maar is verbonden met Flevoland en Friesland door de houtribdijk en de afsluitdijk. Texel behoort ook tot de regio (zie figuur 1.1).

De Greenport Noord-Holland Noord heeft acht subsectoren bepaald die worden vertegenwoordigd in de Greenport. Deze acht sectoren zijn te plaatsen in de topsectoren *Tuinbouw en Uitgangsmaterialen* en *Agri & Food*<sup>1</sup> binnen het landelijke topsectoren beleid. Het Rijk heeft de belangrijkste en krachtigste sectoren van de Nederlandse economie vastgesteld in dit topsectorenbeleid en werkt via samenwerking met onderzoeksinstituten, ondernemers en overheden op verschillende schaalniveaus aan de versterking van deze sectoren (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, 2011). De Greenport-sectoren kunnen dus rekenen op aandacht vanuit het Rijk via het topsectorenbeleid en de Greenport-status. Binnen de regionale economie zijn de sectoren ook belangrijke pijlers. De regionale productiewaarde van de agrarische



Figuur 1.1 De regio Noord-Holland Noord

<sup>1</sup> Zaadveredeling, bollenteelt, akkerbouw, vollegrondsgroenteteelt, glastuinbouw, dierhouderij, fruitteelt en aquacultuur & visserij.

sectoren is 3 tot 3,5 miljard euro per jaar (GreenportNHN, 2014a). Het bruto regionaal product voor alle economische sectoren in Noord-Holland Noord bedroeg in 2011 ruim 16 miljard euro, de Greenportsectoren zorgen dus voor ruim een vijfde daarvan (CBS, 2014a).

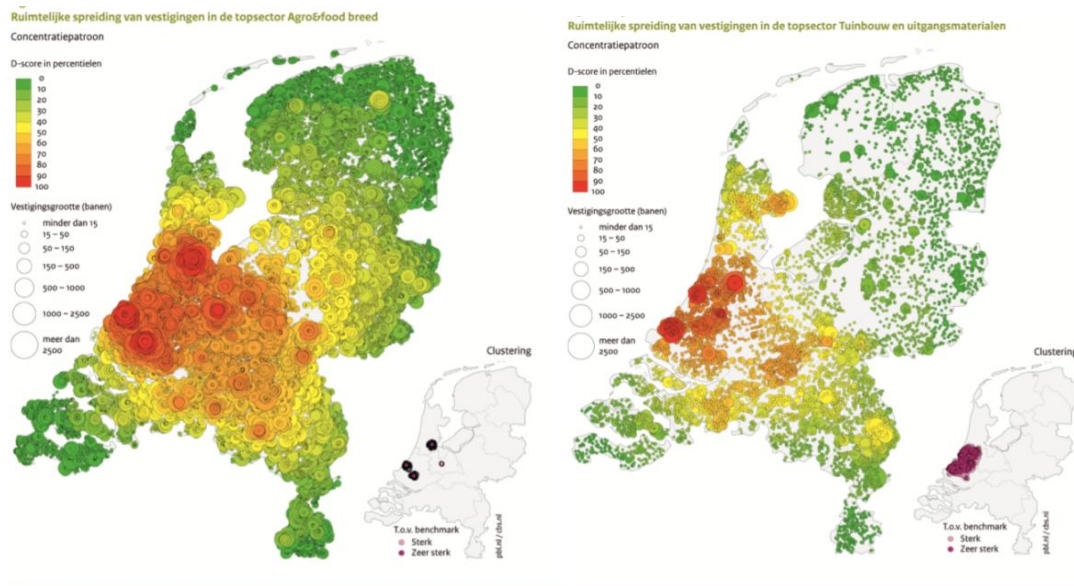
Het doel van de provincie Noord-Holland en de uitvoeringsorganisatie van de Greenport is een logistieke draaischijf en verstuin van Noord-West Europa te zijn in 2033 (Decisio, 2013). Concreter gezegd wil de Greenport haar concurrentiekracht vergroten door het cluster in de acht sectoren te versterken en deze sectoren onderling te verbinden door cross-overs tussen sectoren te bewerkstelligen. Wanneer ondernemers uit verschillende Greenportsectoren samenwerken kunnen nieuwe producten of efficiëntere bedrijfsvoering ontstaan. De reststromen van bedrijven in de ene sector kunnen bijvoorbeeld dienen als grondstof voor bedrijven in een andere Greenport-sector. De ambitie van de Greenport NHN om een logistieke draaischijf te worden betekent het huisvesten van de volledige voedselproductie- waardeketen binnen de regio; een ontwikkeling naar het 'ideale' Porter-cluster.

Door het toekennen van de Greenport-status aan Noord-Holland Noord, erkent de Rijksoverheid dat de regio van nationaal belang is voor de concurrentiekracht van de Nederlandse tuinbouwsector. Volgens de *Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte* van het Ministerie van Infrastructuur & Milieu (2012) concentreren de topsectoren Agro & Food en Tuinbouw & Uitgangsmaterialen in deze Greenports en bestaat er binnen de Greenports een netwerk van producenten, dienstverleners, opleidingen en onderzoeksinstituten. De definitie van een Greenport beperkt zich dan ook niet alleen tot geografische concentratie van bedrijven in deze twee topsectoren (Ministerie van I&M, 2012, p.128):

*“Behalve productie en handel is er sprake van een hele keten van activiteiten met onder andere kassenbouw, techniek, transport, onderwijs, onderzoek en veredeling.”*

Volgens een recent onderzoek van het Planbureau voor de Leefomgeving (2012) naar clustervorming in de negen topsectoren in Nederland vormt Noord-Holland Noord echter geen 'echt' cluster in de sectoren Agro & Food en Tuinbouw & Uitgangsmaterialen (zie figuur 1.2). Beide sectoren clusteren volgens het PBL alleen in het Westland en omgeving en in mindere mate rondom Wageningen (regio Food Valley). Westland-Oostland is dus de enige greenport die volgens het PBL een cluster huisvest in de agrarische topsectoren.

*Figuur 1.2 Clustering van topsectoren Agro & Food (links) en Tuinbouw & Uitgangsmaterialen (rechts).*



Bron: PBL (2012), p. 30 – 44.

Het PBL (2012) meet geografische concentratie echter op het niveau van topsectoren, wat een brede verzameling is van meerdere gerelateerde subsectoren. Zo vallen bedrijven in groot- en detailhandel onder de sector Agro & Food, waardoor juist stedelijke agglomeraties een hoge concentratie laten zien in deze

sector. Vanuit het onderzoek van PBL is daarom niets te zeggen over de mate van geografische concentratie van bedrijven in de aparte Greenport-sectoren zoals zijn vastgesteld door Greenport Noord-Holland Noord.

Daarnaast onderzoekt het PBL (2012) alleen geografische concentratie van bedrijven en zegt daarmee niets over relaties tussen bedrijven binnen die concentratie. Van clustering is echter pas sprake wanneer naast geografische concentratie interactie bestaat tussen bedrijven en instellingen binnen een regio (Porter, 2000; Geurden-Slis et al., 2013). Het onderzoek van het PBL schiet daarmee op twee punten tekort als het gaat om het aanwijzen van clusters:

- 5) Geografische concentratie wordt onderzocht op een *hoog geaggregeerd sector-niveau*;
- 6) Er wordt geen onderzoek gedaan naar *relaties tussen bedrijven* binnen die geografische concentraties.

In het eerste deel van het empirisch onderzoek (hoofdstuk 5) wordt daarom ingegaan op de vraag in hoeverre de verschillende Greenport-sectoren en enkele gerelateerde *agribusiness-sectoren* ruimtelijk geconcentreerd zijn in Noord-Holland Noord en waar deze concentraties zich in de regio bevinden. Met *agribusiness* worden afnemers van en toeleveranciers en dienstverleners aan primair agrarische bedrijven bedoeld. De sectorindeling van het PBL maakt het onmogelijk om afnemers, leveranciers en primair agrarische bedrijven te onderscheiden, terwijl inzicht in het ruimtelijk spreidingspatroon van aparte sectoren belangrijke graadmeters zijn voor de vitaliteit van het cluster: in hoeverre zijn er naast producerende bedrijven ook leveranciers en afnemers in de regio aanwezig?

In het tweede deel van het empirisch onderzoek (hoofdstuk 6) wordt, in tegenstelling tot het onderzoek van het PBL (2012), ingegaan op de relaties tussen bedrijven en instellingen binnen de regio. Van verbindingen tussen bedrijven, overheden en kennisinstellingen wordt immers verwacht dat ze economische voordelen opleveren zoals *spillovers* van kennis, technologieën en marktkennis; relaties tussen geografisch geconcentreerde bedrijven maken een cluster (Porter, 2000).

De horizon van de ambitie van de Greenport Noord-Holland Noord ligt in 2033. De strategie van de regio moet dus toekomstbestendig zijn en haar ontwikkelingsdoelen spelen op de lange termijn (GreenportNHN, 2014a). Geografische concentratie van bedrijven in de Greenport-sectoren alsmede relaties tussen die bedrijven op dit moment, geven geen garantie voor de toekomst. Wanneer bedrijven de regio verlaten, neemt de concentratie immers af en wordt de basis voor lokale relaties kleiner. De locatiestrategie van een bedrijf of ondernemer wordt op haar beurt beïnvloed door het netwerk van dat bedrijf. De locatiekeuze van ondernemers wordt sterk beïnvloed door waar hun sociale (Dahl & Sorensen, 2009) en zakelijke netwerk (Michelacci & Silva, 2007) zich bevindt. Ondernemers vestigen hun bedrijf vaak in de regio waar men de meeste sociale en zakelijke contacten heeft. Vertaald naar de toekomstige locatiestrategie van bedrijven, betekent een groot sociaal en zakelijk netwerk binnen de regio dat de locatiestrategie vaak binnen de regio georiënteerd zal zijn (Stam, 2007).

In het tweede deel van het empirisch onderzoek (hoofdstuk 6) wordt daarom het verband tussen de eerder genoemde relaties tussen bedrijven en de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie van bedrijven onderzocht. De mate waarin de locatiestrategie van bedrijven in de Greenport lokaal is georiënteerd, zegt iets over de toekomstige ontwikkeling van het cluster.

## 1.2 Onderzoeksvragen

Het begrip cluster zoals Porter (1990) het introduceert bestaat in grote lijnen uit twee componenten, overeenkomstig met de twee 'tekortkomingen' van het PBL onderzoek:

- (1) geografische concentratie van bedrijven in een bepaalde sector, leveranciers en afnemers;
- (2) relaties tussen deze bedrijven, bedrijven in aanverwante sectoren en kennisinstellingen.

Alleen wanneer ook de tweede component aanwezig is, spreekt men van clustering. Dit onderzoek brengt in kaart in hoeverre beide componenten aanwezig zijn in Noord-Holland Noord en maakt hierin een vergelijking tussen de acht Greenport-sectoren. Voor de toekomst van het Greenport-cluster is het daarnaast belangrijk om te weten in hoeverre bedrijven in de Greenport-sectoren 'honkvast' zijn. De drie

componenten – geografische concentratie, netwerk van bedrijfsrelaties en toekomstige locatiestrategie – komen samen in de hoofdvraag van dit onderzoek:

*In hoeverre is er sprake van geografische concentratie en clustering van bedrijven in de acht sectoren die de Greenport Noord-Holland Noord vormen, in hoeverre hangt dit samen met de lokale oriëntatie van hun toekomstige locatiestrategie en hoe kan de vorming of versterking van het cluster worden gestimuleerd?*

Om verwachtingen uit te kunnen spreken over de concentratie van en relatie tussen bedrijven in het Greenport-cluster wordt eerst de bestaande clusterliteratuur verkend. De eerste deelvraag in dit onderzoek luidt daarom als volgt:

- (1) Wat zegt de economisch-geografische literatuur over geografische concentratie, clustering en locatiestrategieën van bedrijven?

Zoals gezegd is een onderzoek naar clustering grofweg in tweeën te delen; het bepalen van de mate van geografische concentratie en het bepalen van relaties tussen bedrijven die zich geografisch concentreren. Het eerste deel wordt behandeld door deelvraag twee. De derde deelvraag gaat vervolgens in op de aanwezigheid van relaties tussen bedrijven en instellingen binnen die concentraties.

- (2) In hoeverre is er sprake van geografische concentratie van bedrijven en werkgelegenheid in de acht Greenport-sectoren en aanverwante agribusiness sectoren in de regio Noord-Holland Noord en in hoeverre is dit ruimtelijk spreidingspatroon constant door de tijd?
- (3) In hoeverre bestaan er relaties tussen bedrijven uit de greenport-sectoren en toeleveranciers, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?

Voor de toekomstige economische groei van de Greenport is het van belang dat de concentratie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord behouden blijft. De mate waarin de locatiestrategie van bedrijven in de greenport-sectoren lokaal is georiënteerd wordt daarom behandeld in de vierde deelvraag. De invloed die het netwerk van bedrijfsrelaties heeft op die locatiestrategie staat daarbij centraal. Ten slotte wordt vanuit een abstracter perspectief naar de Greenport gekeken door sterkten en zwaktes van het cluster in beeld te brengen en naar oplossingen te zoeken voor de zwakke punten. Dit staat centraal in de vijfde en laatste deelvraag.

- (4) In hoeverre hangt de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie van bedrijven in de greenport-sectoren samen met de aanwezigheid van relaties met bedrijven, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?
- (5) Wat zijn volgens belanghebbenden barrières in de vorming of versterking van het greenport-cluster in de regio Noord-Holland Noord en hoe kunnen deze worden geslecht?

### 1.3 Maatschappelijke relevantie

De grote aandacht voor clusters in beleid komt voort uit de vermeende positieve effecten van hoge ruimtelijke concentraties bedrijven binnen een sector waartussen veel relaties bestaan (Puga, 2010). Bedrijven die in een cluster zijn gevestigd zouden harder groeien, meer winst maken en meer innoveren dan bedrijven die niet in een cluster zijn gevestigd (Iammarino & McCann, 2006). Volgens Porter (1990) vergroot clustering daarom de concurrentiekracht van bedrijven in het cluster. De mate van clustering in een regio heeft een positief effect op economische groei, werkgelegenheid en innovatie in de regio, in ieder geval op de korte termijn (Menzel & Fornahl, 2010). Dit verklaart de grote aandacht voor het fenomeen in regionaal economisch beleid en onderstreept het belang van onderzoek naar mate van clustering en clustervorming.

In de provincie Noord-Holland is clustervorming en versterking van bestaande clusters een van de belangrijkste ambities binnen de economische agenda, met het agricluster als een van de belangrijkste clusters in de provincie (provincie Noord-Holland, 2012b). Ook op nationaal niveau krijgen agrarische clusters veel aandacht. In de Nota Ruimte (2004) werden de Greenports, toen nog zonder Noord-Holland Noord, aangeduid als clusters van nationaal belang. Eind 2011 kreeg ook Noord-Holland Noord de Greenport-status, daarmee verzekerd van meer aandacht van het Rijk. Het blijft echter zaak om het cluster

op de agenda te houden in Den Haag. Dit onderzoek biedt hier handvatten voor.

Voor Noord-Holland Noord specifiek is dit onderzoek op drie punten van belang. Ten eerste vormt dit onderzoek een reflectie op de huidige ontwikkelingsstrategie van de Greenport Noord-Holland Noord. In hoeverre sluit de strategie aan bij de economische realiteit? Het onderzoek biedt daarbij handvatten om realiteit en ambitie dicht bij elkaar te brengen. Het onderzoek laat zien in hoeverre sprake is van clustering in de acht Greenport-sectoren, de omvang van het cluster en welke barrières de vorming of versterking van dit cluster in de weg staan. Dit helpt beleidsmakers en de uitvoeringsorganisatie om gericht te werken aan het wegnemen van deze barrières en zodoende het cluster te versterken of de vorming hiervan te versnellen.

Ten tweede geeft onderzoek naar het verband tussen lokale bedrijfsrelaties en locatiestrategie van bedrijven in de greenport-sectoren inzicht in de “verankering” van bedrijven in Noord-Holland Noord. Het geeft daarmee antwoord op de vraag of stimuleren van clusterrelaties indirect kan bijdragen aan het vasthouden van bedrijven in de regio.

In de derde plaats kan dit onderzoek als input fungeren bij het bepalen van de *smart specialisation* strategie voor de regio. De Europese Unie vraagt iedere Europese regio een dergelijke specialisatie strategie op te stellen, wat inhoudt dat regio's vanuit de bestaande economische structuur een of meerdere sectoren kiezen om verder in te specialiseren en daaromheen het regionaal economisch beleid te bouwen (SSP, 2013). De toekenning van cohesie- en structuurfondsen aan regio's wordt in het nieuwe beleid gebaseerd op deze *smart specialisation* strategie. Het op een goede manier opstellen van deze strategie is voor regio's dus erg belangrijk omdat de toekenning van Europees geld hiervan afhankelijk is (Edzes et al., 2012). Dit onderzoek geeft de provincie Noord-Holland input voor haar smart specialization strategie en de positie van Noord-Holland Noord daarbinnen.

## 1.4 Wetenschappelijke relevantie

Binnen de economische geografie bestaat allerm minst eenduidigheid over wat clusters zijn, hoe clusters ontstaan en waarom ze ontstaan. De introductie van het begrip cluster door Porter (1990), gebaseerd op eerdere agglomeratietheorieën van Marshall (1920) en Jacobs (1969), heeft onder wetenschappers een discussie op gang gebracht over de precieze werking van verschillende agglomeratievoordelen waardoor bedrijven zich geografisch concentreren (Beaudry & Schiffauerova, 2009; Frenken et al., 2007) en het ruimtelijke patroon van kennis en innovatie (Gertler, 2003; Bathelt et al., 2004; Breschi & Lissoni, 2003).

Geurden-Slis et al. (2013) geven in hun methodologische studie over het onderzoeken van clusters richtingen van vervolgonderzoek aan, waarvan één in dit onderzoek wordt behandeld: “*Het nader inzicht geven in interacties tussen bedrijven binnen clusters*” (p. 30). Zij benadrukken dat alleen van een cluster gesproken kan worden wanneer er interactie plaatsvindt tussen bedrijven in een concentratie, terwijl in cluster-onderzoek vaak alleen naar concentratie wordt gekeken. Deze interactie vindt niet alleen plaats tussen bedrijven uit dezelfde sector, maar juist ook tussen bedrijven uit gerelateerde sectoren. Door middel van een vragenlijst onder land- en tuinbouwbedrijven in Noord-Holland Noord wordt daarom in beeld gebracht waar de bedrijven gevestigd zijn waarmee zij relaties hebben en in welke sector die bedrijven actief zijn.

Het onderzoek bekijkt daarnaast welke soorten clusterrelaties belangrijk zijn voor verschillende sectoren. Verschillende onderzoeken focussen op een bepaalde vorm van clusterrelaties of clustervoordelen, zoals lokale kennisrelaties of spillovers (Breschi & Lissoni, 2003), relaties met andere schakels in de productie- of waardeketen (Gertler, 2003), relaties buiten het cluster (Bathelt et al., 2004) of relaties met concurrenten (Porter, 1990). Dit onderzoek bekijkt welke van deze relaties voor bedrijven in het Greenport-cluster het meest belangrijk zijn en of dit verschilt naar sector.

Dit onderzoek draagt bij aan de discussie over het ontstaan en ontwikkelen van clusters door het verband tussen netwerken van bedrijfsrelaties en de mate van lokale oriëntatie van locatiestrategieën empirisch te onderzoeken. Er bestaan studies naar de relatie tussen clustering en locatiekeuze, maar deze focussen zich met name op de aantrekkingskracht van clustervoordelen op bedrijven of spin-off bedrijven binnen een cluster. Dit onderzoek gaat in op het verband tussen clusterrelaties en de toekomstige locatiestrategie van bedrijven die al in een cluster gevestigd zijn. Dit onderwerp is tot nog toe onderbelicht in de economische geografische literatuur.

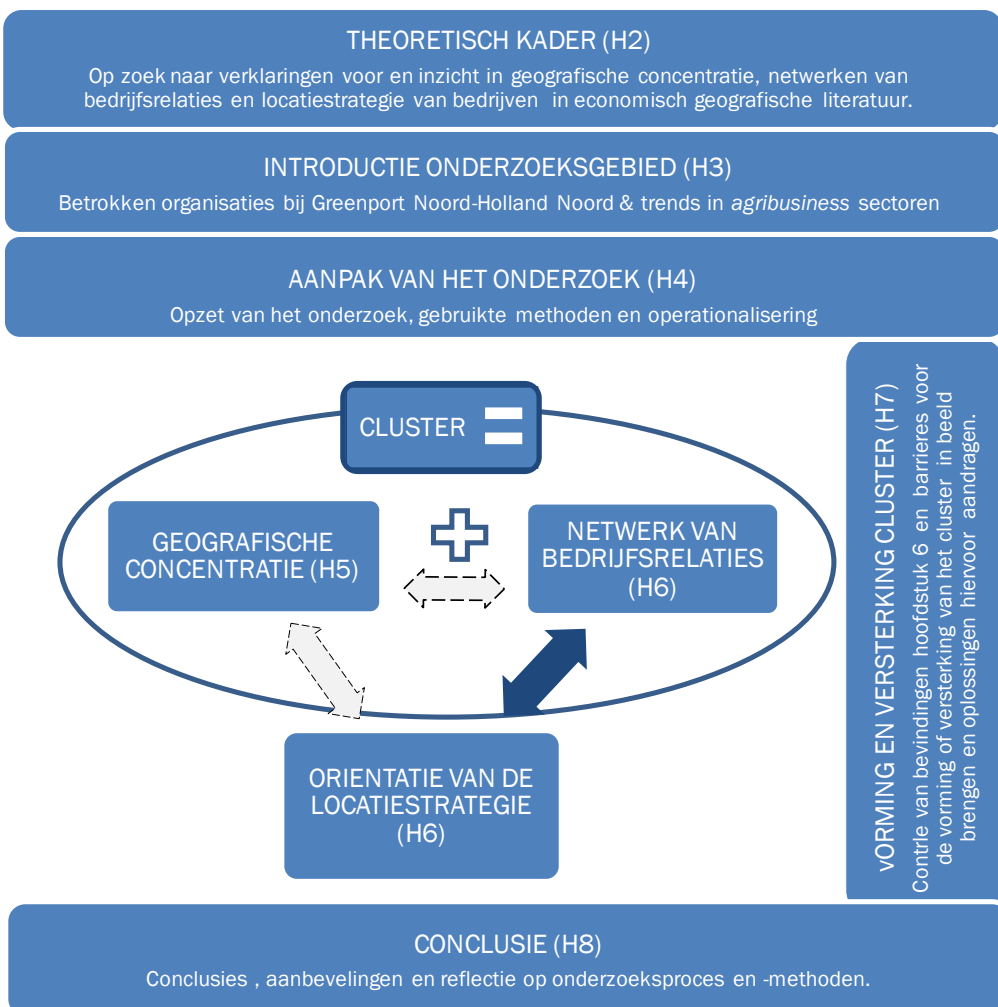
## 1.5 Structuur en leeswijzer

In het volgende hoofdstuk wordt de economisch geografische literatuur over agglomeraties, clusters en locatiestrategieën van bedrijven verkend om verwachtingen uit te kunnen spreken over de uitkomst van het empirisch onderzoek. Hoofdstuk 3 geeft vervolgens een inleiding op het onderzoeksgebied en schetst de institutionele context: welke partijen zijn betrokken bij de ontwikkeling van de Greenport en wat is hun rol? Daarnaast worden kort de trends in de agrarische sectoren geschetst. Het vierde hoofdstuk bespreekt de aanpak van het onderzoek: welke methoden zijn gebruikt voor de verzameling en analyse van de gegevens en waarom? En welke keuzes zijn gemaakt ten aanzien van het afbakenen van sectoren en het onderzoeksgebied en hoe zijn respondenten voor de enquête en interviews geselecteerd?

De hoofdstukken 5, 6 en 7 laten de resultaten zien van de drie delen van het empirisch onderzoek: In hoofdstuk 5 wordt de geografische concentratie van bedrijven in agribusiness sectoren in kaart gebracht; de eerste component van een cluster (zie figuur 1.2). In het zesde hoofdstuk worden eerst de netwerken van bedrijfsrelaties van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord onderzocht; in hoeverre gaan bedrijven relaties aan binnen Noord-Holland Noord? Daarmee wordt beantwoord of ook de tweede cluster-component aanwezig is.

In hoofdstuk 6 wordt vervolgens onderzocht of het netwerk van bedrijfsrelaties verband houdt met de oriëntatie van de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord (zie dikgedrukte pijl in figuur 1.2). De uitkomsten van hoofdstuk 6 worden vervolgens met behulp van interviews gecontroleerd in hoofdstuk 7. Dit hoofdstuk draait daarnaast om het achterhalen van barrières bij de vorming en versterking van het cluster. In hoofdstuk 8 komen alle resultaten samen in een conclusie en worden aanbevelingen gedaan voor beleid en volgend onderzoek.

Figuur 1.2 Schematische leeswijzer van deze thesis





## 2. Concentratie, clustering en locatiestrategie in theorie

### 2.1 Inleiding

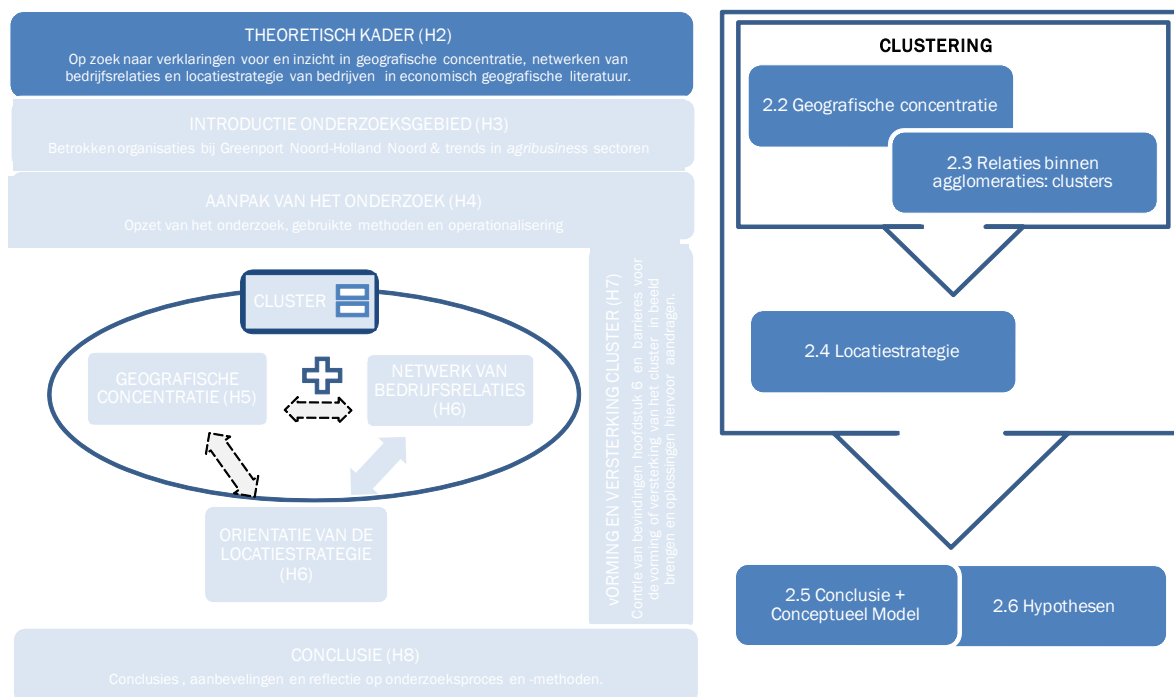
Locatiegedrag van bedrijven is een centraal thema binnen de economische geografie. De laatste decennia is in economisch geografisch onderzoek veel aandacht voor bedrijven die ervoor kiezen zich te vestigen nabij veel concurrenten of in agglomeraties met een concentratie van bedrijven uit diverse sectoren. Waarom kiezen bedrijven voor een locatie waar veel van hun concurrenten zijn? En waarom ontstaan clusters van bedrijven wel in de ene regio en niet in de andere? Waarvan is de locatiestrategie van bedrijven van afhankelijk? Dit hoofdstuk behandelt deze vragen door antwoord te geven op de eerste deelvraag:

*Wat zegt de economisch-geografische literatuur over geografische concentratie, clustering en locatiestrategieën van bedrijven?*

De drie aspecten worden achtereenvolgens behandeld in paragraaf twee, drie en vier. Via geografische concentratie van (2.2) en relaties tussen bedrijven naar clusters (zie figuur 2.1). In de vierde paragraaf wordt vervolgens in de economisch geografische literatuur gezocht naar factoren die de locatiestrategie van bedrijven beïnvloeden; relaties van bedrijven – het bedrijfsnetwerk – is één van die factoren.

De vijfde paragraaf verbindt de drie aspecten, visueel weergegeven in een conceptueel model. Het conceptueel model laat zien welke factoren van invloed zijn op geografische concentratie, clustering en de locatiestrategie van bedrijven en hoe deze drie concepten zich tot elkaar verhouden. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt dit vertaald naar concrete verwachtingen over de uitkomst van het empirisch onderzoek; hypothesen.

*Figuur 2.1 Plaats van dit hoofdstuk binnen de thesis en structuur van hoofdstuk 2*



## 2.2 Geografische concentratie: agglomeratievoordelen

Sinds de jaren '80 van de vorige eeuw bestaat een hernieuwde aandacht voor economische geografie en agglomeratietheorie in het bijzonder. Deze aandacht is voor een groot deel te verklaren doordat traditionele economische theorieën geen verklaring bieden voor het verschil in welvaart tussen regio's (De Bok & van Oort, 2001). De "New Economic Geography", zoals geïntroduceerd door Krugman (1991) stelt dat agglomeraties met een hoge concentratie van economische activiteit productiever zijn dan minder geconcentreerde gebieden en daardoor alleen maar meer economische activiteit aantrekken. In plaats van een gelijke spreiding van economische activiteiten, zoals voorspelt door (neo-) klassieke economische theorieën, concentreren bedrijven zich meer en meer in regio's waar al een hoge concentratie van bedrijven is. Krugman (1998) erkent dat een hoge concentratie van economische activiteit ook nadelen oplevert waardoor sommige bedrijven er juist voor kiezen om zich niet binnen de agglomeratie te vestigen ("centrifugale factoren"). Zo zijn in agglomeraties huurprijzen en lonen relatief hoog, ontstaat congestie en bevindt een deel van de markt zich nog steeds buiten de agglomeratie.

Toch hebben agglomeraties een aantrekkingskracht op bedrijven, omdat de productiviteit van werknemers in agglomeraties zo veel hoger is dan buiten agglomeraties dat dit opweegt tegen de hogere kosten voor loon en huur (Puga, 2010). Voor deze productiviteitsstijging binnen agglomeraties bestaan uiteenlopende verklaringen. Frenken et al. (2007) onderscheiden vier verschillende mechanismen die zorgen dat vestiging in een agglomeratie leidt tot voordelen voor een bedrijf:

1. Voordelen die alle bedrijven binnen één bepaalde sector genieten, ook wel *localization economies* of *Marshall externalities* genoemd. Door een hoge concentratie van bedrijven in één sector vestigen specialistische toeleveranciers zich in de agglomeratie en ontstaat een *pool* van arbeid met relevante kennis voor die sector.
2. Voordelen die alle bedrijven uit alle sectoren genieten en worden veroorzaakt door een hoge (stedelijke) dichtheid, ook wel *urbanization economies* genoemd. Door de hoge stedelijke dichtheid bestaat een goede fysieke en communicatie-infrastructuur, nabijheid tot een grote markt (veel mensen) en toegang tot specialistische dienstverleners (Beaudry & Schiffauerova, 2009).
3. Voordelen die alle bedrijven binnen de agglomeratie genieten en voortkomen uit een hoge variatie aan sectoren, ook wel *Jacobs externalities* genoemd. Een grote diversiteit aan mensen en bedrijven zorgt volgens Jacobs voor het ontstaan van nieuwe producten en diensten door het combineren van bestaande ideeën.

Agglomeratievoordelen gelden alleen voor alle bedrijven die gevestigd zijn in een agglomeratie. Het is dus een ruimtelijk fenomeen; de vestigingslocatie binnen een concentratie van bedrijven beïnvloedt de prestatie van bedrijven. Het verschil tussen de hier boven genoemde mechanismen achter agglomeratievoordelen is de sectorale samenstelling binnen de agglomeratie. Er bestaat een rijk debat in de economische geografie over de vraag of agglomeratievoordelen met name optreden in regio's met een hoge concentratie bedrijven in dezelfde sector of in regio's met een grote variatie aan sectoren. Beaudry & Schiffauerova (2009) vatten dit debat in hun gelijknamige artikel samen met de vraag "*who's right, Marshall or Jacobs?*". Die vraag wordt hieronder eerst verder uitgediept waarna het antwoord, de theorie van Frenken et al. (2007), voor beide blijkt te kiezen.

### 2.2.1 Specialisatie versus diversiteit

De New Economic Geography (NEG) zorgde voor een hernieuwde aandacht voor agglomeratietheorieën doordat het een verklaring bood voor de ongelijke ruimtelijke spreiding van economische activiteit (Krugman, 1991). De agglomeratietheorie werd al in 1890 geïntroduceerd door Marshall en heeft sindsdien door verschillende wetenschappers een nieuwe impuls gekregen (Beaudry & Schiffauerova, 2009). Marshall stelde dat wanneer een hoge concentratie van bedrijven in dezelfde sector binnen een regio aanwezig is, specifieke voordelen ontstaan die buiten die regio niet gelden. Wanneer veel bedrijven uit dezelfde sector zich bij elkaar vestigen, levert dat een *pool* van gespecialiseerde arbeid, relevante kennis en specialistische toeleveranciers op waar bedrijven in elkaars nabijheid van kunnen profiteren. Binnen een gespecialiseerde regio wisselen bedrijven kennis en informatie uit, worden producten en processen gemakkelijk overgenomen door imitatie en wisselen werknemers gemakkelijk tussen werkgevers waardoor kennis en vaardigheden verspreid worden over bedrijven binnen de regio. Marshall

stelt dat deze uitwisselingen en interacties tussen bedrijven alleen mogelijk zijn wanneer bedrijven tot dezelfde sector behoren (Beaudry & Schiffauerova, 2009).

Een theorie die vaak als tegenhanger van Marshall wordt aangehaald is die van stadsgeografe Jane Jacobs. Zij stelt in haar boek "The death and life of great American cities" uit 1969 dat niet specialisatie, maar diversiteit juist zorgt voor agglomeratievoordelen. Nieuwe producten en diensten ontstaan doordat door een grote variëteit aan mensen en economische activiteiten steeds nieuwe markten ontstaan (Jacobs, 1969). Juist wanneer mensen of bedrijven met verschillende activiteiten of kennis elkaar ontmoeten, ontstaan nieuwe combinaties van ideeën wat resulteert in nieuwe bedrijven. Waar Marshall dus stelt dat kennis en informatie uitsluitend kan worden uitgewisseld tussen bedrijven binnen een bepaalde sector, ziet Jacobs juist de uitwisseling van kennis, ideeën en informatie tussen bedrijven uit verschillende sectoren als belangrijkste bron van innovatie (Beaudry & Schiffauerova, 2009).

Volgens de eerder genoemde New Economic Geography (NEG) zorgt de concentratie van bedrijven en mensen die bij die bedrijven werken, voor een aantrekkingskracht op nog meer mensen (Fujita & Krugman, 2010). Daardoor groeit het aantal consumenten en daarmee de 'markt' in een regio voor een diversiteit aan producten. Hierdoor ontstaan agglomeraties met een diverse sectorstructuur maar het betekent vooral dat regio's met een voorsprong deze uitbouwen ten koste van regio's met een achterstand.

Voor zowel een gespecialiseerde als een diverse regionale economie zijn argumenten te geven. In een economie waar veel bedrijven uit dezelfde sector aanwezig zijn, ontstaan de door Marshall benoemde specialisatie voordelen die leiden tot een stijging van de productiviteit. Een gespecialiseerde economie is echter erg kwetsbaar voor externe schokken in de sector waarin de regio gespecialiseerd is (Kemeny & Storper, 2014). Voor een stabielere werkgelegenheid lijkt een diverse sectorstructuur dus gunstiger, al is de productiviteitsgroei hier lager.

### 2.2.2 De gulden middenweg: gerelateerde en ongerelateerde diversiteit

Marshall en Jacobs zien agglomeratievoordelen dus ontstaan in respectievelijk een gespecialiseerde of een diverse regionale economie. Volgens Frenken et al. (2007) kan diversiteit niet alleen gezien worden als een diverse sectorstructuur (zoals Jacobs), maar ook als diversiteit binnen sectoren. De zogenaamde Jacobs' externaliteiten, de voordelen van een diverse economie binnen een agglomeratie, ontstaan volgens Frenken et al. alleen als de sectoren binnen de agglomeratie enigszins gerelateerd zijn aan elkaar. Er is dan sprake van regionale specialisatie op niet gedetailleerd sectorniveau, maar divers op een gedetailleerd sectorniveau. De regio huisvest bijvoorbeeld relatief veel bedrijven in de agrarische sector met een grote variatie aan veehouders, glastuinbouwbedrijven, vollegrondsgroentetelers en bedrijven uit andere branches binnen die sector. De combinatie van gerelateerde sectoren levert innovaties op die nieuwe markten aanboren, waardoor nieuwe bedrijven ontstaan en banen worden gecreëerd. Een regio met een hoge mate van gerelateerde diversiteit kent daardoor een relatief hoge werkgelegenheidsgroei. De agglomeratievoordelen van Jacobs, waarbij de ideeën van diverse mensen of bedrijven gecombineerd worden tot nieuwe producten of diensten, wordt hier in principe geplaatst binnen de specialistische agglomeratie van Marshall. Op een geaggregeerd sectorniveau is de regio immers nog steeds gespecialiseerd (Kemeny & Storper, 2014). Daarnaast blijkt dat *Marshall's externaliteiten* binnen een agglomeratie voornamelijk gelden voor bedrijven die technologisch gerelateerd zijn aan elkaar (Potter & Watts, 2014).

In het geval van een diverse sectorstructuur spreken Frenken et al. (2007) van *unrelated variety*: een diversiteit aan sectoren die geen of weinig overeenkomsten kennen. Een dergelijke economische structuur kent minder innovaties doordat bedrijven binnen de regio geen of weinig overeenkomsten hebben in technologische of cognitieve zin (Boschma, 2005). Waar bedrijven uit gerelateerde sectoren of dezelfde sector raakvlakken hebben op het gebied van de technologie, processen, netwerk en vaktermen die zij gebruiken, ontbreken deze raakvlakken bij bedrijven uit niet gerelateerde sectoren. Regio's met een ongerelateerde diversiteit aan sectoren kennen dus een lager innovatiepotentieel en productiviteitsstijging, maar zijn wel schokbestendiger dan regio's met een grote variatie aan gerelateerde sectoren. Een specifieke crisis in een bepaalde sector waardoor werkgelegenheid in die sector krimpt, kan immers worden opgevangen door de overige sectoren die hierdoor niet worden geraakt (Frenken et al., 2007).

Op de lange termijn is het echter wel noodzakelijk dat er in een regio nieuwe sectoren ontstaan of worden gecreëerd. In volwassen of verouderde sectoren daalt over het algemeen de werkgelegenheid

doordat de productiviteit stijgt of doordat de vraag naar producten uit die sectoren verzadigt. De creatie van nieuwe sectoren is noodzakelijk om deze werkgelegenheid weer in te vullen. Nieuwe sectoren komen echter vaker op in stedelijke gebieden terwijl de daling van werkgelegenheid in volwassen sectoren juist vaker in rurale gebieden voorkomt. Migratie van mensen van rurale naar urbane gebieden en migratie van bedrijven (in nieuwe sectoren) vanuit urbane naar rurale gebieden biedt hier deels een natuurlijke oplossing voor (Frenken et al., 2007).

### 2.2.3 Conclusie

De New Economic Geography (NEG) zorgde voor een hernieuwde aandacht voor agglomeratietheorieën doordat het een verklaring bood voor de ongelijke ruimtelijke spreiding van economische activiteit. Agglomeraties waar al veel economische activiteit is en waar de productiviteit hoog is, trekken volgens de NEG alleen maar meer bedrijven aan waardoor deze regio's nog sterker worden ten koste van perifere regio's. Die aantrekkingskracht wordt veroorzaakt door agglomeratievoordelen; een grote concentratie van bedrijven zorgt voor een pool van gespecialiseerde toeleveranciers, arbeid en kennis (Marshall) of een diversiteit die innovaties stimuleert (Jacobs).

Veelal worden specialisatie en diversiteit recht tegen elkaar afgezet in theorieën over regionale economische ontwikkeling en agglomeraties. Specialisatie leidt via incrementele- en procesinnovaties tot productiviteitsgroei, terwijl diversiteit via radicale innovaties leidt tot de creatie van nieuwe markten en sectoren en zodoende een positieve invloed heeft op werkgelegenheidsgroei. Frenken et al. (2007) laten echter zien dat de grootste agglomeratievoordelen optreden wanneer binnen een gespecialiseerde economie een bepaalde mate van diversiteit bestaat. Voor perifere regio's lijkt het creëren van een sectorstructuur die zich laat kenmerken door een gerelateerde diversiteit de oplossing. Binnen een geografische concentratie van bedrijven binnen een sector (specialisatie) bestaat dan voldoende variatie aan subsectoren (diversiteit), waardoor nieuwe bedrijven in nieuwe sectoren ontstaan. De subsectoren zijn echter wel dermate gerelateerd dat zij kunnen profiteren van een gedeelde pool van arbeid, technologische spillovers en gespecialiseerde toeleveranciers, de agglomeratievoordelen van Marshall (Kemeny & Storper, 2014; Potter & Watts, 2014).

## 2.3 Relaties binnen agglomeraties: clusters

Agglomeratietheorieën trachten de voordelen te verklaren die bedrijven ondervinden van vestiging nabij veel andere bedrijven, zij het in dezelfde sector (Marshall) uit verschillende sectoren (Jacobs), of uit verschillende subsectoren binnen een sector (Frenken et al.). Agglomeratievoordelen overstijgen het niveau van een individueel bedrijf. De algehele productiviteit, werkgelegenheidsgroei of aantal nieuwe bedrijven binnen agglomeraties is hoger dan daarbuiten. Daarnaast wordt verondersteld dat bedrijven binnen agglomeraties beter presteren dan bedrijven daarbuiten (Puga, 2010). Maar wat verklaart dat bedrijven beter presteren wanneer zij gevestigd zijn nabij andere bedrijven? De agglomeratietheorieën in de vorige paragraaf stellen dat binnen elke concentratie van bedrijven van een bepaalde samenstelling voordelen optreden. Michael Porter stelt in zijn boek *"The competitive advantage of nations"* (1990) dat alleen wanneer bedrijven die geconcentreerd zijn in een agglomeratie onderling relaties aangaan, sprake zal zijn van betere prestaties, een hogere economische groei en meer innovaties. Naast de voordelen van een concentratie van bedrijven in dezelfde sector die Marshall noemt, stelt Porter dat competitie en samenwerking tussen die bedrijven belangrijke mechanismen zijn waardoor bedrijven beter presteren dan bedrijven buiten het cluster. Porter definieert een cluster als:

*"een geografische concentratie van onderling verbonden bedrijven, gespecialiseerde toeleveranciers, dienstverleners, bedrijven in gerelateerde sectoren en relevante instellingen (universiteiten, handelsorganisaties) die met elkaar concurreren maar ook samenwerken"* (Porter, 2000, pp. 15).

Naast relaties met andere bedrijven, zijn relaties met universiteiten, handelsorganisaties en andere relevante instellingen van belang. Een cluster is dus een agglomeratie van bedrijven en instellingen waar tussen een hecht lokaal netwerk bestaat. Een sterk lokaal netwerk van dergelijke instellingen en bedrijven vergroot het innovatiepotentieel van een regio en wordt daarom ook wel een Regionaal Innovatie Systeem (RIS) genoemd (Boschma & Iammarino, 2009). De concepten cluster en RIS hebben veel gemeen, toch bestaan er enkele wezenlijke verschillen. Beide theorieën worden hier uitgediept, op zoek naar een

antwoord op de vraag waarom bedrijven (en uiteindelijk regio's) profiteren van een hoge concentratie bedrijven en gerelateerde instellingen waartussen relaties bestaan.

### 2.3.1 Samenwerking, maar ook concurrentie

Porter's clustertheorie sluit voor een groot deel aan bij de ideeën van Marshall; een concentratie van bedrijven in dezelfde sector levert bedrijven voordelen op die bedrijven buiten de agglomeratie niet genieten. Kennisuitwisseling is volgens Marshall alleen mogelijk tussen bedrijven uit dezelfde sector. Porter voegt hieraan toe dat ook veel kennis wordt uitgewisseld tussen bedrijven die deel uit maken van dezelfde productieketen (Porter, 2000, pp 19.). Een andere belangrijke toevoeging van Porter is dat de concurrentie tussen bedrijven in een cluster tot innovaties leidt. Doordat binnen een cluster een bovenmatige concentratie van bedrijven uit dezelfde sector bestaat, is de concurrentie eveneens hoger dan buiten een cluster. De concurrentie stimuleert bedrijven zich te differentiëren ten opzichte van concurrenten waardoor bedrijven nieuwe producten en diensten ontwikkelen. Binnen gespecialiseerde regionale economieën treedt dus toch een mate van diversiteit op, doordat bedrijven zich willen onderscheiden ten opzichte van lokale concurrenten.

Porter, Marshall en Jacobs hebben alle drie een verschillende kijk op de mechanismen waardoor binnen agglomeraties voordelen ontstaan (zie tabel 2.1). Jacobs gelooft dat diversiteit leidt tot nieuwe producten, diensten en bedrijvigheid doordat verschillende ideeën en kennis bij elkaar komen. Porter stelt juist dat bedrijven nieuwe ideeën en kennis zullen ontwikkelen wanneer de concurrentie met bedrijven uit dezelfde sector hoog is. Hij sluit daarnaast aan bij het idee van Marshall dat bedrijven voordelen behalen door vestiging binnen een gespecialiseerde agglomeratie. Marshall stelt dat een gespecialiseerde sectorstructuur zorgt voor een pool van gespecialiseerde arbeid en toeleveranciers en dat bedrijven er kunnen profiteren van kennis spillovers (Beaudry & Schiffoeraova, 2009).

Tabel 2.1 Bron van externaliteiten volgens Marshall, Jacobs en Porter.

	Jacobs	Marshall	Porter
<b>Specialisatie</b>	Nee	Ja	Ja
<b>Diversiteit</b>	Ja	Nee	Nee
<b>Competitie</b>	Nee	Nee	Ja

Bron: Beaudry & Schiffoeraova (2009, p. 320).

Concurrentie wordt door Porter anders gezien dan binnen de (neo)klassieke economie, waar concurrentie met name draait om minimale factorkosten. Een bedrijf gaat binnen die benadering op zoek naar een locatie waar de kosten van productie het laagst zijn of waar men de grootste schaalvoordelen kan behalen. Volgens Porter draait concurrentie juist om vernieuwing en strategisch veranderen ten opzichte van concurrenten (Porter, 2000).

Een cluster kan volgens Porter (2000) van verschillende geografische omvang zijn. Volgens hem bestaan clusters zowel op nationale, regionale als lokale schaal en soms zelfs over landsgrenzen heen. In de meeste onderzoeken worden clusters echter op regionale schaal bekeken (Huber, 2010; Giuliani, 2007; Beaudry & Breschi, 2003; Bathelt et al., 2004).

### 2.3.2 Kennis spillovers

In de huidige economie, die ook wel wordt omschreven als *knowledge-based*, staat de productie, aantrekking, absorptie en verspreiding van kennis aan de basis van het concurrerend vermogen van bedrijven en regio's (Gertler, 2003; Boschma, 2005; Wang & Wang, 2012). Bedrijven vestigen zich daarom graag nabij veel andere bedrijven, omdat zij onder andere verwachten te kunnen profiteren van kennis spillovers (Porter, 1990). Om te innoveren en op lange termijn te overleven is het voor bedrijven namelijk van essentieel belang om toegang tot externe kennis te krijgen en te houden (Fritsch & Kauffeld-Monz, 2010). Binnen de economische geografie bestaan verschillende gedachten over hoe kennis *spillovers* werken en wat het belang van geografische nabijheid daarbij is.

Het idee van kennis spillovers is dat wanneer bedrijven investeren in nieuwe kennis of technologie, dit ook kansen oplevert voor andere bedrijven of ondernemers, doordat de kennis naar hen 'doorsijpelt' (Acs et al., 2009). Binnen de neoklassieke economie wordt kennis, gemeten in investeringen in research & development (R&D), gezien als productiefactor vergelijkbaar met arbeid, kapitaal en huur of pacht. De kennis-productie-functie ziet kennis daarmee als input voor een individueel bedrijf, dat voor dat bedrijf leidt

tot een hogere productiviteit of omzet via nieuwe producten. Audretsch (1998) stelt echter dat een hogere uitgave aan R&D op bedrijfsniveau niet altijd tot meer innovaties van dat bedrijf hoeft te leiden. Kleine bedrijven investeren namelijk nauwelijks in R&D, maar zorgen wel voor veel innovatie (Anderson & Lööf, 2012). Blijkbaar pikken die kleine bedrijven kennis spillovers op of komen op een andere manier aan kennis.

Het 'wegvloeien' van kennis gebeurt op twee manieren. Ten eerste kunnen bedrijven processen en producten kopiëren van het bedrijf dat deze als eerste implementeert of produceert. Daarnaast bevindt kennis zich niet in een bedrijf maar in een persoon, die zichzelf gemakkelijk kan verplaatsen naar een ander bedrijf of zelf een bedrijf kan starten om zijn of haar kennis te commercialiseren. Deze individuen kunnen de kennis bovendien verspreiden via hun sociale netwerk (Breschi & Lissoni, 2003).

Er kunnen twee soorten kennis worden onderscheiden; *codified knowledge* en *tacit knowledge* (Bathelt et al., 2004). De eerste vorm van kennis is overdraagbaar zonder face-to-face contact tussen zender en ontvanger, geografische nabijheid is dus niet van belang voor de uitwisseling van dergelijke kennis. Het gaat hier bijvoorbeeld om kennis die op internet te vinden is en door bedrijven over de hele wereld te gebruiken is, zonder contact te hebben met de bron van die kennis. In tegenstelling tot het overbrengen van gecodificeerde kennis is het bij *tacit knowledge*, oftewel impliciete kennis, noodzakelijk voor zender en ontvanger om elkaar herhaaldelijk te ontmoeten voordat kennis door de ontvanger kan worden gebruikt. Dit gaat uit van de gedachte dat mensen meer kunnen weten dan ze in woorden kunnen uitdrukken en vaardigheden kunnen bevatten die zijn terug te leiden naar kennis die men onbewust bezit, waardoor het overbrengen van dergelijke vaardigheden of kennis veel tijd en face-to-face contact vereist (Howells, 2012). Dit is een belangrijke reden voor bedrijven om zich in de geografische nabijheid te vestigen van bedrijven die specifieke impliciete kennis in huis hebben die voor hen waardevol is (Bathelt et al., 2004).

Geografische nabijheid is echter niet de enige voorwaarde die uitwisseling van impliciete kennis mogelijk maakt. Boschma (2005) onderscheidt vijf vormen van nabijheid tussen actoren die de uitwisseling van kennis beïnvloeden. Geografische nabijheid is één van die nabijheden en vormt volgens Boschma geen noodzakelijke en zeker geen voldoende voorwaarde om kennisuitwisseling tussen twee actoren mogelijk te maken. Ook de mate van sociale, institutionele, organisationele en cognitieve nabijheid bepaalt de waarschijnlijkheid van kennisuitwisseling tussen twee actoren. De cognitieve nabijheid is hierbij bepalend voor de mate waarin een kennisuitwisseling tussen twee partijen innovaties op kan leveren. Wanneer beide partijen namelijk al exact dezelfde kennisbasis bezitten (te grote nabijheid), is het lerend vermogen van een uitwisseling nihil en treedt een situatie van *lock-in* op; er ontstaan geen nieuwe ideeën. Wanneer twee actoren helemaal geen overeenkomsten vertonen in hun kennisbases, is de cognitieve nabijheid echter te klein en is kennisuitwisseling onwaarschijnlijk doordat men elkaar niet begrijpt. Van een optimale cognitieve afstand is sprake wanneer actoren elkaar wel nieuwe kennis kunnen bieden, maar waarbij de nieuwe kennis tevens aansluit bij de bestaande kennisbasis van de ontvanger. De mate waarin de kennisbasis van een bedrijf voldoende is om nieuwe kennis op te nemen, wordt *absorptive capacity* genoemd (Berchicci et al., 2012). De overige vier dimensies van nabijheid zorgen ervoor dat actoren elkaar al dan niet ontmoeten om kennis over te dragen of uit te wisselen.

Een gedeelde sociale en institutionele context en een niet al te groot verschil in organisatiestructuur vergemakkelijkt de uitwisseling van impliciete kennis, omdat dergelijke kennis erg gebonden is aan de context waarin het gebruikt wordt (Boschma, 2005). Het feit dat deze context vaak per regio of locatie verschilt, onderstreept echter weer het belang van geografische afstand voor kennisuitwisseling (Gertler, 2003).

### 2.3.3 Kennis spillovers in clusters

Middelgrote- en kleine bedrijven (MKB) hebben vaak niet de middelen in huis om vanuit eigen investeringen in R&D tot innovatie te komen. Door te participeren in innovatienetwerken kunnen kleine bedrijven toch veel kennis en informatie verkrijgen die tot innovaties kan leiden (Batterink et al., 2010; Anderson & Lööf, 2012). Binnen een innovatie- of kennisnetwerk nemen bedrijven met de grootste bestaande kennisbasis een centrale positie in. Vaak zijn dit grotere bedrijven met meer middelen en personeel. Deze *technical leaders*, of *leader firms* kunnen door andere bedrijven in het netwerk worden benaderd bij gebrek aan bepaalde kennis of vaardigheden (Giuliani, 2007).

Bedrijven gaan echter vaker kennisrelaties aan wanneer de cognitieve afstand tussen hen niet te groot is (Boschma, 2005). Een grotere kennisbasis en daarmee een grotere *absorbive capacity* van een bedrijf, zorgt ervoor dat de cognitieve afstand tot een ander bedrijf sneller kleiner is (De Jong & Freel, 2010). Een grotere kennisbasis zorgt er daardoor voor dat bedrijven eerder lokaal de juiste kennis kunnen vinden. Dit komt overeen met de conclusie die Beaudry & Breschi (2003) trekken uit hun onderzoek naar innovatieprestaties van bedrijven in clusters in Italië en het Verenigd Koninkrijk. Zij tonen aan dat agglomeratievoordelen alleen uitgaan van innovatieve bedrijven in een cluster, omdat die een grote kennisbasis hebben en daardoor met veel bedrijven in de nabije omgeving kunnen samenwerken. Het MKB dat vaak een minder grote kennisbasis heeft, kan daarom innovatiebemiddelaars zoals handelsorganisaties inschakelen om de behoeften van bedrijven scherp te krijgen, hen aan de juiste partners te verbinden en samenwerking te coördineren (Batterink et al., 2010).

Eisingerich et al. (2010) laten in hun vergelijkend onderzoek naar sociale netwerken in acht Oostenrijkse en Canadese clusters zien dat een sterk sociaal netwerk binnen een cluster leidt tot betere prestaties van dat cluster. Wanneer ondernemers of werknemers van bedrijven binnen een cluster elkaar makkelijker aanspreken wordt gemakkelijker kennis uitgewisseld waardoor bedrijven innovatiever kunnen zijn, wat de prestaties van het cluster als geheel ten goede komt. Giuliani (2007) laat in haar empirisch onderzoek naar drie wijnclusters echter zien dat het *kennisnetwerk* in clusters niet altijd overeenkomt met het *business netwerk*. Wanneer bedrijven uit een bepaalde sector bovenmatig geografisch geconcentreerd zijn in een regio, is de kans groter dat ondernemers of werknemers van verschillende bedrijven elkaar ontmoeten. Zo ontstaan bedrijfsnetwerken binnen clusters. De relatie tussen actoren binnen een dergelijk netwerk zijn echter niet altijd onmiddellijk van toegevoegde waarde voor die bedrijven. Kennisrelaties tussen bedrijven binnen een cluster verschillen dus wezenlijk van andere soorten clusterrelaties.

#### 2.3.4 Absorbive capacity van een regio: Regionaal Innovatie Systeem

De *absorbive capacity*, de mate waarin een bedrijf in staat is nieuwe kennis en informatie op te nemen en te gebruiken, bestaat ook op regionaal niveau. Het gaat dan om de verspreiding van kennis tussen bedrijven en instellingen binnen de regio. De inrichting van het netwerk tussen die bedrijven en instellingen, het zogenaamde regionaal innovatie systeem (RIS), bepaalt in hoeverre deze verspreiding succesvol is (Boschma & Iammarino, 2009).

Het concept van een ruimtelijk gedefinieerd innovatiesysteem werd in de jaren '90 geïntroduceerd als een nationaal innovatiesysteem (Cooke et al., 1997). Al is de nationale schaal belangrijk voor innovatie, een regionale benadering van innovatie werkt volgens Tödtling & Trippl (2005) beter. Zij geven hier drie redenen voor in hun onderzoek naar verschillende regionale innovatiesystemen en daarbij passend regionaal beleid. Ten eerste hebben regio's een erg verschillende mate van sectorale specialisatie en innovatieprestatie. Daarnaast spelen kennis spillovers vaak op regionale schaal en, in het verlengde daarvan, is impliciete kennis (*tacit knowledge*) van steeds groter belang voor innovatie.

De innovatiesysteem benadering bouwt voort op de evolutionaire benadering van innovatie als een niet-lineair proces waarbij interactie tussen mensen en bedrijven een grote rol speelt. De evolutionaire visie wordt gecombineerd met clustertheorie die stelt dat geografische nabijheid tot bedrijven, sociale contacten, interactie met lokale organisaties (anders dan bedrijven) en kennis spillovers belangrijk zijn voor innovatie (Belussi et al., 2010).

Bedrijven kunnen volgens Marshall in een agglomeratie profiteren van andere bedrijven of onderzoeksinstellingen binnen het cluster, zonder een expliciete relatie met die organisatie te hebben. Geografische nabijheid van beide organisaties zorgt ervoor dat 'pure' kennis spillovers optreden, onbewuste verspreiding van kennis; kennis hangt als het ware 'in de lucht'. Het innovatiesysteem gaat er net als de clusterbenadering vanuit dat voor de overdracht van kennis contact nodig is tussen zender en ontvanger, een netwerkrelatie. De geografische nabijheid is dus niet in de eerste plaats het belangrijkste voor de uitwisseling van kennis, maar het contact dat plaatsvindt binnen deze geografische nabijheid (Frits & Kauffeld-Monz, 2010).

Een regionaal innovatiesysteem bestaat volgens Tödtling & Trippl (2005) uit twee subsystemen die respectievelijk kennis (1) genereren en verspreiden en (2) toepassen en exploiteren. Kennisinstellingen en opleidingsinstellingen bevinden zich in het ene subsysteem en bedrijven bevinden zich in het andere subsysteem. In het ideale geval bestaan er veel en intensieve relaties tussen beide subsystemen. Een

cluster vormt eigenlijk het subsysteem waarbinnen kennis wordt toegepast en geëxploiteerd. Een RIS is dus een breder concept, waar meerdere clusters deel van uit kunnen maken en waarbinnen instituties belangrijker zijn. Met instituties worden voor innovatie relevante organisaties, regels en gedrag bedoeld (Tödtling & Tripl, 2005).

### 2.3.3 Conclusie

Een cluster kan volgens Porter (2000) van verschillende geografische omvang zijn. Naast geografische grenzen kent een cluster 'grenzen' van deel-sectoren die deel uitmaken van een cluster. Porter (2000) stelt dat een cluster te breed gedefinieerd is als de sector op een te geaggregeerd niveau wordt afgebakend, bijvoorbeeld als "dienstverlening" of "high-tech". Aan de andere kant is een cluster met slechts één branche of deelsector te smal afgebakend, omdat cruciale verbindingen met andere branches en instellingen dan worden gemist. De ideale samenstelling van een cluster lijkt een gerelateerde variatie aan sectoren, zodat bedrijven van elkaar kunnen leren en nieuwe verbindingen kunnen worden gelegd (Frenken et al, 2007; Boschma, 2005).

Zowel Porter (1990) als Frenken et al. (2007) geven aan dat alleen geografische concentratie van bedrijven niet voldoende is om agglomeratievoordelen te laten ontstaan. Het gaat volgens hen om de overeenkomsten in activiteiten van die bedrijven en de relaties die tussen de bedrijven bestaan. Die relaties hoeven niet altijd formele relaties te zijn tussen leveranciers, afnemers of samenwerkingspartners. Juist de sociale relaties tussen werknemers van verschillende bedrijven in een cluster, zorgen voor de lokale verspreiding van kennis (Audretsch, 1998; Eisingerich et al., 2010). De regionaal innovatiesysteembenadering gelooft minder in het 'doorsijpelen' (spill over) van kennis en stelt dat kennis wordt uitgewisseld wanneer er expliciete relaties bestaan tussen partijen (Fritsch & Kauffeld-Monz, 2010).

Binnen een regionaal innovatiesysteem kunnen meerdere clusters bestaan. Het cluster is daarom het juiste analyseniveau voor dit onderzoek, waarbinnen alleen de agrarische sector centraal staat in een enkele regio. Daarbij staat de vraag centraal of met name bedrijven uit gerelateerde sectoren binnen die agrarische sector met elkaar verbonden zijn.

Door agglomeratievoordelen en kennis spillovers hebben clusters aantrekkingskracht op bedrijven wanneer zij een locatiekeuze maken, of het bindt hen juist door de voordelen zoals hierboven genoemd. De locatiestrategie van bedrijven staat centraal in de volgende paragraaf.



## 2.4 Locatiestrategie

Toegang tot kennis, gespecialiseerde toeleveranciers en dienstverleners is een belangrijke factor in de locatiekeuze van bedrijven. Waar laten bedrijven zich verder door leiden wanneer zij op zoek gaan naar een vestigingsplaats, bij verhuizing of opening van een nieuwe vestiging?

Bij een locatiekeuze laten bedrijven zich leiden door *bedrijfsinterne* en *bedrijfsexterne* factoren. De voorkeuren van de ondernemer of prestatie van het bedrijf zijn voorbeelden van interne factoren die de locatiestrategie beïnvloeden. Bedrijfsexterne factoren, zoals de infrastructuur of de aanwezigheid van geschikt en juist geschoold personeel op een locatie vormen de aantrekkingskracht van een bepaalde locatie op bedrijven (Atzema et al., 2002). Bedrijven zijn op zoek naar een locatie waarbij de bedrijfsexterne omgeving zo goed mogelijk aansluit op de bedrijfsinterne omgeving. Locatietheorieën trachten deze wisselwerking tussen bedrijfsinterne en externe factoren op de locatiebeslissing van bedrijven te verklaren (Atzema et al., 2002).

De locatiestrategie of het locatiegedrag van bedrijven is echter meer dan alleen de locatiekeuze van de hoofdvestiging van een bedrijf. Stam (2007) heeft het in zijn onderzoek naar het locatiegedrag van snel groeiende ondernemingen in Nederland, in het geval van locatiekeuze of verplaatsing van de hoofdvestiging over *locational flexibility*. Locatiegedrag bestaat volgens hem daarnaast uit *locational adjustment*; het openen en sluiten van nevenvestigingen. Onder locatiestrategie worden hier alle beslissingen ten aanzien van verhuizingen van de enige of een vestiging van een bedrijf bedoeld, alsmede de beslissing tot het openen van een eerste of nieuwe vestiging buiten de hoofdvestiging. De locatiekeuze van nieuwe bedrijven wordt door andere factoren beïnvloed dan de locatiestrategie van bestaande bedrijven. In dit onderzoek wordt alleen naar de locatiestrategie van bestaande bedrijven gekeken, in deze paragraaf staan die locatiestrategieën dan ook centraal.

### 2.4.1 Locatietheorieën

De theorieën binnen de economische geografie die het locatiegedrag van bedrijven trachten te verklaren, gaan met name in op de locatiekeuze van nieuwe bedrijven. Bij relocatie, verhuizing van een bestaande vestiging, speelt de historie van een bedrijf een belangrijke rol waar dit voor de vestiging van een nieuw bedrijf niet het geval is (Pellenbarg et al., 2002). Er bestaan echter geen overheersende theorieën voor relocatie van bedrijven, dus worden hier eerst enkele toonaangevende locatietheorieën besproken.

De minimale kostenbenadering of klassieke locatietheorie stelt dat de locatiekeuze van bedrijven bepaald wordt door waar de combinatie van productiefactoren (loon, rente, pacht of huur) en transportkosten het laagst is. De prijs van productiefactoren bepaalt de hoogte van de productiekosten, deze prijs is niet op elke locatie hetzelfde. De afstand tot de markt bepaalt vervolgens de transportkosten. De locatiekeuze van bedrijven is volgens de neoklassieke locatietheorie een afweging van deze kosten (Atzema et al., 2002).

*Neoklassieke theorieën* gaan er vanuit dat bedrijven kunnen variëren in welke mate zij bepaalde productiefactoren inzetten. Wanneer op een bepaalde locatie de factor arbeid duur is, kunnen bedrijven deze vervangen door kapitaal. Deze *factorsubstitutie* zorgt ervoor dat de locatiekeuze op een andere manier wordt beïnvloed door productiefactoren (Atzema et al., 2002). Voor elk bedrijf zijn op basis van de aanwezigheid van productiefactoren *ruimtelijke grenzen van winstgevendheid* te bepalen; voor elke locatie is uit te rekenen in hoeverre een bedrijf in staat is daar winst te maken (Pellenbarg et al., 2002). Daarnaast verlegt de neoklassieke benadering de focus naar maximalisering van opbrengsten in plaats van minimalisering van kosten en is er ruimte voor interne schaalvoordelen, de mogelijkheid om door grotere productie meer markten te bereiken. De neoklassieke theorieën stellen ook dat de markt een belangrijkere invloed heeft op het ruimtelijk gedrag van bedrijven, doordat zij hun markt meestal willen uitbreiden (Atzema et al., 2002).

De locatie van concurrenten wordt daardoor eveneens belangrijk binnen de neoklassieke benadering. In tegenstelling tot de klassieke theorieën gaan de neoklassieken er vanuit dat er meer marktvormen bestaan dan vrije mededinging. Binnen het principe van ruimtelijke duopolie van Hotelling beïnvloedt het locatiegedrag van de concurrent de marktpositie van een bedrijf, waardoor bedrijven moeten inspelen op de verwachting die zij hebben van het (ruimtelijk) gedrag van de concurrent (Atzema et al., 2002). Binnen de klassieke benadering vestigen concurrerende aanbieders zich gelijkmatig over de ruimte en kiest elke aanbieder het centrum van zijn marktgebied. Volgens Hotelling zullen concurrerende

aanbieders zich juist geclusterd vestigen om zo de markt van de concurrent te kunnen bedienen (Atzema et al., 2002).

De ruimtelijke grenzen van winstgevendheid blijken in de praktijk vaag, waardoor voor elk bedrijf veel locaties mogelijk zijn. De *behaviorale locatietheorie* kijkt daarom meer naar de interne kenmerken van bedrijven in het verklaren van locatiekeuzen (Pellenburg et al., 2002). De behaviorale theorie ziet bedrijven als sociale organisaties en zien ondernemers niet als volledig rationele personen. Vestigingsplaatskeuzen zijn volgens deze benadering dan ook niet de uitkomst van berekeningen maar van een besluitvormingsproces (Atzema et al., 2002). Binnen deze benadering worden ook meer *zachte* factoren aangehaald die de locatiekeuze van bedrijven kunnen beïnvloeden, zoals de emotionele binding van een ondernemer met een bepaalde regio. Voor dergelijke factoren is in de huidige economie ook meer ruimte gekomen, omdat bedrijven zich door technologische vooruitgang op veel meer plaatsen kunnen vestigen zonder daarmee de winstgevendheid van de onderneming te schaden (Pellenburg et al., 2002).

Voor grote bedrijven met vaak meer dan één locatie is de behaviorale theorie vaak niet toereikend (Atzema et al., 2002). De *strategische keuzebenadering of geography of enterprise* stelt dat voor grote bedrijven de vestigingsplaatskeuze een strategische keuze is. Beslissingen van grote bedrijven om nieuwe vestigingen te openen of vestigingen te verplaatsen naar nieuwe landen, maken onderdeel uit van de bedrijfsstrategie. De keuze voor het land van vestiging gebeurt op andere gronden dan in de voorgaande theorieën. De locatie binnen dat land wordt vervolgens veelal bepaald door motieven uit de voorgaande drie benaderingen. De strategische keuzebenadering gaat dus meer in op de locatiestrategie van bedrijven, waartoe ook het openen en sluiten van vestigingen van het bedrijf behoort.

De *evolutionaire economische geografie* (EEG) stelt dat de ideale locatie niet bestaat omdat de externe omgeving van bedrijven constant aan verandering onderhevig is. In tegenstelling tot de neoklassieke benadering gaat de evolutionaire benadering er van uit dat ondernemers niet volledig geïnformeerd zijn en niet volledig rationeel handelen, er is sprake van *bounded rationality* (Boschma et al., 2002). Net als in de behaviorale locatietheorie is er dus ruimte voor zachte locatiefactoren als de emotionele of sociale binding van een ondernemer met een regio.

Kennis en innovatie zijn centrale begrippen in de evolutionaire economische geografie. De analogie met de evolutietheorie van Darwin bestaat er uit dat bedrijven zich, net als diersoorten, steeds zullen aanpassen aan hun veranderende omgeving. De genen die bij dieren zorgen voor bepaalde eigenschappen waardoor de soort wel of niet overleeft, zijn te vergelijken met de organisatorische routines en processen waarmee bedrijven werken. Innoveren betekent het aanpassen van routines aan nieuwe omstandigheden, iets wat moeilijk is doordat de routines het DNA vormen van een bedrijf. De EEG spreekt hierbij van padafhankelijkheid; het gedrag en succes van bedrijven nu en in de toekomst wordt bepaald door de routines die het bedrijf in het verleden heeft opgebouwd (Boschma & Frenken, 2006).

Voor innovatie is dan ook externe kennis nodig die aansluit bij de bestaande routines en kennisbasis van het bedrijf (Boschma, 2005). Innoveren is desalniettemin noodzakelijk voor bedrijven om te overleven omdat er, net als in de biologische evolutietheorie, sprake is van een selectiemechanisme waarbij alleen de bedrijven met de sterkste routines (genen) zullen overleven. Selectie is hier concurrentie tussen bedrijven, wat bedrijven dus stimuleert tot innoveren.

De locatiestrategie van bedrijven wordt volgens de EEG sterk beïnvloed door de lokale of regionale relaties van het bedrijf of de ondernemer. In de eerste plaats ontstaan bedrijven vaak doordat werknemers besluiten een eigen bedrijf te starten, waarbij zij de routines van het 'moederbedrijf' meenemen. Deze spin-off bedrijven vestigen zich meestal in de nabijheid van de oude werkgever omdat het sociale netwerk van de ondernemer zich in deze regio bevindt. Ook wanneer bedrijven niet voortkomen uit een bestaand bedrijf, of wanneer een relocatie beslissing wordt genomen, wordt het locatiegedrag sterk bepaald door relaties van het bedrijf in haar directe omgeving. De historische context van de ondernemer of het bedrijf, de keuze voor een woonplaats of werkgever in het verleden, is bepalend voor de latere locatiekeuze van het bedrijf.

De kans dat een bedrijf de regio van vestiging verlaat neemt met de tijd af. Enerzijds doordat het bedrijf een lokaal netwerk opbouwt van afnemers en leveranciers en anderzijds doordat het bedrijf steeds hogere *sunk costs* heeft op haar locatie. Het bedrijf heeft bijvoorbeeld geïnvesteerd in een pand of machines die moeilijk te verplaatsen zijn, maar ook haar werknemers die de routines van het bedrijf eigen hebben

gemaakt verhuizen niet gemakkelijk mee naar een nieuwe locatie. Het toenemen van de gebondenheid van een bedrijf aan haar locatie door de tijd wordt *locational inertia* genoemd (Boschma & Frenken, 2006). Deze gebondenheid aan de locatie is groter in 'traditionele' sectoren als de industrie en agrarische sector waar investeringen in productiemiddelen (sunk costs) veel groter zijn dan in sectoren als de zakelijke dienstverlening (Pellenburg et al., 2005).

Daarnaast blijkt dat wanneer bedrijven verplaatsen dit vaak over relatief korte afstand gebeurt. Een verplaatsing vindt vaker binnen een regio dan tussen regio's plaats (Pellenburg & van Steen, 2003). Uit een onderzoek van Van Oort et al. (2007) naar bedrijfsverplaatsingen en werkgelegenheidsgroei in Nederland blijkt dat 94 procent van de bedrijfsverplaatsingen in Nederland binnen de regio en 75% binnen dezelfde gemeente plaatsvindt.

#### 2.4.2 Bedrijfsinterne factoren

Locatietheorieën geven op abstract niveau verklaringen voor locatiegedrag van bedrijven. In empirisch onderzoek wordt dit vertaald naar concrete factoren die een locatiebeslissing beïnvloeden, waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen bedrijfsinterne en bedrijfsexterne factoren. Eerst worden hier de kenmerken van een bedrijf, de interne factoren die van invloed zijn op haar locatiegedrag, besproken.

De locatiekeuze van bedrijven verschilt sterk per **sector**. Daar waar in sectoren als landbouw en industrie transportkosten nog een grote rol spelen bij locatiekeuze van bedrijven, overheerst bij bedrijven in de zakelijke dienstverlening de zoektocht naar kennis en klanten (Christensen & Drejer, 2005). Keeble & Nachum (2002) concluderen in hun empirisch onderzoek naar clustering van zakelijke dienstverleners in Londen dat bedrijven in deze sector vaak een locatie in het centrum prefereren omdat ze hier beter toegang hebben tot lokaal en internationaal gevestigde klanten, lokale kennis spillovers en werknemers met relevante kennis (omdat ze bijvoorbeeld eerder bij een concurrent hebben gewerkt). In minder kennis intensieve sectoren of wanneer een locatie veel ruimte vraagt (zoals in de agrarische sector), ligt een locatie in stedelijk gebied minder voor de hand (Bhat et al., 2014).

Naast een verschil tussen sectoren verschilt de locatiekeuze van bedrijven erg per type activiteit (Christensen & Drejer, 2005). Bedrijven waarvan de activiteiten in hoge mate gestandaardiseerd zijn, zoeken bij hun locatiekeuze naar goedkope arbeid, grondstoffen en markttoegang. Wanneer activiteiten echter minder gestandaardiseerd zijn wordt de locatiekeuze van bedrijven veel meer bepaald door immateriële factoren zoals kennis. Weinig gestandaardiseerde activiteiten of innovatieve activiteiten zijn veel meer geografisch geconcentreerd dan gestandaardiseerde activiteiten, doordat face-to-face contact noodzakelijk is bij het uitwisselen van kennis en kunde (immateriële factoren).

Stam (2007) toont aan dat kleine, weinig groeiende bedrijven (rupsen) een erg statisch locatiegedrag laten zien. Zij verplaatsen zich niet of weinig en openen ook geen meerdere vestigingen. Snel groeiende bedrijven (vlinders) zijn juist erg dynamisch in hun locatiegedrag. De **groei van een bedrijf** bepaalt dus mede haar locatiegedrag. Het locatiegedrag van groeiende bedrijven hangt nauw samen met de verschillende groeifasen; verplaatsingen en opening of sluiting van nevenvestigingen vinden plaats op momenten dat het bedrijf groeit of juist krimpt. Maar ook het verplaatsen van de hoofdvestiging gebeurt vaker wanneer bedrijven groeien (Pellenburg & van Steen, 2003). Door de groei van een bedrijf wordt het pand of de locatie waar het gevestigd is simpelweg te klein en gaat men op zoek naar een nieuwe locatie (Pellenburg et al., 2002).

In de regel verlaten groeiende bedrijven de regio van oprichting echter niet. Sociale en emotionele factoren en een waardevolle basis van menselijk kapitaal binden de ondernemer en daarmee het bedrijf aan de regio (Stam, 2007). Naarmate een ondernemer langer in een regio woont bouwt hij sociaal kapitaal op dat gebonden is aan de regio. Wanneer de ondernemer zich zou verplaatsen, blijven de sociale contacten in de oude regio gevestigd. Dahl & Sorensen (2012) laten in hun onderzoek naar Deense start-ups zien dat de locatiekeuze van ondernemers sterk wordt beïnvloed door waar zijn of haar sociale kapitaal het grootst is. Daarnaast laten zij zien dat de prestatie van bedrijven groeit naarmate de ondernemer langer in de regio woont, omdat men dan meer sociale contacten heeft in de regio. De regionale gebondenheid heeft volgens Michelacci & Silva (2007) te maken met het feit dat ondernemers met een langere geschiedenis in een regio (ze zijn er geboren of wonen er al geruime tijd) makkelijker aan financiering kunnen komen dan ondernemers van elders die zich in de regio vestigen.

Er lijkt sprake te zijn van een *Local Bias in Entrepreneurship (LBE)*; ondernemers vestigen zich vaak in de regio waar men geboren is of al geruime tijd woont (Michelacci & Silva, 2007; Dahl & Sorensen,

2012). De woonplaats van de ondernemer beïnvloedt de locatiekeuze van een bedrijf dus in sterke mate. Voor het starten van een onderneming zijn veel middelen nodig in de vorm van financiering, toeleveranciers, klanten, strategische partners en adviseurs. **Het sociale en zakelijke netwerk** van een ondernemer is daarom erg belangrijk bij de start van een bedrijf. Dat netwerk concentreert zich vaak in de regio waar de ondernemer woont, waardoor het bedrijf zich vaak zal vestigen in de 'thuisregio' van de ondernemer (Dahl & Sorensen, 2012; Michelacci & Silva, 2007). Potentiële financiers, toeleveranciers, klanten, partners en adviseurs bevinden zich echter niet in elke regio in dezelfde mate, waardoor niet in elke regio een even waardevol netwerk valt op te bouwen. Volgens Stuart & Sorensen (2003) verklaart dit deels waarom in de ene regio meer bedrijven worden opgericht dan in andere regio's. Stam (2007) laat echter zien dat ook na de oprichting van een bedrijf het sociale netwerk en emotionele binding van een ondernemer met zijn of haar 'thuisregio' er voor zorgt dat het bedrijf in de regio blijft.

De *Local Bias in Entrepreneurship* is ook te zien in clusters, wanneer werknemers van daar gevestigde bedrijven besluiten om zelf een bedrijf op te richten. Deze ondernemers nemen kennis mee van de oude werkgever om een nieuw bedrijf op te richten, wat *spin-off bedrijven* worden genoemd (Koster, 2007). Deze ondernemers hebben een sociaal en zakelijk netwerk opgebouwd binnen de regio in de tijd als werknemer (vaak woont men in dezelfde regio als waar men werkt), wat hen bindt aan de regio. Spin-off bedrijven kunnen zich echter om emotionele redenen ook juist buiten een cluster vestigen, omdat een meer perifere locatie een aantrekkelijkere leefomgeving kan vormen of omdat men al buiten het cluster woonde en men de werk- en leefomgeving meer samen wil brengen (Keeble & Nachum, 2002).

### 2.4.3 Bedrijfsexterne factoren

Naast bedrijfskenmerken of interne factoren wordt de locatiestrategie van bedrijven beïnvloed door externe factoren, waarop het bedrijf of de ondernemer zelf geen invloed heeft. Kenmerken van de huidige vestigingsplaats kunnen een bedrijf doen besluiten weg te gaan (push-factoren) of kenmerken van een andere, betere locatie kunnen aantrekkingskracht hebben (pull-factoren) op een bedrijf (Pellenbarg et al., 2002).

Transportkosten zijn door technologische ontwikkelingen de afgelopen decennia sterk gedaald. Met name in sectoren als de agrarische sector, handel in grondstoffen en industrie zijn transportkosten per product sterk gedaald. Het locatiagedrag van bedrijven in deze sectoren is hierdoor erg veranderd. De klassieke locatietheorieën zijn voor het verklaren van locatiagedrag van bedrijven in deze volwassen sectoren nog steeds bruikbaar (Christensen & Drejer, 2005). Voor deze daling van transportkosten werd de locatiekeuze van bedrijven in deze volwassen sectoren bepaald door de locatie van benodigde grondstoffen enerzijds en de locatie van de markt anderzijds, omdat de transportkosten dan zo laag mogelijk worden gehouden (Atzema et al., 2002). Kostenvoordelen op transport worden tegenwoordig behaald wanneer bedrijven zich vestigen nabij afnemers of distributeurs, door zich te vestigen in een specialistische agglomeratie. Doordat bedrijven zich snel moeten kunnen aanpassen aan een veranderende marktvraag, is het gunstig om dichtbij klanten gevestigd te zijn (Holl, 2008).

Doordat transportkosten zijn gedaald, is dit als locatiefactor minder belangrijk geworden binnen veel sectoren. De nadruk bij een locatiekeuze ligt meer op **arbeid en kennis**, aspecten die mensen met zich meedragen (Almazan et al., 2007). Bedrijven baseren hun locatiekeuze daarom mede op de aanwezigheid van mensen met relevante kennis (potentiële werknemers, wetenschappers, toeleveranciers, klanten) in een locatie, omdat: *"It is essentially free to move goods, but expensive to move people"* (Glaeser & Kohlhase, 2004, p. 197).

Bedrijven vestigen zich graag in agglomeraties of clusters omdat daar (veel) mensen aanwezig zijn die bepaalde kennis of kunde bezitten waarnaar het bedrijf op zoek is (Almazan et al., 2007). Een lokaal 'collectief leerproces' treedt op doordat werknemers op lokale schaal wisselen van werkgever en op die manier kennis verspreiden onder bedrijven binnen een regio (Keeble & Nachum, 2002). Het hebben van dezelfde leveranciers en afnemers of sociale relaties tussen werknemers van verschillende bedrijven kan ook kennisverspreiding op lokale schaal opleveren (Alcacer & Chung, 2007).

Een **hoge concentratie van bedrijven uit een sector** zorgt veelal voor een *pool* van gespecialiseerde arbeidskrachten waaruit alle bedrijven kunnen putten. De kosten van arbeid stijgen hierdoor eveneens,

doordat meerdere bedrijven concurreren om dezelfde mensen (Combes & Duranton, 2006). Bij de locatiekeuze maakt een bedrijf een afweging tussen deze voor- en nadelen. Per sector verschilt het relatieve belang van arbeidskosten en de kennisintensiviteit van arbeid en daarmee de rol die deze factor speelt in een locatiekeuze. **Agglomeratievoordelen** gelden dus niet in dezelfde mate voor bedrijven in verschillende sectoren (Combes & Duranton, 2006).

Suire & Vicente (2008) constateren in hun onderzoek naar de relatie tussen clusters en locatiegedrag twee motieven bij bedrijven om zich te vestigen op plaatsen waar veel bedrijven uit de eigen sector zijn gevestigd. Zoals eerder genoemd willen bedrijven profiteren van de toegang tot kennis en netwerken die clusters hen bieden. Daarnaast hebben clusters een aantrekkingskracht op bedrijven wanneer hier een zogenaamd *symbolical capital* is opgebouwd. Wanneer op een bepaalde locatie een aantal bedrijven zijn gevestigd die marktleider of technologisch leidend zijn binnen een sector, geeft dit het cluster een bepaald imago, of **geografisch charisma**. Bedrijven willen graag profiteren van dit goede imago van een locatie en onzekerheid zorgt ervoor dat zij zich graag nabij concurrenten vestigen.

De toegang tot gekwalificeerd personeel is één van de agglomeratievoordelen die bedrijven genieten wanneer zij zich vestigen nabij bedrijven in dezelfde of aanverwante sectoren. Daarnaast wordt verwacht dat op dergelijke locaties een grote kans is op waardevolle kennisspillovers (Audretsch, 1998).

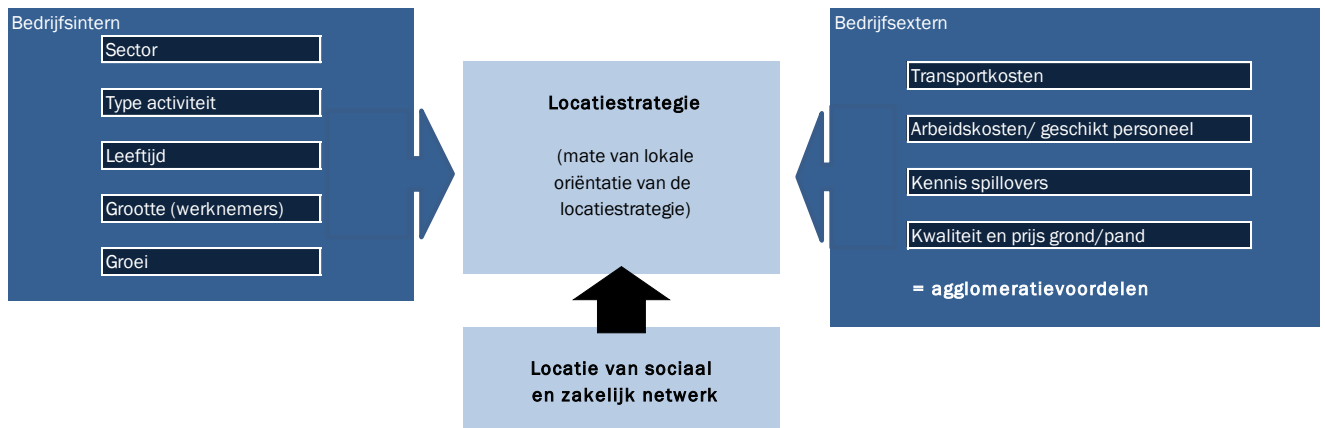
Binnen een sector bestaat een diversiteit aan bedrijven; divers in welke producten of diensten ze leveren en divers op het vlak van *absorbitive capacity* (Alcacer & Chung, 2007). Deze capaciteit om nieuwe kennis op te nemen in een bedrijf, of de technologische positie, bepaalt welke rol **kennis spillovers** spelen in de locatiekeuze van het bedrijf. Wanneer een bedrijf een hoge *absorbitive capacity* heeft, is het gebaat bij een locatie nabij concurrenten doordat het kan profiteren van diens kennis. Een grote kennisbasis betekent echter ook dat een bedrijf al veel kennis (en technologie) bezit die potentieel kan wegvloeien naar andere bedrijven in haar nabijheid. Voor dergelijke *leader firms* wordt de keuze voor locatie binnen een cluster of daarbuiten voor een groot deel bepaald door de afweging van voor- en nadelige kennis spillovers (Alcacer & Chung, 2007). Wanneer een bedrijf een kleinere kennisbasis heeft, zijn de voordelen van vestiging in een cluster lager. Het kan immers in beperkte mate profiteren van kennis spillovers. Daarnaast zijn de grondhuur- en arbeidskosten in clusters hoger, doordat de vraag naar deze productiefactoren in dergelijke gebieden relatief groot is (Atzema et al., 2002).

Een andere belangrijke factor die van invloed is op het locatiegedrag van bedrijven is de **locatie van relevante klanten en toeleveranciers** (Keeble & Nachum, 2002). De mate waarin nabijheid tot klanten en toeleveranciers van belang is voor de locatiestrategie van bedrijven is mede afhankelijk van de rol die transportkosten voor een bedrijf spelen (Suire & Vicente, 2008). Voor een bedrijf dat voor haar productie afhankelijk is van grondstoffen of halffabricaten van een of meerdere toeleveranciers is een locatie nabij die toeleveranciers belangrijker dan voor een adviesbureau dat naast arbeid vrijwel geen fysieke *input* kent voor haar diensten. Specifiek voor de locatiekeuze van zakelijke dienstverleners geldt dat de vraagzijde net zo belangrijk is als de aanbodzijde (Keeble & Nachum, 2002). De nabijheid van klanten is voor dienstverlenende bedrijven belangrijker dan nabijheid van toeleveranciers. Clustering van bedrijven in één sector zal dus voor verschillende sectoren tot verschillende clustervoordelen leiden (BRON). Welke bedrijfsrelaties een bedrijf het liefst in de nabije omgeving heeft, verschilt per sector (BRON).

#### 2.4.4 Locatiefactoren

De locatiestrategie van bedrijven wordt beïnvloed door bedrijfsinterne en bedrijfsexterne factoren. De agglomeratievoordelen en voordelen van vestiging in een cluster zijn voornamelijk bedrijfsexterne factoren, al valt het sociale en zakelijke netwerk van een ondernemer of bedrijf onder de bedrijfsinterne factoren. Dit netwerk is erg belangrijk in het oppikken van kennis spillovers binnen een cluster, een steeds belangrijker factor binnen de locatiestrategie van bedrijven, in een economie waarin kennis en innovatie essentieel zijn voor de prestatie van bedrijven (Wang & Wang, 2012). Figuur 2.1 geeft een overzicht van alle bedrijfsinterne en bedrijfsexterne factoren die volgens de empirische literatuur van invloed zijn op de locatiestrategie van bedrijven.

Figuur 2.1 Bedrijfsinterne en bedrijfsexterne factoren beïnvloeden de locatiestrategie.



## 2.5 Conclusie en conceptueel model

Dit hoofdstuk vormt het theoretisch kader van deze thesis en geeft antwoord op de eerste deelvraag:

*Wat zegt de economisch-geografische literatuur over geografische concentratie, clustering en locatiestrategieën van bedrijven?*

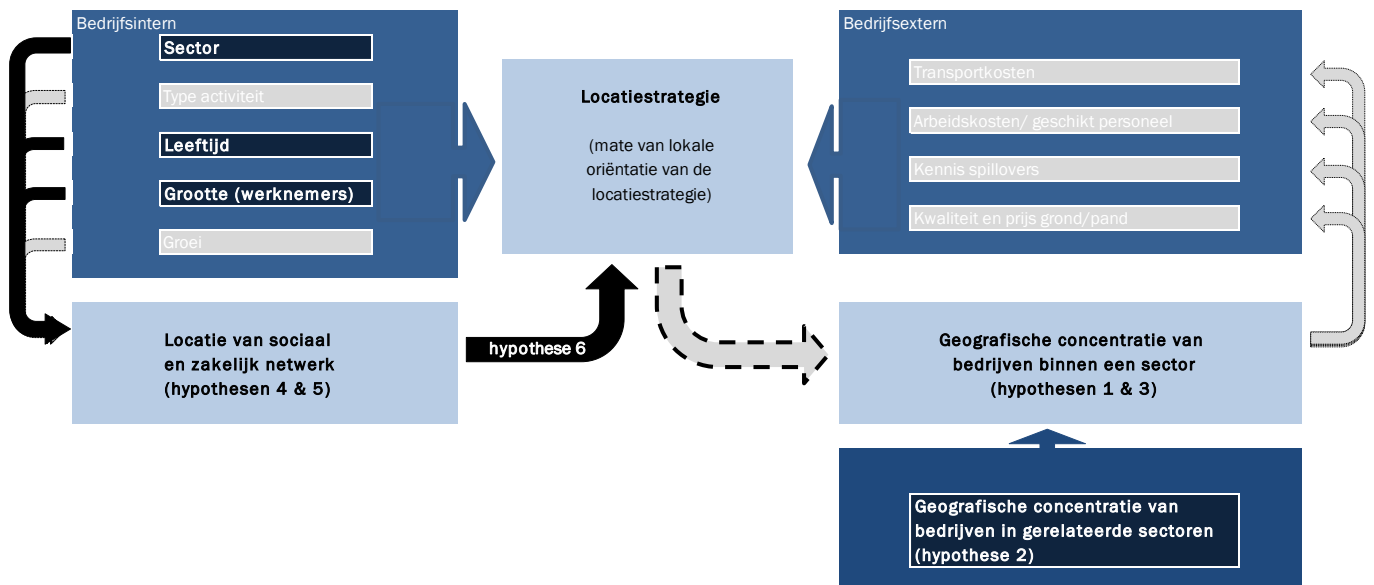
De tweede paragraaf van dit hoofdstuk liet zien hoe geografische concentratie van bedrijven agglomeratievoordelen opleveren, waarvan bedrijven binnen die concentratie profiteren. In de economisch-geografische literatuur over agglomeratievoordelen wordt een debat gevoerd over de vraag of een geografische concentratie van bedrijven uit de zelfde sector (specialisatie) of verschillende sectoren (diversiteit) de meeste voordelen voor bedrijven oplevert (Beaudry & Schiffauerova, 2008). Een middenweg werd gevonden door Frenken et al. (2007), die stellen dat een diversiteit binnen een bepaalde specialisatie de beste regionale sectorstructuur is. Bedrijven kunnen dan van elkaar leren doordat ze elkaar begrijpen (Boschma, 2005), maar verschillen voldoende van elkaar om elkaar nieuwe ideeën bij te brengen waardoor nieuwe bedrijven en uiteindelijk nieuwe sectoren ontstaan (Frenken et al., 2007).

Het cluster van Porter (1990, 2000) gaat verder dan enkel een geografische concentratie van bedrijven. Alleen wanneer naast bedrijven ook relevante onderzoeksinstituten en andere organisaties geclusterd zijn in een regio en er interactie bestaat tussen al die partijen, ontstaan er voordelen die buiten die regio niet bestaan. Een sociaal en zakelijk netwerk van bedrijven zorgt ervoor dat zij kennis oppikken die binnen een cluster 'circuleert', en niet daarbuiten. Die kennis is echter alleen nuttig als een bedrijf deze ook kan benutten, omdat het de kennisbasis heeft om er iets mee te doen en het voldoende vernieuwend is ten opzichte van wat het al deed (Boschma, 2005; Frenken et al., 2007). Een cluster waarbinnen een gerelateerde diversiteit aan bedrijven bestaat lijkt dus de ideale vorm.

Dergelijke voordelen die binnen een cluster zijn te behalen hebben een aantrekkingskracht op bedrijven; het beïnvloedt hun locatiestrategie. Agglomeratievoordelen als de aanwezigheid van een pool van relevante arbeid en kenniswerkers, klanten en toeleveranciers zorgen voor lagere kosten of een hoger innovatiepotentieel dan buiten de agglomeratie. Daarnaast kan het imago dat een cluster in een bepaalde sector heeft een aantrekkingskracht zijn op bedrijven. Binnen een ideaal cluster bestaat daarnaast een hecht netwerk van ondernemers, instellingen en werknemers. De economisch geografische literatuur wees uit dat dit zakelijke en sociale netwerk een belangrijke factor is bij de locatiestrategie van bedrijven.

Onderstaand conceptueel model vat deze bevindingen samen en laat zien welke verbanden tussen de besproken concepten zijn. De dikgedrukte pijlen zijn de verbanden die centraal staan in het empirisch onderzoek. De volgende paragraaf presenteert de verwachte uitkomsten van dat empirisch onderzoek op basis van dit theoretisch kader.

Figuur 2.2 Conceptueel model; schematische weergave van de onderzochte verbanden in hoofdstuk 5 tot en met 7.



## 2.6 Hypothesen

Vanuit de verkenning van de economisch geografische literatuur ten aanzien van agglomeraties, clusters en locatiestrategieën zijn verwachtingen uit te spreken over de uitkomsten van het empirisch onderzoek.

### 2.6.1 Concentratie

Het Greenport-concept is gebaseerd op de clustertheorie van Porter (1990). Vanuit de gegeven definitie van een dergelijk cluster is de verwachting dat er een bovengemiddelde concentratie van bedrijven in de Greenport-sectoren aanwezig is in de regio. De Greenport Noord-Holland Noord wil zich specialiseren in alle agrarische sectoren en zet in op verbindingen tussen de verschillende sectoren. De literatuur ondersteunt deze visie; de grootste agglomeratievoordelen treden op wanneer binnen een gespecialiseerde regio een diversiteit bestaat van gerelateerde subsectoren (Frenken et al., 2007). Voor de Greenport Noord-Holland Noord kan daarom de volgende verwachting worden uitgesproken, over de concentratie van bedrijven in de verschillende Greenport-sectoren:

*H1: Elke Greenport-sector heeft in minstens twee gemeenten in Noord-Holland Noord een bovengemiddeld aandeel in de gemeentelijke economie ten opzichte van het nationale aandeel van deze sectoren.*

Wanneer agglomeratievoordelen optreden op het moment dat binnen een regio een hoge concentratie van bedrijven bestaat uit gerelateerde sectoren, valt te verwachten dat de verschillende Greenport-sectoren zich daar concentreren waar de gerelateerde sectoren zich ook concentreren. Kortom, het ruimtelijk spreidingspatroon van Greenport-sectoren volgt het spreidingspatroon van hieraan gerelateerde sectoren. Om gerelateerde sectoren te bepalen worden de waardesystemen van de afzonderlijke Greenport-sectoren geschetst (zie 4.2.1).

*H2: Het ruimtelijk spreidingspatroon van een deelsector komt overeen met het ruimtelijk spreidingspatroon van de deelsector(en) waaraan ze het meest gerelateerd is.*

Volgens de New Economic Geography oefenen agglomeraties een aantrekkingskracht uit op bedrijven waardoor de bestaande concentratie van bedrijven zich verder uitbreidt ten koste van regio's met al een lagere concentratie (Krugman, 1991). Wanneer de Greenport een agglomeratie is die zich specialiseert in een variatie van agrarische sectoren, is de verwachting dat de geografische concentratie van bedrijven in agribusiness sectoren toeneemt.

*H3: De concentratie van bedrijven in greenport-sectoren is tussen 2009 en 2012 toegenomen.*

### 2.6.2 Netwerk van bedrijfsrelaties

Een concentratie van bedrijven maakt nog geen cluster. Wanneer bedrijven binnen een concentratie van bedrijven uit dezelfde of gerelateerde sectoren interacties aangaan met elkaar, overheden, onderzoeksinstituten en opleidingen ontstaan er voordelen die buiten die regio niet bestaan. Volgens Porter (1990) bestaan er in een cluster in de eerste plaats lokale relaties tussen afnemers en toeleveranciers. Uit de bestaande theorie en empirisch onderzoek naar clusters is geen 'grens' af te leiden van een aandeel lokale relaties om een regio tot cluster te benoemen. Wanneer meer dan de helft van de afnemers en leveranciers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord zich binnen de regio bevinden, wordt dat in dit onderzoek bestempeld als een grote 'verbondenheid tussen geconcentreerde bedrijven' (Porter, 2000). Wanneer bedrijven langer op een locatie zijn gevestigd of ouder worden, blijkt dat bedrijven een steeds hechter lokaal netwerk opbouwen (Dahl & Sorensen, 2012). Daarnaast is de verwachting dat de mate waarin bedrijven zaken doen met afnemers en leveranciers binnen de regio verschilt naar grootte en sector van bedrijven. De eerste hypothese ten aanzien van het netwerk van bedrijfsrelaties van agribusiness bedrijven in de Greenport Noord-Holland Noord is daarom de volgende:

*H4: Het merendeel (> 50%) van de afnemers en toeleveranciers van bedrijven in Noord-Holland Noord bevindt zich binnen de regio Noord-Holland Noord, maar dit aandeel verschilt naar grootte, sector, leeftijd van het bedrijf en het aantal jaren van vestiging in de regio.*

Daarnaast dragen contacten van bedrijven met overheden, onderzoeksinstituten en opleidingen bij aan het innovatiepotentieel van een cluster doordat kennis vanuit onderzoek en opleidingen wordt omgezet in nieuwe producten of diensten of bedrijven efficiënter laat werken. Zowel binnen de theorie van het Regionaal Innovatiesysteem als de clustertheorie van Porter (1990) wordt het belang van een sterk netwerk tussen deze partijen benadrukt. Ook voor samenwerkingsrelaties geldt dat hoe langer bedrijven op een locatie zijn gevestigd, hoe meer relaties zij lokaal opbouwen (Michelacci & Silva, 2007). De mate waarin bedrijven binnen de regio samenwerken, wordt volgens de literatuur ook beïnvloed door de grootte van bedrijven, de sector waarin ze actief is en de leeftijd van het bedrijf (Giuliani, 2007). Op het netwerk van relaties van Greenport-bedrijven wordt daarom de volgende hypothese getoetst:

*H5: Het merendeel (> 50%) van de samenwerkingsrelaties met bedrijven, onderzoeksinstituten, overheden en opleidingen onderhouden bedrijven in de Greenport met organisaties binnen Noord-Holland Noord, maar dit verschilt naar grootte, sector, leeftijd en aantal jaren van vestiging in de regio.*

Waar zou een bedrijf naar toe verplaatsen als het de huidige vestigingsplaats moest verlaten? Op welke plaats of regio een bedrijf zich in zo'n geval oriënteert, wordt hier de oriëntatie van de locatiestrategie genoemd. Deze wordt volgens de literatuur beïnvloed door enkele bedrijfsinterne en bedrijfsexterne factoren. Bedrijven van verschillende grootte en leeftijd oriënteren zich anders en de oriëntatie verschilt tussen sectoren en bedrijven met verschillende typen activiteiten en verschillende groeicijfers.

De oriëntatie van het bedrijfsnetwerk heeft naar verwachting ook een grote invloed op de locatiestrategie van een bedrijf. De locatiestrategie is veelal gericht op de plaats waar een ondernemer zijn of haar sociale en zakelijke netwerk heeft (Dahl & Sorensen, 2012; Michelacci & Silva, 2007). De volgende verwachting is daarmee uit te spreken over de toekomstige locatiestrategie van agrarische bedrijven in de Greenport:

*H6: De locatiestrategie van bedrijven in de Greenport Noord-Holland Noord is lokaler georiënteerd naarmate het netwerk van bedrijfsrelaties lokaler is, en verschilt naar sector, type activiteit, leeftijd, grootte en groei van bedrijven.*



### 3 Introductie op het onderzoeksgebied en –sector

De clustertheorie uit het vorige hoofdstuk wordt in de praktijk vaak in verband gebracht met regio's die zich specialiseren rondom een bepaald thema en daar een merk aan hangen. Zo kent Nederland onder andere regio Food Valley rondom Ede en Wageningen, Seed Valley in Noord-Holland Noord en Energy Valley in Groningen. In de Nota Ruimte van 2004 worden deze valleys, samen met de mainports, greenports en brainports bestempeld als van nationale betekenis (Ministerie van VROM, 2004). Ook het Greenport-concept plakt een label op regio's waar veel agribusiness bedrijven zich concentreren en richt vervolgens organisaties in om samenwerking en de economische structuur binnen deze regio's te verbeteren. Dit hoofdstuk schetst de beleidscontext van het Greenport-concept, geeft een introductie in het onderzoeksgebied Noord-Holland Noord en hoe het Greenport-concept daar is ingericht. In paragraaf 3.2 wordt daarnaast kort ingegaan op kenmerken van en een aantal trends in de agribusiness sector. De theoretische inzichten in het vorige hoofdstuk gaan immers over bedrijven en clusters in het algemeen. Inzicht in de agribusiness sector in het bijzonder is nodig om de verbanden en hypothesen de juiste context te geven. Naast 'deskresearch' zijn voor dit hoofdstuk in maart 2014 verkennende gesprekken gevoerd met de provincie Noord-Holland en de uitvoeringsorganisatie Greenport (zie bijlage V).

#### 3.1 Greenports

Het concept Greenport werd geïntroduceerd in de Nota Ruimte uit 2004, waarin Greenports, Mainports en Brainport Eindhoven als de Ruimtelijke Hoofdstructuur (RHS) van Nederland worden aangeduid. Het Rijk erkent daarmee dat deze gebieden van nationaal economisch belang zijn en de Greenports kunnen daardoor rekenen op extra aandacht en ruimte voor ontwikkeling vanuit de Rijksoverheid. In de nota van 2004 werden vijf Greenports aangewezen; Venlo, Aalsmeer, de Duin- en Bollenstreek, Boskoop en Westland-Oostland (Ministerie van VROM, 2004). Eind 2011 stelde de Tweede Kamer vast dat Noord-Holland Noord hier als zesde Greenport werd toegevoegd (Provincie Noord-Holland, 2012a). De zes Greenports zijn verenigd in een nationale organisatie, Greenport Holland.

Greenport Holland is een organisatie met vertegenwoordigers van verschillende agrarische sectoren, overheden (rijk, provincie en gemeenten) en kennisinstellingen. Dit overkoepelende orgaan geeft opdracht onderzoek uit te voeren naar thema's of problemen die in alle greenports spelen en adresseert gezamenlijke belangen bij de nationale overheid. Zo is in opdracht van de Greenport Holland in 2013 een onderzoek uitgevoerd naar de toegevoegde waarde van het netwerk van Greenports en Mainports in Nederland (BCI et al., 2013).

Binnen Greenport Holland komen vertegenwoordigers van drie 'kolommen' samen, die ook op de regionale schaal van de individuele Greenports bestaan; Overheid, Onderzoek en Ondernemers (zie figuur 3.1). De overheids- en onderzoekskolom is goed georganiseerd binnen de Greenport Holland, de kolom van het bedrijfsleven is minder goed georganiseerd. Hierin zijn met name belangenorganisaties vertegenwoordigd die Greenport Holland gebruiken om belangen van een bepaalde agrarische sector of groep bedrijven te behartigen. De vierde O, de opleidingsinstellingen, zijn geen onderdeel van Greenport Holland. Binnen de Greenport Noord-Holland Noord is wel een 'opleidingskolom' betrokken.

Figuur 3.1 “de drie O’s” vanuit de land- en tuinbouwsector zijn verenigd in Greenport Holland, net als de zes Greenports.



### 3.1.1 De eerste vijf Greenports in Nederland

De oorspronkelijke vijf Greenports zoals aangewezen in de RHS van Nederland in 2004, zijn clusters van één bepaalde agrarische sector en daaraan gerelateerde bedrijven en onderzoeksinstituten (Ministerie van VROM, 2004). Alleen Greenport Venlo zet net als Noord-Holland Noord in op een breder gedefinieerde sector Agro & Food en betreft ook de logistieke sector in het Greenport-cluster.

Tabel 3.1 De eerste vijf Greenports en de sector waarin zij gespecialiseerd zijn<sup>2</sup>

Greenport	Sector
Aalsmeer	Sierteelt
Westland-Oostland	Glastuinbouw
Greenport Venlo	Agro & Food en logistiek
Greenport Boskoop	Boomteelt
Greenport Duin- en Bollenstreek	Sier- en bollenteelt

Bron: Greenport Aalsmeer (2014); Greenport Westland-Oostland (2014); Greenport Venlo (2014); Greenport Regio Boskoop (2014); Greenport Duin- en Bollenstreek (2014).

<sup>2</sup> De Greenport Westland-Oostland beslaat de gemeenten Westland, Pijnacker-Nootdorp, Lansingerland, Midden-Delfland, Zuidplas, Barendrecht en Waddinxveen. De Greenport Aalsmeer bestaat uit de gemeenten Nieuwkoop, Kaag en Braassem, Uithoorn, Haarlemmermeer, Amstelveen, De Ronde Venen en Aalsmeer. De Greenport Venlo bestaat uit de gemeenten Beesel, Bergen, Gennep, Horst aan de Maas, Peel en Maas, Venlo, Venray. De Greenport Boskoop bestaat uit de gemeenten Alphen aan de Rijn, Boskoop, Rijnwoude, Waddinxveen en Bodegraven Reeuwijk. De Greenport Duin- en Bollenstreek bestaat uit de gemeenten Hillegom, Katwijk, Lisse, Noordwijk, Noordwijkerhout en Teylingen.

### 3.1.2 Greenport Noord-Holland Noord

De eerste vijf Greenports zijn dus clusters van een bepaalde agrarische sector en de ketenrelaties van die sector, aangevuld met relevante onderzoeksinstituten. De Greenport Noord-Holland Noord (NHN) wijkt af van de eerste vijf Greenports; het bevat clusters van **acht verschillende agrarische sectoren**, ketenrelaties van die sectoren en relevante onderzoeks- en opleidingsinstellingen. De Greenport NHN is ontstaan vanuit een publiek-private samenwerking (PPS) die vanaf 2009 was georganiseerd in de "Agriboard", een groep mensen uit bedrijfsleven, overheid en kennis- en opleidingsinstellingen. De Agriboard was in eerste instantie alleen een overlegorgaan maar vormde wel een eerste stap richting het ontstaan van de Greenport. Deze *board* moest met name in kaart brengen welke relaties binnen en tussen sectoren al aanwezig waren in de regio.

Begin 2014 is de Agriboard veranderd in een stuurgroep en is een uitvoeringsorganisatie opgericht die concrete programma's opstelt. De projecten die onder die programma's vallen, komen echter nog steeds uit de stuurgroep. Dus ondernemers, overheid, kennis- en opleidingsinstellingen bepalen welke projecten nodig zijn en worden uitgevoerd. De uitvoeringsorganisatie greenport zorgt voor de 'paraplu', waaronder die projecten zijn te plaatsen.

#### Sectoren

Zoals gezegd wordt de Greenport Noord-Holland Noord gevormd door clusters van acht agrarische sectoren. De Greenport zet in op cross-overs tussen die sectoren. Het combineren van ideeën, het gezamenlijk oplossen van problemen die over meer dan een sector bestaan of het oplossen van problemen in de ene sector met behulp van kennis, producten of reststromen uit een andere sector, moet leiden tot innovaties (Fytogoras, 2012). De Greenport zet dan ook in op verbinden van sectoren om kennis uit te wisselen en innovatiekansen te vergroten (Greenport NHN, 2014c). De acht sectoren die de Greenport vormen zijn:

- Zaadveredeling
- Aquacultuur en visserij
- Dierhouderij
- Bollenteelt
- Fruitteelt
- Glastuinbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Akkerbouw

De Nederlandse **zaadveredelingsector** is koploper in de wereld, met multinationale ondernemingen die vanuit Nederland hun zaden over de hele wereld verkopen. De Nederlandse sector is tevens bijzonder innovatief, doordat concurrerende bedrijven met elkaar samenwerken en gezamenlijk onderzoek organiseren en financieren (WUR, 2013). Zaadveredelaars zijn bezig het uitgangsmateriaal van telers te beïnvloeden, zodat de geteelde gewassen betere eigenschappen krijgen:

*Het doel van veredeling is het aanpassen van gewassen aan de wensen zoals die worden gesteld door schakels in de productie- en verwerkingsketen tot en met de eindconsument (AgentschapNL, 2012, p. 12-13).*

Het creëren van nieuwe rassen gebeurt dus aan de hand van wensen van telers, handelaren en uiteindelijk consumenten. Door eigenschappen van gewassen te veranderen maken veredelaars het mogelijk dat gewassen in meerdere klimaat omstandigheden zijn te telen, gewassen lekkerder (groenten) of mooier (bloemen) worden of dat gewassen resistent zijn tegen bepaalde ziektes (Seed Valley, 2014b). De sector zaadveredeling is in Noord-Holland Noord verenigd in de stichting Seed Valley, waarin bedrijven samenwerken aan het verbeteren van het imago van de sector richting jeugd en politiek.<sup>4</sup>

Zaadveredeling staat daarom aan het begin van de productie-waardeketen van plantaardige landbouwproducten (zie figuur 3.3). De veredelde zaden worden vermeerderd en dienen vervolgens als grondstof voor akkerbouwers, fruittelers, glastuinders en vollegrondsgroentetelers. De geteelde gewassen gaan vervolgens via een groothandel of veiling naar detailhandelaren die het afzetten bij de consument. De

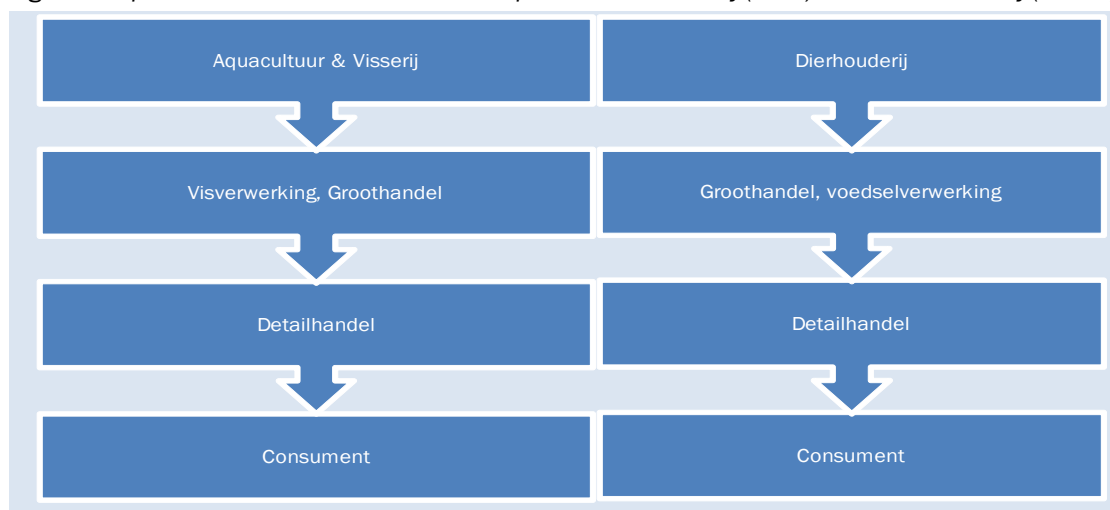
sector bollenteelt kan op twee plekken in de productiewaardeketen staan; in de vermeerderingskolom wanneer bollen worden geteeld om in kassen verder te worden gebroeid of in het geval van het broeien staat de sector in de teeltkolom.

De Nederlandse **visserijsector** behoort tot de vijf grootste in Europa. De opbrengsten in deze sector zijn over het algemeen laag ten opzichte van de kosten, waardoor het voor bedrijven lastig is om te investeren in bijvoorbeeld energiebesparende maatregelen (Provincie Noord-Holland, 2014). Naar verwachting groeit de **aquacultuur** sector ten opzichte van traditionele visserij, om in de groeiende vraag op de wereld voedselmarkt te kunnen voorzien. BluePort Noord-West Nederland behartigt de belangen van ondernemers in de sectoren visserij en aquacultuur, faciliteert samenwerking binnen de sector en ondersteunt ondernemers in de zoektocht naar financiering en in innovatietrajecten (BluePort NWN, 2014). Via de provincie Noord-Holland komen de BluePort en Greenport samen, de provincie ziet het als haar taak verbindingen tussen deze partijen te leggen (Greenport NHN, 2014d).

De sector **dierhouderij** bestaat uit een aantal deelsectoren. De Land- en Tuinbouw Organisatie (LTO) onderscheidt melkvee-, varkens-, pluimvee-, schapen-, melkgeieten-, paarden- en vleesveehouders (LTO, 2014). In heel Nederland bestaan ruim 41 duizend dierhouderij bedrijven (LEI, 2014). In Noord-Holland Noord zijn dat ruim 3500 bedrijven, waarvan een kwart in West-Friesland is gevestigd. De ondernemersgroep 'dierhouderij' binnen de Greenport NHN moet cross-overs met andere sectoren ondersteunen (GreenportNHN, 2014b).

De sectoren aquacultuur & visserij en dierhouderij hebben een aparte productie-waardeketen die niet direct verweven is met de andere agrarische sectoren (zie figuur 3.2). Beide sectoren staan aan het begin van de productiewaardeketen.

Figuur 3.2 productie-waardeketens van de aquacultuur & visserij (links) en de dierhouderij (rechts).



In de **bollenteelt** is Nederland wereldwijd marktleider; 65 procent van de productie en 75 procent van de handel in bollen vindt plaats in Nederland (LTO, 2014). Het areaal bollenteelt is het grootst in de Kop van Noord-Holland, onderdeel van de Greenport Noord-Holland Noord. In de Kop van Noord-Holland zijn ook met name teelt-bedrijven gevestigd, bedrijven die alleen bollen telen. Vervolgens worden bollen verder "gebroeid" tot bloemen, wat veelal in kassen gebeurt. De regio West-Friesland, tevens onderdeel van de Greenport, kent de grootste "broeiproductie" van Nederland (Wildschut, 2013).

In Nederland wordt op ruim 19 duizend hectaren **fruit geteeld**. Het grootste deel daarvan wordt ingenomen door de teelt van appels en peren (Wageningen UR, 2014). Dit areaal is verdeeld over bijna 1500 bedrijven (LEI, 2012). De Nederlandse Fruit Organisatie is de nationale belangenbehartiger van fruittelers. Zij hebben mede het samenwerkingsverband Inovafruit opgezet met een aantal Nederlandse en Belgische partijen om nieuwe appel- en peersoorten te ontwikkelen op basis van consumentenvoorkeuren (Inovafruit, 2014). Fruittelers in Nederland zijn vooral sterk verenigd op nationale schaal en zijn tot nu toe minder betrokken bij de Greenport Noord-Holland Noord.

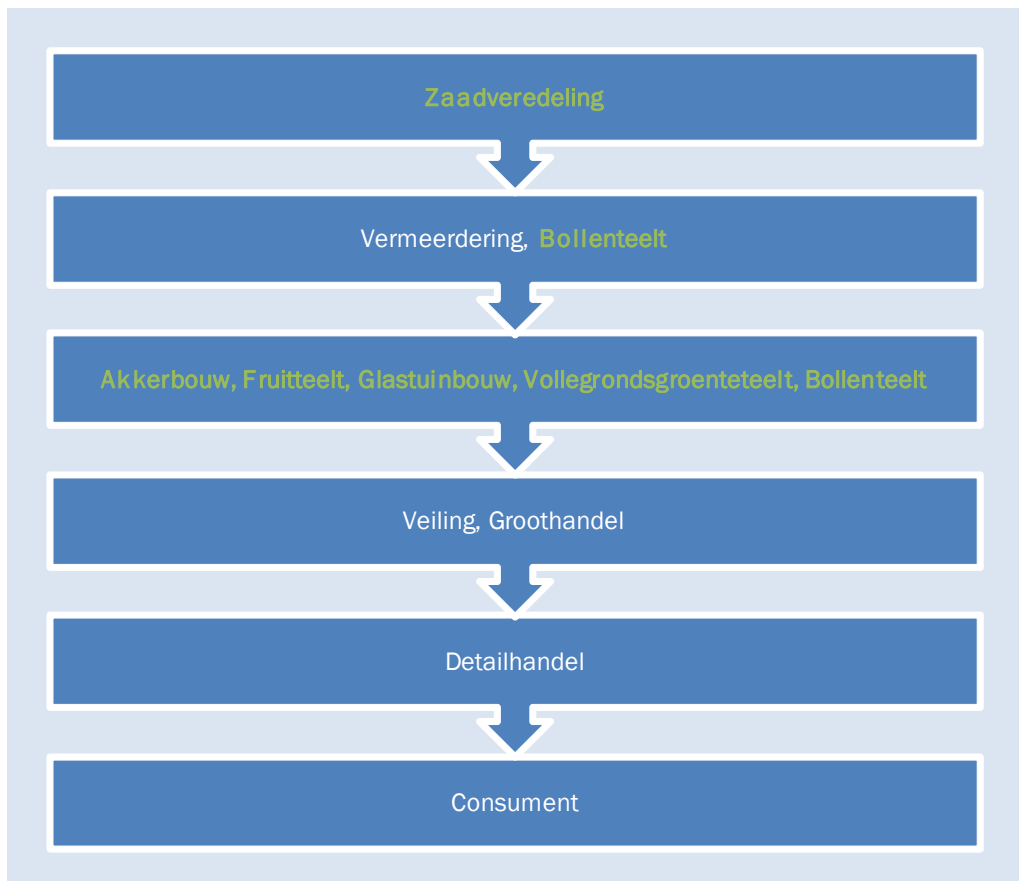
In Noord-Holland Noord zijn drie **glastuinbouw**clusters die bekend staan als 'Alton', 'Grootslag' en

'Agriport A7'. Alton is 216 hectaren groot, waarvan 95 hectaren met glas bebouwd. In dit gebied zijn 36 glastuinbouwbedrijven gevestigd (Grontmij, 2013). In Grootslag is ongeveer 250 hectaren met glas bebouwd. Agriport A7 heeft een oppervlakte van 830 hectaren beschikbaar voor glastuinbouw (AgriportA7.nl, 2014). De sector heeft een eigen kennisplatform opgericht door LTO; LTO Noord Glaskracht. Deze organisatie heeft een sectie Noord-Holland Noord, die voornamelijk bezig is met (duurzame) energie projecten zoals warmte-uitwisseling, toegang tot aardwarmte en terug levering van elektriciteit aan het net (LTONoord Glaskracht, 2014).

In Nederland zijn ongeveer 4000 **vollegrondsgroentetelers** actief (LEI, 2014). 700 daarvan zorgen voor 85% van de omzet in de sector en zijn beeldbepalend. Zij hebben de laatste jaren hun bedrijven uitgebreid tot grote, vaak sterk gespecialiseerde ondernemingen met stabiele relaties in de markt (LTO, 2014). Vollegrondsgroentebedrijven telen gewassen als asperges, diverse koolsoorten, prei, sla en witlof (LEI, 2012). De LTO heeft een kennisplatform opgericht voor vollegrondsgroentetelers in heel Nederland (vollegrondsgroentenet.com).

Onder **akkerbouw** worden landbouwbedrijven verstaan die gewassen telen in de open lucht. Akkerbouwbedrijven telen met name granen, aardappelen, suikerbieten (productschapakkerbouw, 2014). Van alle agrarische sectoren is de productiviteit in de akkerbouwsector het hoogst (LEI, 2012).

*Figuur 3.3 Productiewaardeketen van plantaardige landbouwproducten (Greenport-sectoren in groene letters).*



Bron: Kocsis et al., 2013, p. 9; eigen bewerking.

#### Ambitie van de Greenport

De Greenport NHN stelt zichzelf als doel om over 20 jaar een "internationale regio voor uitgangsmateriaal" (zaden) te zijn en het wil zich onderscheiden door "innovatie in het samenspel van veredeling, vermeerdering en productie en door de draaischijf van handel en logistiek" (Greenport NHN, 2014a). Waar in andere Greenports de focus ligt op samenwerking en stimuleren van vooruitgang binnen een enkele agrarische sector, denkt de Greenport NHN juist dat door samenwerking tussen de verschillende agrarische sectoren leidt tot innovaties en zodoende een goede regionale concurrentiepositie.

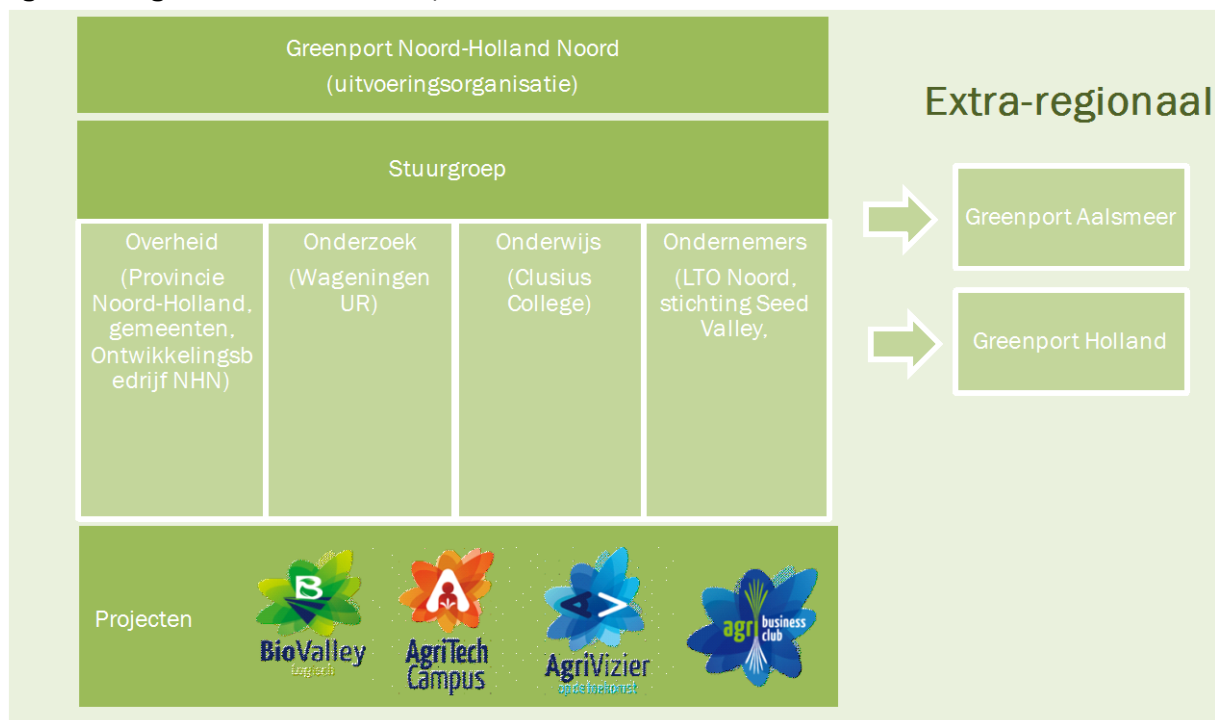
Naast het inzetten op “kennis en innovatie”, die een centrale rol vervullen in bovenstaande visie, behoren het verbeteren van het vestigingsklimaat en positionering en imagoverbetering van de regio tot de doelen van de Greenport (Decisio, 2013). Verbetering van het vestigingsklimaat behelst onder andere het uitbouwen van bereikbaarheid door oost-west verbindingen te verbeteren en het verbeteren van de “synchromodaliteit” door aan te sluiten op havens en de luchthaven Schiphol (Decisio, 2013). Het vestigingsklimaat overlapt daarmee deels met de ambitie van logistieke draaischijf. Een aantrekkelijk woon- en leefklimaat valt tevens onder het werken aan een beter vestigingsklimaat, maar heeft ook te maken met de agenda voor kennis en innovatie. Een aantrekkelijk woonklimaat is immers nodig om kenniswerkers te binden aan een regio (AWT, 2013).

### Organisatie

Net als in de organisatie van Greenport Holland, zijn in de Greenport Noord-Holland Noord de drie O's vertegenwoordigd. Een vierde O moet daar in Noord-Holland Noord nog aan worden toegevoegd; het onderwijs. De ondernemers, overheden, onderzoeksinstituten zijn weer voor te stellen als kolommen, waarbinnen verschillende organisaties zijn aangesloten bij de Greenport (zie figuur 3.4).

Elke kolom is vertegenwoordigd in de stuurgroep, die een aantal keer per jaar samenkomt om voortgang van projecten te bespreken, strategie te bepalen en beslissingen te nemen. Projecten die worden bedacht door deze stuurgroep worden vervolgens uitgevoerd onder leiding van een projectleider uit één van de kolommen, vanuit een organisatie die direct betrokken is bij het project. De uitvoeringsorganisatie legt verbindingen, faciliteert projecten en ziet toe op de voortgang daarvan. Waar nodig kunnen via de uitvoeringsorganisatie of de stuurgroep verbindingen worden gelegd met partijen die meer flexibel bij de Greenport betrokken zijn. Ook buiten de regio bestaan links met zulke organisaties, zoals met de Greenport Aalsmeer en Greenport Holland.

Figuur 3.4 Organisatiestructuur Greenport Noord-Holland Noord



### 3.2 Agribusiness sectoren

Volgens PBL (2012) laat Noord-Holland Noord géén clustering zien in de twee agrarische topsectoren (agro & food, tuinbouw & uitgangsmaterialen). Noord-Holland Noord kent echter het grootste aaneengesloten concentratiegebied van bollenteelt ter wereld (het Noordelijk Zandgebied), grote concentratiegebieden van glastuinbouwbedrijven en een concentratie van zaadveredelaars dat wereldwijd koploper is in de zaadveredelingssector (Seed Valley).

Export is zeer belangrijk voor de economie van Noord-Holland Noord en voor de agrarische

sectoren in het bijzonder (ING, 2014). In Noord-Holland Noord zijn veel kleine MNO's gevestigd die kunnen profiteren van een groeiende export. Groei in aantal werknemers is echter moeilijk te bereiken voor deze bedrijven in Noord-Holland Noord omdat de bevolking licht krimpt en vergrijsd. In de *Economische Agenda 2012-2015* geeft de provincie dan ook aan dat groei met name door innovatie moet komen (provincie Noord-Holland, 2011, p. 31):

*“Demografische ontwikkelingen zorgen ervoor dat groei op de manier zoals de afgelopen decennia heeft plaatsgevonden niet meer zal plaatsvinden. Economische groei in Noord-Holland Noord zal niet meer eenvoudig gerealiseerd kunnen worden door de groei van het aantal werkenden. Innovatie is een manier om groei te realiseren dan wel productie te behouden.”*

De provincie hoopt dat in Noord-Holland Noord meer innovaties gaan plaatsvinden wanneer clustervorming wordt versterkt. Binnen clusters komen innovaties sneller tot stand; doordat bedrijven gaan diversifiëren door naar concurrenten te kijken en doordat contact tussen bedrijven nieuwe combinaties opleveren (Provincie Noord-Holland, 2011). De Greenport is volgens de provincie het belangrijkste cluster in Noord-Holland Noord.

De agrarische sectoren zijn belangrijk voor de economie van Noord-Holland Noord en voor de gehele provincie. Terwijl het oppervlakte glastuinbouw in Nederland daalt, wordt het areaal glastuinbouw in Noord-Holland Noord juist uitgebouwd. Dit komt onder meer doordat het een overloopgebied vormt voor glastuinbouw in Zuid-Holland, waar geen ruimte is voor uitbreiding en een ruimtedruk is op de huidige glastuinbouwgebieden (Provincie Noord-Holland, 2014a). Daarnaast vindt ruim 60 procent van de bollenteelt in Nederland in Noord-Holland plaats (Provincie Noord-Holland, 2014b).

Zoals eerder aangegeven, zijn de zaadveredelingsbedrijven in de Seed Valley wereldwijd toonaangevend. In 2010 werd uit Nederland voor ruim 872 miljoen euro aan tuinbouwzaden geëxporteerd (LEI, 2011), het belangrijkste cluster van zaadveredelaars bevindt zich in Noord-Holland Noord. Nederland is wereldwijd marktleider in land- en tuinbouwzaden (Provincie Noord-Holland, 2014c).

### 3.2.1 Trends de agribusiness

Het aantal bedrijven in de land- en tuinbouwsectoren is de afgelopen decennia gedaald, terwijl de productie is toegenomen (CBS, 2010) In de agrarische sector is dus sprake van schaalvergroting. Daarnaast breiden bedrijven hun activiteiten uit door meerdere schakels uit de keten te integreren in hun bedrijf. Naast het produceren van groenten gaat een bedrijf bijvoorbeeld ook de verwerking en transport van deze groente zelf uitvoeren.

De productie-waardeketen verandert ook op een andere manier. Doordat de tussenhandel (veilingen) in steeds vaker uit de keten worden weggelaten, wordt de keten korter. Grote producenten sluiten steeds vaker rechtstreekse contracten met afnemers, zoals grote supermarktketens. Deze trend kan zich de komende jaren doorzetten van een vraaggerichte voedsel-waardeketen naar een aanbodgerichte keten. De 'macht' verschuift dan van de supermarkt naar de producent. Deze verandering zet alleen door wanneer producenten zich op sectoraal of regionaal niveau organiseren. Een organisatie als de greenport of branche-organisaties kunnen een rol spelen bij de organisatie en belangenbehartiging van producenten. Deze ontwikkeling betekent dat de veilingen een minder centrale plaats in gaan nemen in de productiewaardeketen van agrarische producten.

Figuur 3.3 scheidt het beeld dat de productie- waardeketen een statische keten is waarin de stromen één richting opgaan, dit is de “algemene bedrijfskolom van land- en tuinbouw” (Kocsis et al., 2013, p. 9). In werkelijkheid werkt de keten soms ook opwaarts, wanneer een groenteteler bijvoorbeeld een nieuw ras ontdekt en deze gaat vermeerderen of dit laat doen door een ander bedrijf. Daarnaast zijn binnen de keten veel horizontale relaties denkbaar, naast de hier weergegeven verticale relaties. Zo zijn er dienstverleners die zich speciaal op de agrarische sector richten. Ook werken bedrijven soms samen met concurrenten, dus binnen de eigen 'schakel' in de keten, bijvoorbeeld bij de veredeling van nieuwe rassen (Bejo, 2014). Daarnaast is het mogelijk dat de ketens van de dierhouderij en productie van plantaardige landbouwproducten elkaar raken, bijvoorbeeld wanneer mest uit de dierhouderij gebruikt wordt om

landbouwgrond te bemesten, of wanneer reststromen uit de akkerbouw gebruikt wordt als diervoeder (Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit, 2007).

Elke sector heeft haar eigen problematiek en kansen. Glastuinbouw gebruikt bijvoorbeeld veel energie, waarvan de prijzen stijgen, dus bedrijven zoeken naar alternatieve energieoplossingen (CBS, 2012). De bollenteelt heeft problemen met watervervuiling. De problemen in verschillende agrarische sectoren zijn divers, maar soms kunnen cross-overs problemen oplossen. Een aantal voorbeelden zijn het opvangen van CO<sub>2</sub> van koeienmest voor gebruik in kassen (waar het nodig is voor fotosynthese), het gebruiken van mestafval uit de veehouderij in akkerbouw en tuinbouw en het toepassen van wisselteelt om bodemuitputting te voorkomen (bv. Afwisselend bollenteelt en akkerbouw). Het ideaalbeeld van de Greenport NHN is om de cirkel te kunnen sluiten. Afval uit de ene sector dient dan als input voor de andere sector.

### 3.2.2 Innovatie in agribusiness sectoren

Innoveren wordt steeds belangrijker voor agrarische bedrijven (Van de Meer & van Galen, 2013). Consumenten hebben steeds meer te kiezen als het gaat om voeding en worden daardoor kritischer op productkwaliteit en diversiteit. Daarnaast neemt de concurrentie uit het buitenland toe en stelt de overheid steeds strengere eisen aan kwaliteit en het toedienen van meststoffen. Bovendien heeft de financiële crisis gezorgd voor een lagere vraag naar producten en financiële problemen in veel agrarische sectoren (Van de Meer & van Galen, 2013). Innoveren is noodzaak om te voldoen aan deze strengere eisen, kritischere vraag en scherpere prijzen en toch winstgevend te zijn.

Innovatienetwerken worden daarom steeds belangrijker binnen agribusiness sectoren. Maar met name het MKB heeft moeite om van deze netwerken te profiteren. Bedrijven in agribusiness sectoren kennen bepaalde specifieke barrières tot innovatie; zo ontbreekt het vaak aan kennis over het innovatieproces (Batterink et al., 2010). De Europese voedingsindustrie is conservatief in vergelijking met andere sectoren (Costa & Jongen, 2006). De R&D-uitgaven in deze sector zijn erg laag en er worden weinig radicaal nieuwe producten op de markt gebracht. Veel nieuwe producten in de agribusiness sector verschillen niet of nauwelijks van bestaande producten (Costa & Jongen, 2006).

Nieuwe producten in de voedingsindustrie hebben daarnaast een erg lage kans op succes. Doordat voedingspatronen en -gewoonten erg langzaam veranderen en consumenten over het algemeen afwijzend staan tegenover veranderingen in voedingsmiddelen, bestaat er een grote barrière voor bedrijven in voedselsectoren tot innoveren (Costa & Jongen, 2006). Innovatie betekent niet alleen het op de markt brengen van nieuwe producten. **Procesinnovatie** is een belangrijke vorm van innovatie, waarbij de manier waarop een product wordt geproduceerd wordt verbeterd (van der Meer & van Galen, 2013).

Costa & Jongen (2006) pleiten voor meer inter-organisatorische samenwerking op innovatiegebied in Europese agri-food sectoren, tussen bedrijven en onderzoeksinstituten. Innovatiebemiddelaars zouden de samenwerking tussen partijen kunnen faciliteren en begeleiden (Batterink et al., 2010).

Onderzoek van het Landbouw- Economisch Instituut (LEI) laat zien dat 2% van de land- en tuinbouwbedrijven in Nederland in het jaar 2011 een innovatie doorvoerde (van der Meer & van Galen, 2013). Een groter deel was wel als vernieuwer te typeren, maar volgde daarin een ander bedrijf dat de innovatie al had doorgevoerd. Het aandeel innovatoren in de agrarische sector is al geruime tijd stabiel, maar het aantal volgers is na 2009 sterk gedaald.

## 3.3 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn het onderzoeksgebied en de agrarische sector die in het onderzoek centraal staat geïntroduceerd. Noord-Holland Noord is een van de zes Greenports in Nederland, waarmee het in verbinding staat via de overkoepelende organisatie Greenport Holland. Noord-Holland Noord kijkt af van de andere Greenports doordat het niet één agrarische sector centraal stelt maar een cluster wil zijn van alle agrarische sectoren. De ambitie is dan ook om bedrijven uit die verschillende sectoren te laten samenwerken zodat innovaties ontstaan op het grensvlak van sectoren. Innoveren wordt belangrijker in de agrarische sector om winstgevend te blijven onder scherpe prijzen, kritische consumenten en strenge regelgeving. Samenwerking is daarvoor van belang; met bedrijven uit dezelfde sector, binnen de productiewaardeketen of met horizontale relaties. In hoofdstuk 6 worden de relaties van agrarische



bedrijven binnen Noord-Holland Noord onderzocht.

De agrarische sector kent een dalend aantal bedrijven bij een groter wordende productie. Een steeds kleinere groep bedrijven verdeelt dus als het ware een groter wordende productiewaarde. Hoe pakt deze ontwikkeling uit voor Noord-Holland Noord? In dit hoofdstuk kwam naar voren dat de regio in de glastuinbouwsector grote bedrijven aantrekt, met name uit Zuid-Holland. In hoofdstuk 5 wordt de concentratie van vestigingen en banen in alle Greenport-sectoren en de agribusiness daaromheen bekeken om hierop een antwoord te kunnen geven.

In het laatste empirische hoofdstuk wordt met belanghebbenden naar het cluster gekeken; hoe is het gesteld met samenwerking? Tussen bedrijven en tussen de vier O's? Wat zijn barrières in de vorming en versterking van het cluster en hoe kunnen die worden opgelost? Hierbij is tevens aandacht voor de organisatiestructuur van de Greenport; functioneert die goed en waar moet de uitvoeringsorganisatie (nog) meer aandacht aan besteden? Het volgende hoofdstuk licht allereerst de methoden toe die worden gebruikt in het empirisch onderzoek in de hoofdstukken 5, 6 en 7.

## 4. Methodologie

### 4.1 Inleiding

Hoofdstuk 2 beantwoordde de eerste deelvraag en mondde uit in een conceptueel model die de relaties tussen theoretische concepten duidelijk maakt. Vervolgens zijn hypothesen geformuleerd; verwachtingen over de uitkomst van het empirisch onderzoek. Dit hoofdstuk gaat in op de verschillende methoden die zijn gebruikt om de empirische onderzoeksvragen te beantwoorden. Het empirische deel van dit onderzoek kent drie delen:

- (1) In kaart brengen van geografische concentratie van bedrijven in greenport-sectoren in Noord-Holland Noord aan de hand van *locatiequotiënten* met behulp van *bestaande data*. Deelvraag twee staat hierbij centraal:
  - *In hoeverre is er sprake van geografische concentratie van bedrijven en werkgelegenheid in de acht Greenport-sectoren en aanverwante agribusiness sectoren in de regio Noord-Holland Noord en in hoeverre is dit ruimtelijk spreidingspatroon constant door de tijd?*
- (2) Onderzoeken van bedrijfsrelaties en locatiestrategie van agrarische bedrijven in de greenport met behulp van een *enquête onder 1110 bedrijven in Noord-Holland Noord*. Daarnaast wordt in *interviews* bij een aantal ondernemers verder doorgevraagd naar bedrijfsrelaties en locatiestrategie. In dit deel worden de volgende twee deelvragen beantwoord:
  - *In hoeverre bestaan er relaties tussen bedrijven uit de greenport-sectoren en toeleveranciers, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?*
  - *In hoeverre hangt de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie van bedrijven in de greenport-sectoren samen met de aanwezigheid van relaties met bedrijven, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?*
- (3) In beeld brengen van barrières bij de vorming of versterking van het Greenport-cluster en hoe deze barrières te slechten aan de hand van *semi-gestructureerde interviews met belanghebbenden bij de 4 O's*. De laatste deelvraag wordt in dit deel beantwoord:
  - *Wat zijn volgens belanghebbenden barrières in de vorming of versterking van het greenport-cluster in de regio Noord-Holland Noord en hoe kunnen deze worden geslecht?*

De methoden voor het empirisch onderzoek worden achtereenvolgens toegelicht in paragraaf 4.2, 4.3 en 4.4. De laatste paragraaf geeft een korte samenvatting en zet de samenhang tussen de drie onderdelen uiteen.

### 4.2 Geografische concentratie: analyse van bestaande data

Het eerste deel van het empirisch onderzoek richt zich op het beantwoorden van de eerste deelvraag: *In hoeverre is er sprake van geografische concentratie van bedrijven in de acht greenport-sectoren in de regio Noord-Holland Noord en in hoeverre is dit ruimtelijk spreidingspatroon constant door de tijd?*

Geografische concentratie van bedrijven in een sector is op verschillende manieren te meten (Geurden-Slis et al., 2013). Een aantal van die methoden komt aan bod in de argumentatie voor de maat die in dit onderzoek wordt gebruikt. De gebruikte maat, de locatie quotiënt, wordt in 4.2.3 toegelicht. Vervolgens wordt het gebruikte databestand toegelicht, het LISA-bedrijvenregister. Maar allereerst wordt ingegaan op de afbakening van deelsectoren binnen de Greenport. Hiervoor wordt het waardesysteem van de agrarische sectoren gedefinieerd.

#### 4.2.1 LISA-bedrijvenregister

Om de concentratie van bedrijven in de Greenport-sectoren in Noord-Holland Noord te berekenen zijn gegevens nodig over het aantal bedrijven in die sectoren per gemeente. Het vestigingenregister van stichting LISA bevat deze gegevens. Stichting LISA heeft als doel *“het bijeenbrengen van regionale vestigingenregistraties met daaraan gekoppelde werkgelegenheidsgegevens tot een integraal,*

*landsdekkend, uniform en consistent vestigingenregister*” (LISA, 2013, p. 3). Regionale registraties worden bijgehouden door provincies, gemeenten of andere regionale overheden; de registerhouders.

Daarnaast bevat het LISA-register gegevens over het aantal banen per vestiging, waardoor tevens de betekenis van een sector in termen van werkgelegenheid voor een gemeente kan worden bekeken.

### Vestiging

Een vestiging wordt in het LISA-register opgenomen wanneer er sprake is van een permanent adres, er op of vanuit dat adres een economische activiteit of zelfstandig beroep wordt uitgeoefend en er minimaal door één persoon gewerkt wordt (LISA, 2013, p. 6). Zodoende worden geen vestigingen opgenomen die enkel een juridische entiteit zijn, zoals *holdings*. En wanneer een bedrijf meerdere vestigingen heeft, worden die vestigingen dus apart geregistreerd, tenzij het gaat om een vestiging waar niemand werkzaam is. De registerhouders, die de gegevens verzamelen, houden wel bij om welk soort vestiging het gaat (hoofdvestiging, nevenvestiging) maar die indeling is niet opgenomen in het complete LISA-register (LISA, 2013). Eenheid van onderzoek is hier dan ook de vestiging.

### Banen

Jaarlijks wordt door de registerhouders van het LISA een werkgelegenheidsenquête uitgestuurd naar een deel van de vestigingen in de desbetreffende regio. Daarin wordt gevraagd naar het aantal werkzame personen op die vestiging, waarbij de volgende definitie wordt aangehouden voor een werkzaam persoon (LISA, 2013, p. 17):

*“Arbeidskracht die beroepsmatig (een) betaalde activiteit(en) verricht op of vanuit de vestiging: meewerkende ondernemer/eigenaar (directeur, bedrijfshoofd), meewerkend gezinslid, zelfstandig beroepsbeoefenaar, werknemer, uitzendkracht.”*

Uitzendkrachten, gedetacheerden en payrollmedewerkers worden dus geteld op de vestiging waar zij daadwerkelijk werkzaam zijn. Agrarische bedrijven maken veel gebruik van flexibele arbeidskrachten (AgriHolland, 2013). Deze arbeidskrachten worden meegeteld in het totaal aantal banen van een vestiging.

### Sectorindeling

Het LISA-bedrijvenregister deelt bedrijven in op basis van klassen uit de standaard bedrijfsindeling (SBI) van het CBS. Binnen deze indeling is het niet mogelijk alle acht Greenport-sectoren apart te onderscheiden met SBI-klassen. De sectoren akkerbouw, glastuinbouw, bollenteelt, vollegrondsgroenteteelt en fruitteelt vallen deels binnen dezelfde SBI-klassen. Van bedrijven binnen de SBI-klasse “teelt van overige eenjarige gewassen” is bijvoorbeeld niet te zeggen tot welk van deze vijf teelt-sectoren zij behoort. De overeenkomst tussen deze vijf sectoren is het telen van plantaardige gewassen, daarom worden deze sectoren in deze studie samengevoegd tot de onderzoekssector “teelt” (zie tabel 4.1). De geaggregeerde Greenport-sectoren worden aangeduid met ‘Greenport-onderzoekssector’.

Tabel 4.1 Indeling van Greenport-sectoren in groepen van SBI-klassen.

Greenport-sector	Greenport-onderzoekssector	SBI-Klassen
Zaadveredeling	Zaadveredeling	01.64, 46.21.2
Akkerbouw	Teelt	01.11, 01.13, 01.16, 01.19, 01.21, 01.24, 01.25, 01.27, 01.28, 01.29, 01.30
Glastuinbouw		
Bollenteelt		
Vollegrondsgroenteteelt		
Fruitteelt		
Dierhouderij	Dierhouderij	01.41, 01.42, 01.43, 01.45, 01.46, 01.47, 01.49, 01.50
Aquacultuur & Visserij	Aquacultuur & Visserij	03.11, 03.12, 03.21, 03.22

Naast het onderzoeken van geografische concentratie van bedrijven in de Greenport-sectoren, is het van belang om te onderzoeken of ook leveranciers, afnemers en bedrijven uit aanverwante sectoren zich clusteren binnen Noord-Holland Noord. Wanneer bijvoorbeeld een hoge concentratie

landbouwdienstverleners binnen Noord-Holland Noord aanwezig is, naast een hoge concentratie teelt- en dierhouderijbedrijven, kan dit duiden op clustering. Het tweede deel van deze studie gaat hierop dieper in door te onderzoeken of er daadwerkelijk lokale relaties bestaan tussen die dienstverleners en telers of dierhouderijen (zie 4.2).

Naast de SBI-klassen in tabel 4.1 is een breder cluster van *agribusiness*-sectoren gedefinieerd (zie bijlage I). Ook voor de agribusiness 'rondom' de Greenport-sectoren zijn onderzoekssectoren samengesteld van SBI-klassen. In de volgende paragraaf wordt de verhouding van alle agribusiness-sectoren ten opzichte van de Greenport-sectoren duidelijk gemaakt door middel van waardesystemen.

De sector speur- en ontwikkelingswerk omvat alleen sectoren die (biotechnologisch) speur- en ontwikkelingswerk verrichten op het gebied van agrarische producten en processen (72.11.1), gezondheid en voeding (72.11.2 & 72.19.3) en landbouw en visserij (72.19.1). Andere speur- en ontwikkelingssectoren zijn hier dus niet in opgenomen.

### Landbouwtellingen

Voor 2009 werden vestigingen van land- en tuinbouwbedrijven en veehouderijbedrijven niet geregistreerd in het LISA-register. Voor die tijd werden deze gegevens daarom vanuit de landbouwtellingen van het CBS aan het register toegevoegd, waardoor een onzuiverheid optrad in de registratie van deze agrarische sectoren.<sup>3</sup> Vanaf 2009 tellen de regionale registerhouders van het LISA zelf de vestigingen en banen in deze sectoren. Sinds 2009 worden dus dezelfde definities gebruikt voor landbouw-vestigingen als voor vestigingen in overige sectoren. Daarom is gekozen om data van het laatst beschikbare jaar 2012, te vergelijken met data van 2009.

### Gemeenten

De gegevens voor de analyse van geografische concentratie zijn op gemeenteniveau verzameld. Een grotere regionale indeling (bijvoorbeeld Corop-regio's) geeft te weinig inzicht in waar welke agribusiness sector zich concentreert. Een nog kleinere ruimtelijke indeling (woonplaatsen of postcodegebieden) daarentegen maakt het onmogelijk om concentratie van agrarische bedrijven duidelijk in beeld te brengen. Enkele bedrijven in dezelfde sector binnen een postcodegebied duiden al op een oververtegenwoordiging van die sector.

Door de Greenport wordt Noord-Holland Noord omschreven als het gebied boven 'de lijn Alkmaar-Hoorn'. Een aantal gemeenten ligt deels onder de denkbeeldige lijn tussen Alkmaar en Hoorn, maar worden wel geheel meegenomen in de analyse.<sup>4</sup> Doordat de LISA-gegevens voor de analyse van geografische concentratie tot en met 2012 beschikbaar waren, is dit het meest recente jaar in de analyse. Hierdoor is de gemeentelijke indeling van 2012 aangehouden, waardoor de gemeenten Schagen, Harenkarspel en Zijpe apart zijn opgenomen in de analyse. Sinds 1 januari 2013 zijn deze drie gemeenten opgegaan in de nieuwe gemeente Schagen. De regio Noord-Holland Noord bestaat in het onderzoek daardoor uit negentien gemeenten; Texel, Den Helder, Schagen, Harenkarspel, Hollands Kroon, Medemblik, Enkhuizen, Stede Broec, Drechterland, Hoorn, Koggenland, Opmeer, Heerhugowaard, Alkmaar, Langedijk, Bergen, Heiloo, Schermer en Zijpe.

In het onderzoek naar geografische concentratie worden vergelijkingen gemaakt met de overige vijf Greenports in Nederland; Westland-Oostland, Boskoop en Duin- en Bollenstreek, Aalsmeer en Venlo.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> SBI-klassen 011, 012, 013, 014 en 015

<sup>4</sup> Gemeente Bergen, Heiloo, Schermer en Koggenland.

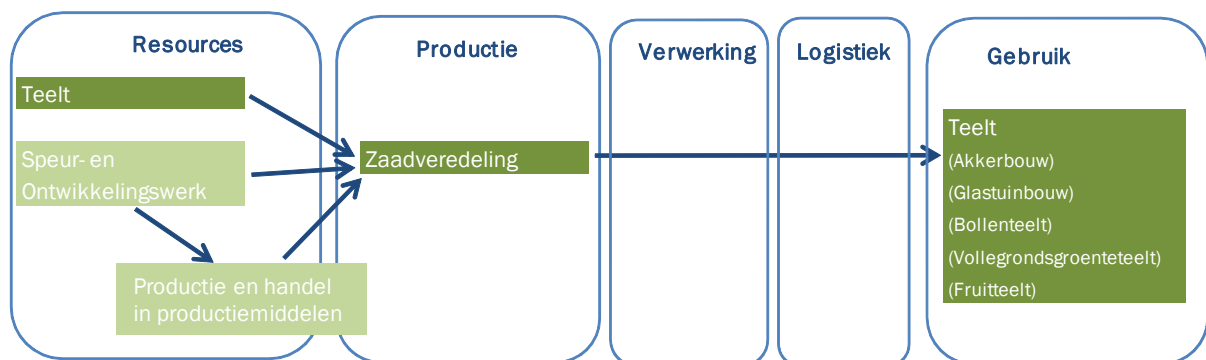
<sup>5</sup> De Greenport Westland-Oostland beslaat de gemeenten Westland, Pijnacker-Nootdorp, Lansingerland, Midden-Delfland, Zuidplas, Barendrecht en Waddinxveen. De Greenport Aalsmeer bestaat uit de gemeenten Nieuwkoop, Kaag en Braassem, Uithoorn, Haarlemmermeer, Amstelveen, De Ronde Venen en Aalsmeer. De Greenport Venlo bestaat uit de gemeenten Beesel, Bergen, Gennep, Horst aan de Maas, Peel en Maas, Venlo, Venray. De Greenport Boskoop bestaat uit de gemeenten Alphen aan de Rijn, Boskoop, Rijnwoude, Waddinxveen en Bodegraven Reeuwijk. De Greenport Duin- en Bollenstreek bestaat uit de gemeenten Hillegom, Katwijk, Lisse, Noordwijk, Noordwijkerhout en Teylingen.

#### 4.2.2 Agribusiness in beeld: waardesystemen

Bedrijven binnen de acht aangewezen Greenport-sectoren hebben naast relaties met bedrijven uit dezelfde sector en bedrijven uit andere Greenport-sectoren ook relaties met dienstverleners, leveranciers en afnemers die niet tot één van de Greenport-sectoren behoren. Een waardesysteem geeft alle mogelijke relaties weer van bedrijven uit een bepaalde sector. Hierbij worden vijf kolommen in de waardeketen onderscheiden, waarin steeds waarde wordt toegevoegd van *resources* tot gebruik. Hierdoor wordt het cluster rondom een sector zichtbaar (Atzema et al., 2011).

Voor de vier onderzoekssectoren binnen de Greenport (zaadveredeling, dierhouderij, aquacultuur & visserij en teelt) zoals gedefinieerd in tabel 4.1 is een apart waardesysteem te maken. Het waardesysteem van de sector zaadveredeling is relatief eenvoudig (zie figuur 4.1). Speur- en ontwikkelingsbedrijven en producenten en handelaren van productiemiddelen leveren *resources* waarmee zaadveredelaars hun productieproces inrichten en verbeteren. De oorspronkelijke grondstof voor de zaadveredelaars, plantenzaden, zijn afkomstig uit de teelt. De afnemers van zaden bevinden zich eveneens in het onderzoekscluster teelt, met name akkerbouw-, glastuinbouw- en vollegrondsgroentebedrijven.

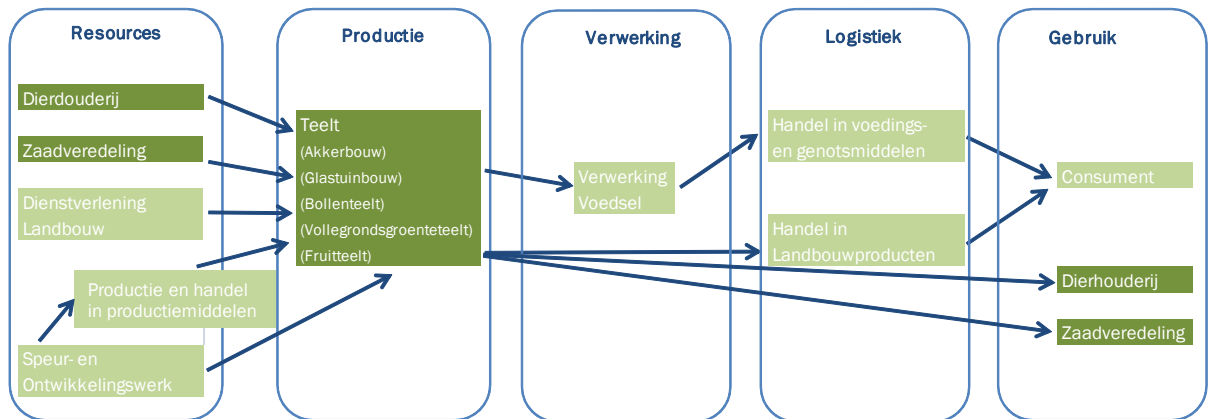
Figuur 4.1 Waardesysteem rondom de onderzoekssector zaadveredeling



- = Onderzoekssectoren binnen 'kern' van Greenport (8 Greenport-sectoren samengevoegd tot 4 onderzoekssectoren)
- = agribusiness onderzoekssectoren 'rondom' de Greenport-sectoren

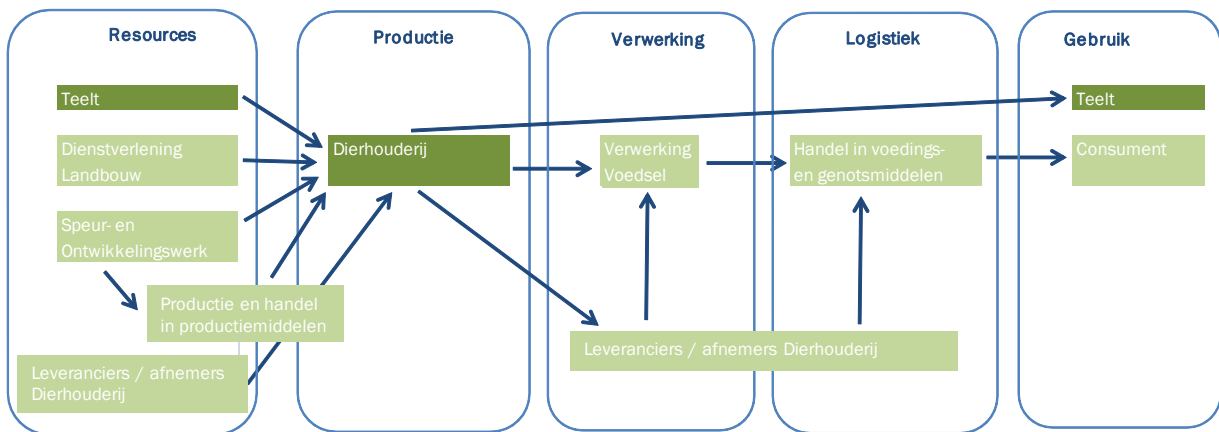
De onderzoekssector teelt is dus begin- en eindstation voor de zaadveredeling. Een waardesysteem met de teeltsector als uitgangspunt plaatst onderzoekssector teelt in de productiekolom en laat een complexer 'web' van input- en outputrelaties zien (zie figuur 4.2). Zoals ook in het waardesysteem van de zaadveredeling te zien is, levert de zaadveredeling grondstoffen voor de teelt en andersom. Eenzelfde relatie is te zien met de dierhouderij, die mest als *resource* levert aan de teeltsector en soms rest-afzet van de teelt gebruikt als diervoeder. Binnen het waardesysteem van de teelt bevinden zich dus twee andere Greenport-sectoren (dierhouderij en zaadveredeling). Daarnaast krijgt de teeltsector, net als de zaadveredeling, input van speur- en ontwikkelingswerk en producenten van en handelaren in productiemiddelen. De onderzoekssector dienstverlening landbouw, gespecialiseerde dienstverleners voor de landbouw, geven ook *resources* aan teeltbedrijven. De gewassen uit de teeltsectoren worden ofwel verwerkt en vervolgens verhandeld, of direct verhandeld. Voor het grootste deel komen de producten uit de teeltsectoren uiteindelijk bij de consument terecht.

Figuur 4.2 Waardesysteem rondom de onderzoekssector teelt



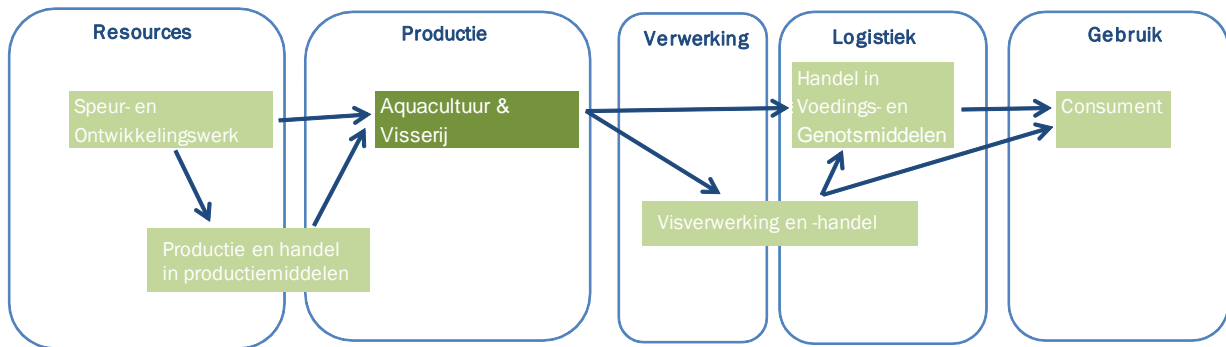
Zoals het waardesysteem van de teeltsector laat zien, neemt de dierhouderij *resources* (restafzet) van de teeltsector af en levert de dierhouderij *resources* (mest) aan de teeltsector. De overige *resources* van de dierhouderij komen van landbouwdienstverleners, speur- en ontwikkelingsbedrijven, producenten van en handelaren in productiemiddelen en leveranciers van de dierhouderij (zie figuur 4.3). Zoals uitgelegd in 4.2.1 vormen deze leveranciers samen met de afnemers van de dierhouderij een onderzoekssector. Deze onderzoekssector valt daarom zowel in de *resources*-kolom, als de verwerking- en logistiek-kolom. Binnen deze sector vallen namelijk zowel vervaardigers van veevoeder en andere dienstverleners aan de inputzijde van de waardekolom, als slachterijen en groothandelaren in dierlijke producten. Direct, of via een afnemer van de dierhouderij komen de producten uit de dierhouderij terecht bij de voedselverwerkingssector, of ze gaan direct naar de onderzoekssector handel in voedings- en genotsmiddelen. Het grootste deel van de eindproducten binnen deze keten komen terecht bij de consument.

Figuur 4.3 Waardesysteem rondom de sector dierhouderij



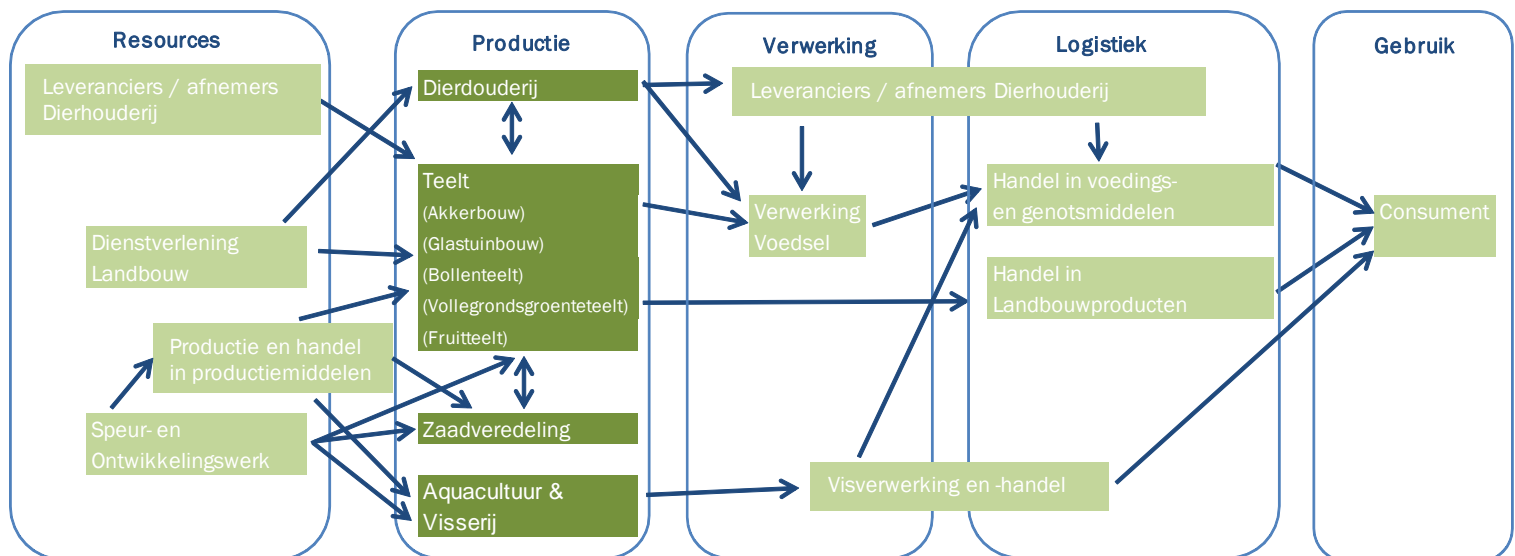
De sector aquacultuur & visserij komt niet voor in één van de overige waardesystemen en is daarmee de meest “geïsoleerde” Greenport-sector. *Resources* komen van producenten en handelaren in productiemiddelen en uit speur- en ontwikkelingswerk (zie figuur 4.4). De afzet komt via een aantal mogelijke kanalen bij de consument terecht; via de visverwerking- en handel, via de handel in voedings- en genotsmiddelen of via beide.

Figuur 4.4 Waardesysteem rondom de sector aquacultuur & visserij



Deze vier waardesystemen zijn te combineren tot één gezamenlijk waardesysteem voor het hele Greenport-cluster (zie figuur 4.5). Hierin is te zien dat de Greenport-onderzoekssectoren alle binnen de productiekolom vallen, al bestaan er tussen deze sectoren wel afnemer-leverancier relaties. Aan de resource kant van het waardesysteem maken de Greenport-sectoren veel gebruik van dezelfde soort leveranciers (dienstverlening landbouw, productie- en handel in productiemiddelen en speur- en ontwikkelingswerk). De verwerking en logistiek van producten uit de verschillende Greenport-sectoren gebeurt veelal binnen de onderzoekssectoren verwerking voedsel en handel in voedings- en genotsmiddelen. In het volgende hoofdstuk wordt onderzocht of deze sterk verweven waardesystemen ook leiden tot een ruimtelijke clustering van de verschillende Greenport-sectoren en agribusiness sectoren binnen het waardesysteem.

Figuur 4.5 Waardesysteem van het gehele Greenport-cluster



#### 4.2.3 De juiste maat: locatiequotiënt

Geografische concentratie van bedrijven is op meerdere manieren te onderzoeken. Geurden-Slis et al. (2013) zetten in een methodologische studie van het CBS een aantal methoden tegen elkaar af. De Gini-index en Ellison-Glaeser index zijn niet geschikt om de locatie van concentraties aan te wijzen. Deze maten laten alleen zien of er ergens een hoge concentratie in een sector aanwezig is, maar niet waar deze zich bevindt. Deze maten zijn dan ook niet geschikt voor het in kaart brengen van de geografische concentratie per gemeente. De Hirschman-Herfindahl index geeft aan welk aandeel van de nationale omvang van een bepaalde sector in een regio aanwezig is. Deze maat zegt dus wel iets over de concentratie van een sector ten opzichte van andere regio's, maar relateert dit niet aan de rest van de economie. Een maat die dat wel doet is de locatiequotiënt. Deze maat relateert het aandeel van een sector in de regionale economie aan

het aandeel dat deze sector heeft in de nationale economie. Het aandeel van een sector wordt berekend door het aantal vestigingen in een sector binnen een gemeente te delen door het totaal aantal vestigingen in die gemeente (in de gehele economie). Op dezelfde manier wordt het aandeel van deze sector in de nationale economie berekend. Het gemeentelijk aandeel wordt vervolgens gedeeld door het nationale aandeel. De formule voor het berekenen van de locatiequotiënt voor een bepaalde regio  $r$  en sector  $s$ , ziet er als volgt uit (Geurden-Slis et al., 2013, p.8):

$$LQ_{rs} = \frac{\frac{X_{rs}}{X_r}}{\frac{X_s}{X}}$$

Hierbij is  $X_{rs}$  het aantal vestigingen in regio  $r$  en sector  $s$ .  $X_r$  is het totaal aantal vestigingen in regio  $r$ .  $X_s$  is het aantal vestigingen in sector  $s$  in heel Nederland en  $X$  het totaal aantal vestigingen in Nederland. Het aantal vestigingen betreft alle vestigingen in een sector, één bedrijf kan meer dan één vestiging hebben (zie 4.2.1). Een locatiequotiënt lager dan 1 betekent dat de betreffende sector is ondervertegenwoordigd in een regio; het aandeel van die sector is lager dan het aandeel dat deze sector in de nationale economie heeft. Een locatiequotiënt hoger dan 1 betekent een oververtegenwoordiging van de sector en dus een regionale specialisatie in die sector. De locatiequotiënt is dus eigenlijk een specialisatiemaat.

Dezelfde berekening wordt gemaakt voor de concentratie van werkgelegenheid, waarbij het aantal vestigingen in een sector wordt vervangen door het aantal banen in een sector. Door de locatiequotiënten van vestigingen en banen naast elkaar te leggen, is te zien of binnen een sector in een gemeente gemiddeld relatief grote of kleine bedrijven aanwezig zijn. Wanneer de locatiequotiënt van het aantal banen hoger is dan het aantal vestigingen duidt dit op relatief grote bedrijven. Wanneer de locatiequotiënt van het aantal bedrijven hoger is, duidt dit op relatief kleine bedrijven.

Een nadeel van locatiequotiënten is dat een concentratie van bedrijven binnen een sector in grote gemeenten minder zichtbaar kan zijn doordat het hoge totale aantal bedrijven het relatieve aandeel van die sector laag houdt. Hierdoor laat de locatiequotiënt geen oververtegenwoordiging van de sector zien, terwijl er wel een grote concentratie van bedrijven aanwezig kan zijn. Omgekeerd kunnen slechts een aantal bedrijven in dezelfde sector in een kleine gemeente al zorgen voor een hoge locatiequotiënt, omdat het totaal aantal bedrijven hier klein is. Als in dat geval een sector landelijk gezien een klein aandeel heeft in de totale economie, leidt dit al snel tot een oververtegenwoordiging van die sector in een kleine gemeente.

Een andere kanttekening bij de locatiequotiënt is dat deze niet automatisch rekening houdt met de verschillende ruimtelijke spreidingspatronen van sectoren. Locatiequotiënten van de ene sector zijn daardoor niet een op een te vergelijken met locatiequotiënten van een andere sector. Daarom wordt in deze studie voor elke gemeente de specialisatie in een sector uitgedrukt in aantal *standaarddeviaties*, zogenaamde *Z-scores*. De standaarddeviatie geeft de spreiding van locatiequotiënten aan over alle gemeenten in Nederland. Een hoge standaarddeviatie betekent dat er veel spreiding is van locatiequotiënten van een bepaalde sector, wat betekent dat een relatief klein aantal gemeenten sterk gespecialiseerd is in die sector. Door de over- of ondervertegenwoordiging van een sector in aantallen standaarddeviaties (z-score) uit te drukken is de specialisatie in die sector te vergelijken met de mate van specialisatie in een andere sector.

Een nadeel van alle besproken maten, dus ook van de locatiequotiënt, is het zogenaamde *Modifiable Areal Unit Problem* (MAUP). Dit betekent dat het kiezen van een bepaalde regionale indeling de uitkomsten van de maat beïnvloedt (Geurden-Slis et al., 2013). De ruimtelijke schaal waarop de gegevens zijn verzameld bepaalt meestal welke ruimtelijke indeling in het onderzoek gebruikt kan worden. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van gegevens uit het LISA-bedrijvenregister (zie 4.2.2), waar bedrijven staan geregistreerd op adresniveau, postcodegebied, woonplaats en gemeente. Dit geeft de vrijheid om de regionale indeling zelf te bepalen. Omdat het onderzoeksgebied voornamelijk rurale gebieden betreft en de onderzochte sectoren zich laten kenmerken door bedrijven met een relatief groot ruimtegebruik, is gekozen voor het gemeentelijk schaalniveau (zie hoofdstuk 3). Een lager schaalniveau zou er immers voor zorgen



dat in veel gebieden een enkele vestiging zorgt voor een oververtegenwoordiging van een sector. Een hoger schaalniveau, bijvoorbeeld de corop-regio, geeft minder inzicht in de ruimtelijke spreiding van sectoren binnen de regio Noord-Holland Noord. Dit onderzoek tracht juist inzicht te bieden in die ruimtelijke spreiding.

#### 4.2.4 Geografische concentratie: aanwijzingen voor clustervorming?

Het eerste deel van het empirisch onderzoek bestaat uit het analyseren van locatiequotiënten van het aantal vestigingen en banen in de agribusiness. Deze worden voor alle gemeenten in Nederland berekend aan de hand van data uit het LISA-bedrijvenregister, om de gemeenten in Noord-Holland Noord af te kunnen zetten tegen de rest van Nederland en de vijf overige Greenports in het bijzonder. De acht Greenport-sectoren zijn ingedeeld in de vier onderzoekssectoren zaadveredeling, teelt, dierhouderij en aquacultuur & visserij. Daarnaast wordt de geografische concentratie van 8 andere agribusiness-sectoren onderzocht, om te zien of er aanwijzingen zijn voor clustervormingen en waar in de regio dit het geval is. Hoofdstuk 5 geeft de resultaten van deze analyse.

### 4.3 Bedrijfsrelaties en locatiestrategie

Het tweede empirische deel van deze studie is eveneens kwantitatief van aard maar maakt gebruik van primaire data, verzameld middels een enquête onder agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. Dit deel dient ter beantwoording van de derde en vierde deelvraag:

- (3) *In hoeverre bestaan er relaties tussen bedrijven uit de greenport-sectoren en toeleveranciers, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?*
- (4) *In hoeverre hangt de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie van bedrijven in de greenport-sectoren samen met de aanwezigheid van relaties met bedrijven, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?*

Om deze vragen te kunnen beantwoorden, zijn gegevens nodig over de bedrijfsrelaties van bedrijven in de greenport-sectoren in Noord-Holland Noord en over de locatiestrategie van deze bedrijven. Deze gegevens zijn verzameld met behulp van een enquête onder een deel van de agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.

Door voor een grote groep bedrijven de bedrijfsrelaties en locatiestrategie te inventariseren, is het mogelijk op kwantitatieve wijze de hypothesen uit paragraaf 2.6 te toetsen. Kwantitatief onderzoek maakt het mogelijk het verband tussen de twee variabelen *netwerk van bedrijfsrelaties* en *toekomstige locatiestrategie* te onderzoeken (Bryman, 2008). Vervolgens zijn diepte-interviews gehouden met een aantal respondenten van de enquête en vertegenwoordigers van de vier O's binnen de Greenport om dit verband kwalitatief verder uit te diepen (zie 4.3).

#### 4.3.1 Operationalisering

De uitspraken in de hypothesen 4 tot en met 6, die een verwachting vormen over de uitkomsten van het tweede kwantitatieve deel van deze studie, zijn vertaald naar meetbare variabelen waarmee een kwantitatieve analyse kan worden verricht. De samenstelling van die variabelen wordt in deze paragraaf toegelicht. De hypothesen bij dit empirische deel van de studie naar bedrijfsrelaties en locatiestrategie van agrarische ondernemers in Noord-Holland Noord luiden:

*H4: Het merendeel (> 50%) van de afnemers en toeleveranciers van bedrijven in Noord-Holland Noord bevindt zich binnen de regio Noord-Holland Noord, maar dit verschilt naar grootte, sector, leeftijd en aantal jaren van vestiging in de regio.*

*H5: Het merendeel (> 50%) van de samenwerkingsrelaties met bedrijven, onderzoeksinstellingen, overheden en opleidingen onderhouden bedrijven in de Greenport met organisaties binnen Noord-Holland Noord, maar dit verschilt naar grootte, sector, leeftijd en aantal jaren van vestiging in de regio.*

*H6: De locatiestrategie van bedrijven in de Greenport Noord-Holland Noord is lokaler georiënteerd naarmate het netwerk van bedrijfsrelaties lokaler is, en verschilt naar sector, type activiteit, leeftijd, grootte en groei van bedrijven.*

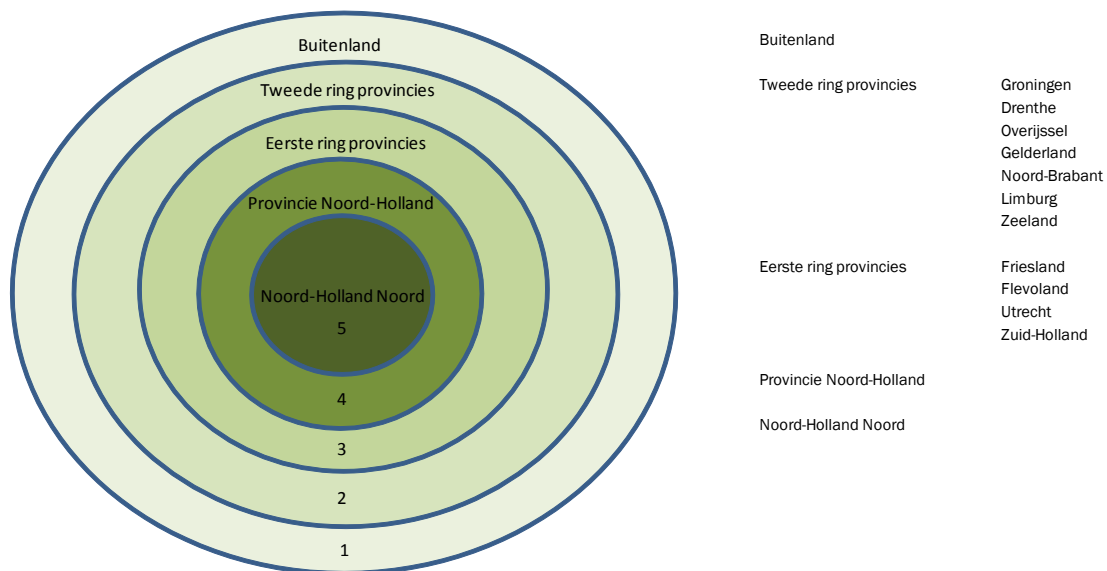
### Netwerk van bedrijfsrelaties: afnemers, leveranciers en samenwerkingspartners

Hypothesen 4 en 5 testen of het aandeel van respectievelijk afnemers, toeleveranciers en samenwerkingsrelaties binnen de regio Noord-Holland Noord groter is dan het aandeel relaties buiten de regio. Daarnaast is onderzocht welke factoren de mate van lokale oriëntatie van deze bedrijfsnetwerken beïnvloeden. De afhankelijke of te verklaren variabele is hier dus respectievelijk de oriëntatie van het netwerk van leveranciers en afnemers en de oriëntatie van het netwerk van samenwerkingsrelaties. Deze variabelen zijn opgebouwd uit de volgende factoren waarnaar de bedrijven is gevraagd in de enquête (zie bijlage III) zijn de volgende:

- Plaats van vestiging van de drie belangrijkste afnemers (afnemer 1, 2 en 3)
- Deel van de afzet dat deze afnemers afnemen (aandeel 1, 2, 3)
- Plaats van vestiging van de drie belangrijkste leveranciers (leverancier 1, 2 en 3)
- Plaats van vestiging van de drie belangrijkste samenwerkingspartners (samenwerking 1, 2 en 3)

Behalve het aandeel van de afzet kunnen deze variabelen alle plaatsnamen in Nederland en buitenland bevatten. De plaatsnamen zijn vervolgens geaggregeerd tot de regio Noord-Holland Noord en vier regio's die als 'ringen' om Noord-Holland Noord vallen. De meest lokale relaties, die gevestigd zijn binnen Noord-Holland Noord, krijgen een score 5 en de minst lokale relaties, die gevestigd zijn in het buitenland, een score 1 (zie figuur 4.6).

Figuur 4.6 Indeling locatie bedrijfsrelaties in vijf regio's.



In het geval van de afnemers is deze score vermenigvuldigd met het aandeel dat een afnemer heeft in de afzet (aandeel 1, 2, 3). Zo ontstaat een gewogen score voor de mate van lokale oriëntatie van een bedrijf ten aanzien van afnemers.

Op dezelfde manier zijn scores toegekend aan de locatie van de drie belangrijkste leveranciers en samenwerkingspartners van de bedrijven, al is bij deze relaties niet gevraagd naar het aandeel van deze relaties in het totale leveranciers- of samenwerkingsnetwerk van het bedrijf. De scores voor de leveranciers zijn opgeteld en door drie gedeeld, resulterend in een score voor de mate van lokale oriëntatie ten aanzien van leveranciers. Op dezelfde manier is de mate van lokale oriëntatie ten aanzien van samenwerkingspartners berekend.

### Oriëntatie van de locatiestrategie

Vervolgens is ingegaan op de vraag of de oriëntatie van het bedrijfsnetwerk van invloed is op de toekomstige locatiestrategie van agrarische bedrijven in de regio Noord-Holland Noord. De oriëntatie van de locatiestrategie is daarbij de afhankelijke of te verklaren variabele.

Om de oriëntatie van de locatiestrategie te bepalen, is in de enquête gevraagd waar het bedrijf zich

zou vestigen wanneer het zich zou verplaatsen (zie bijlage III). De plaatsnamen die hierop zijn geantwoord zijn ingedeeld in twee categorieën; binnen Noord-Holland Noord (1) en buiten Noord-Holland Noord (0).

#### Verklarende factoren voor oriëntatie bedrijfsnetwerk

De mate waarin bedrijfsnetwerken lokaal zijn, hangen volgens de literatuur samen met de grootte, sector, leeftijd van het bedrijf en de periode van vestiging op de huidige locatie. De grootte van bedrijven wordt hier bepaald aan de hand van het aantal banen per bedrijf gemeten in *full time employment* arbeidsplaatsen (fte). Parttime banen tellen hierbij voor een halve fulltime baan. Vervolgens zijn de bedrijven ingedeeld naar categorieën van grootteklassen, waarbij de gemiddelde grootte in aantal banen (6 fte) leidend is.

Voor de indeling in sectoren worden dezelfde 'onderzoekssectoren' aangehouden als in de analyse van geografische concentratie (zie 4.2.2); zaadveredeling, teelt, dierhouderij en aquacultuur & visserij. De steekproef bevat alleen bedrijven binnen deze vier Greenport-onderzoekssectoren. Met deze indeling is het bovendien gemakkelijker om bedrijven aan een van de sectoren toe te kennen. Binnen de onderzoekssector teelt zijn veel bedrijven namelijk gemengd; ondernemers geven dan bijvoorbeeld aan tot de sector akkerbouw én vollegrondsgroenteteelt te behoren. Deze bedrijven behoren allemaal tot de teelt onderzoekssector.

De leeftijd van bedrijven is berekend door het oprichtingsjaar af te trekken van het jaar waarin de gegevens zijn verzameld; 2014 – oprichtingsjaar. Vervolgens zijn de leeftijden van bedrijven ingedeeld in categorieën waarbij het gemiddelde (58 jaar) leidend is; 'jonge bedrijven' van 58 jaar of jonger en 'oudere bedrijven' ouder dan 58 jaar.

Een zelfde berekening is gemaakt om de periode van vestiging op de huidige locatie te bepalen. En voor de indeling in klassen is wederom het gemiddelde gebruikt (46 jaar). Daarvan is licht afgeweken om een betere verdeling van de respons over de klassen te realiseren. De bedrijven zijn ingedeeld in klassen van 0-25, 25-50 en langer dan 50 jaar gevestigd.

#### Verklarende factoren voor oriëntatie van de locatiestrategie

De zesde hypothese spreekt van een verband tussen de locatie van het bedrijfsnetwerk (leveranciers, afnemers en samenwerkingspartners) en de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie. De ruimtelijke spreiding van het bedrijfsnetwerk is te bepalen met behulp van de eerder toegelichte scores voor de mate van lokale oriëntatie ten aanzien van afnemers, leveranciers en samenwerkingspartners. Deze drie scores worden opgeteld en door drie gedeeld, resulterend in een waarde tussen 0 en 5 voor de mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk. Vervolgens is een tweedeling gemaakt in lokaal georiënteerde netwerken (score 4-5) en niet-lokaal georiënteerde netwerken (score 0-4).

Daarnaast volgt uit de literatuurstudie in hoofdstuk 2 dat de oriëntatie van de locatiestrategie wordt beïnvloed door dezelfde factoren die de oriëntatie van het bedrijfsnetwerk beïnvloeden:

- Grootte van het bedrijf; ingedeeld in eenmanszaken (0 fte), kleine bedrijven (0,5 – 5,5 fte) en grotere bedrijven (6 fte of meer).
- Sector waarin het bedrijf actief is; ingedeeld in onderzoekssectoren zaadveredeling, teelt, dierhouderij en aquacultuur & visserij.
- Leeftijd van het bedrijf; ingedeeld in jonge bedrijven (< 58 jaar) en oudere bedrijven (> 58 jaar).
- Periode van vestiging op huidige de locatie; ingedeeld in kort (0-25 jaar), middellang (25-50 jaar) en lang (> 50 jaar) gevestigd.

#### 4.3.2 Benadering van respondenten

Om de hiervoor beschreven gegevens te verzamelen is een enquête uitgezet onder 1110 agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. Er is een digitale vragenlijst opgesteld zodat de bedrijven gemakkelijk via e-mail konden worden benaderd en de respons eenvoudig en snel kan worden verwerkt (zie bijlage III). De enquête is begin mei 2014 verstuurd naar de 1110 ondernemers, waarop binnen twee weken 43 ondernemers reageerden. Vervolgens is een herinnering verstuurd, waarna nog 74 reacties kwamen. De totale respons komt daarmee op 117 (11%).

Voor de verspreiding van de enquête is gebruik gemaakt van het ledenbestand van LTO Noord. Hierin zijn alle leden geselecteerd die gevestigd zijn in één van de zestien gemeenten binnen de Greenport

Noord-Holland Noord.<sup>6</sup> De 1110 ondernemers binnen het ledenbestand van de LTO Noord die aan dit criteria voldoen vormen de steekproef voor dit deel van de studie.

Tabel 4.3 laat de verdeling van vestigingen in Greenport-sectoren over de gemeenten zien in het gebruikte adressenbestand en de volledige bedrijvenpopulatie in de regio Noord-Holland Noord (op basis van het LISA-bedrijvenregister). Met name de stedelijke gemeenten (Alkmaar, Den Helder, Enkhuizen en Hoorn) zijn ondervertegenwoordigd in het ledenbestand van LTO Noord. De gemeenten Hollands Kroon en in mindere mate Drechterland, Koggenland, Opmeer, Schermer, Stede Broec en Texel zijn oververtegenwoordigd in het ledenbestand. Deze onder- en oververtegenwoordiging van bepaalde gemeenten in de benaderde ondernemers zorgt mogelijk voor een *bias* in de resultaten. Wanneer ondernemers in de stedelijke gemeenten bijvoorbeeld een locatiestrategie hebben die verschilt van ondernemers in meer rurale gemeenten (zoals Hollands Kroon) geven de resultaten geen representatief beeld over alle agrarische ondernemers in Noord-Holland Noord. De zelfde vooringenomenheid (*bias*) kan optreden wanneer bedrijven in bepaalde sectoren of bedrijven van bepaalde omvang zijn onder- of oververtegenwoordigd in de getrokken steekproef. Van de ondernemers in het ledenbestand is echter alleen de gemeente van vestiging bekend, zodat de representativiteit van de steekproef op deze factoren niet gecontroleerd kan worden. Bij de beschrijving van de respons in paragraaf 4.3.3 wordt wel gecontroleerd of de kenmerken van de respons (de 117 ondernemers die de enquête hebben ingevuld) representatief zijn voor de populatie (alle agrarische ondernemers in het LISA-bestand in 2012).

Tabel 4.3 relatieve aantal vestigingen per gemeente in alle Greenport-sectoren in het ledenbestand van LTO Noord en de volledige bedrijvenpopulatie.

Gemeente	Ledenbestand LTO Noord (N=1110)	Volledige populatie (N=3686)
Alkmaar	0,27%	0,5%
Bergen (NH.)	3,24%	3,6%
Den Helder	0,72%	3,1%
Drechterland	7,57%	7,9%
Enkhuizen	0,36%	1,2%
Heerhugowaard	3,69%	4,6%
Heiloo	0,99%	1,4%
Hollands Kroon	29,64%	22,4%
Hoorn	0,27%	1,0%
Koggenland	8,83%	8,7%
Langedijk	1,35%	1,5%
Medemblik	13,60%	14,3%
Opmeer	4,77%	3,3%
Schagen	6,49%	12,8%
Schermer	6,04%	3,8%
Stede Broec	3,24%	2,5%
Texel	8,92%	7,6%
<b>Totaal</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

Bron: LISA (2012); eigen bewerking

#### 4.3.3 Beschrijving van de respons

Uiteindelijk hebben 117 ondernemers de enquête ingevuld. De onderzoekssectoren zaadveredeling en teelt zijn oververtegenwoordigd in de respons en dierhouderij en aquacultuur & visserij zijn ondervertegenwoordigd ten opzichte van de sectorverdeling in de populatie in Noord-Holland Noord (zie tabel 4.4). Een *goodness of fit* test wijst uit dat de sectorverdeling van de respons niet representatief is voor de populatie (alle agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord).

<sup>6</sup> Het ledenbestand van LTO Noord maakt gebruik van de nieuwe gemeentelijke indeling, waarin een aantal gemeenten zijn samengevoegd ten opzichte van de gemeentelijke indeling in 2012 zoals gebruikt voor de analyse van geografische concentratie (waarbij de Greenport bestond uit 19 gemeenten).

Tabel 4.4 Aantal vestigingen per sector in de respons en de bedrijvenpopulatie (LISA, 2012), absoluut en relatief.

Sector	Respons	Relatief (%)	Populatie	Relatief (%)
Zaadveredeling	5	3,6	48	1,3
Teelt	91	66,4	2207	59,9
Dierhouderij	38	27,7	1230	33,4
Aquacultuur & Visserij	3	2,2	201	5,5
<b>Totaal</b>	<b>137</b>	<b>100,0</b>	<b>3686</b>	<b>100,0</b>

Chi<sup>2</sup> = 10,088 ; sig. = 0,018

Het aantal fulltime banen per bedrijf is gemiddeld het hoogst in de glastuinbouwsector. Ook het aantal parttime banen is in deze sector het hoogst (zie tabel 4.5). Bij dierhouderijbedrijven werken gemiddeld het minste mensen; op dierhouderijbedrijven zijn gemiddeld minder dan één fulltime en minder dan één parttime banen beschikbaar. Gemiddeld hebben bedrijven in Noord-Holland Noord 2,3 mensen fulltime in dienst en 8,2 mensen op parttime basis.

Tabel 4.5 gemiddeld aantal fulltime en parttime banen per bedrijf naar sector

Sector	Fulltime banen <sup>7</sup>	Parttime banen
Zaadveredeling	2,6	13
Bollenteelt	2,1	13,5
Akkerbouw	1	2
Vollegrondsgroenteteelt	3,3	8,6
Glastuinbouw	12,3	34,5
Dierhouderij	0,5	0,67
Fruitteelt	1	6
Aquacultuur & Visserij	4	2,7
Overig	1	5,3
<b>Totaal</b>	<b>2,3</b>	<b>8,2</b>

#### Non-respons en representativiteitsanalyse

De verdeling van de respons over de gemeenten en sectoren wordt vergeleken met de werkelijke verdeling van de bedrijven in Noord-Holland Noord. Eerst wordt in een non-respons analyse gekeken of de respons representatief is voor de getrokken steekproef, het ledenbestand van LTO Noord. Hiermee is te bepalen of de leden die de enquête niet hebben ingevuld, niet tot één bepaalde groep behoren waardoor een vertekening optreedt in de resultaten (Bryman, 2008).

De stedelijke gemeenten (Alkmaar en Enkhuizen) zijn in de respons lichtelijk oververtegenwoordigd ten opzichte van de steekproef (zie tabel 4.6). Een aantal gemeenten is erg ondervertegenwoordigd in de respons; Schermer en Koggenland. Verder wijkt de ruimtelijke verdeling van de respons niet erg af van de ruimtelijke verdeling van de steekproef.

<sup>7</sup> Onder fulltime wordt een baan verstaan van 35 uur of meer per week (CBS, 2014c).

Tabel 4.6 Vergelijking van de ruimtelijke verdeling in de respons met de ruimtelijke verdeling in de steekproef (het ledenbestand van LTO Noord).<sup>8</sup>

Gemeente	Respons	Relatief	Steekproef (ledenbestand)	Relatief
Alkmaar	1	1,1%	3	0,3%
Bergen	3	3,2%	36	3,3%
Drechterland	7	7,5%	84	7,7%
Enkhuizen	2	2,2%	4	0,4%
Heerhugowaard	6	6,5%	41	3,8%
Heiloo	1	1,1%	11	1,0%
Hollands Kroon	34	36,6%	329	30,4%
Koggenland	3	3,2%	98	9,0%
Medemblik	13	14,0%	151	13,9%
Opmeer	7	7,5%	53	4,9%
Schagen	5	5,4%	72	6,6%
Schermer	2	2,2%	67	6,2%
Stede Broec	3	3,2%	36	3,3%
Texel	6	6,5%	99	9,1%
<b>Totaal (N)</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>	<b>1084</b>	<b>100%</b>

Wanneer de ruimtelijke verdeling van de respons wordt vergeleken met de ruimtelijke verdeling van de populatie (alle agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord), blijkt dat Alkmaar als stedelijke gemeente nu is ondervertegenwoordigd (zie tabel 4.7). De respons in Enkhuizen komt overeen met het aandeel van agrarische bedrijven in Enkhuizen in de populatie. De gemeente Hollands Kroon is sterk oververtegenwoordigd in de respons, net als de gemeente Opmeer. Op deze verdeling is geen *goodness of fit* toets toe te passen om de representativiteit statistisch te controleren, vanwege een te lage respons in veel gemeenten.<sup>9</sup>

Tabel 4.7 Vergelijking van de ruimtelijke verdeling in de respons met de ruimtelijke verdeling in de populatie (LISA, 2012).

Gemeente	Respons	Relatief	Populatie (LISA, 2012)	Relatief
Alkmaar	1	1,1%	154	3,1%
Bergen	3	3,2%	226	4,5%
Drechterland	7	7,5%	394	7,9%
Enkhuizen	2	2,2%	112	2,2%
Harenkarspel	3	3,2%	296	5,9%
Heerhugowaard	6	6,5%	253	5,1%
Heiloo	1	1,1%	91	1,8%
Hollands Kroon	34	36,6%	1127	22,6%
Koggenland	3	3,2%	409	8,2%
Medemblik	14	15,1%	718	14,4%
Opmeer	6	6,5%	180	3,6%
Schagen	1	1,1%	58	1,2%
Schermer	2	2,2%	168	3,4%
Stede Broec	3	3,2%	153	3,1%
Texel	6	6,5%	358	7,2%
Zijpe	1	1,1%	299	6,0%
<b>Totaal (N)</b>	<b>93</b>	<b>100,0%</b>	<b>4996</b>	<b>100,0%</b>

Om de sectorverdeling in de respons vergelijkbaar te maken met de sectorverdeling in de populatie, is in de respons dezelfde vierdeling in Greenport-sectoren aangehouden zoals beschreven in 4.2. Vervolgens is een

<sup>8</sup> Niet alle bedrijven hebben de huidige plaats van vestiging ingevuld in de enquête, waardoor de N hier lager is dan de totale respons.

<sup>9</sup> Bij een *goodness of fit* toets moet voor minstens 75% van de categorieën de minimale verwachte celvulling 5 zijn.

*goodness of fit-test* uitgevoerd op sectorverdeling (zie tabel 4.8). Hieruit blijkt dat de verdeling in de respons niet representatief is voor de gehele populatie (bij significantieniveau van 0,05).

Tabel 4.8 Goodness of fit-test aan de hand van sectorverdeling in de respons en de verwachte waarde op basis van de sectorverdeling in de populatie (LISA, 2012).

Onderzoekssector	Aantal in steekproef	Verwachte waarde (o.b.v. steekproef)	Residu (afwijking)
Zaadveredeling	5	1,5	3,5
Teelt	69	66,4	2,6
Dierhouderij	34	37,0	-3,0
Aquacultuur & Visserij	3	6,1	-3,1
<b>Totaal (N)</b>	<b>111</b>	<b>111</b>	

Chi<sup>2</sup> = 10,088 ; sig. 0,0178

Dit wordt met name veroorzaakt doordat zaadveredelingbedrijven zijn oververtegenwoordigd en bedrijven in aquacultuur & visserij zijn ondervertegenwoordigd. Doordat onderzoekssector als variabele wordt meegenomen in de analyse van factoren die verband houden met de locatie van het bedrijfsnetwerk en de oriëntatie van de locatiestrategie, wordt er geen weegfactor toegepast om voor de scheve sectorverdeling te compenseren. Doordat de sectoren zaadveredeling en aquacultuur & visserij te weinig respons bevatten om in een statistische analyse mee te nemen, bestaat de variabele sector in hoofdstuk 6 alleen uit de onderzoekssectoren teelt en dierhouderij.

#### 4.3.4 Onderzoeksmethodiek

De samenhang tussen de variabelen zoals beschreven in paragraaf 4.3.1 wordt statistisch onderzocht met behulp van kruistabellen, waarop een chi-kwadraat toets wordt toegepast (De Vocht, 2007). De waarde van de Chi-kwadraat verwijst naar een kans (een waarde tussen 0 en 1) dat de verdeling in de kruistabel op toeval berust. Wanneer deze kans (weergegeven onder de tabel achter 'sig.')

lager is dan 0,1 kan met 90% zekerheid worden geconcludeerd dat de gevonden samenhang niet op toeval berust en dat er dus sprake is van een statistisch significant verband tussen de twee variabelen in de kruistabel. Wanneer de sig.-waarde lager is dan 0,05 is de zekerheid van een significant verband 95%. Bij een sig.-waarde lager dan 0,01 is de zekerheid zelfs 99%.

De sterkte van de samenhang tussen twee variabelen in een kruistabel is te bepalen met behulp van de waarde van de statistische maat Cramer's V. De waarde van Cramer's V wordt alleen gegeven wanneer er een significant verband wordt gevonden tussen twee variabelen en neemt een waarde aan tussen 0 en 1. Hierbij staat 0 voor geen verband en 1 voor een perfect verband. Een verband is dus sterker naarmate de Cramer's V dichterbij 1 komt (De Vocht, 2007).

#### 4.4 Barrières in vorming of versterking cluster

Om de laatste deelvraag te kunnen beantwoorden zijn semigestructureerde interviews afgenomen bij ondernemers en anderzijds betrokkenen bij de Greenport. Dit laatste empirische deel brengt op kwalitatieve wijze de sterke en zwakke punten van het Greenport-cluster in beeld. In de interviews met ondernemers is daarnaast gezocht naar een verklaring voor de oriëntatie van het bedrijfsnetwerk en naar de factoren die de locatiestrategie beïnvloeden. Waarom doet een agrarisch ondernemer met name zaken met leveranciers uit de regio? Of juist daarbuiten? En heeft dit invloed op de locatiestrategie van de ondernemer en op welke manier? De interviews met ondernemers bieden een diepgaander inzicht in de resultaten van de kwantitatieve analyse en daarmee aan het beantwoorden van de vierde deelvraag:

*In hoeverre hangt de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie van bedrijven in de greenportsectoren samen met de aanwezigheid van relaties met bedrijven, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?*

Uit de interviews met vertegenwoordigers van de overige drie O's – overheid, onderzoek en onderwijs – ontstaat een beeld van sterke en zwakke punten van het cluster. Deze geïnterviewden dragen, net als de ondernemers, oplossingen en ideeën aan om zwakke punten te versterken en sterke punten (nog) beter te benutten. Hiermee wordt in hoofdstuk 7 een antwoord gevonden op de vijfde en laatste deelvraag:

*Wat zijn volgens belanghebbenden barrières in de vorming of versterking van het greenport-cluster in de regio Noord-Holland Noord en hoe kunnen deze worden geslecht?*

#### 4.4.1 Selectie van respondenten

Aan het einde van de vragenlijst onder bedrijven in Noord-Holland Noord is de vraag gesteld of respondenten mee wilden werken aan een interview en of men in dat geval een telefoonnummer achter wilde laten. Twintig respondenten gingen in op dit verzoek, waaruit door de onderzoeker vier ondernemers zijn geselecteerd, zodat de vier onderzoekssectoren zaadveredeling, teelt, dierhouderij en aquacultuur & visserij (zie tabel 4.1) en bedrijven van verschillende omvang zijn vertegenwoordigd. Zo zijn twee kleine bedrijven geïnterviewd met 2 en 3 werknemers, een middelgroot bedrijf met 15 werknemers en een groter bedrijf met 84 werknemers. Deze ondernemers zijn benaderd voor een interview; alle vier de ondernemers gingen daarop in. De interviews met deze ondernemers in de vier Greenport-onderzoekssectoren dienen in de eerste plaats om de uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek naar de locatie van bedrijfsnetwerken en de invloed hiervan op bedrijfsnetwerken op een kwalitatieve manier te valideren. Deze onderzoeksmethode waarbij kwalitatief en kwantitatieve onderzoeksmethoden worden gecombineerd om de validiteit van de onderzoeksresultaten te vergroten wordt methodologische triangulatie genoemd (Guion et al., 2011).

Naast deze vier bedrijven zijn nog twee agribusiness ondernemers geïnterviewd die zijn benaderd via de uitvoeringsorganisatie Greenport. Het gaat daarbij om een groot verwerkingsbedrijf van groente en fruit - een bedrijf in de afnemerskolom van het waardesysteem van de agribusiness - en een zaadveredelingsbedrijf dat lid is van stichting Seed Valley - een bedrijf in de leveranciers- en productiekolom van het waardesysteem. Via interviews met deze bedrijven wordt getracht een compleet beeld te krijgen van de afnemers- en leveranciersrelaties binnen het waardesysteem; in hoeverre concentreren deze zich binnen Noord-Holland Noord? Deze twee ondernemers hebben tevens zitting in de stuurgroep van de Greenport, waardoor hen ook naar een visie op de organisatiestructuur kon worden gevraagd. Binnen de ondernemerskolom zijn daarnaast een financiële dienstverlener geïnterviewd die ook zitting heeft in de stuurgroep van de Greenport en een vertegenwoordiger van de zaadveredelingssector in Noord-Holland Noord (Seed Valley).

Naast de ondernemers en vertegenwoordigers van het bedrijfsleven zijn een betrokken onderzoeksinstituting en een opleidingsinstelling geïnterviewd en zijn in de beginfase van het onderzoek verkennende gesprekken gevoerd met de provincie Noord-Holland en de uitvoeringsorganisatie van de Greenport Noord-Holland Noord. Zodoende wordt van alle vier kolommen binnen de organisatiestructuur van de Greenport een visie op de vorming en versterking van het cluster in beeld gebracht (zie figuur 4.8).



Figuur 4.8 Geïnterviewden verdeeld over de vier O's en, indien relevant, het aantal werknemers per bedrijf.

Greenport Noord-Holland Noord			
Overheid	Onderzoek	Onderwijs	Ondernemers
Provincie Noord-Holland Uitvoeringsorganisatie Greenport	Wageningen University & Research Centre	Clusius College	6 agrarische ondernemers: Zaadveredeling (470 werknemers) Glastuinbouw (84 werknemers) Vollegrondsgroenteteelt/ Akkerbouw (3 werknemers) Dierhouderij (2 werknemers) Glastuinbouw / Aquacultuur / Bollenteelt (15 werknemers) Groenteverwerking / handel (1200 medewerkers) 1 financiële dienstverlener Rabobank Kop van Noord-Holland 2 vertegenwoordigers van ondernemers Stichting Seed Valley LTO Noord

In totaal zijn er dus 10 interviews afgenomen. De verkennende gesprekken met de provincie, uitvoeringsorganisatie en LTO Noord vonden plaats in de periode van half februari tot half maart 2014. Een tweede reeks interviews met Wageningen University & Research Centre, Clusius College, stichting Seed Valley en een groenteverwerker in Noord-Holland Noord vond plaats halverwege mei 2014. Begin juni 2014, in de laatste twee weken van de enquête, zijn de overige interviews gehouden met de ondernemers. Zo kon worden doorgevraagd op de antwoorden die ondernemers in de enquête hadden gegeven.

#### 4.4.2 Interviewtechnieken

De interviews zijn semigestructureerd, wat betekent dat er gebruik is gemaakt van een *topic list* als leidraad voor het gesprek (zie bijlage IV), maar dat daarnaast ruimte blijft om door te vragen naar meningen, gevoelens, wensen en behoeften van de respondenten. Deze interviewtechniek staat flexibiliteit toe; de interviewer kan reageren en doorvragen op antwoorden van respondenten (Bryman, 2008). Daarnaast is wel enige structuur in de verschillende interviews gewenst, zodat de antwoorden van respondenten met elkaar kunnen worden vergeleken. De *topic list* (of *interview guide*) biedt deze structuur (Bryman, 2008, p. 472).

Naast de *topic list* is gebruik gemaakt van ondersteunend materiaal om de respondenten hun blik op lokale relaties tussen bedrijven binnen en tussen sectoren te laten visualiseren (zie figuur 4.9). De 'strookjes' met sectoren zijn bedoeld om de geïnterviewden aan het denken te zetten over samenwerking binnen en tussen de verschillende Greenport-sectoren.



Figuur 4.9 de respondenten is gevraagd deze 'strookjes' met Greenport-sectoren in volgorde te leggen van dichtste lokale bedrijfsnetwerk (bovenaan) tot minst dichte lokale bedrijfsnetwerk (onderaan).

Als eerste is de respondenten gevraagd de het strookjes met de Greenport-sectoren op volgorde te leggen met bovenaan de sector waarbinnen volgens hem of haar bedrijven de meeste onderlinge relaties hebben. Onderaan ligt dan de sector waarbinnen volgens de respondent de minste relaties zijn. Vervolgens is gevraagd:

- waarom men denkt dat er juist in die sector veel of juist weinig relaties bestaan;
- en of het wenselijk zou zijn om in de sectoren die onderaan liggen meer relaties te stimuleren en waarom.

Ten tweede is de respondenten gevraagd de strookjes van Greenport-sectoren bij elkaar te leggen waarvan men denkt dat bedrijven uit die verschillende sectoren veel relaties met elkaar aangaan. Bij het neergelegde plaatje is vervolgens weer gevraagd:

- waarom men denkt dat er juist tussen bedrijven uit die sectoren relaties bestaan;
- en of het wenselijk is tussen bepaalde sectoren (die elkaar in het plaatje nu niet raken) meer relaties te stimuleren en waarom.

Ten slotte zijn nog een aantal strookjes neergelegd van organisaties die betrokken zijn bij de Greenport en binnen een van de overige 3 O's zijn te plaatsen (overheid, opleidingen en onderzoek). De respondenten is wederom gevraagd de strookjes bij elkaar te leggen waarvan men denkt dat tussen die (groepen) organisaties en sectoren veel relaties bestaan. Bij het neergelegde beeld is weer gevraagd:

- waarom men denkt dat er juist tussen die sectoren en organisaties relaties bestaan;
- en of het wenselijk is tussen bepaalde sectoren of organisaties (die elkaar in het plaatje nu niet raken) meer relaties te stimuleren en waarom.

Van elk neergelegd plaatje (relaties binnen een sector, tussen sectoren en met de overige 3 O's) is een foto gemaakt. Naast de antwoorden op de vragen die na het neerleggen van de strookjes zijn gesteld vormen deze foto's een aparte bron van empirisch materiaal.

De interviews zijn opgenomen met een recorder en naderhand uitgewerkt tot transcripts; een letterlijke uitwerking van het interview. De tien interviews zijn geanalyseerd aan de hand van vier thema's; netwerken van bedrijfsrelaties, het verband tussen het sociaal en zakelijk netwerk van bedrijven en hun locatiestrategie, samenwerking tussen de vier O's en sterktes en zwaktes van het Greenport-cluster. Per thema zijn weer een aantal onderwerpen bepaald die door de tien interviews heen aan de orde zijn gekomen. Vervolgens zijn de relevante fragmenten van elk interview voor elk onderwerp naast elkaar gelegd, waarvan de overeenkomsten en verschillen zijn verwerkt tot de resultaten in hoofdstuk 7. De 'boom' van thema's en onderwerpen is weergegeven in figuur 4.10.

*Figuur 4.10 Analyseboom met thema's (donkergroen) en daar onder 'hangende' onderwerpen (lichtgroen).*



Naast de analyse van de transcripts van de interviews volgens bovenstaande analyseboom, is een analyse gedaan van de foto's van de neergelegde strookjes door de respondenten. De volgorde van sectoren met de meeste relaties naar sectoren met de minste onderlinge relaties van de tien respondenten is met elkaar vergeleken, waarbij met name is gefocust op de verschillen in de neergelegde beelden door respectievelijk ondernemers en respondenten van de overige 3 O's (overheid, opleidingsinstelling en onderzoeksinstelling). Hierbij zijn per respondent rangscores toegekend voor elke sector; een 1 wanneer een sector bovenaan is geplaatst tot een 8 wanneer een sector onderaan is geplaatst. De verschillende rangorde van sectoren van meeste onderlinge naar minste onderlinge relaties is vervolgens voor beide groepen vergeleken.

De beelden van de relaties tussen verschillende sectoren en relaties met organisaties binnen de overige 3 O's zijn ook op overeenkomsten en verschillen geanalyseerd. Hiervan is een kwalitatieve beschrijving gemaakt.

## 4.5 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn de methoden toegelicht die zijn gebruikt voor het empirisch onderzoek. Dat empirisch onderzoek bestaat uit drie delen, waarvan de eerste twee kwantitatieve methoden gebruiken en het laatste kwalitatief van aard is. In de volgende drie hoofdstukken worden de resultaten van de drie typen empirisch onderzoek geanalyseerd, te beginnen met het onderzoek naar geografische concentratie van agribusiness bedrijven in Noord-Holland Noord, aan de hand van bestaande data. Hoofdstuk 6 analyseert vervolgens de resultaten van de zelf verzamelde kwantitatieve data en geeft antwoord op de derde en vierde deelvraag waarin respectievelijk het bedrijfsnetwerk en de locatiestrategie van agrarische ondernemers in Noord-Holland Noord centraal staan. In het zevende hoofdstuk wordt de laatste deelvraag beantwoord door de kwalitatieve gegevens uit de interviews te analyseren.

## 5. Geografische concentratie van agribusiness bedrijven

In het vorige hoofdstuk is een afbakening gemaakt van de sectoren die volgens het 'waardesysteem' tot de agribusiness behoren (zie paragraaf 4.2.1). De sectoren binnen dit waardesysteem vormen potentieel een cluster. Dat bestaat volgens de definitie van Porter immers uit toeleveranciers, dienstverleners en bedrijven in gerelateerde sectoren: "een geografische concentratie van onderling verbonden bedrijven, gespecialiseerde toeleveranciers, dienstverleners, bedrijven in gerelateerde sectoren en relevante instellingen (universiteiten, handelsorganisaties) die met elkaar concurreren maar ook samenwerken" (Porter, 2000, p. 15).

In dit hoofdstuk wordt in kaart gebracht in hoeverre de verschillende onderzoekssectoren binnen het cluster geografisch geconcentreerd zijn in Noord-Holland Noord en hoe deze concentratie zich heeft ontwikkeld tussen 2009 en 2012. Zodoende wordt bepaald in hoeverre Noord-Holland Noord voldoet aan het eerste component van een cluster; geografische concentratie. Naast concentratie van vestigingen wordt gekeken naar concentratie van werkgelegenheid. Per waardesysteem wordt hieronder ingegaan op de derde deelvraag van dit onderzoek:

*In hoeverre is er sprake van geografische concentratie van bedrijven en werkgelegenheid in de acht Greenport-sectoren en aanverwante agribusiness sectoren in de regio Noord-Holland Noord en in hoeverre is dit ruimtelijk spreidingspatroon constant door de tijd?*

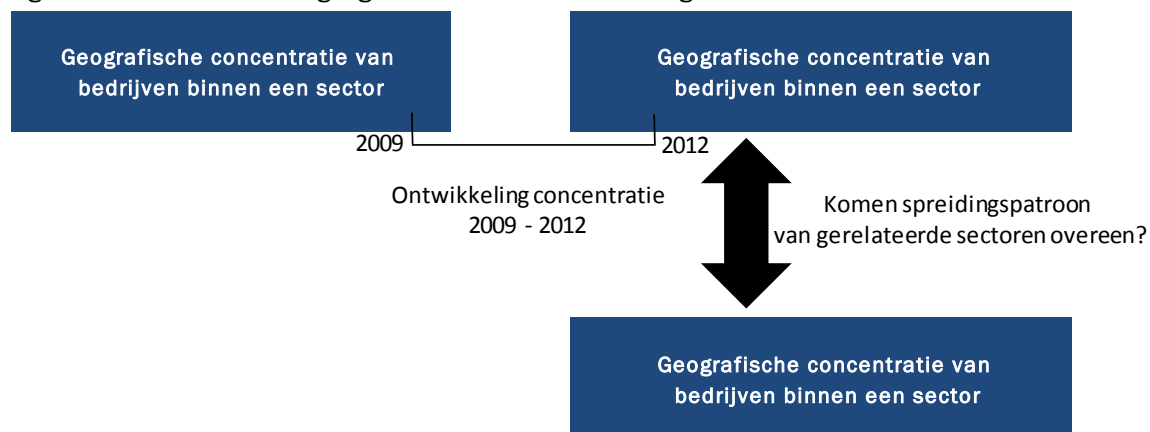
De eerste drie hypothesen doen, op basis van het theoretisch kader, uitspraken over het verwachte antwoord op die vraag en worden in dit hoofdstuk getoetst.

*H1: Elke deelsector heeft in minstens twee gemeenten in Noord-Holland Noord een bovengemiddeld aandeel in de gemeentelijke economie ten opzichte van het nationale aandeel van deze sectoren.*

*H2: Het ruimtelijk spreidingspatroon van een deelsector komt overeen met het ruimtelijk spreidingspatroon van de deelsector(en) waaraan ze het meest gerelateerd is.*

*H3: De concentratie van bedrijven in greenport-sectoren is tussen 2009 en 2012 toegenomen.*

Figuur 5.1 Onderzoek naar geografische concentratie van agribusiness-sectoren



### 5.1 Agribusiness concentratie binnen provincie Noord-Holland?

Noord-Holland Noord huisvest ruim een vijfde van de inwoners in de provincie Noord-Holland (CBS, 2014d). Binnen de agribusiness heeft de regio echter een aandeel van ruim twee vijfde in de werkgelegenheid in de provincie. Noord-Holland Noord huisvest bijna de helft van alle bedrijven in de agribusiness in Noord-Holland (zie tabel 5.1). De primaire agrarische sectoren teelt, dierhouderij en aquacultuur & visserij, zorgden in 2012 voor bijna 14 duizend banen in Noord-Holland Noord. De totale agribusiness in Noord-Holland Noord is goed voor bijna 28,5 duizend banen. De agribusiness maakt daarmee 10% van de economie van Noord-Holland Noord uit gemeten in aantal vestigingen en zorgt voor bijna 11% van de werkgelegenheid in de regio. Dit aandeel is hoger dan in Nederland als geheel, daar is 8% van het aantal vestigingen actief binnen de agribusiness-sectoren en slechts 6,4% van de werkgelegenheid.

In de acht Greenport-sectoren, hier samengevoegd tot de vier onderzoekssectoren zaadveredeling, teelt, dierhouderij en aquacultuur & visserij (zie paragraaf 4.2.2), is het aandeel van Noord-Holland Noord in de Noord-Hollandse economie relatief het grootst. Bijna 70% van de vestigingen in de Greenport-sectoren staat in Noord-Holland Noord, samen goed voor 72% van de werkgelegenheid in die sectoren in de provincie (zie tabel 5.1).

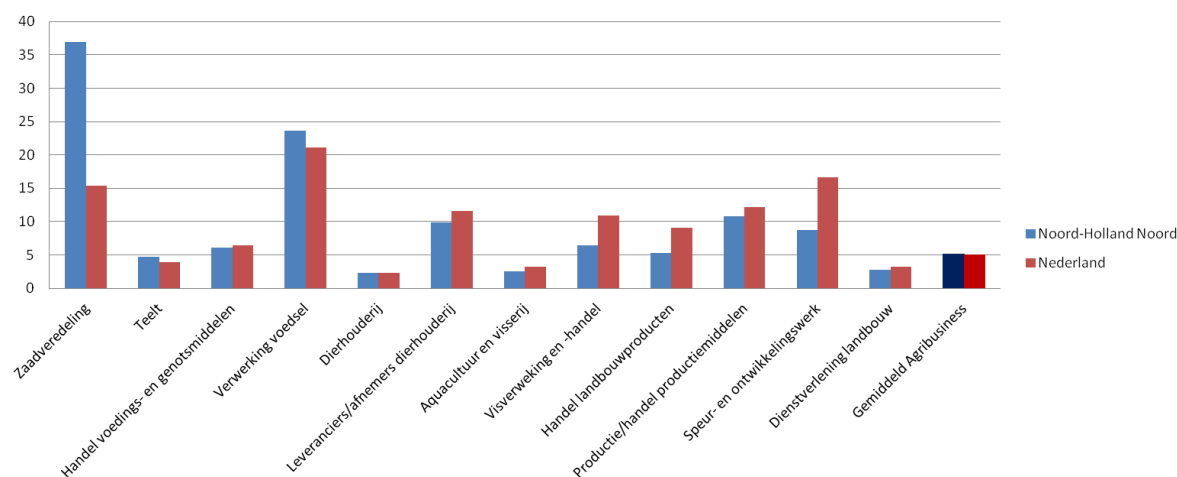
Tabel 5.1 Vestigingen en banen in de agribusiness in Noord-Holland Noord en de provincie Noord-Holland.

Sector	Vestigingen			Banen		
	Noord-Holland Noord	Provincie Noord-Holland	Aandeel Noord-Holland Noord	Noord-Holland Noord	Provincie Noord-Holland	Aandeel Noord-Holland Noord
Zaadveredeling	48	75	64,00%	1.771	1.863	95,10%
Teelt	2.207	2.985	73,90%	10.396	14.404	72,20%
Dierhouderij	1.230	2.037	60,40%	2.885	4.687	61,60%
Aquacultuur & Visserij	201	250	80,40%	516	669	77,10%
<b>Productie (Greenport-sectoren)</b>	<b>3.686</b>	<b>5.347</b>	<b>68,90%</b>	<b>15.568</b>	<b>21.623</b>	<b>72,00%</b>
Handel voedings- en genotsmiddelen	368	1.983	18,60%	2.230	10.628	21,00%
Verwerking voedsel	188	747	25,20%	4.439	12.469	35,60%
Handel landbouwproducten	409	1.236	33,10%	2.180	11.507	18,90%
Leveranciers/afnemers dierhouderij	97	308	31,50%	958	2.587	37,00%
Visverwerking en -handel	52	213	24,40%	336	1.735	19,40%
<b>Verwerking/logistiek</b>	<b>1.114</b>	<b>4.487</b>	<b>24,80%</b>	<b>10.143</b>	<b>38.926</b>	<b>26,10%</b>
Productie/handel productiemiddelen	85	152	55,90%	915	2.232	41,00%
Speur- en ontwikkelingswerk	40	217	18,40%	350	2.681	13,10%
Dienstverlening landbouw	537	820	65,50%	1.498	2.448	61,20%
<b>Resources</b>	<b>662</b>	<b>1.189</b>	<b>55,70%</b>	<b>2.763</b>	<b>7.361</b>	<b>37,50%</b>
<b>Totaal Greenport-cluster</b>	<b>5.462</b>	<b>11.023</b>	<b>49,60%</b>	<b>28.474</b>	<b>67.910</b>	<b>41,90%</b>
<b>Totaal economie</b>	<b>54.982</b>	<b>266.078</b>	<b>20,70%</b>	<b>263.510</b>	<b>1.435.494</b>	<b>18,40%</b>
<b>Aandeel agribusiness</b>	<b>9,90%</b>	<b>4,14%</b>		<b>10,80%</b>	<b>4,70%</b>	

Bron: LISA (2012); CBS statline (2014); eigen bewerking

De onderzoekssector teelt, die wordt gevormd door de Greenport-sectoren akkerbouw, vollegrondsgroenteteelt, glastuinbouw, bollenteelt en fruitteelt, telt absoluut het grootste aantal vestigingen en banen in Noord-Holland Noord. De bedrijven in Noord-Holland Noord in de teelt-sector zijn relatief groot (zie figuur 5.2). Gemiddeld in Nederland zijn per vestiging bijna 4 banen beschikbaar, in Noord-Holland Noord is dit 4,7.

Figuur 5.2 Gemiddelde grootte van bedrijven (in aantal banen) per agribusiness-sector in 2012.



De zaadveredelingsector in Noord-Holland Noord kent eveneens relatief grote bedrijven. Waar het gemiddeld aantal banen per vestiging in Nederland 15,3 is, zijn bij zaadveredelaars in Noord-Holland Noord bijna 37 banen per vestiging beschikbaar. De aanwezigheid van veel grote multinationale zaadveredelaars in de regio verklaart dit hoge gemiddelde. Ruim 95% van de Noord-Hollandse werkgelegenheid in de zaadveredeling wordt gecreëerd door bedrijven in Noord-Holland Noord.

Ook de dierhouderij in Noord-Holland concentreert zich in de regio Noord-Holland Noord met ruim 60% van het aantal vestigingen en bijna 62% van de werkgelegenheid in de sector. Naast de ondernemers werken relatief weinig mensen in deze sector. Zowel landelijk als in Noord-Holland Noord is het gemiddeld aantal banen per vestiging 2,3. Voor Greenport-sector aquacultuur & visserij is Noord-Holland Noord ook het belangrijkste concentratiegebied binnen de provincie Noord-Holland. Meer dan 80% van het aantal vestigingen en ruim 77% van de banen in de provincie bevinden zich in Noord-Holland Noord.

De overige sectoren uit het waardesysteem van de agribusiness concentreren zich binnen de provincie Noord-Holland in mindere mate in Noord-Holland Noord, al is er een groot verschil tussen de *input*-relaties (*resources*) en output-relaties (verwerking/logistiek) van de Greenport-sectoren. In de sectoren verwerking en logistiek van agrarische producten bevindt ongeveer een kwart van de vestigingen en banen in de provincie zich in Noord-Holland Noord. De *input*-sectoren voor de Greenport-sectoren, in het waardesysteem en tabel 5.1 aangeduid met *resources*, concentreren zich wel in grotere mate in Noord-Holland Noord. Meer dan de helft van de vestigingen en bijna twee vijfde van de banen in de provincie bevindt zich in Noord-Holland Noord. De leveranciers van de Greenport-sectoren lijken zich dus in grotere mate te concentreren in Noord-Holland Noord.

Van de overige vijf Greenports in Nederland telt alleen de Greenport Westland-Oostland meer banen in de Greenport-sectoren dan Noord-Holland Noord (zie tabel 5.2). Het grootste deel van die werkgelegenheid betreft banen in de teelt-sector in de gemeente Westland; ruim 10 duizend banen.

Tabel 5.2 werkgelegenheid in de Greenport-sectoren in de zes Greenports in Nederland

Greenport	Banen in Greenport-sectoren
Westland-Oostland	16.054
Aalsmeer	5.300
Venlo	10.207
Boskoop	12.616
Duin- en Bollenstreek	1.793
<b>Noord-Holland Noord</b>	<b>15.568</b>

Bron: LISA (2012); eigen bewerking

## 5.2 Waardesysteem teelt

Het waardesysteem van de teeltsector raakt veel aan het waardesysteem van de zaadveredeling. Zo zijn zaadveredelaars afnemer en leverancier van teeltbedrijven en hebben bedrijven in beide sectoren relaties met dezelfde sectoren in de *resource*-kolom; speur- en ontwikkelingswerk en productie- en handel in productiemiddelen (zie paragraaf 4.2.2). De vraag is of deze verwevenheid van waardesystemen ook betekent dat het ruimtelijk spreidingspatroon van de teeltsector lijkt op dat van de zaadveredelingsector?

De *verwerking* en *logistiek* kolom in het waardesysteem kent voor de teeltsector drie schakels; verwerking voedsel, handel in voedings- en genotsmiddelen en handel in landbouwproducten. De volgende vragen zullen in deze paragraaf beantwoord worden: hoe ziet het ruimtelijk spreidingspatroon van deze sectoren eruit? En lijkt dat op het spreidingspatroon van de teeltsector? Hoe verhoudt de concentratie van teelt-bedrijven zich tot de rest van Nederland en in het bijzonder tot de andere vijf Greenports?

### 5.2.1 Veel grote teeltbedrijven in Noord-Holland Noord

De teeltsector is in veel Nederlandse gemeenten geconcentreerder aanwezig dan in gemeenten in Noord-Holland Noord. Dit geldt in het bijzonder voor de greenport-gemeenten in Nederland, zoals weergegeven in figuur 5.3. Greenport Boskoop in Zuid-Holland blijkt het meest gespecialiseerd in de teeltsector, zowel in termen van vestigingen als werkgelegenheid. In het Westland zijn in absolute aantallen de meeste bedrijven (1.206) en banen (10.087) te vinden in de teeltsector; daarmee kent ook deze gemeente een

grotere specialisatie dan Noord-Holland Noord. Tot slot is ook Greenport Venlo terug te vinden tussen de concentratiegebieden in de teeltsector, de werkgelegenheid in deze sector is in de gemeente Horst aan de Maas bijna vier standaarddeviaties hoger dan gemiddeld in Nederland. In alle Greenports bestaat een bovengemiddelde concentratie van vestigingen en banen in de teeltsector (zie tabel 5.3). Andere gebieden waar zich veel teeltbedrijven en –banen bevinden zijn de gemeente Noordoostpolder en vrijwel de hele provincie Zeeland.

Tabel 5.3 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector teelt in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Boskoop	7,81	Boskoop	7,18
Noordoostpolder	3,99	Westland	4,70
Zundert	3,80	Zundert	4,61
Borsele	3,64	Horst aan de Maas	3,83
<b>Hollands Kroon</b>	<b>2,29</b>	<b>Drechterland</b>	<b>3,78</b>
<b>Drechterland</b>	<b>2,08</b>	<b>Hollands Kroon</b>	<b>3,18</b>
<b>Zijpe</b>	<b>2,05</b>	<b>Koggenland</b>	<b>2,77</b>
<b>Harenkarspel</b>	<b>1,76</b>	<b>Stede Broec</b>	<b>2,75</b>
<b>Medemblik</b>	<b>1,49</b>	<b>Zijpe</b>	<b>2,61</b>
<b>Koggenland</b>	<b>1,39</b>	<b>Medemblik</b>	<b>2,34</b>
		<b>Harenkarspel</b>	<b>1,81</b>
		<b>Schermer</b>	<b>1,59</b>
		<b>Heerhugowaard</b>	<b>1,10</b>

Bron: LISA (2012); eigen bewerking

In absolute aantallen telt de gemeente Hollands Kroon het op twee na hoogste aantal bedrijven in de teeltsector van alle Nederlandse gemeenten en slechts vier gemeenten tellen meer banen in de teeltsector dan Hollands Kroon. Ook relatief gezien is Noord-Holland Noord gespecialiseerd in de teeltsector. Zes van de negentien gemeenten in de regio hebben een locatiequotiënt voor het aantal vestigingen die meer dan een standaarddeviatie hoger is dan het gemiddelde in Nederland. Gemeten in werkgelegenheid zijn dit negen gemeenten. Opvallend is ook dat de z-score van de locatiequotiënt voor het aantal banen in al deze negen gemeenten hoger is dan de z-score van de locatiequotiënt voor het aantal vestigingen. Dit betekent dat de bedrijven in Noord-Holland Noord gemiddeld relatief groot zijn (zie ook figuur 5.2).

De specialisatie van Noord-Holland Noord als geheel in de sector teelt is toegenomen. De locatiequotiënten voor het aantal vestigingen en het aantal banen is in 2012 hoger dan in 2009. Ten opzichte van de rest van Nederland is de specialisatie in aantal vestigingen juist iets minder geworden (z-score van 0,35 naar 0,32). Wat betreft banen is de specialisatie van Noord-Holland Noord juist verder toegenomen, de z-score stijgt namelijk van 0,46 in 2009 naar 0,66 in 2012. Dit betekent dat andere gemeenten in Nederland relatief meer zijn gegroeid in aantal vestigingen, maar dat Noord-Holland Noord relatief meer werkgelegenheid heeft gecreëerd in de teeltsector. De vestiging van een aantal grote glastuinbouwbedrijven in de AgriPort is hier mogelijk de oorzaak van. Eerder werd ook al aangegeven dat teeltbedrijven in Noord-Holland Noord relatief groot zijn. Als de hier beschreven trend van schaalvergroting zich doorzet, zal de omvang van bedrijven nog verder toenemen.

Figuur 5.3 Geografische concentratie van vestigingen in de sector teelt in 2012, in Z-scores van locatiequotiënten per gemeente.



### 5.2.2 Resources van teeltbedrijven

Zoals eerder beschreven, volgt de ruimtelijke spreiding van de sector productie en handel in productiemiddelen voor een groot deel het patroon van de zaadveredelingsector binnen Noord-Holland Noord. Landelijk gezien is echter alleen een grote regionale specialisatie te zien in Noordoost Nederland. Daarnaast zijn een aantal gemeenten in of rond de Greenport Venlo gespecialiseerd in deze sector en is een concentratie waar te nemen in de Hoeksche Waard, een eiland in Zuid-Holland.

Binnen Noord-Holland Noord is wel een overeenkomst zichtbaar tussen de ruimtelijke spreiding van de bedrijven en banen in deze sector en in de teeltsector. In de gemeenten waarbinnen een bovengemiddelde concentratie bedrijven aanwezig is dat productiemiddelen voor de landbouw produceert of verhandelt, blijkt tevens een bovengemiddelde concentratie van teeltbedrijven aanwezig te zijn. Voor de werkgelegenheid in beide sectoren geldt eenzelfde verband, de gemeente Enkhuzen vormt hierin een uitzondering (hier is de zaadveredelingsector sterk geconcentreerd). De locatiequotiënt voor Noord-Holland Noord als geheel is bovengemiddeld wat betreft het aantal banen, maar is lager dan gemiddeld wat betreft het aantal vestigingen.

De dienstverlenende sectoren die zich richten op de landbouwsectoren volgen voor een groot deel het ruimtelijk spreidingspatroon van de teeltsector. In het westen van Nederland, waar de teeltsectoren voornamelijk geconcentreerd zijn, bevinden zich ook veel dienstverleners van de landbouw.

In negen van de negentien Greenport-gemeenten is sprake van een bovengemiddelde specialisatie van de gemeentelijke economie in dienstverlening aan landbouw. Gemeten in werkgelegenheid zijn dit acht



gemeenten. De dienstverlening aan de landbouw kent binnen Noord-Holland Noord de hoogste concentratie van vestigingen en banen in de gemeenten Hollands Kroon en Zijpe (zie tabel 5.4). De z-score van de locatiequotiënt van Noord-Holland Noord als geheel is echter alleen voor het aantal banen positief. De Greenport telt in deze sector dus minder vestigingen dan gemiddeld, maar kent wel een bovengemiddeld aantal banen. Ook voor de dienstverlening aan landbouw geldt dus dat bedrijven in Noord-Holland Noord relatief groot zijn.

Tabel 5.4 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) per gemeente in 2012 voor de sector dienstverlening aan de landbouw.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Westland	4,72	Lochem	10,09
Midden-Delfland	3,70	Olst-Wijhe	3,95
Neder-Betuwe	3,28	Schermer	3,88
<b>Hollands Kroon</b>	<b>2,45</b>	<b>Zijpe</b>	<b>2,57</b>
<b>Schermer</b>	<b>1,68</b>	<b>Hollands Kroon</b>	<b>1,82</b>
<b>Zijpe</b>	<b>1,61</b>	<b>Drechterland</b>	<b>1,01</b>
<b>Texel</b>	<b>1,22</b>		

Bron: LISA (2012); eigen bewerking

### 5.2.3 Afnemers van teeltproducten

Het cluster teelt omvat vijf van de acht Greenport-sectoren en levert daarmee het grootste deel van de productie van landbouwproducten binnen de regio. Zoals uit het waardesysteem blijkt (zie paragraaf 4.2.2) worden deze producten in enkele gevallen rechtstreeks aan de consument geleverd, maar veelal worden deze producten eerst verwerkt of verkocht via groothandelaren. Binnen de clusters handel in voedings- en genotsmiddelen en handel in landbouwproducten zijn alle bedrijven opgenomen die producten uit de teeltsectoren verhandelen, direct van het land of na verwerking.

#### Handel in voedings- en genotsmiddelen

De handelssectoren in voedings- en genotsmiddelen zijn minimaal geconcentreerd in de regio Noord-Holland Noord. In absolute aantallen bevinden de meeste vestigingen en werkgelegenheid in deze sector zich in de grote steden. Specialistische gemeenten voor handel in voedings- en genotsmiddelen zijn Bunschoten, Renswoude, Veghel en Oostzaan (zie tabel 5.5). Renswoude en Bunschoten liggen relatief dicht bij elkaar, maar van een ruimtelijke concentratie in een bepaalde regio is in deze sector geen sprake.

Tabel 5.5 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector handel in voedings- en genotsmiddelen in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Bunschoten	17,35	Renswoude	14,11
Edam-Volendam	3,80	Veghel	5,53
Aalburg	2,93	Bunschoten	4,45
<b>Enkhuizen</b>	<b>0,55</b>	<b>Hoorn</b>	<b>0,74</b>
<b>Stede Broec</b>	<b>0,25</b>	<b>Alkmaar</b>	<b>0,54</b>
<b>Opmeer</b>	<b>0,24</b>		

Bron: LISA (2012); eigen bewerking.

#### Handel in landbouwproducten

De concentratie van handelsbedrijven in landbouwproducten strookt met de locaties van veilingen in Nederland. De gemeenten Aalsmeer, Westland, Boskoop en Barendrecht, waar veilingen voor landbouwproducten zijn gevestigd, laten een bovengemiddelde concentratie van vestigingen en banen in de sector handel in landbouwproducten zien. In Aalsmeer, in werkgelegenheid het meest gespecialiseerd in deze sector, worden met name bloemen en planten verhandeld. De veilingen in het Westland en in Barendrecht zijn het grootst in de handel in groente en fruit. Naast de gemeente Aalsmeer is in de gemeenten Lisse en Noordwijkerhout een bovengemiddelde concentratie aanwezig van bedrijven en banen

in de sector handel in landbouwproducten. De Greenport Aalsmeer kent wat deze sector betreft een hogere specialisatiegraad dan de Greenport Noord-Holland Noord.

Tabel 5.6 Z-scores van locatiewaarderingen van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector handel in landbouwproducten in 2012.

Gemeente	Locatiewaardering vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiewaardering banen (z-score)
Katwijk	10,54	Aalsmeer	12,26
Aalsmeer	9,74	Uithoorn	7,57
Aalburg	7,79	Katwijk	6,30
Uithoorn	4,74	Aalburg	4,81
Noordwijkerhout	3,72	het Bildt	4,26
Westland	3,44	Westland	4,14
Boskoop	3,38	Bodegraven-Reeuwijk	3,91
Barendrecht	1,56	Barendrecht	3,10
<b>Stede Broec</b>	<b>1,39</b>	<b>Stede Broec</b>	<b>2,29</b>
<b>Drechterland</b>	<b>1,24</b>	<b>Enkhuizen</b>	<b>0,96</b>
<b>Harenkarspel</b>	<b>1,15</b>	<b>Drechterland</b>	<b>0,81</b>

Drie gemeenten in de Greenport Noord-Holland Noord kennen een concentratie van vestigingen in de sector handel in landbouwproducten die meer dan een standaarddeviatie afwijkt van het Nederlandse gemiddelde. Wat betreft werkgelegenheid kent echter alleen Stede Broec een concentratie die meer dan een standaardafwijking hoger is dan gemiddeld in Nederland (zie tabel 5.6). Toch is de Greenport als geheel relatief sterk gespecialiseerd in deze sector. Tien van de negentien gemeenten in de regio huisvesten een bovengemiddeld aantal handelsbedrijven in landbouwproducten. In termen van werkgelegenheid zijn 9 van de Greenport-gemeenten bovengemiddeld gespecialiseerd. De regio als geheel is eveneens bovengemiddeld gespecialiseerd in aantal vestigingen en aantal banen. In absolute aantallen telt de Greenport Noord Holland Noord meer vestigingen in deze sector dan de Greenport Aalsmeer, 357 ten opzichte van 276. De werkgelegenheid die deze vestigingen voortbrengen is in Greenport Aalsmeer echter meer dan twee keer zo groot dan in Greenport Noord-Holland Noord.

#### Verwerking voedsel

In de sector voedselverwerking is enkel de gemeente Harenkarspel in Noord-Holland Noord erg gespecialiseerd, dit betreft wel alleen werkgelegenheid (zie tabel 5.7). In deze gemeente is namelijk een groot voedselverwerkingsbedrijf gevestigd, waardoor de gemeente in aantal banen naar voren komt als gespecialiseerd, maar niet gemeten naar aantal vestigingen. De gemeente Langedijk kent wel een bovengemiddelde concentratie van zowel vestigingen als banen in de sector voedselverwerking, de gemeente Koggenland is enkel in werkgelegenheid gespecialiseerd. De regio Noord-Holland Noord als geheel kent geen bovengemiddelde concentratie van vestigingen in deze sector, maar wel van werkgelegenheid. Dit duidt op relatief grote bedrijven in deze sector in deze regio.

Landelijk gezien concentreren de grootste absolute aantallen vestigingen en banen in de voedselverwerkingssector zich in stedelijke gemeenten, Zaanstad is daarvan de meest gespecialiseerde. Deze relatief kleine stad heeft met ruim 2500 banen na Rotterdam de grootste werkgelegenheid in deze sector, verspreid over 50 vestigingen.

Tabel 5.7 Z-scores van locatiewaarderingen van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector voedselverwerking in 2012.

Gemeente	Locatiewaardering vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiewaardering banen (z-score)
Schiermonnikoog	6,58	Ferwerderadiel	9,13
Ferwerderadiel	6,07	<b>Harenkarspel</b>	<b>7,42</b>
Terschelling	3,89	Bernisse	4,79
<b>Opmeer</b>	<b>1,31</b>	<b>Langedijk</b>	<b>2,12</b>
<b>Langedijk</b>	<b>1,25</b>	<b>Koggenland</b>	<b>1,68</b>

Bron: LISA (2012); eigen bewerking

### 5.3 Waardesysteem dierhouderij

Naast de teeltsector, maakt ook de dierhouderij deel uit van de primaire agrarische sector. Het waardesysteem laat zien dat de dierhouderij rechtstreeks met de voedselverwerkingsindustrie of handel in voedingsmiddelen verbonden kan zijn, maar dat er ook een aparte onderzoekssector gedefinieerd is met afnemers en leveranciers van de dierhouderij. De vraag is of deze gerelateerde sectoren, dierhouderij en de leveranciers en afnemers daarvan, zich ook ruimtelijk in dezelfde gemeenten concentreren.

#### 5.3.1 Weinig concentratie van dierhouderijen in Noord-Holland Noord

De sector dierhouderij concentreert zich binnen Noord-Holland Noord het meest in de gemeente Schermer, waar het aantal vestigingen in de sector bijna twee standaardafwijkingen hoger is dan gemiddeld in Nederland (zie tabel 5.8). Het aantal banen is daarbij bijna vier standaardafwijkingen hoger dan gemiddeld. Naast Schermer hebben nog zes gemeenten in de Greenport Noord-Holland Noord een bovengemiddelde concentratie werkgelegenheid in de dierhouderij. In aantal vestigingen zijn dat vier gemeenten.

Landelijk

gezien kent Sint Anthonis de grootste relatieve concentratie dierhouderij bedrijven en banen. In absolute aantallen kennen de gemeenten Tubbergen en Sudwest Fryslan de hoogste concentratie bedrijven en banen in de dierhouderij. Over het algemeen concentreert de sector dierhouderij zich met name in het oosten en noordoosten van Nederland (zie figuur 5.4).

Tabel 5.8 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector dierhouderij in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Sint Anthonis	4,30	Sint Anthonis	5,02
Tubbergen	4,15	Littenseradiel	4,07
Staphorst	3,89	Tubbergen	3,95
Dinkelland	3,58	<b>Schermer</b>	<b>3,92</b>
<b>Schermer</b>	<b>1,88</b>		

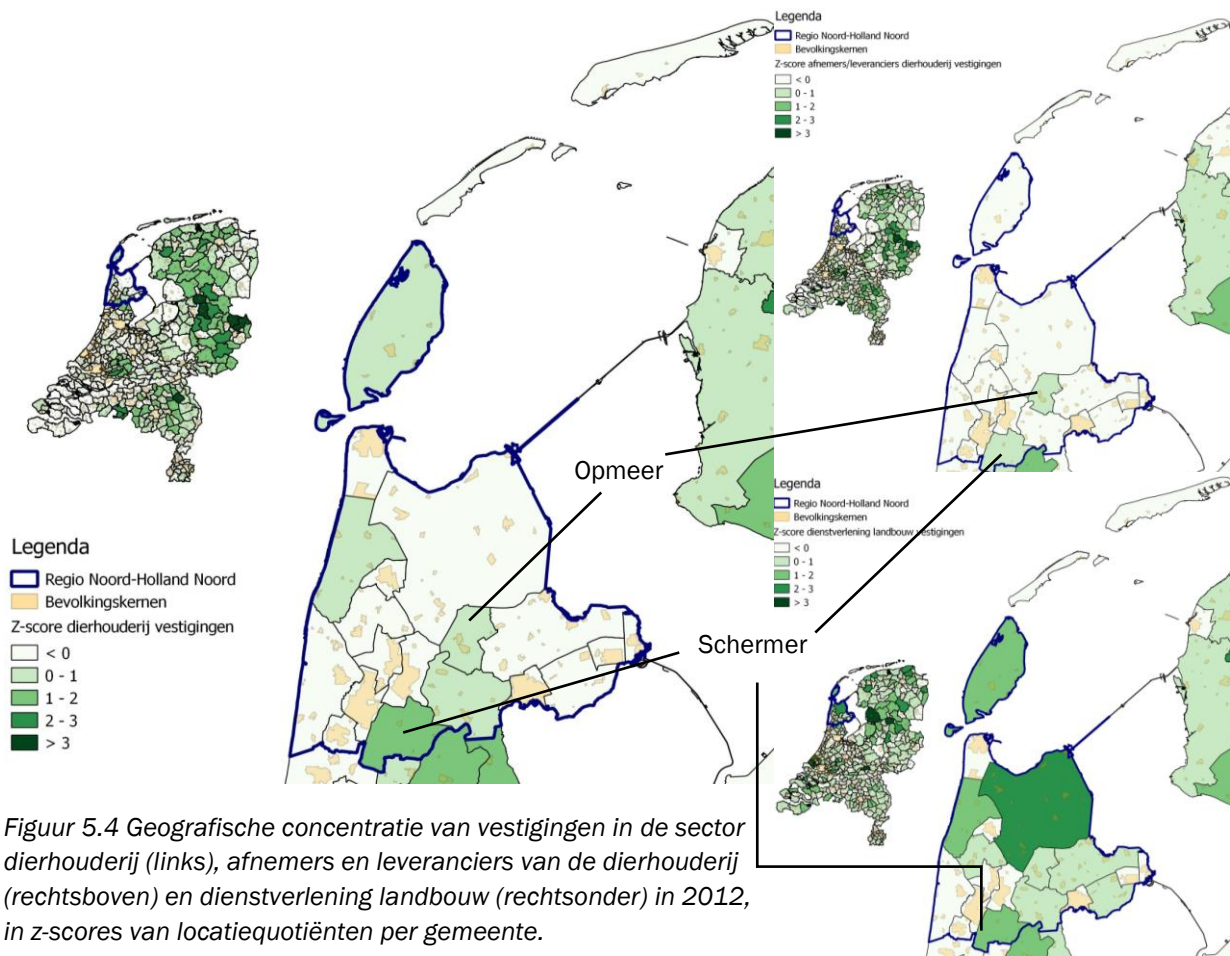
#### 5.3.2 Afnemers en leveranciers van de dierhouderij

Het is de vraag of de verbondenheid binnen het waardesysteem ook zorgt voor een ruimtelijke verbondenheid tussen de dierhouderij en de leveranciers en afnemers daarvan. Het landelijke beeld bevestigt in ieder geval een concentratie van afnemers en leveranciers van bedrijven in de dierhouderij. Deze sector concentreert zich eveneens in het oosten en noordoosten van Nederland.

Binnen de regio Noord-Holland Noord is hetzelfde ruimtelijk spreidingspatroon te zien. Enkel de gemeenten Schermer en Opmeer laten een bovengemiddelde concentratie van bedrijven zien die leveren aan en afnemen van de dierhouderij. In deze gemeenten is ook een bovengemiddelde concentratie dierhouderijen gevestigd (zie figuur 5.4). Alleen in de gemeente Opmeer levert dit ook een bovengemiddelde concentratie van werkgelegenheid op in deze sector (zie tabel 5.9).

Tabel 5.9 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector afnemers en leveranciers van de dierhouderij in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Tubbergen	4,61	Scherpenzeel	10,35
Zederik	4,27	Olst-Wijhe	6,27
Ommen	3,32	Grootevast	5,72
<b>Opmeer</b>	<b>0,91</b>	<b>Opmeer</b>	<b>4,37</b>
<b>Schermer</b>	<b>0,22</b>		



Figuur 5.4 Geografische concentratie van vestigingen in de sector dierhouderij (links), afnemers en leveranciers van de dierhouderij (rechtsboven) en dienstverlening landbouw (rechtsonder) in 2012, in z-scores van locatiequotiënten per gemeente.

### 5.3.3 Overige resources dierhouderij

De sector productie en handel in productiemiddelen voor de landbouw concentreert zich veelal in noordoosten van Nederland (zie figuur 5.4). De sector dierhouderij laat deels de zelfde ruimtelijke spreiding zien, veel gemeenten in het oosten en noordoosten van Nederland zijn gespecialiseerd in dierhouderij (zie figuur 5.4). In Noord-Holland Noord is de gemeente Drechterland het meest gespecialiseerd in deze sector, zowel in aantal vestigingen als aantal banen (zie tabel 5.10). Drechterland huisvest ook een bovengemiddelde concentratie dierhouderijen.

De sector dienstverlening landbouw volgt zoals eerder aangegeven voornamelijk het ruimtelijk spreidingspatroon van de teeltsector. Toch is er ook veel overlap met het spreidingspatroon van de dierhouderij (zie figuur 5.4). Binnen Noord-Holland Noord zijn beide sectoren geconcentreerd in de aangrenzende gemeenten Schermer, Koggenland, Opmeer, Zijpe en Texel. Het spreidingspatroon van de dierhouderij en de sectoren die hier *input* aan leveren, duidt wel op een clustering van het waardesysteem dierhouderij. In het volgende hoofdstuk wordt onderzocht of er ook daadwerkelijk relaties bestaan tussen bedrijven in de gevonden concentraties.

Tabel 5.10 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector productie- en handel in productiemiddelen in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Mill en Sint Hubert	4,19	Oostzaan	13,61
Staphorst	3,97	Oude IJsselstreek	6,55
<b>Drechterland</b>	<b>1,36</b>	<b>Drechterland</b>	<b>0,92</b>
<b>Schermer</b>	<b>0,89</b>	<b>Heerhugowaard</b>	<b>0,49</b>
<b>Hollands Kroon</b>	<b>0,63</b>	<b>Hollands Kroon</b>	<b>0,37</b>

## 5.4 Waardesysteem aquacultuur & visserij

De sector aquacultuur & visserij ontleent haar resources aan speur- en ontwikkelingswerk en producenten en handelaren van productiemiddelen voor de landbouw. Producten komen bij de consument via visverwerking en –handel en handel in voedings- en genotsmiddelen. Deze paragraaf geeft antwoord op de volgende vraag: in welke gemeenten concentreren vestigingen en werkgelegenheid in aquacultuur en visserij zich en hoe verhoudt dit zich tot het ruimtelijk spreidingspatroon van de andere sectoren binnen het waardesysteem?

### 5.4.1 Aquacultuur & Visserij

De sector aquacultuur & visserij concentreert zich met name in gemeenten langs de kust van Nederland. Ook binnen Noord-Holland Noord is de sector aquacultuur & visserij geconcentreerd in de gemeenten die grenzen aan de Noordzee of het IJsselmeer. De gemeente Texel kent op vier Nederlandse gemeenten na de hoogste specialisatie in deze sector. In Texel is het aantal vestigingen en banen vijf standaardafwijkingen hoger dan gemiddeld in Nederland.

Relatief gezien is Texel van alle gemeenten in de Greenport dus het meest gespecialiseerd in aquacultuur & visserij. In de gemeente Hollands Kroon is het absolute aantal vestigingen echter wel hoger. Het aantal banen is in absolute aantallen op Texel het hoogst (185). Naast Texel en Hollands Kroon is de gemeentelijke economie van Den Helder, Enkhuizen en Bergen bovengemiddeld gespecialiseerd in aquacultuur & visserij. Aquacultuur & visserij is de enige Greenport-sector waarin Den Helder een bovengemiddelde concentratie heeft.

De sector aquacultuur & visserij is landelijk gezien de kleinste van alle onderzochte agribusiness sectoren, met ruim 3200 banen in heel Nederland. Met ruim 500 banen is bijna een zesde daarvan te vinden in Noord-Holland Noord. De z-score van de locatiequotiënt voor aantal vestigingen en banen voor heel Noord-Holland Noord wijst dan ook uit dat de sector bovengemiddeld geconcentreerd is in de regio.

Tabel 5.11 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector aquacultuur & visserij in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Urk	14,44	Urk	15,46
Reimerswaal	8,18	Goedereede	7,64
Goedereede	6,77	Reimerswaal	7,58
<b>Texel</b>	<b>5,06</b>	<b>Texel</b>	<b>4,91</b>
<b>Hollands Kroon</b>	<b>1,96</b>	<b>Hollands Kroon</b>	<b>1,97</b>
<b>Den Helder</b>	<b>1,34</b>		

### 5.4.2 Visverwerking & -handel

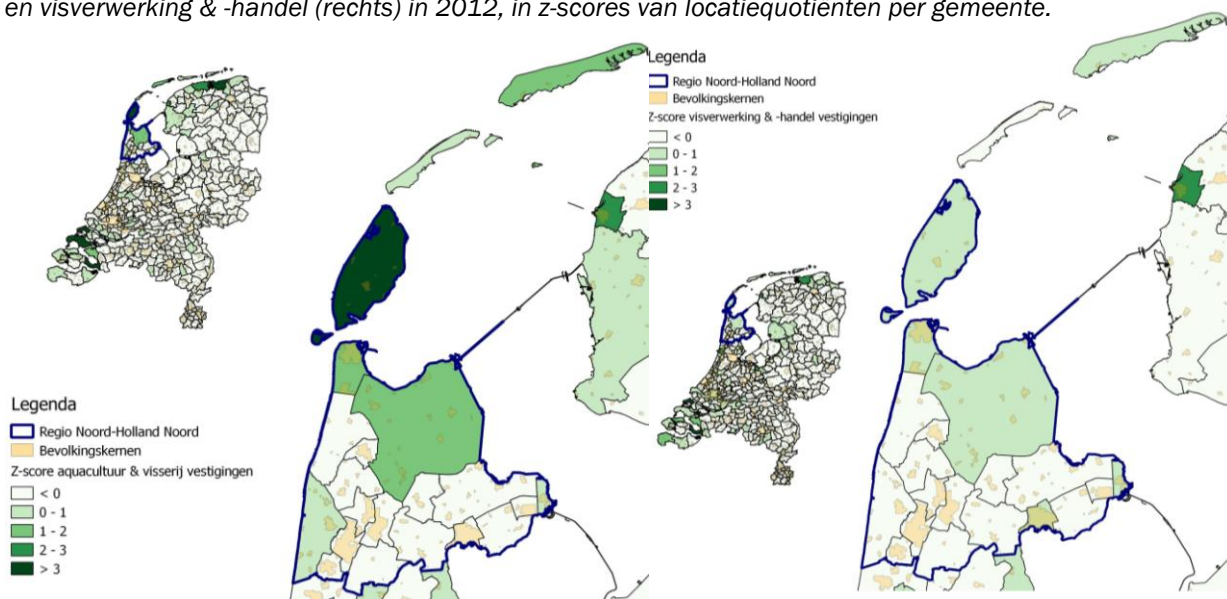
De visverwerking en –handel laat landelijk hetzelfde ruimtelijke spreidingspatroon zien als de sector aquacultuur & visserij (zie figuur 5.5). Ook in Noord-Holland Noord is dit patroon zichtbaar. De gemeenten Enkhuizen, Texel, Den Helder en Hollands Kroon huisvesten zowel een bovengemiddelde concentratie aquacultuur & visserijbedrijven als bedrijven in de visverwerking en –handel. Ook in de gemeente Hoorn is een bovengemiddeld aantal vestigingen en banen in de visverwerking en –handelsector te vinden.

Tabel 5.12 Aantal banen in de sectoren Aquacultuur & Visserij en Visverwerking & -Handel in Noord-Holland Noord, provincie Noord-Holland en Nederland.

	Aquacultuur & Visserij	Visverwerking & -handel
Noord-Holland Noord	516	336
Provincie Noord Holland	669	1735
<b>Aandeel Noord-Holland Noord</b>	<b>77,10%</b>	<b>19,40%</b>
Nederland	3255	10706
<b>Aandeel Noord-Holland Noord</b>	<b>15,90%</b>	<b>3,10%</b>

Bron: LISA (2012); eigen bewerking

Figuur 5.5 Geografische concentratie van vestigingen in de sector aquacultuur & visserij (links), afnemers en visverwerking & -handel (rechts) in 2012, in z-scores van locatiequotiënten per gemeente.



Bron: LISA (2012); eigen bewerking

Landelijk is de sector visverwerking en -handel in aantal banen ruim drie keer zo groot als de sector aquacultuur & visserij. Binnen Noord-Holland Noord zijn echter minder mensen aan het werk binnen de verwerking en handel van vis, dan binnen de aquacultuur & visserij (zie tabel 5.12). De verwerking van en handel in vis uit Noord-Holland Noord lijkt dus met name buiten de regio plaats te vinden. In de provincie Noord-Holland vindt wel veel verwerking van en handel in vis plaats, in de sector zijn ruim 1700 banen. Het aandeel van de regio Noord-Holland Noord in deze werkgelegenheid is minder dan 20%, terwijl gemiddeld 42% van de banen in agribusiness sectoren in Noord-Holland in Noord-Holland Noord zijn te vinden.

## 5.5 Waardesysteem zaadveredeling

Noord-Holland Noord staat bekend om haar vele multinationale bedrijven in de zaadveredelingsector, die gevestigd zijn in het gebied tussen Enkhuizen en Warmenhuizen. Deze bedrijven hebben zelf de regio tot Seed Valley benoemd. De vraag of er een concentratie van vestigingen en banen in deze sector aanwezig is in Noord-Holland Noord kent daarom een weinig verrassend antwoord.

### 5.5.1 Seed Valley meest gespecialiseerde regio in Nederland

De sector zaadveredeling is sterk geconcentreerd in de regio Noord-Holland Noord, in het bijzonder in de gemeenten Enkhuizen, Harenkarspel en Drechterland. In totaal bevindt 15% van het totaal aantal vestigingen in de sector zaadverdeling in Nederland zich in Noord-Holland Noord, dat geldt bovendien voor 30% van de banen. Nationaal ligt het zwaartepunt van de zaadverdelingssector dus in Noord-Holland Noord. Een groep van 48 bedrijven zorgt voor 1771 banen in de regio, de zaadverdelingsbedrijven zijn dus relatief groot met gemiddeld 37 werknemers.

De economieën van de gemeenten Enkhuizen, Drechterland, Medemblik en Harenkarspel zijn bovengemiddeld gespecialiseerd in zaadveredeling. Het aandeel van de vestigingen in de sector is in deze vier gemeenten meer dan 2,5 standaarddeviaties hoger dan het nationale gemiddelde (zie tabel 5.13). De concentratie is in Drechterland en Medemblik lager wanneer gekeken wordt naar het aandeel dat de sector heeft in de gemeentelijke werkgelegenheid, al is dit nog steeds bovengemiddeld. Enkhuizen is de meest gespecialiseerde regio in zaadveredeling van Nederland, zowel in aantal vestigingen als in aantal banen.

Tabel 5.13 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector zaadveredeling in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
<b>Enkhuizen</b>	10,77	<b>Enkhuizen</b>	17,47
Oostflakkee	5,17	<b>Harenkarspel</b>	6,48
Kapelle <sup>10</sup>	4,82	Kapelle	5,58
<b>Drechterland</b>	3,94	Leudal	4,31
<b>Medemblik</b>	2,92	<b>Drechterland</b>	0,73
<b>Harenkarspel</b>	2,51	<b>Medemblik</b>	0,15

De concentratie van het aantal vestigingen in de zaadveredeling is in Enkhuizen, Drechterland en Harenkarspel toegenomen ten opzichte van 2009. Enkel in Medemblik is het relatieve aandeel van het aantal vestigingen licht afgenomen. Kijkend naar de regio als geheel, is zowel het aantal vestigingen als het aantal banen in absolute aantallen toegenomen (zie tabel 5.14). De z-score van de locatiequotiënt voor Noord-Holland Noord als geheel laat zien dat de relatieve specialisatie in zaadveredeling in 2012 in aantal vestigingen is toegenomen ten opzichte van 2009, maar gemeten in werkgelegenheid juist afgenomen. Het gemiddeld aantal werknemers per vestiging is in deze drie jaren gedaald van ruim 43 tot bijna 37. Zoals gezegd zijn de bedrijven nog steeds relatief groot en ook de specialisatie van de regio in zaadveredeling is nog bovengemiddeld, zowel in aantal vestigingen als in werkgelegenheid.

Tabel 5.14 Ontwikkeling van aantal vestigingen en banen in de zaadveredeling tussen 2009 en 2012 voor de regio Noord-Holland Noord.

	2009	2012	Vershil
<b>Vestigingen (absoluut)</b>	36	48	<b>12</b>
<b>Banen (absoluut)</b>	1563	1771	<b>208</b>
<b>Z-score vestigingen</b>	0,789	0,995	<b>0,206</b>
<b>Z-score banen</b>	0,633	0,418	<b>-0,215</b>

### 5.5.2 Speur- en ontwikkelingswerk

Een van de belangrijkste *input*-relaties in het waardesysteem voor de onderzoekssector zaadveredeling is de sector speur- en ontwikkelingswerk. Net als de zaadveredeling concentreert het merendeel van de vestigingen en banen in de sector speur- en ontwikkelingswerk zich in een beperkt aantal gemeenten in Nederland. De meest gespecialiseerde gemeente in speur- en ontwikkelingswerk voor de landbouw is Wageningen, waar de enige land- en tuinbouw georiënteerde universiteit van Nederland is gevestigd. Zowel in aantal vestigingen als in aantal banen kent Wageningen de grootste relatieve concentratie in de sector speur- en ontwikkelingswerk (zie tabel 5.15). Daarnaast bevindt zich een relatief hoge concentratie in Leiden en Leiderdorp, waar zich een *life sciences* cluster bevindt, en in De Bilt waar het KNMI is gevestigd. Na deze gemeenten volgt Enkhuizen als meest gespecialiseerd in speur- en ontwikkelingswerk.

<sup>10</sup> De hoge locatiequotiënt voor de gemeente Kapelle geeft een vertekend beeld, de totale bedrijvenpopulatie in deze gemeente telt slecht 950 bedrijven welke gezamenlijk goed zijn voor ruim 4000 banen. De hoge score wordt met name veroorzaakt door de geringe omvang van de economie van Kapelle en de aanwezigheid van drie middelgrote bedrijven die samen 200 mensen in dienst hebben.

Tabel 5.15 Z-scores van locatiequotiënten van het aantal vestigingen (links) en aantal banen (rechts) voor de sector speur- en ontwikkelingswerk in 2012.

Gemeente	Locatiequotiënt vestigingen (z-score)	Gemeente	Locatiequotiënt banen (z-score)
Wageningen	15,68	Wageningen	15,13
Leiden	5,37	De Bilt	11,67
<b>Enkhuizen</b>	<b>2,71</b>	Leiderdorp	4,87
<b>Hollands Kroon</b>	<b>0,59</b>	<b>Enkhuizen</b>	<b>1,54</b>
<b>Zijpe</b>	<b>0,48</b>	<b>Harenkarspel</b>	<b>0,61</b>
<b>Harenkarspel</b>	<b>0,27</b>	<b>Medemblik</b>	<b>0,06</b>
<b>Medemblik</b>	<b>0,22</b>		
<b>Texel</b>	<b>0,13</b>		

Ook de andere twee gemeenten binnen Noord-Holland Noord met een bovengemiddelde concentratie van speur- en ontwikkelingswerkbedrijven en –banen, zijn zeer gespecialiseerd in zaadveredeling. Het gaat om de gemeenten Harenkarspel en (in mindere mate) Medemblik. In de *Seed Valley* concentreren zich naast zaadveredelaars dus ook andere kennisintensieve bedrijven. Of het bestaan van relaties tussen bedrijven uit beide sectoren een verklaring biedt voor dit gezamenlijke concentratiepatroon wordt onderzocht in de volgende twee hoofdstukken.

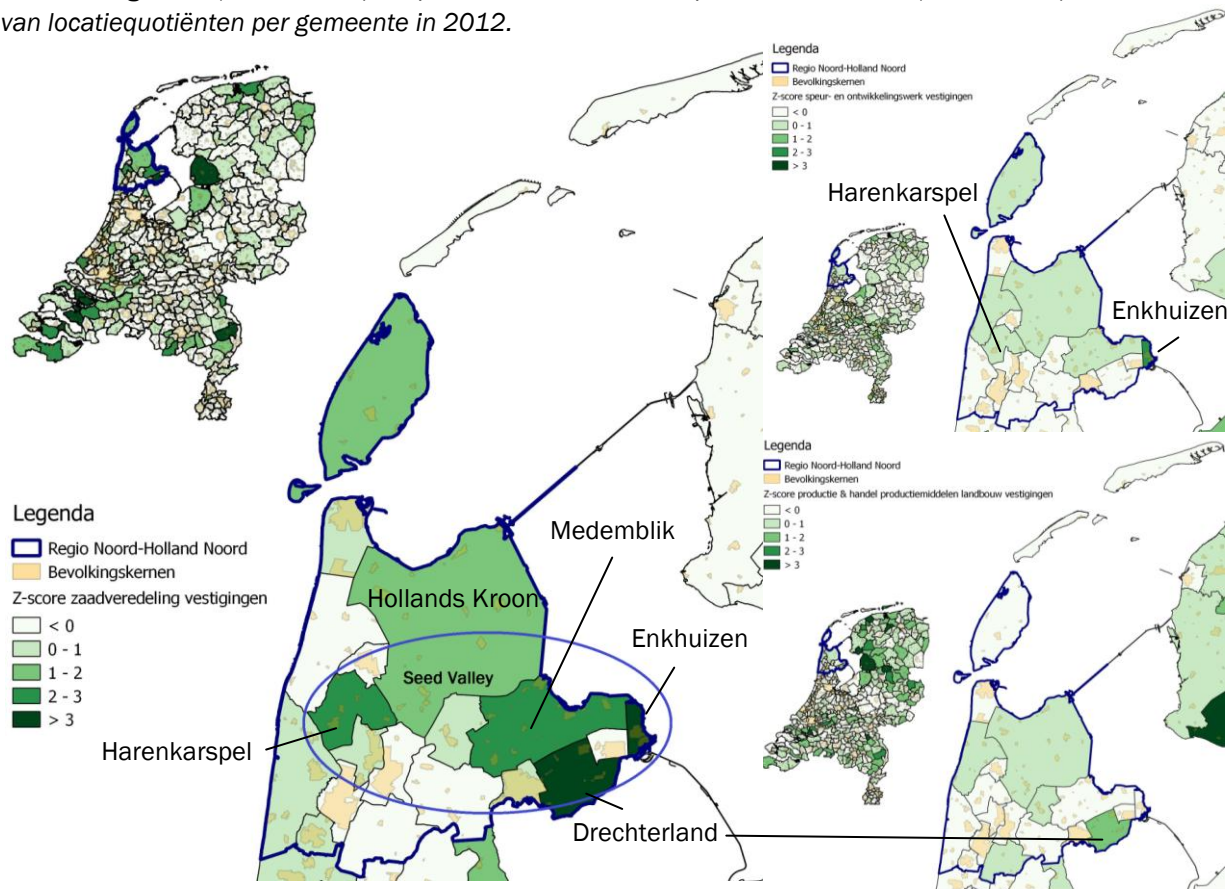
### 5.5.3 Productie- en handel in productiemiddelen

In alle vier de waardesystemen is de sector *productie- en handel in productiemiddelen* een van de *resource*-leverende sectoren. De sector lijkt zich, net als speur- en ontwikkelingswerk, te concentreren in dezelfde gemeenten als de zaadveredeling, of in aangrenzende gemeenten (zie figuur 5.6). De gemeente Drechterland is binnen Noord-Holland Noord het meest gespecialiseerd in de productie en handel in productiemiddelen. Deze gemeente heeft eveneens een hoge z-score voor de locatiequotiënten van vestigingen en banen in de zaadverdeling.

Ook de gemeenten Hollands Kroon en Opmeer huisvesten zowel een bovengemiddeld aantal vestigingen in de sector zaadveredeling als in de productie- en handel in productiemiddelen. De gemeente Zijpe heeft eveneens een bovengemiddelde concentratie vestigingen in deze sector en grenst aan de *Seed Valley*.



Figuur 5.6 Geografische concentratie van vestigingen in de sector zaadveredeling (links), speur- en ontwikkelingswerk (rechtsboven) en productie- en handel in productiemiddelen (rechtsonder). In Z-scores van locatiequotiënten per gemeente in 2012.



Bron: LISA (2012); eigen bewerking

## 5.6 Conclusie

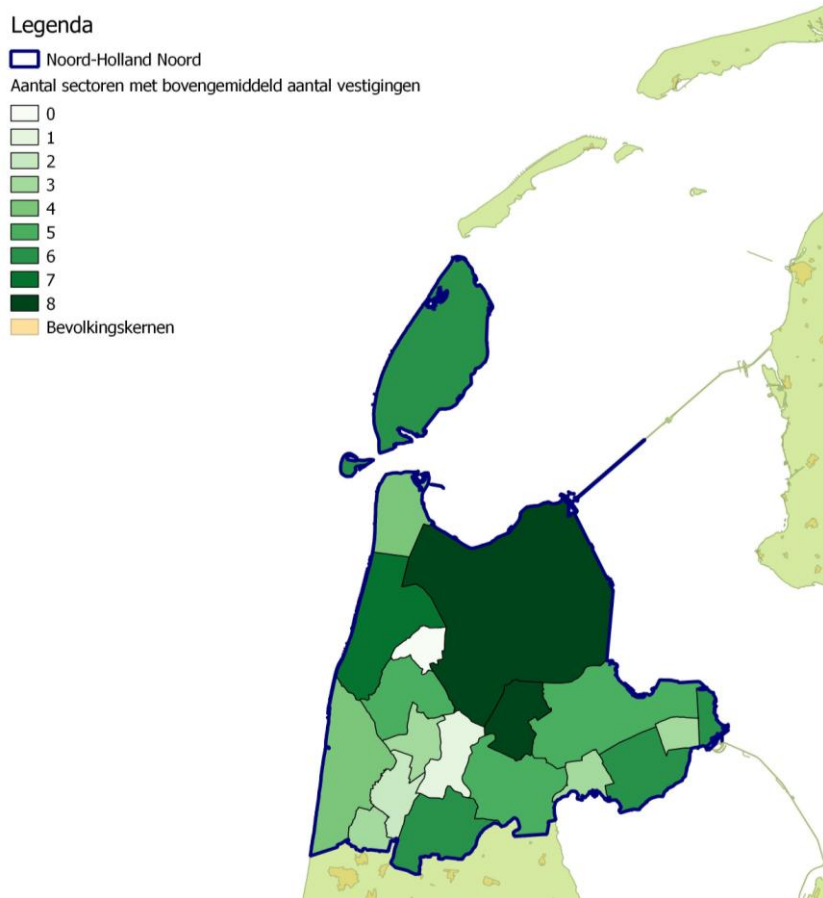
In dit eerste deel van het empirisch onderzoek is onderzocht in hoeverre Noord-Holland Noord voldoet aan de eerste vereiste van een cluster; een geografische concentratie van bedrijven binnen een sector, toeleveranciers, afnemers en anderzijds gerelateerde bedrijvigheid. De eerste hypothese die hierover in hoofdstuk 2 werd gepresenteerd is de volgende:

*H1: Elke deelsector heeft in minstens twee gemeenten in Noord-Holland Noord een bovengemiddeld aandeel in de gemeentelijke economie ten opzichte van het nationale aandeel van deze sectoren.*

Voor elke sector binnen het agribusiness waardesysteem geldt dat twee of meer gemeenten een bovengemiddelde concentratie hebben van aantal vestigingen en aantal banen. De eerste hypothese kan dus worden aangenomen. Er bestaat een bovengemiddelde concentratie van agribusiness sectoren in Noord-Holland Noord. De Greenport-sectoren zaadveredeling en teelt steken daarbij boven de andere sectoren uit. Respectievelijk 12 en 11 van de 19 gemeenten in Noord-Holland Noord kennen een bovengemiddelde concentratie van banen in deze sectoren. Bij de zaadveredeling is de Seed Valley duidelijk terug te zien in het ruimtelijk spreidingspatroon, de teeltsector is meer verspreid over de regio. Ook andere Greenports in Nederland kennen hoge concentraties van vestigingen en banen in deze sector. De dierhouderij concentreert zich in het zuiden van de Noord-Holland Noord en op Texel. De sector aquacultuur & visserij is landelijk en in Noord-Holland Noord geconcentreerd in de kustgemeenten.

Alleen in de gemeente Schagen is geen enkele agribusiness sector bovengemiddeld geconcentreerd. De overige gemeenten kennen in minstens een van de sectoren binnen het waardesysteem van de Greenport een bovengemiddeld aantal vestigingen. De gemeenten Hollands Kroon en Opmeer zijn daarmee het meest gespecialiseerd in de agribusiness, met een bovengemiddeld aantal vestigingen in de acht sectoren (zie figuur 5.10).

*Figuur 5.7 Aantal agribusiness-sectoren met een bovengemiddeld aantal vestigingen, per gemeente in 2012*



Bron: LISA (2012); eigen bewerking

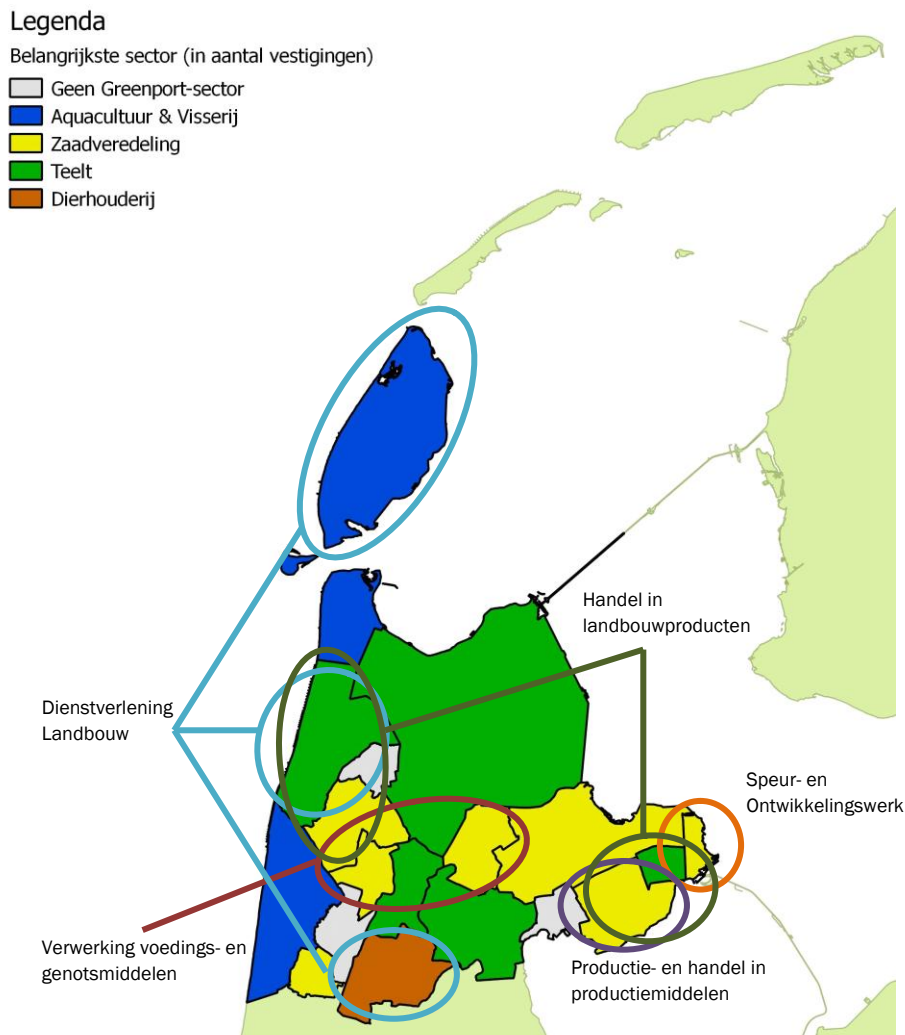
Vervolgens is per Greenport-sector onderzocht waar de gerelateerde sectoren uit het waardesysteem zich ruimtelijk concentreren en of dit dezelfde of aangrenzende gemeenten zijn als de Greenport-sectoren zelf. Vanuit de literatuur werd daarover de volgende verwachting uitgesproken:

*H2: Het ruimtelijk spreidingspatroon van een deelsector komt overeen met het ruimtelijk spreidingspatroon van de deelsector(en) waaraan ze het meest gerelateerd is.*

De sectoren speur- en ontwikkelingswerk en productie- en handel in productiemiddelen voor de landbouw concentreren zich inderdaad in dezelfde of aangrenzende gemeenten als de zaadveredeling. Het ruimtelijk spreidingspatroon komt voor het gehele waardesysteem van de zaadveredeling dus overeen.

De sector productie- en handel in productiemiddelen concentreert zich in dezelfde gemeenten als de zaadveredeling, maar toont ook overeenkomsten met het ruimtelijk spreidingspatroon van de teeltsector. De sector dienstverlening landbouw volgt landelijk gezien het spreidingspatroon van de teeltsector. Ook binnen Noord-Holland Noord hebben de gemeenten met de hoogste concentratie dienstverleners ook de hoogste concentraties teeltbedrijven. De afnemers van teeltproducten concentreren zich nationaal gezien rondom de veilingen in Aalsmeer, Barendrecht en Naaldwijk. Toch is er een bovengemiddelde concentratie van de sectoren handel in landbouwproducten, voedselverwerking en in mindere mate handel in voedings- en genotsmiddelen waar te nemen in Noord-Holland Noord. De voedselverwerkingsector concentreert zich met name in het westen van de regio; de handelaren in landbouwproducten zijn, net als teeltbedrijven, meer verspreid over de regio.

Figuur 5.8 Belangrijkste Greenport-sector per gemeente en concentratie van de overige agribusiness sectoren in Noord-Holland Noord.



Bron: LISA (2012); eigen bewerking

De sector dierhouderij is slechts in enkele gemeenten in Noord-Holland Noord bovengemiddeld geconcentreerd. Opmerkelijk is dat de afnemers en leveranciers van de dierhouderij slechts in twee gemeenten in Noord-Holland Noord bovengemiddeld geconcentreerd zijn; Schermer en Opmeer. Hier bevindt zich ook de hoogste concentratie van dierhouderijen in de regio. Een kleine overlap van concentraties bestaat ook met de productie- en handel in productiemiddelen, die zich net als de dierhouderij concentreert in de gemeente Drechterland.

Binnen het waardesysteem van aquacultuur & visserij is tenslotte te zien dat de specifieke afnemers van de visserij zich net als de sector zelf concentreren in de kustgemeenten. Dat geldt voor heel Nederland en dus ook voor Noord-Holland Noord. Het is daarbij opmerkelijk dat de sector aquacultuur & visserij relatief sterk aanwezig is in de Greenport, maar dat er relatief weinig vestigingen en banen zijn in de sector visverwerking en -handel.

Overkoepelend kan worden geconcludeerd dat het ruimtelijk spreidingspatroon van agribusinesssectoren het spreidingspatroon volgt van de sectoren waaraan de sector het meest gerelateerd is binnen het waardesysteem. De tweede hypothese wordt bevestigd.

Omdat de Greenport een lange termijn visie kent (2033), is ook onderzocht hoe de concentratie van vestigingen en werkgelegenheid van de agribusiness sectoren zich door de tijd heeft ontwikkeld. Aan het begin en einde van een periode van drie jaar is de geografische concentratie daarom vergeleken, waarover de volgende verwachting is uitgesproken:

*H3: De concentratie van bedrijven in greenport-sectoren is tussen 2009 en 2012 toegenomen.*

In aantal vestigingen is de concentratie van een aantal sectoren licht afgenomen ten opzichte van 2009, kijkend naar de opgetelde verschillen in z-scores van locatiequotiënten van alle gemeenten. Van de primaire Greenport-sectoren is dit het geval voor de teelt, al is de concentratie in aantal banen gemiddeld wel toegenomen in deze sector. De dierhouderij laat als enige primaire agrarische sector een dalende concentratie van werkgelegenheid zien, bij een toegenomen concentratie vestigingen. Dit zou kunnen duiden op kleiner wordende dierhouderijbedrijven, tegenover groter wordende teeltbedrijven. De concentratie van de sectoren zaadveredeling en aquacultuur & visserij is in 2012 zowel in vestigingen als werkgelegenheid toegenomen ten opzichte van 2009.

*Tabel 5.16 Gemiddelde z-score van locatiequotiënten van aantal vestigingen en banen voor alle agribusiness sectoren samen voor heel Noord-Holland Noord in 2009 en 2012.*

	Z-score 2009	Z-score 2012	Vershil
Gemiddelde concentratie vestigingen	-0,042	-0,009	0,033
Gemiddelde concentratie banen	0,012	0,319	0,306

*Bron: LISA (2012); eigen bewerking*

De gemiddelde concentratie van alle agribusiness-sectoren samen voor heel Noord-Holland Noord is zowel in aantal vestigingen als in aantal banen toegenomen (zie tabel 5.17). De derde hypothese wordt dus ook bevestigd.

*Tabel 5.17 Overzicht getoetste hypothesen in hoofdstuk 5.*

<i>H1: Elke deelsector heeft in minstens twee gemeenten in Noord-Holland Noord een bovengemiddeld aandeel in de gemeentelijke economie ten opzichte van het nationale aandeel van deze sectoren.</i>	<b>Bevestigd</b>
Teelt en zaadveredeling hoogste concentraties en grootst aantal gemeenten gespecialiseerd in deze sectoren	
<i>H2: Het ruimtelijk spreidingspatroon van een deelsector komt overeen met het ruimtelijk spreidingspatroon van de deelsector(en) waaraan ze het meest gerelateerd is.</i>	<b>Bevestigd</b>
Relatief weinig visverwerking- en handel in NHN, spur- en ontwikkelingswerk en productie- en handel productiemiddelen volgen zaadveredeling, dienstverlening landbouw en handel landbouwproducten volgen teelt.	
<i>H3: De concentratie van bedrijven in greenport-sectoren is tussen 2009 en 2012 toegenomen.</i>	<b>Bevestigd</b>
Teelt lagere concentratie vestigingen, dierhouderij lagere concentratie banen. Daarnaast alle Greenport-sectoren hogere concentratie van vestigingen en banen. Duidt op groter wordende teeltbedrijven en kleiner wordende dierhouderijen.	

## 6. Honkvast door lokaal bedrijfsnetwerk?

In het vorige hoofdstuk is de eerste component van het cluster onderzocht, de geografische concentratie van vestigingen en banen in de agribusiness sectoren. Wanneer bedrijven ook binnen Noord-Holland Noord relaties met elkaar aangaan, kan de Greenport een cluster worden genoemd. In dit hoofdstuk wordt in de eerste drie paragrafen de derde deelvraag beantwoord:

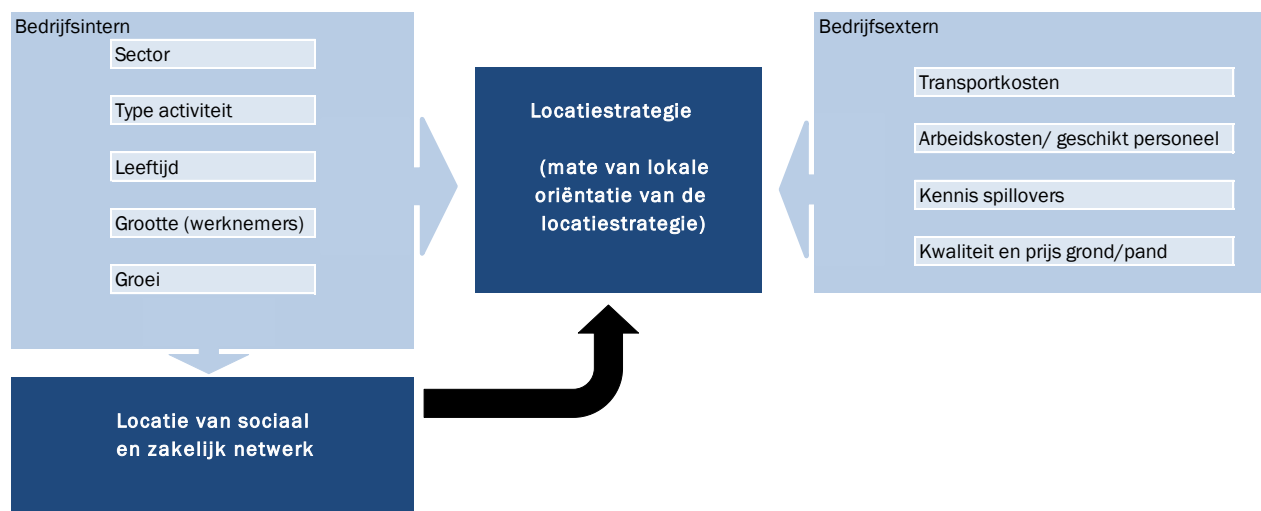
(3) In hoeverre bestaan er relaties tussen bedrijven uit de greenport-sectoren en toeleveranciers, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?

Vervolgens wordt ingegaan op de centrale vraag in dit onderzoek; heeft een lokaal georiënteerd netwerk van bedrijfsrelaties invloed op de oriëntatie van de locatiestrategie. Met andere woorden, wanneer een bedrijf lokaal veel relaties heeft, is het dan meer geneigd op de huidige locatie te blijven of zou het zich dan eerder binnen de regio verplaatsen wanneer verplaatsing nodig is? Op deze vraag wordt ingegaan in 6.5 en een kwalitatieve verdieping volgt in hoofdstuk 7. Hiermee wordt de vierde deelvraag beantwoord:

(4) In hoeverre hangt de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie van bedrijven in de greenport-sectoren samen met de aanwezigheid van relaties met bedrijven, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?

Het verband tussen de locatie van het sociaal en zakelijk netwerk en de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord en andere variabelen die daar mogelijk op van invloed zijn is schematisch weergegeven in figuur 6.1.

*Figuur 6.1 Welke factoren beïnvloeden de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord?*



## 6.1 Afnemers en leveranciers

Binnen het netwerk van bedrijfsrelaties wordt allereerst gekeken naar waar de belangrijkste afnemers en leveranciers van bedrijven in Noord-Holland Noord zijn gevestigd. Vanuit de bestudeerde literatuur is daarover de volgende hypothese geformuleerd:

*H4: Het merendeel (> 50%) van de afnemers en toeleveranciers van bedrijven in Noord-Holland Noord bevindt zich binnen de regio Noord-Holland Noord, maar dit aandeel verschilt naar grootte, sector, leeftijd van het bedrijf en het aantal jaren van vestiging in de regio.*

### 6.1.1 Afnemers

Zoals toegelicht in hoofdstuk 4, zijn de vestigingsplaatsen van afnemers ingedeeld in vijf categorieën met een score van 1 (buitenland) tot 5 (Noord-Holland Noord). Gecombineerd met het aandeel van de eerste, tweede en derde afnemer in de afzet is een score berekend die aangeeft in welke mate een bedrijf lokaal georiënteerd is voor haar afnemers. Het gemiddelde van alle bedrijven op deze score is 2,65. Agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord kiezen dus in beperkte mate hun afnemers lokaal, een product uit Noord-Holland Noord wordt gemiddeld gezien afgezet tussen de eerste en tweede 'ring' provincies rondom Noord-Holland.

Voor de afnemers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord geldt dat bijna 40% van de eerste, tweede en derde belangrijkste afnemers binnen Noord-Holland Noord gevestigd zijn (zie tabel 6.1). Bijna 18% van de afnemers is gevestigd binnen de provincie Noord-Holland, maar buiten de regio Noord-Holland Noord. Daarvan gaat 7,4% naar Aalsmeer, waar een van de grootste veilingen van Nederland is gevestigd. In totaal is dus bijna 60 % van de afnemers binnen de provincie gevestigd. De afzet van agrarische bedrijven in de regio gaat met name naar afnemers binnen Nederland, slechts 4% van de directe afnemers is in het buitenland gevestigd. Dit betekent niet dat de producten niet indirect geëxporteerd worden. De bedrijven hebben benoemd waar zij hun producten afzetten, de afnemer kan het product al dan niet verwerkt wel exporteren. Het merendeel van de ondervraagde bedrijven zijn actief in de primaire agrarische sector. Wanneer handelsbedrijven en verwerkers van landbouwproducten meer vertegenwoordigd zouden zijn in de respons, was de verdeling in tabel 6.1 waarschijnlijk meer naar buiten de regio en provincie gericht.

*Tabel 6.1 Vestigingsplaats van eerste, tweede en derde belangrijkste afnemers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.*

<b>Vestigingsplaats afnemer</b>	<b>Aantal</b>	<b>Relatief (%)</b>
Noord-Holland Noord	88	39,3
Noord-Holland	40	17,9
Eerste ring provincies	57	25,5
Tweede ring provincies	30	13,4
Buitenland	9	4,0
<b>Totaal (N)</b>	<b>224</b>	<b>100</b>

In de ruimtelijke spreiding van de afnemers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord zijn de veilingen van agrarische producten duidelijk terug te zien (zie figuur 6.2). Veel van de afnemers zijn weliswaar buiten Noord-Holland Noord, maar op relatief korte geografische afstand van de regio gevestigd. Plaatsen in Noord-Holland (buiten Noord-Holland Noord) en Zuid-Holland worden relatief vaak genoemd als vestigingsplaats van de eerste, tweede of derde belangrijkste afnemer. Ook is te zien dat plaatsen in de Greenport Venlo een aantal keren wordt genoemd als vestigingsplaats van een afnemer.

Figuur 6.2 Vestigingsplaats van de eerste, tweede en derde belangrijkste afnemers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord (buitenlandse afnemers niet weergegeven).



Bron: GoogleMaps; eigen bewerking

Een relatief groot aandeel van de belangrijkste afnemers is actief in de verwerking van landbouwproducten tot voedsel (samen 23,4%) en ruim een kwart van de belangrijkste afnemers zijn bloemen- of bloembollenexporteurs, groothandels of veilingen (handel in voedings- en genotsmiddelen/ landbouwproducten in tabel 6.2). Een groot aandeel van de belangrijkste afnemers behoort echter tot de acht Greenport-sectoren, samen goed voor 43%. Akkerbouw en dierhouderij zijn daarbinnen de sectoren waar de meeste afnemers toe behoren (samen 30,9%). Voor alle afnemers die deel uitmaken van een Greenport-sector geldt dat 60% binnen Noord-Holland Noord is gevestigd.

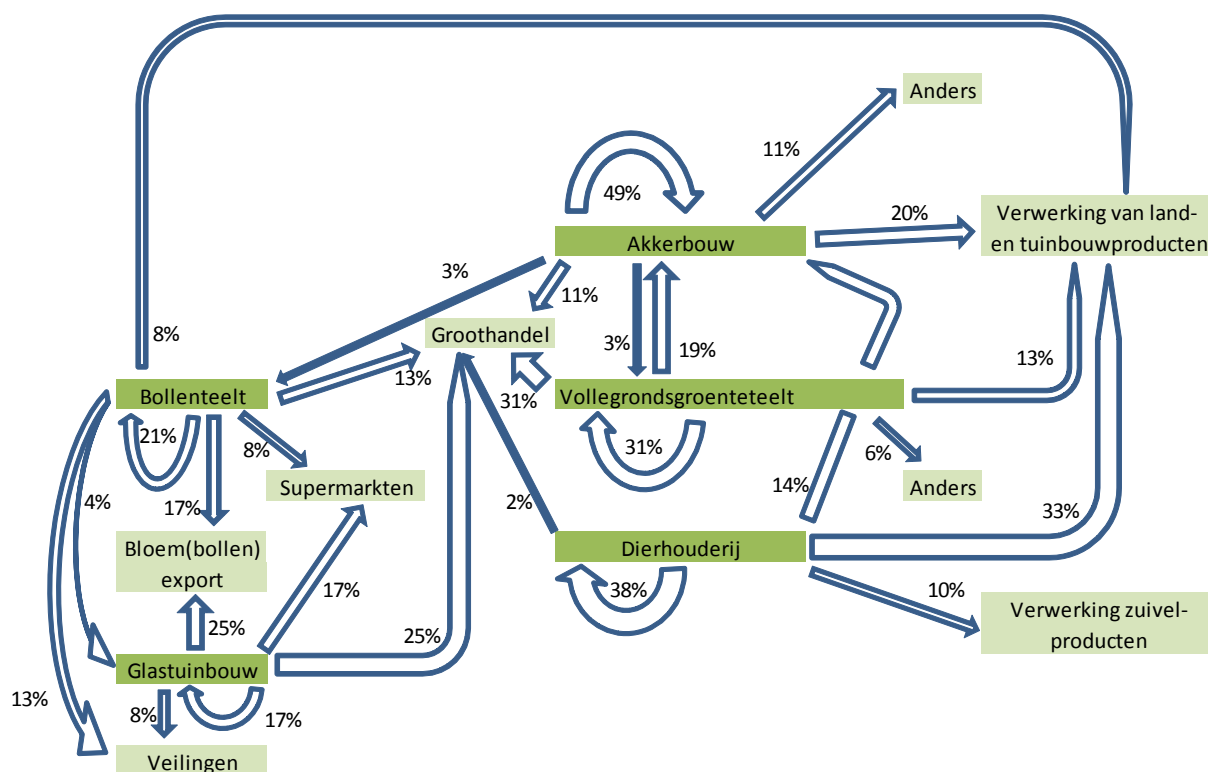
Van de tweede en derde afnemers behoort de grootste groep tot de sector akkerbouw, respectievelijk 17 en 19 procent. De tweede en derde belangrijkste afnemers zijn relatief vaker exportgeoriënteerd. Respectievelijk 7 en 9 procent van de tweede en derde belangrijkste afnemers behoren tot de sectoren bloem(bollen) export en overige export.

Tabel 6.2 Sector van de eerste, tweede en derde belangrijkste afnemers.

Sector afnemer	Afnemer 1	Relatief	Afnemer 2	Afnemer 3	Totaal	Relatief
Handel in voedings- en genotsmiddelen/ landbouwproducten	30	26,90%	29	15	74	30,80%
Verwerking voedsel	26	23,40%	15	14	55	23,10%
Akkerbouw	18	16,30%	13	10	41	17,10%
Dierhouderij	16	14,60%	9	1	26	10,90%
Bollenteelt	5	4,60%	5	5	15	6,20%
Vollegrondsgroenteteelt	5	4,30%	1	0	6	2,40%
Glastuinbouw, Fruitteelt, Zaadveredeling	4	3,10%	2	5	11	4,30%
Anders	8	6,90%	1	3	12	4,90%
<b>Totaal</b>	<b>112</b>	<b>100,00%</b>	<b>74</b>	<b>53</b>	<b>239</b>	<b>100,00%</b>
<b>Binnen Greenport-sectoren</b>	<b>48</b>	<b>42,90%</b>	<b>29</b>	<b>21</b>	<b>98</b>	<b>41,10%</b>

Een groot deel van de afnemers van agrarische bedrijven in de Greenport behoort tot de akkerbouw (zie tabel 6.2). Specifiek zijn akkerbouwbedrijven relatief vaak de belangrijkste afnemer voor de sectoren aquacultuur & visserij, zaadveredeling, vollegrondsgroenteteelt, dierhouderij en de akkerbouw zelf (zie figuur 6.3). Een dierhouderij-bedrijf kan bijvoorbeeld mest leveren aan een akkerbouwbedrijf waarmee die haar land bemest.

Figuur 6.3 Schema met belangrijkste afnemers-relaties per sector<sup>11</sup>. Percentages zijn aandelen in de belangrijkste afnemer van een sector.



De helft van de akkerbouwers geeft aan dat de belangrijkste afnemer een akkerbouwbedrijf is. Maar niet alleen bij akkerbouwbedrijven is de belangrijkste afnemer vaak actief in de eigen sector. Binnen alle Greenport-sectoren, met uitzondering van de aquacultuur & visserij, gaat een deel van de afzet naar

<sup>11</sup> Vanwege een lage respons in de sectoren zaadveredeling en aquacultuur & visserij zijn deze sectoren niet in dit schema opgenomen.



bedrijven uit de eigen sector. In het volgende hoofdstuk wordt naar een verklaring hiervoor gezocht.

Verder is in figuur 6.3 te zien dat de afnemers van de bollenteelt en de glastuinbouw veel in dezelfde sectoren zijn te vinden. De veilingen, supermarkten, bloem(bollen) export en groothandel wordt door bedrijven uit beide sectoren veel genoemd als belangrijkste afnemer. Glastuinbouwbedrijven zijn onder te verdelen in sierteelt-bedrijven en groenteteelt-bedrijven, waarvan de eerste groep veel overeenkomsten vertoont met de bollensector. Bollen zijn immers ook sierteelt-producten en worden door dezelfde afnemers afgenomen als sierteelt-producten uit de glastuinbouw.

#### Verklaring voor locatie van het bedrijfsnetwerk

Hypothese vier stelt ook dat de locatie van afnemers van een bedrijf afhankelijk is van de grootte van een bedrijf, de sector waarin zij actief is en de leeftijd van het bedrijf en de tijd dat het bedrijf binnen Noord-Holland Noord gevestigd is. De grootte van een bedrijf heeft inderdaad invloed op waar haar afnemers zich bevinden; de afzet van grotere bedrijven gaat relatief vaker naar afnemers buiten de regio dan bij kleinere bedrijven (zie tabel 6.3). Het verband is tamelijk zwak (zie Cramer's V in tabel 6.3). Een mogelijke verklaring hiervoor is dat grotere bedrijven ook meer afzet hebben, die ze niet volledig bij afnemers binnen Noord-Holland Noord kunnen afzetten. Kleine bedrijven kunnen hun kleinere productie soms nog wel binnen de regio afzetten, maar bedrijven met meer dan 6 fte hebben al hun afnemers buiten Noord-Holland Noord.

Tabel 6.3 locatie van afnemers naar grootte van bedrijven in aantal banen.

		Binnen Noord-Holland Noord	Buiten Noord-Holland Noord	Totaal
<b>0 fte</b>	Abs.	11	23	<b>34</b>
	Rel. (%)	32,4%	67,6%	<b>100,0%</b>
<b>0,5 – 5,5 fte</b>	Abs.	5	36	<b>41</b>
	Rel. (%)	12,2%	87,8%	<b>100,0%</b>
<b>6 fte of meer</b>	Abs.	1	29	<b>30</b>
	Rel. (%)	3,3%	96,7%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>17</b>	<b>88</b>	<b>105</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>16,0%</b>	<b>84,0%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 10,638 ; sig. 0,005 ; Cramer's V = 0,319

Vanuit de literatuur is de verwachting dat wanneer bedrijven ergens langer gevestigd zijn, zij een netwerk van afnemers, leveranciers en samenwerkingspartners opbouwen in de nabijheid van die locatie. Er bestaat echter geen verband tussen de periode van vestiging op de huidige locatie en de locatie van de afnemers van agrarische bedrijven (zie tabel 6.4). Een mogelijke verklaring hiervoor is de relatief lage concentratie van bedrijven in sectoren in de verwerking- en logistieke kolom van het waardesysteem (zie hoofdstuk 5). Al zouden bedrijven lokaal op zoek gaan naar afnemers vinden ze deze niet omdat ze maar in beperkte mate aanwezig zijn in Noord-Holland Noord.

Tabel 6.4 locatie van afnemers naar periode van vestiging op de huidige locatie.

		Binnen NHN	Buiten NHN	Totaal
<b>Korter dan 50 jaar</b>	Abs.	13	53	<b>66</b>
	Rel. (%)	19,7%	80,3%	<b>100,00%</b>
<b>Langer dan 50 jaar</b>	Abs.	5	42	<b>47</b>
	Rel. (%)	10,6%	89,4%	<b>100,00%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>18</b>	<b>95</b>	<b>113</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>15,9%</b>	<b>84,1%</b>	<b>100,00%</b>

Chi2 = 1,682 ; sig. 0,195

Ook de leeftijd van het bedrijf houdt geen verband met de locatie van de afnemers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord (zie tabel 6.5). Hiervoor geldt dezelfde verwachting als de periode van vestiging op de huidige locatie; naarmate een bedrijf ouder is wordt verwacht dat zij meer lokale relaties onderhoudt. Dat beide verbanden niet worden gevonden valt deels te verklaren door de categorisering van de variabelen; bedrijven die ergens korter dan 50 jaar zijn gevestigd kunnen al een sterk lokaal netwerk hebben opgebouwd – hetzelfde geldt voor bedrijven die al 30 jaar bestaan.

Tabel 6.5 locatie van afnemers naar leeftijd van het bedrijf.

		Binnen NHN	Buiten NHN	Totaal
Jonger dan 30 jaar	Abs.	6	25	31
	Rel. (%)	19,40%	80,60%	100,00%
30 - 59 jaar	Abs.	7	32	39
	Rel. (%)	17,90%	82,10%	100,00%
60 jaar of ouder	Abs.	4	37	41
	Rel. (%)	9,80%	90,20%	100,00%
Totaal	Abs.	17	94	111
	Rel. (%)	15,30%	84,70%	100,00%

Chi2 = 1,576 ; sig. 0,455

De locatie van afnemers verschilt ook niet per onderzoekssector, waar dit wel de verwachting was (zie tabel 6.6). Vanwege de lage respons van bedrijven in de sectoren zaadveredeling en aquacultuur & visserij is hier alleen het verschil tussen dierhouderij en teelt onderzocht. Dit verklaart mogelijk dat er geen verschil wordt gevonden, omdat de producten van teelt- en dierhouderijbedrijven deels naar afnemers in dezelfde sectoren in het waardesysteem gaan (zie waardesysteem in 4.2.1).

Tabel 6.6 locatie van afnemers naar onderzoekssector.

		Binnen NHN	Buiten NHN	Totaal
Teelt	Abs.	8	61	69
	Rel. (%)	11,60%	88,40%	100,00%
Dierhouderij	Abs.	7	27	34
	Rel. (%)	20,60%	79,40%	100,00%
Totaal	Abs.	15	88	103
	Rel. (%)	14,60%	85,40%	100,00%

Chi2 = 1,481 ; sig. 0,224

### 6.1.2 Leveranciers

In tegenstelling tot de afnemers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord, bevindt het merendeel van de leveranciers zich binnen de regio Noord-Holland Noord (zie tabel 6.7). Het vorige hoofdstuk wees al uit dat leveranciers van de Greenport-sectoren meer het ruimtelijk spreidingspatroon van deze sectoren volgen dan de afnemers. Het beeld van afnemers en leveranciers van de ondervraagde bedrijven duidt ook op een groter aantal leveranciers dan afnemers in Noord-Holland Noord.

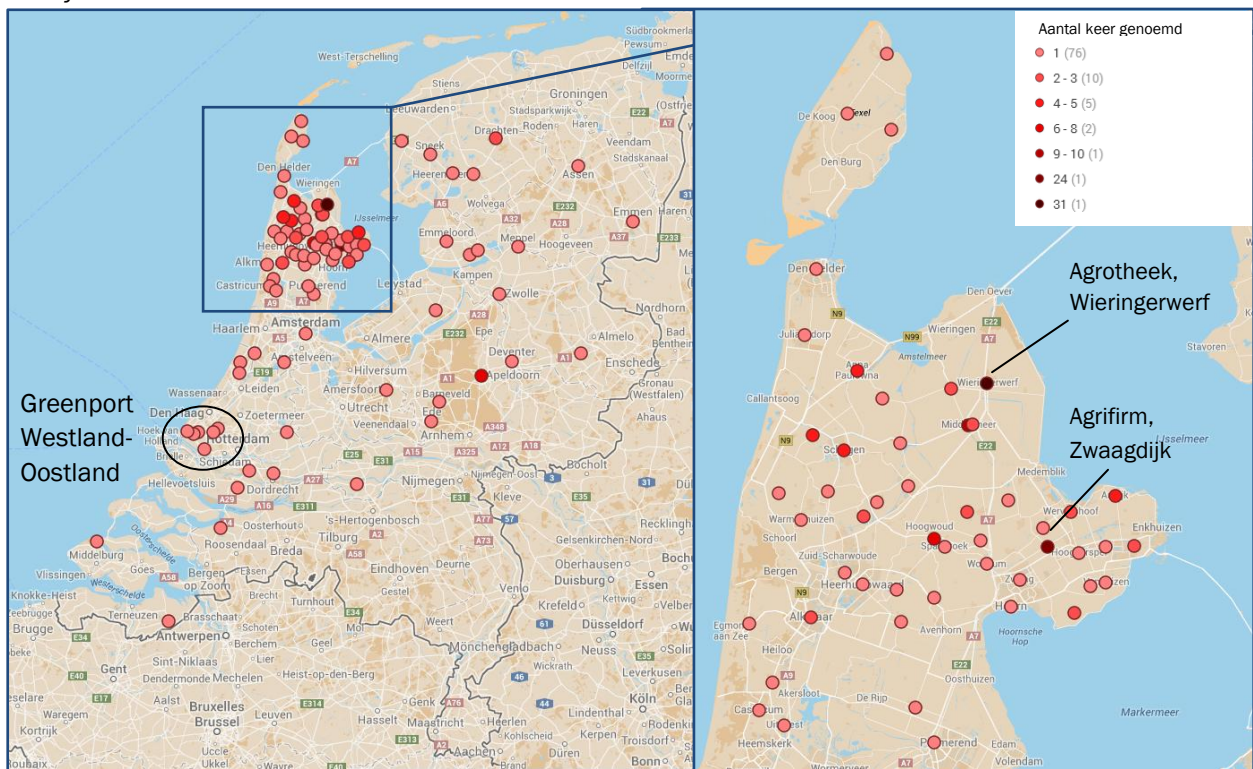
Voor de vestigingsplaatsen van leveranciers is een score berekend die de mate van lokale oriëntatie op leveranciers aangeeft (zie 4.3.2, p. 45-46). Het gemiddelde van 3,75 op deze score bevestigt dat bedrijven in de Greenport meer lokaal zijn georiënteerd met betrekking tot leveranciers dan bij de afzet van producten.

Tabel 6.7 Vestigingsplaats van de eerste, tweede en derde belangrijkste leverancier van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.

Vestigingsplaats leverancier	Aantal	Relatief (%)
Noord-Holland Noord	163	74,0
Noord-Holland	10	4,6
Eerste ring provincies	26	11,8
Tweede ring provincies	20	9
Buitenland	1	0,5
<b>Totaal (N)</b>	<b>220</b>	<b>100</b>

Wieringerwerf en Zwaagdijk komen naar voren als de plaatsen waar de meeste bedrijven een leverancier hebben (zie figuur 6.4). In Wieringerwerf is Agrotheek gevestigd, een grote leverancier van gewasbeschermingsmiddelen, meststoffen, zaden, veevoeders en bollennetten (Agrotheek.nl, 2014). Een aantal bedrijven noemt deze leverancier ook expliciet. In Zwaagdijk is ook een coöperatie gevestigd waarin boeren en tuinders hun inkoopkracht hebben gebundeld, Agrifirm genaamd (Agrifirm.com, 2014). Buiten Noord-Holland Noord is een clustertje van plaatsen in de Greenport Westland-Oostland te zien waar leveranciers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord zich bevinden (zie figuur 6.4).

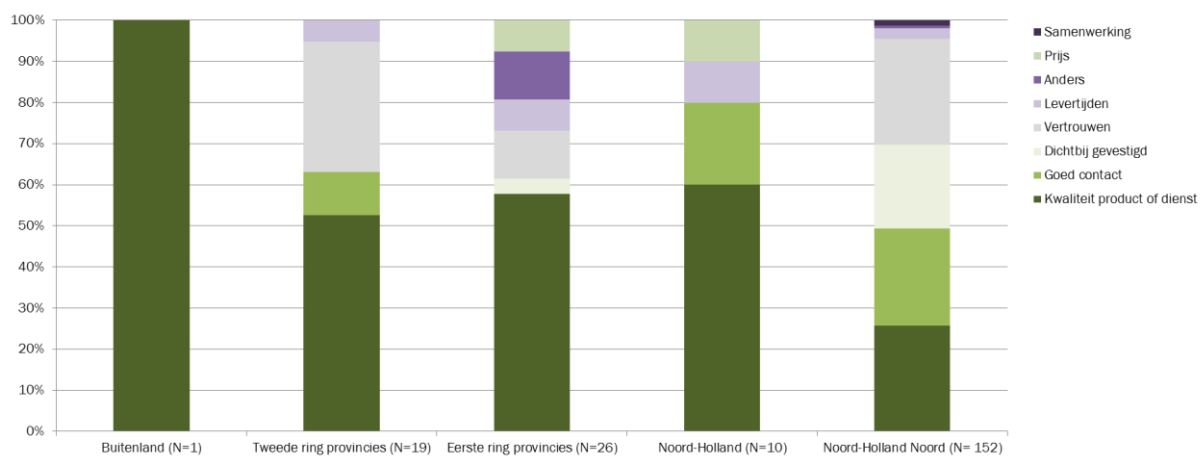
Figuur 6.4 Vestigingsplaats van de eerste, tweede en derde belangrijkste leverancier van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.<sup>12</sup>



Bron: GoogleMaps; eigen bewerking

De belangrijkste reden om voor een leverancier buiten Noord-Holland Noord te kiezen is de kwaliteit van het product of dienst van die leverancier (zie figuur 6.5). Die reden wordt relatief minder vaak genoemd bij leveranciers die in Noord-Holland Noord zijn gevestigd. Daarbij worden vertrouwen in de leverancier en goed contact met de ondernemer of werknemers van de leverancier net zo vaak als reden genoemd om zaken te doen met een bedrijf binnen Noord-Holland Noord (24%). Bij een vijfde van de leveranciers uit Noord-Holland Noord wordt het feit dat dat bedrijf dichtbij is gevestigd als reden gegeven om zaken te doen.

Figuur 6.5 Belangrijkste reden om zaken te doen met de eerste, tweede en derde belangrijkste leverancier, naar vestigingsplaats van de leverancier.



Relaties met leveranciers uit de regio lijken dus een andere motivatie te hebben dan relaties met leveranciers buiten de regio. Vertrouwen en goed contact met het bedrijf spelen inderdaad een grotere rol

<sup>12</sup> Alleen de Nederlandse leveranciers zijn hier weergegeven

dan de kwaliteit van product of dienst wanneer de leverancier binnen Noord-Holland Noord is gevestigd (zie tabel 6.8). Dit verband is wel relatief zwak (zie Cramer's V in tabel 6.8).

Tabel 6.8 Belangrijkste reden om zaken te doen met de belangrijkste leverancier, naar locatie van de leverancier

		Vertrouwen of goed contact	Andere reden	Totaal
Binnen Noord-Holland Noord	Abs.	31	32	<b>63</b>
	Rel. (%)	49,2%	50,8%	<b>100,0%</b>
Buiten Noord-Holland Noord	Abs.	8	26	<b>34</b>
	Rel. (%)	23,5%	76,5%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>39</b>	<b>58</b>	<b>97</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>40,2%</b>	<b>59,8%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 6,056 ; sig. 0,014 ; Cramer's V = 0,250

Uit de literatuur blijkt dat bedrijven meer en meer relaties opbouwen die zich laten kenmerken door vertrouwen en goed contact naarmate een bedrijf ergens langer is gevestigd. Het scheppen van een vertrouwensband kost nu eenmaal tijd. Het noemen van vertrouwen of goed contact als reden om zaken te doen met de belangrijkste leverancier wanneer deze in Noord-Holland Noord is gevestigd, wordt dan ook vaker genoemd door bedrijven die tussen de 26 en 50 jaar op de huidige locatie zijn gevestigd (zie tabel 6.9). Er kan echter niet geconcludeerd worden dat vertrouwen of goed contact een belangrijkere rol spelen voor zaken doen binnen de regio naarmate een bedrijf langer op de huidige locatie is gevestigd. Bedrijven die langer dan 50 jaar op de huidige locatie zijn gevestigd, noemen immers vaker een andere reden dan vertrouwen of goed contact. Het verband is dan ook relatief zwak (zie Cramer's V in tabel 6.9).

Tabel 6.9 De reden om zaken te doen met de belangrijkste leverancier naar lengte van vestiging op de huidige locatie.

		Vertrouwen of goed contact	Andere reden	Totaal
< 25 jaar gevestigd	Abs.	11	16	<b>27</b>
	Rel. (%)	40,7%	59,3%	<b>100,0%</b>
26 - 50 jaar gevestigd	Abs.	19	12	<b>31</b>
	Rel. (%)	61,3%	38,7%	<b>100,0%</b>
> 50 jaar gevestigd	Abs.	14	33	<b>47</b>
	Rel. (%)	29,8%	70,2%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>44</b>	<b>61</b>	<b>105</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>41,9%</b>	<b>58,1%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 7,635 ; sig. 0,022 ; Cramer's V = 0,270

Bovendien blijkt het verband tussen reden van zaken doen met een leverancier en de locatie van die leverancier alleen te gelden voor bedrijven die korter dan 50 jaar op de huidige locatie zijn gevestigd en niet voor bedrijven die langer op de huidige locatie zijn gevestigd (zie tabel 6.10). Het verband voor bedrijven korter dan 50 jaar gevestigd op de huidige locatie is echter relatief zwak.

Tabel 6.10 De reden om zaken te doen met de belangrijkste leverancier naar locatie van de leverancier. Alleen bedrijven korter dan 50 jaar gevestigd op de huidige locatie zijn hier geselecteerd.

		Goed contact of vertrouwen	Andere reden	Totaal
<b>Binnen Noord-Holland Noord</b>	Abs.	19	18	<b>37</b>
	Rel. (%)	51,4%	48,6%	<b>100,0%</b>
<b>Buiten Noord-Holland Noord</b>	Abs.	3	17	<b>20</b>
	Rel. (%)	15,0%	85,0%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>22</b>	<b>35</b>	<b>57</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>38,6%</b>	<b>61,4%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 7,239 ; sig. 0,007 ; Cramer's V = 0,356

Ook wanneer hetzelfde verband wordt getoetst voor bedrijven jonger of ouder dan 60 jaar (de gemiddelde leeftijd), blijkt dat alleen bij de jongere bedrijven geldt dat vertrouwen of goed contact vaker een rol speelt bij leveranciers die dichtbij zijn gevestigd (zie tabel 6.11). Voor oudere bedrijven geldt dit verband niet. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat bedrijven ouder dan 60 jaar een opvolging hebben gehad, vaak door de zoon van de vorige ondernemer, waardoor een vertrouwensband met leveranciers weer opnieuw moet

worden opgebouwd. Wanneer de opvolger dezelfde leverancier(s) aanhoudt als de vorige ondernemer, geeft de ondernemer misschien niet als belangrijkste reden om zaken te doen goed contact of vertrouwen op omdat de belangrijkste reden is dat de leveranciersrelatie al bestond.

Tabel 6.11 De reden om zaken te doen met de belangrijkste leverancier naar locatie van de leverancier. Alleen bedrijven jonger dan 60 jaar zijn hier geselecteerd.

		Goed contact of vertrouwen	Andere reden	Totaal
Binnen Noord-Holland Noord	Abs.	19	21	<b>40</b>
	Rel. (%)	47,50%	52,50%	<b>100,00%</b>
Buiten Noord-Holland Noord	Abs.	3	17	<b>20</b>
	Rel. (%)	15,00%	85,00%	<b>100,00%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>22</b>	<b>38</b>	<b>60</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>36,70%</b>	<b>63,30%</b>	<b>100,00%</b>

Chi2 = 6,065 ; sig. 0,014

Ook de grootte van bedrijven heeft invloed op de locatie van haar leveranciers (zie tabel 6.12). Verrassend doen de kleinste bedrijven (zonder werknemers) het meest zaken met leveranciers buiten de regio (zie tabel 6.6). De locatie van leveranciers van bedrijven met werknemers is vrijwel gelijk onder bedrijven met 0,5 tot 5,5 fte en bedrijven met 6 fte of meer. Het verband tussen grootte van bedrijven en de locatie van haar belangrijkste leverancier is dan ook zwak (zie Cramer's V in tabel 6.12).

Tabel 6.12 Locatie van de belangrijkste leverancier naar grootte van bedrijven in aantal banen.

		Binnen Noord-Holland Noord	Buiten Noord-Holland Noord	Totaal
0 fte	Abs.	13	15	<b>28</b>
	Rel. (%)	46,4%	53,6%	<b>100,0%</b>
0,5 - 5,5 fte	Abs.	26	10	<b>36</b>
	Rel. (%)	72,2%	27,8%	<b>100,0%</b>
6 fte of meer	Abs.	19	8	<b>27</b>
	Rel. (%)	70,4%	29,6%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>58</b>	<b>33</b>	<b>91</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>63,7%</b>	<b>36,3%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 5,265 ; sig. 0,072; Cramer's V = 0,241

Wanneer gecorrigeerd wordt voor sector, blijkt echter dat dit effect voornamelijk veroorzaakt wordt door de kleine dierhouderij-bedrijven waarvan meer dan 80 procent haar belangrijkste leverancier buiten de regio Noord-Holland Noord heeft (zie tabel 6.13). Dierhouderijen zonder werknemers doen significant meer zaken met leveranciers buiten Noord-Holland Noord dan grotere dierhouderij-bedrijven. Mogelijk vormen de kleine dierhouderijen (of een groot deel daarvan) een aparte niche binnen de dierhouderij, waarvoor geen leveranciers binnen de regio aanwezig zijn.

Tabel 6.13 Locatie van de belangrijkste leverancier van dierhouderij-bedrijven, naar grootte (in fte).

		Binnen Noord-Holland Noord	Buiten Noord-Holland Noord	Totaal
0 fte	Abs.	3	13	<b>16</b>
	Rel. (%)	18,8%	81,3%	<b>100,0%</b>
0,5 - 5,5 fte	Abs.	7	5	<b>12</b>
	Rel. (%)	58,3%	41,7%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>10</b>	<b>18</b>	<b>28</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>35,7%</b>	<b>64,3%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 4,680 ; sig. 0,031

Teelt-bedrijven doen, onafhankelijk van de grootte van het bedrijf, vaker zaken met leveranciers binnen Noord-Holland Noord dan daarbuiten (zie tabel 6.14). Van bijna 72 procent van de teelt-bedrijven in Noord-Holland Noord is de belangrijkste leverancier binnen de regio gevestigd. Zoals tabel 6.13 laat zien geldt met name voor kleine dierhouderij-bedrijven, zonder werknemers, dat zij hun belangrijkste leverancier buiten de regio Noord-Holland Noord hebben. Maar voor dierhouderij-bedrijven in het algemeen geldt dat zij voor hun leveranciers minder op Noord-Holland Noord georiënteerd zijn dan teelt-bedrijven.

Tabel 6.14 locatie van de belangrijkste leverancier naar onderzoekssector.

		Binnen Noord-Holland Noord	Buiten Noord-Holland Noord	Totaal
<b>Teelt</b>	Abs.	41	16	57
	Rel. (%)	71,90%	28,10%	100,00%
<b>Dierhouderij</b>	Abs.	12	19	31
	Rel. (%)	38,70%	61,30%	100,00%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>53</b>	<b>35</b>	<b>88</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>60,20%</b>	<b>39,80%</b>	<b>100,00%</b>

Chi2 = 9,251 ; sig. 0,002

Het grootste aandeel leveranciers vervaardigt of handelt in productiemiddelen voor de land- en tuinbouw of dierhouderij (zie tabel 6.15). Dit zijn bijvoorbeeld producenten van landbouwmachines, handelaren in kunstmest of diervoeder. Dienstverleners voor de landbouw zijn ook een belangrijke groep leveranciers, gevolgd door akkerbouwbedrijven en dierhouderijen. Deze twee sectoren hebben daarmee een centrale positie in het gehele waardesysteem van de agribusiness in Noord-Holland Noord, aangezien bedrijven uit deze sectoren ook vaak als afnemer werden genoemd.

Tabel 6.15 Verdeling van eerste, tweede en derde belangrijkste leveranciers naar sector.

Sector	Afnemer 1	Relatief	Afnemer 2	Afnemer 3	Totaal	Relatief (%)
Productiemiddelen land- en tuinbouw en dierhouderij	44	40,3%	32	18	94	37,9%
Dienstverlening voor land- en tuinbouw en dierhouderij	15	13,5%	20	25	59	24,0%
Akkerbouw	15	14,0%	10	3	28	11,2%
Dierhouderij	14	13,0%	5	2	21	8,7%
Bollenteelt	7	6,3%	3	2	12	4,8%
Zaadveredeling	2	1,8%	1	0	3	1,2%
Glastuinbouw	2	1,8%	1	0	3	4,8%
Vollegrondsgroenteteelt	0	0,0%	1	0	1	4,1%
Anders	10	9,3%	6	3	19	3,5%
<b>Totaal (N)</b>	<b>108</b>	<b>100,0%</b>	<b>79</b>	<b>54</b>	<b>248</b>	<b>100,0%</b>

## 6.2 Samenwerkingsrelaties

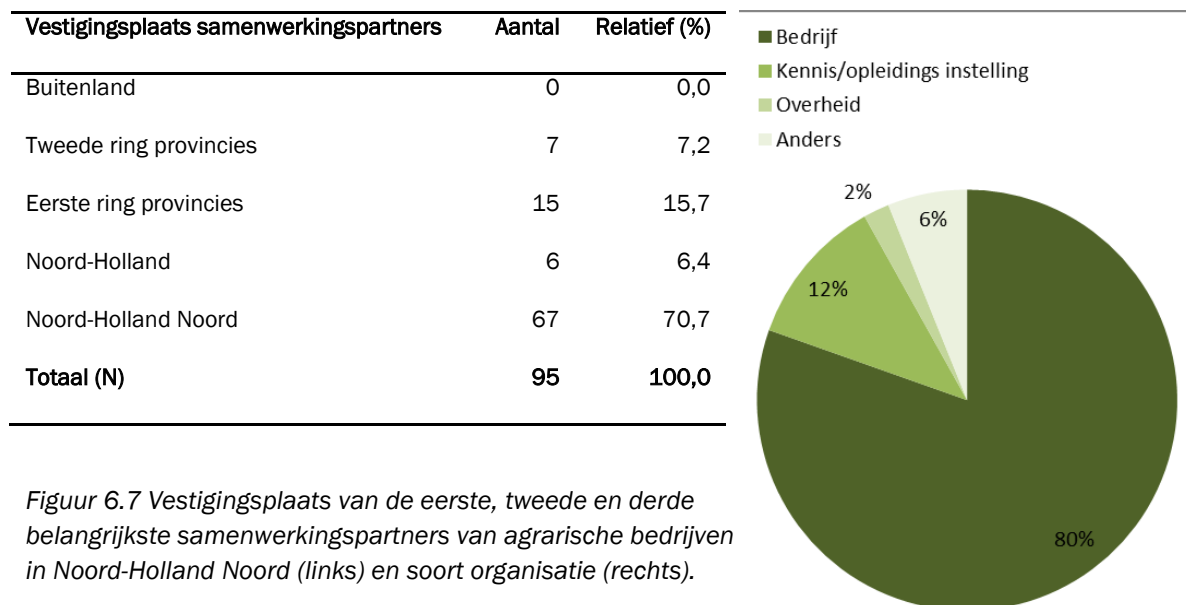
Naast afnemers en leveranciers kunnen bedrijven samenwerken met andere bedrijven, kennisinstellingen, opleidingsinstellingen of overheden. Wanneer er veel van dergelijke samenwerkingsrelaties bestaan binnen een regio, naast een hoge concentratie van bedrijven en instellingen uit het zelfde waardesysteem (hoofdstuk 5), kan van een cluster worden gesproken. Om Noord-Holland Noord als agribusiness cluster te benoemen en om het volledige netwerk van bedrijfsrelaties in kaart te krijgen, wordt daarom onderzocht of ook de volgende hypothese bevestigd kan worden:

*H5: Het merendeel (> 50%) van de samenwerkingsrelaties met bedrijven, onderzoeksinstituten, overheden en opleidingen onderhouden bedrijven in de Greenport met organisaties binnen Noord-Holland Noord, maar dit verschilt naar grootte, sector, leeftijd en aantal jaren van vestiging in de regio.*

Het merendeel van de samenwerkingspartners van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord is inderdaad gevestigd binnen de regio (zie figuur 6.7). Slechts drie op de tien samenwerkingspartners is buiten de regio Noord-Holland Noord gevestigd. De score voor mate van lokale oriëntatie van het netwerk

van samenwerkingsrelaties van bedrijven in Noord-Holland Noord is gemiddeld 4,47. De bedrijven zoeken en vinden hun samenwerkingspartners dus overwegend binnen de regio.

Bedrijven werken het meest samen met andere bedrijven (80%), gevolgd door kennis- en opleidingsinstellingen (12%) en slechts minimaal met overheden (2%). Ondernemers zoeken dus met name samenwerking met ondernemers, of “boer zoekt boer” in dit geval. Bedrijven werken bijvoorbeeld met elkaar samen op het gebied van kennisuitwisseling of verkoop, het delen van machines of arbeid, of ze werken samen aan (duurzame) energieoplossingen. Er wordt in de meeste gevallen samengewerkt met bedrijven uit de zelfde sector (57%), maar er bestaan ook *cross-overs* met bedrijven uit andere Greenportsectoren (15%) en agribusiness sectoren (28%).



Figuur 6.7 Vestigingsplaats van de eerste, tweede en derde belangrijkste samenwerkingspartners van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord (links) en soort organisatie (rechts).

Met kennisinstellingen bestaat de samenwerking uit het uitvoeren van proeven of testen of gezamenlijk uitvoeren van onderzoek. Met opleidingsinstellingen wordt met name samengewerkt door het bieden van stageplaatsen. Kennisrelaties kunnen samenwerkingsrelaties met kennis- of opleidingsinstellingen zijn, maar bedrijven kunnen ook kennis uitwisselen met andere bedrijven. Uit de literatuur blijkt dat grotere bedrijven gemakkelijker kennisrelaties aangaan. Omdat zij al een grotere kennisbasis hebben, kunnen grote bedrijven gemakkelijker nieuwe kennis ‘absorberen’ dan kleinere bedrijven die deze kennisbasis niet of minder hebben. Voor agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord geldt dit ook; grotere bedrijven gaan vaker kennisrelaties aan dan kleine bedrijven. Dit verband is echter wel relatief zwak (zie tabel 6.16).

Tabel 6.16 Wel of geen kennisrelaties in het bedrijfsnetwerk, naar grootte van bedrijven

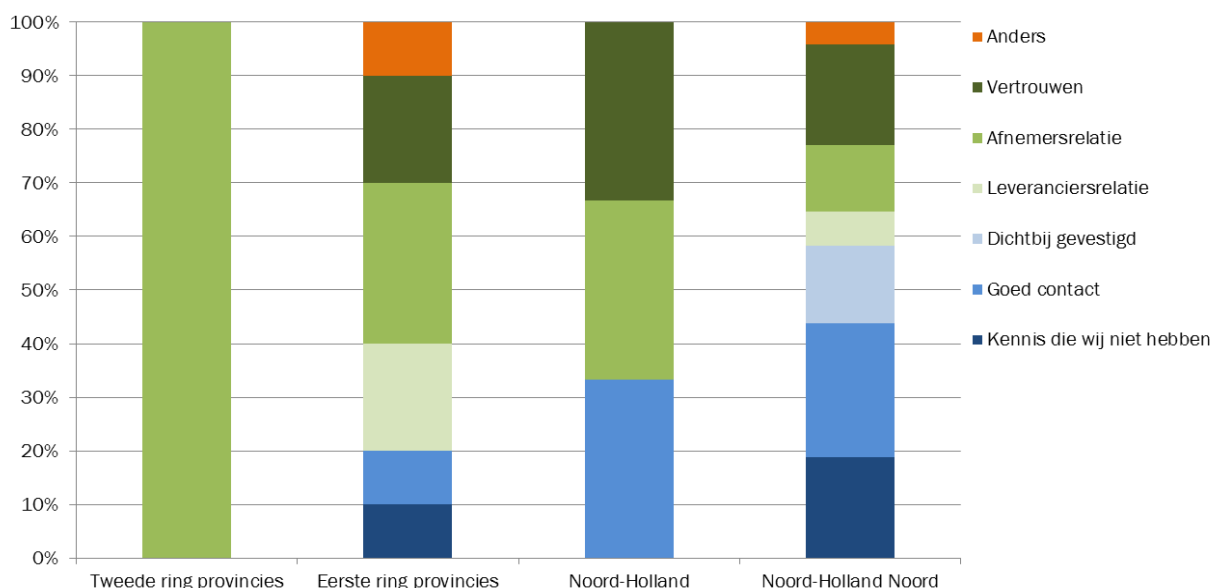
		Nee	Ja	Totaal
Minder dan 6 fte	Abs.	63	11	74
	Rel. (%)	85,1%	14,9%	100,0%
6 fte of meer	Abs.	21	9	30
	Rel. (%)	70,0%	30,0%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>84</b>	<b>20</b>	<b>104</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>80,8%</b>	<b>19,2%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 3,148 ; sig. 0,076 ; Cramer's V = 0,174

Bedrijven is ook gevraagd wat de voornaamste reden is om juist met dit bedrijf samen te werken (zie figuur 6.8). Daarbij valt op dat vertrouwen en goed contact met de ondernemer of het bedrijf relatief vaker wordt genoemd wanneer deze binnen de provincie Noord-Holland is gevestigd of in Noord-Holland Noord. Bij een kortere afstand tot de samenwerkingspartner lijken deze aspecten eerder op te treden, zoals ook bij leveranciersrelaties zichtbaar is. Een groep bedrijven geeft ook aan dat een samenwerkingspartner tevens

afnemer of leverancier is. Dit is minder vaak het geval wanneer de samenwerkingspartner binnen Noord-Holland Noord is gevestigd.

*Figuur 6.8 Redenen om samen te werken met een samenwerkingspartner, naar vestigingslocatie van de samenwerkingspartner.*



Bij de relaties met leveranciers blijkt dat vertrouwen en goed contact met bedrijven binnen Noord-Holland Noord vaker een rol spelen bij bedrijven die tussen de 26 en 50 jaar op de huidige locatie zijn gevestigd. Bij samenwerkingsrelaties bestaat er echter geen verband tussen aantal jaren van vestiging op de huidige locatie en de reden van samenwerking (zie tabel 6.17). De tijd van vestiging is hier echter gesplitst in korter en langer dan 50 jaar, omdat er te weinig samenwerkingsrelaties met bedrijven zijn om drie categorieën aan te houden. Mogelijk bestaat er wel een verschil in de eerste groep bedrijven, maar om dit te toetsen zijn meer gegevens nodig over samenwerkingsrelaties.

*Tabel 6.17 Reden van samenwerken naar lengte van vestiging op de huidige locatie.*

	Vertrouwen of goed contact	Andere reden	Totaal
<b>Korter dan 50 jaar</b>	7	14	<b>21</b>
	33,3%	66,7%	<b>100,0%</b>
<b>Langer dan 50 jaar</b>	6	14	<b>20</b>
	30,0%	70,0%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>13</b>	<b>28</b>	<b>41</b>
	<b>31,7%</b>	<b>68,3%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 0,053 ; sig. 0,819

In het algemeen geldt dat het merendeel van de samenwerkingsrelaties in Noord-Holland Noord gevestigd zijn. Zoals hypothese 5 stelt is de verwachting dat dit binnen de bedrijvenpopulatie wel verschilt naar sector, grootte, lengte van vestiging op de huidige locatie en leeftijd van bedrijven. Vanuit de locatie van de drie belangrijkste samenwerkingspartners van bedrijven is een score berekend tussen 1 en 5. Een score van 5 betekent dat alle samenwerkingspartners zich binnen Noord-Holland Noord bevinden, een 1 betekent dat alle samenwerkingspartners in het buitenland zijn gevestigd. Om te onderzoeken of er verschillen bestaan in netwerkoriëntatie tussen verschillende typen bedrijven, wordt op een aantal factoren getoetst of bepaalde groepen bedrijven (bijvoorbeeld grote bedrijven), meer of minder relaties hebben op regionale schaal (score 4,1 tot 5).

Eenmanszaken en kleine bedrijven hebben significant meer relaties op regionale schaal dan grotere bedrijven (zie tabel 6.18). Dit bedrijf is relatief zwak (zie Cramer's V in tabel 6.18). Bedrijven met 6 of meer fulltime banen zoeken hun samenwerkingspartners voor bijna 60% buiten de regio. Kleine



bedrijven tot 5,5 fulltime banen hebben echter wel meer regionale relaties dan eenmanszaken. Er bestaat dus geen evenredig verband tussen grootte van bedrijven en locatie van samenwerkingspartners.

Tabel 6.18 Locatie van samenwerkingspartners naar grootte van bedrijven.

		Regionaal (4,1 – 5)	Extra-regionaal (1 – 4)	Totaal
0 fte	Abs.	7	3	10
	Rel. (%)	70,0%	30,0%	100,0%
0,5 – 5,5 fte	Abs.	18	4	22
	Rel. (%)	81,8%	18,2%	100,0%
6 fte of meer	Abs.	6	10	16
	Rel. (%)	37,5%	62,5%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>31</b>	<b>17</b>	<b>48</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>64,6%</b>	<b>35,4%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 8,116 ; sig. 0,017 ; Cramer's V = 0,411

Wanneer bedrijven ouder zijn, of ergens langer zijn gevestigd, wordt verwacht dat zij meer lokale of regionale relaties opbouwen. Voor leveranciersrelaties wordt echter geen verband gevonden tussen leeftijd en locaties van leveranciers of tussen lengte van vestiging en locaties van leveranciers. Bij samenwerkingsrelaties is dit verband er wel, al is dit verband relatief zwak (zie tabel 6.19). Oudere bedrijven zoeken hun samenwerkingspartners meer regionaal dan jongere bedrijven; meer dan 90 procent van de samenwerkingsrelaties van oudere bedrijven is regionaal.

Tabel 6.19 Locatie van samenwerkingspartners naar leeftijd van bedrijven.

		Regionaal (4,1 – 5)	Extra-regionaal (1 – 4)	Totaal
58 jaar of jonger	Abs.	15	15	30
	Rel. (%)	50,0%	50,0%	100,0%
Ouder dan 58 jaar	Abs.	21	2	23
	Rel. (%)	91,3%	8,7%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>36</b>	<b>17</b>	<b>53</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>67,9%</b>	<b>32,1%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 10,194 ; sig. 0,001 ; Cramer's V = 0,439

De tijd dat een bedrijf op de huidige locatie is gevestigd heeft echter geen effect op waar haar samenwerkingspartners zijn gevestigd (zie tabel 6.20).

Tabel 6.20 Locatie van samenwerkingspartners naar periode van vestiging op de huidige locatie.

		Regionaal (4,1 – 5)	Extra-regionaal (1 – 4)	Totaal
<b>Korter dan 25 jaar</b>	Abs.	13	5	18
	Rel. (%)	72,2%	27,8%	100,0%
<b>26 – 50 jaar</b>	Abs.	6	5	11
	Rel. (%)	54,50%	45,50%	100,0%
<b>Langer dan 50 jaar</b>	Abs.	19	7	26
	Rel. (%)	73,1%	26,9%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>38</b>	<b>17</b>	<b>55</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>69,1%</b>	<b>30,9%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 1,366 ; sig. 0,505

Ook tussen sectoren bestaan geen verschillen in waar de samenwerkingspartners van bedrijven zijn gevestigd (zie tabel 6.21). Dierhouderij-bedrijven zijn even regionaal georiënteerd op samenwerkingsrelaties als teelt-bedrijven.

Tabel 6.21 Locatie van samenwerkingspartners naar onderzoekssector.

		Regionaal	Extra-regionaal	Totaal
<b>Teelt</b>	Abs.	21	10	31
	Rel. (%)	67,70%	32,30%	100,00%
<b>Dierhouderij</b>	Abs.	11	7	18
	Rel. (%)	61,10%	38,90%	100,00%
<b>Totaal</b>	Abs.	32	17	49
	Rel. (%)	65,30%	34,70%	100,00%

Chi2 = 0,221 ; sig. 0,638

### 6.3 Bedrijfsnetwerk

Het netwerk van leveranciers, afnemers en samenwerkingsrelaties samen vormt het totale bedrijfsnetwerk van de agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. De gecombineerde score voor dit netwerk (zie 4.3.2) laat zien dat een derde van de bedrijven een regionaal bedrijfsnetwerk hebben (zie tabel 6.22). Dat betekent dat de meeste relaties zich binnen Noord-Holland Noord bevinden en soms enkele daarbuiten. Ruim een derde van de bedrijven heeft een iets wijder netwerk, waarbij de meeste relaties zich binnen de provincie Noord-Holland bevinden en enkele daarbuiten. Een vijfde van de bedrijven is nationaal georiënteerd, waarbij nog steeds een deel van de relaties zich binnen Noord-Holland Noord bevinden. Een klein deel van de bedrijven is voornamelijk nationaal of internationaal georiënteerd.

Ook de totaalscore van het bedrijfsnetwerk wijst dus op een sterk regionale oriëntatie van de agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. Afnemers bevinden zich in mindere mate binnen de regio, maar voor leveranciers en samenwerkingspartners zijn agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord zeer regionaal georiënteerd.

Tabel 6.22 Totaalscore voor de mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.

	Netwerkoriëntatie	Afnemers (rel.)	Leveranciers (rel.)	Samenwerking (rel.)	Totaal (abs.)	Totaal (rel.)
Internationaal	0-1	20,5%	15,4%	0,0%	9	7,8%
	1-2	13,7%	2,6%	3,6%	6	5,2%
	2-3	25,6%	6,0%	9,1%	22	19,0%
	3-4	24,8%	18,8%	18,2%	40	34,5%
Regionaal	4-5	15,4%	57,3%	69,1%	39	33,6%
	<b>Totaal</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>116</b>	<b>100,0%</b>

Er bestaat geen significant verband tussen grootte van bedrijven en de mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk (zie tabel 6.23). Een mogelijke verklaring hiervoor zijn de verschillende gevonden verbanden van bedrijfsgrootte met afnemers (kleine bedrijven meest lokale relaties), leveranciers (middelgrote bedrijven meest lokale relaties) en samenwerkingspartners (middelgrote bedrijven meest lokale relaties). Wanneer deze relaties worden samengevoegd tot een bedrijfsnetwerk verschillen de grootteklassen daardoor niet.

Tabel 6.23 Mate van lokale oriëntatie van het totale bedrijfsnetwerk naar grootte van het bedrijf.

		Regionaal	Extra-regionaal	Totaal
<b>0 fte</b>	Abs.	12	22	<b>34</b>
	Rel. (%)	35,3%	64,7%	<b>100,00%</b>
<b>0,5 - 5,5 fte</b>	Abs.	16	25	<b>41</b>
	Rel. (%)	39,0%	61,0%	<b>100,00%</b>
<b>6 fte of meer</b>	Abs.	7	23	<b>30</b>
	Rel. (%)	23,3%	76,7%	<b>100,00%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>35</b>	<b>70</b>	<b>105</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>33,3%</b>	<b>66,7%</b>	<b>100,00%</b>

Chi2 = 2,006 ; sig. 0,367

Ook de onderzoekssector waarin een bedrijf actief is houdt geen verband met de locatie van haar bedrijfsnetwerk (zie tabel 6.24). Alleen de onderzoekssectoren teelt en dierhouderij zijn hierin meegenomen, vanwege een te lage respons in de sectoren zaadveredeling en aquacultuur & visserij. Mogelijk lijken de bedrijfsnetwerken van dierhouderij-bedrijven en teelt-bedrijven veel op elkaar omdat beide primaire agrarische sectoren zijn; eerder werd al aangegeven dat bedrijven in beide sectoren afnemers hebben in dezelfde onderzoekssectoren in de verwerking en logistiek kolom binnen het waardesysteem.

Tabel 6.24 Mate van lokale oriëntatie van het totale bedrijfsnetwerk naar sector.

		Regionaal	Extra-regionaal	Totaal
<b>Teelt</b>	Abs.	20	46	<b>66</b>
	Rel. (%)	30,30%	69,70%	<b>100,00%</b>
<b>Dierhouderij</b>	Abs.	13	24	<b>37</b>
	Rel. (%)	35,10%	64,90%	<b>100,00%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>33</b>	<b>70</b>	<b>103</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>32,00%</b>	<b>68,00%</b>	<b>100,00%</b>

Chi2 = 0,254 ; sig. 0,614

Voor het totale bedrijfsnetwerk geldt ook niet dat oudere bedrijven of bedrijven die langer op de huidige locatie zijn gevestigd meer lokaal een netwerk hebben opgebouwd (zie tabel 6.25). Voor beide variabelen wordt geen verband gevonden met de mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk. Een mogelijke verklaring hiervoor is de diversiteit binnen het netwerk van een bedrijf; het afnemersnetwerk kan volledig buiten de regio zijn gevestigd terwijl een bedrijf haar leveranciers en samenwerkingspartners overwegend binnen de regio heeft. Het is mogelijk dat de verwachting dat oudere en/of langer gevestigde bedrijven een groter lokaal netwerk hebben hierdoor niet opgaat.

Tabel 6.25 Mate van lokale oriëntatie van het totale bedrijfsnetwerk naar leeftijd (links) en periode van vestiging op de huidige locatie (rechts).

Leeftijd		Regionaal	Extra-regionaal	Totaal	Periode vestiging		Regionaal	Extra-regionaal	Totaal
<b>&lt; 30 jaar</b>	Abs.	6	25	<b>31</b>	<b>&lt; 25</b>	Abs.	7	20	<b>27</b>
	Rel. (%)	19,40%	80,60%	<b>100,00%</b>		Rel. (%)	25,90%	74,10%	<b>100,00%</b>
<b>30 - 59 jaar</b>	Abs.	16	22	<b>38</b>	<b>26 - 50 jaar</b>	Abs.	14	18	<b>32</b>
	Rel. (%)	42,10%	57,90%	<b>100,00%</b>		Rel. (%)	43,80%	56,30%	<b>100,00%</b>
<b>&gt; 60 jaar</b>	Abs.	15	27	<b>42</b>	<b>&gt; 50 jaar</b>	Abs.	11	31	<b>42</b>
	Rel. (%)	35,70%	64,30%	<b>100,00%</b>		Rel. (%)	26,20%	73,80%	<b>100,00%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>37</b>	<b>74</b>	<b>111</b>	<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>32</b>	<b>69</b>	<b>101</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>33,30%</b>	<b>66,70%</b>	<b>100,00%</b>	<b>Rel. (%)</b>	<b>31,70%</b>	<b>68,30%</b>	<b>100,00%</b>	

Chi2 = 4,149 ; sig. 0,126

Chi2 = 3,152 ; sig. 0,207

## 6.4 Locatiegedrag en locatiestrategie

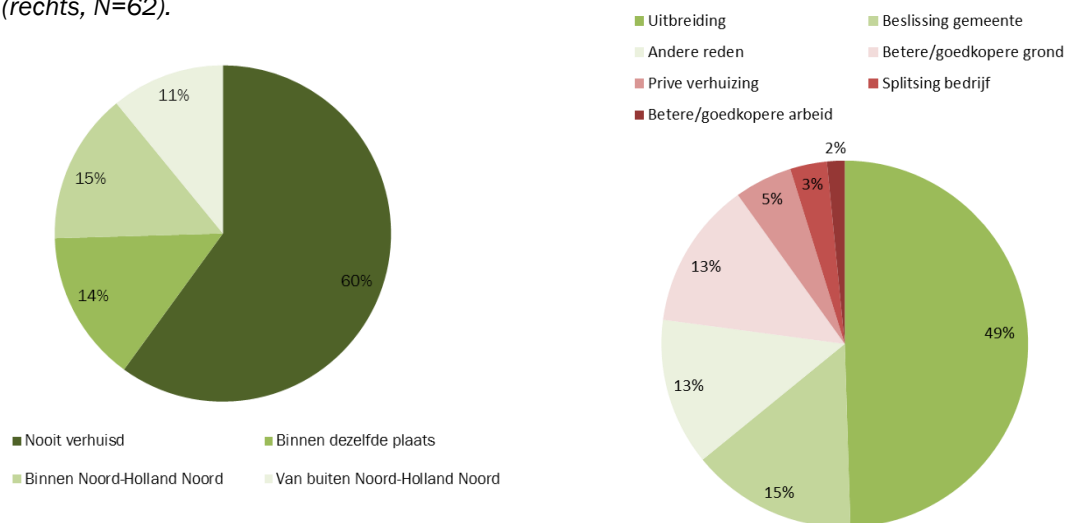
In de enquête is aan agrarische bedrijven gevraagd naar hun locatiegedrag in het verleden en naar hun locatiestrategie voor de toekomst. In deze paragraaf wordt eerst een beschrijving gegeven van het locatiegedrag en de locatiestrategie, in de volgende paragraaf wordt onderzocht waar die strategie door wordt beïnvloed.

### 6.4.1 Locatiegedrag

Het merendeel van de ondervraagde bedrijven is nooit verhuisd en is dus sinds oprichting al op de huidige locatie gevestigd (zie figuur 6.9). Van de bedrijven die voor de huidige locatie ergens anders gevestigd waren, is 11 procent afkomstig van buiten Noord-Holland Noord. Bijna 90 procent van de ondervraagde bedrijven is al sinds de oprichting binnen Noord-Holland Noord gevestigd.

Dat uitbreiding niet mogelijk was op de vorige locatie is de meest genoemde reden tot het verlaten van die locatie. Beslissingen van de gemeente zoals herverkaveling of verandering van bestemmingsplan is een veelgenoemde reden, net als de aanwezigheid van betere of goedkopere grond elders.

Figuur 6.9 Vestigingsplaats voor huidige locatie (links, N=110) en reden tot verhuizing van vorige locatie (rechts, N=62).



Nabijheid van sociale contacten en familie wordt het meest genoemd als reden voor vestiging op de huidige locatie (zie tabel 6.26). De kwaliteit van de bodem, het bedrijfspannd of kantoor wordt eveneens veel genoemd. In veel gevallen hebben de huidige ondernemers het bedrijf overgenomen en stond het dus al op de huidige locatie. De vorige eigenaar is vaak een familielid (69%), maar niet altijd (31%).

Een aantal respondenten geeft aan eerst als werknemer te hebben gewerkt bij een bedrijf nabij de huidige locatie. Deze *spin-off* bedrijven zijn allemaal actief in dezelfde sector als het moederbedrijf. Het gaat om een akkerbouwbedrijf, drie dierhouderijen, een bollenteler en een fruitteler.

Bedrijven die hebben aangegeven dat clustering van bedrijven in dezelfde sector reden was om zich op de huidige locatie te vestigen, is doorgevraagd naar de achterliggende redenen; zij geven aan dat het imago dat de regio heeft voor de sector waarin het actief is en de mogelijkheid tot kennisuitwisseling hun locatiebeslissing heeft beïnvloed. Al gaat het slechts om enkele bedrijven, het Greenport-cluster lijkt dus een aantrekkingskracht te hebben op bedrijven in de vorm van *geografisch charisma* en potentiële kennis spillovers.

Tabel 6.26 Belangrijkste redenen van vestiging op de huidige locatie (N=164)

Reden	Aantal keer genoemd	Relatief (%)
Sociale contacten/familie	39	23,8%
Kwaliteit bodem, bedrijfspand of kantoor	32	19,4%
Overgenomen van familie	24	14,7%
Prijs grond, bedrijfspand of kantoor	16	9,6%
Overname (buiten familie)	11	6,7%
Dichtbij de woonplaats van de ondernemer	10	6,0%
Bereikbaarheid	8	5,0%
Anders	7	4,3%
Spin-off	6	3,8%
Dichtbij afnemers/leveranciers/samenwerkingspartners	4	2,4%
Clustering van eigen sector	3	1,8%
Beschikbaarheid personeel	2	1,2%
Ruilverkaveling	2	1,2%

#### 6.4.2 Verplaatsingsgeneigdheid

De verplaatsingsgeneigdheid is klein onder agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. Bijna 90 procent van de bedrijven is niet van plan om binnen vijf jaar te verplaatsen. Drie bedrijven geven aan binnen een jaar of binnen 5 jaar te verplaatsen (zie tabel 6.27). Nog negen bedrijven willen misschien verplaatsen in binnen 5 jaar. Daarmee is 11 procent van de bedrijven (enigszins) verplaatsingsgeneigd. Redenen om te verplaatsen zijn de onmogelijkheid van uitbreiding op de huidige locatie, een privé-verhuizing of betere of goedkopere grond en/of arbeid elders.

Tabel 6.27 Verplaatsingsgeneigdheid van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.

	Binnen 1 jaar		Binnen 5 jaar				
<b>Nee</b>	105	95,5%	96	89,7%	Niet verplaatsingsgeneigd	98	89,1%
<b>Misschien</b>	4	3,6%	9	8,4%	(Enigszins) verplaatsingsgeneigd	12	10,9%
<b>Ja</b>	1	0,9%	2	1,9%			
<b>Totaal</b>	110	100,0%	107	100,0%		110	100,0%

De mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk heeft geen invloed op de verplaatsingsgeneigdheid van bedrijven (zie tabel 6.28). Uit de literatuur blijkt dat bedrijven met een sterk lokaal netwerk minder geneigd zijn te verplaatsen dan bedrijven met een minder sterk lokaal netwerk. Voor agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord geldt dat dus niet.

Tabel 6.28 Verplaatsingsgeneigdheid naar mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk.

		Niet verplaatsingsgeneigd	(Enigszins) verplaatsingsgeneigd	Totaal
<b>Regionaal</b>	Abs.	33	4	37
	Rel. (%)	89,2%	10,8%	100,00%
<b>Extra-regionaal</b>	Abs.	65	8	73
	Rel. (%)	89,0%	11,0%	100,00%
<b>Totaal</b>	Abs.	98	12	110
	Rel. (%)	89,1%	11,9%	100,00%

Chi2 = 0,001 ; sig. 0,981

Ook het aantal jaren van vestiging op de huidige locatie heeft geen invloed op de verplaatsingsgeneigdheid van bedrijven (zie tabel 6.29). Tegen verwachting, aangezien bedrijven in de loop der tijd 'geworteld' raken op een locatie door het opbouwen van een sociaal en zakelijk netwerk en door investeringen in de vestiging. Wellicht speelt deze factor geen rol omdat agrarische bedrijven hun locatie in meer dan de helft van de gevallen verlaten vanwege redenen die min of meer buiten hun macht liggen, zoals de onmogelijkheid van uitbreiding op een locatie of een beslissing van de gemeente (zie figuur 6.8 in paragraaf 6.4.1). Bedrijven willen in die gevallen misschien niet verplaatsen, maar kunnen niet anders.

Tabel 6.29 Verplaatsingsgeneigdheid naar periode van vestiging op de huidige locatie.

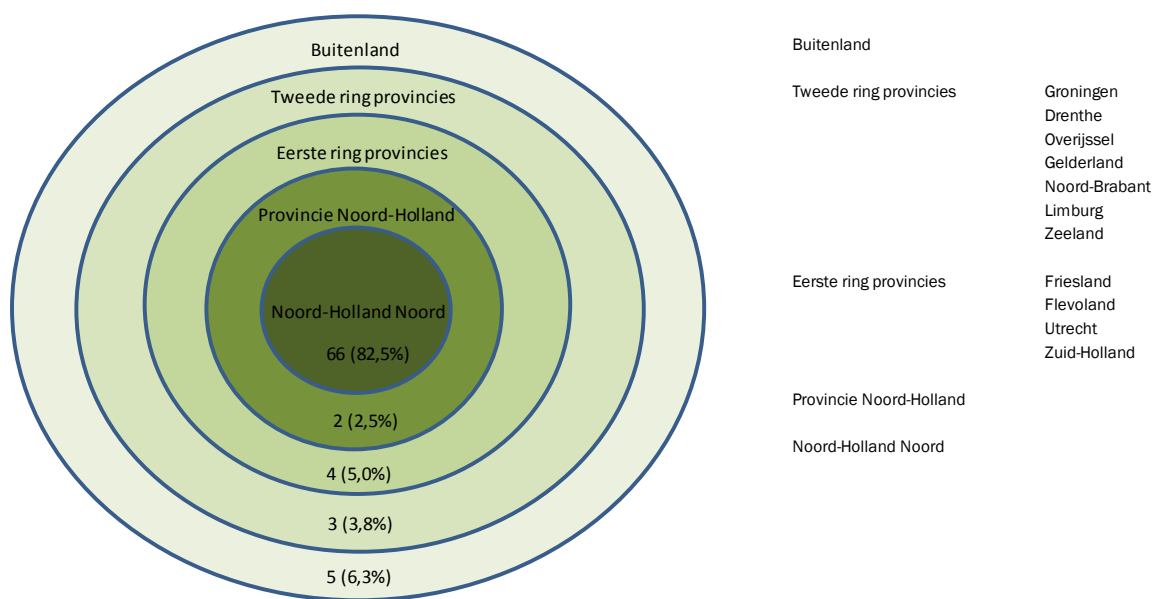
		Niet verplaatsingsgeneigd	(Enigszins) verplaatsingsgeneigd	Totaal
Korter dan 50 jaar	Abs.	57	6	63
	Rel. (%)	90,5%	9,5%	100,00%
Langer dan 50 jaar	Abs.	41	6	47
	Rel. (%)	87,2%	12,8%	100,00%
Totaal	Abs.	98	12	110
	Rel. (%)	89,1%	10,9%	100,00%

Chi2 = 0,291 ; sig. 0,589

### 6.4.3 Toekomstige locatiestrategie

Een klein deel van de bedrijven overweegt dus een verplaatsing. Door de bedrijven te vragen waar zij zich zouden vestigen als ze zouden moeten verplaatsen, is toch voor alle bedrijven de oriëntatie van hun locatiestrategie bepaald. Voor ruim 80 procent van de bedrijven is die gericht op Noord-Holland Noord (zie figuur 6.10). Opvallend is dat het aandeel bedrijven dat hun oriëntatie bij verplaatsing op het buitenland heeft, groter is dan het aandeel bedrijven dat op de 'eerste ring provincies' in Nederland is gericht, in Noord-Holland wil blijven of naar de tweede ring provincies zou verhuizen. De bedrijven die bij verplaatsing de regio zouden verlaten, vertrekken relatief vaak ook uit Nederland. Het vestigingsklimaat in Noord-Holland Noord lijkt de agrarische bedrijven dus tevreden te stemmen en wanneer dit niet het geval is, zijn er maar weinig locaties binnen Nederland met een beter vestigingsklimaat. Wanneer de oriëntatie van de locatiestrategie buiten Noord-Holland maar binnen Nederland ligt, gaat het in alle gevallen om locaties in Flevoland (4), Groningen (2), en Friesland (1). De andere Greenports in Nederland, die in de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland en Limburg liggen, hebben dus geen aantrekkingskracht op de bedrijven in Noord-Holland Noord.

Figuur 6.10 Oriëntatie van de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.



## 6.5 Bedrijfsnetwerk en locatiestrategie

Het bedrijfsnetwerk van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord en hun locatiestrategie is over het algemeen erg lokaal georiënteerd. Toch zijn er enkele bedrijven die zich bij een verplaatsing niet opnieuw in Noord-Holland Noord zouden vestigen en zijn sommige bedrijven veel meer naar buiten de regio gericht in het zaken doen met afnemers, leverancier en samenwerkingspartners dan andere bedrijven. In de zesde

hypothese wordt de verwachting uitgesproken dat de oriëntatie van het bedrijfsnetwerk die van de locatiestrategie beïnvloedt:

*H6: De locatiestrategie van bedrijven in de Greenport Noord-Holland Noord is lokaler georiënteerd naarmate het netwerk van bedrijfsrelaties lokaler is georiënteerd.*

Het totale netwerk van afnemers, leveranciers en samenwerkingsrelaties is afgezet tegen de oriëntatie van de locatiestrategie. Bij de locatie van het bedrijfsnetwerk wordt onderscheid gemaakt tussen regionaal georiënteerde netwerken (score 4,1 – 5) en extra-regionale netwerken (score 0 – 4). Bij de oriëntatie van de locatiestrategie wordt onderscheid gemaakt tussen bedrijven die zich bij verplaatsing weer binnen Noord-Holland Noord zouden vestigen en bedrijven die hun oriëntatie buiten de regio hebben. Er bestaat geen significant verband tussen de mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk en de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie (zie tabel 6.30). De zesde hypothese wordt niet bevestigd.

*Tabel 6.30 Oriëntatie van de locatiestrategie naar mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk.*

		Buiten Noord-Holland Noord	Binnen Noord-Holland Noord	Totaal
Regionaal	Abs.	6	21	27
bedrijfsnetwerk	Rel. (%)	22,2%	77,8%	100,0%
Extra-regionaal	Abs.	9	38	47
bedrijfsnetwerk	Rel. (%)	19,1%	80,9%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>15</b>	<b>59</b>	<b>74</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>20,3%</b>	<b>79,7%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 0,100 ; sig. 0,752

Het netwerk van bedrijfsrelaties heeft dus geen samenhang met de oriëntatie van de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. Welke factoren bepalen dan de oriëntatie van de locatiestrategie? Vanuit de literatuur is de verwachting dat een aantal bedrijfsspecifieke eigenschappen de locatiestrategie van bedrijven bepalen.

De oriëntatie van de locatiestrategie verschilt ook niet significant voor grote en kleine bedrijven (zie tabel 6.31). Van grote bedrijven wordt verwacht dat deze meer gebonden zijn aan hun locatie doordat zij simpelweg meer personeel in dienst hebben die ze bij een verplaatsing verder weg mee zouden moeten nemen of opnieuw op zoek moeten naar personeel. Dit verband wordt dus niet gevonden voor agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord.

*Tabel 6.31 Oriëntatie van de locatiestrategie naar grootte van bedrijven.*

		Buiten Noord-Holland Noord	Binnen Noord-Holland Noord	Totaal
<b>Minder dan 6 fte</b>	Abs.	9	39	48
	Rel. (%)	18,8%	81,3%	100,0%
<b>6 fte of meer</b>	Abs.	4	16	20
	Rel. (%)	20,0%	80,0%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>13</b>	<b>55</b>	<b>68</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>19,1%</b>	<b>80,9%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 0,014 ; sig. 0,905

Ook de sector waarin het bedrijf actief is hangt niet samen met de oriëntatie van de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord (zie tabel 6.32). Hier geldt weer dat alleen de onderzoekssectoren teelt en dierhouderij zijn meegenomen, vanwege een te lage respons in de sectoren zaadveredeling en aquacultuur & visserij. Een mogelijke verklaring voor het feit dat hier geen verband wordt gevonden is dat teelt en dierhouderij-bedrijven veelal dezelfde eisen stellen aan een locatie.

Tabel 6.32 Oriëntatie van de locatiestrategie naar onderzoekssector.

		Buiten Noord-Holland Noord	Binnen Noord-Holland Noord	Totaal
<b>Teelt</b>	Abs.	9	36	45
	Rel. (%)	20,0%	80,0%	100,0%
<b>Dierhouderij</b>	Abs.	5	21	26
	Rel. (%)	19,2%	80,8%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>14</b>	<b>57</b>	<b>71</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>19,7%</b>	<b>80,3%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 0,006 ; sig. 0,937

De leeftijd van bedrijven heeft wel invloed op de locatiestrategie, maar niet volgens de verwachting uit de literatuur. Jongere bedrijven zijn in hun toekomstige locatiestrategie vaker op een locatie binnen Noord-Holland Noord georiënteerd dan oudere bedrijven (zie tabel 6.16). Dit verband is wel relatief zwak. Met jonge bedrijven worden hier bedrijven jonger dan 58 jaar bedoeld, een groter onderscheid in leeftijd is niet te maken omdat de respons in de afzonderlijke groepen dan te laag is. Mogelijk oriënteren de oudere bedrijven in de jongste groep zich wel meer op Noord-Holland Noord dan de oudere bedrijven daarbinnen, om dit te toetsen zijn gegevens nodig van een grotere groep bedrijven.

Tabel 6.33 Oriëntatie van de locatiestrategie naar leeftijd van bedrijven.

		Buiten Noord-Holland Noord	Binnen Noord-Holland Noord	Totaal
<b>58 jaar of jonger</b>	Abs.	6	42	48
	Rel. (%)	12,5%	87,5%	100,0%
<b>Ouder dan 58 jaar</b>	Abs.	9	15	24
	Rel. (%)	37,5%	62,5%	100,0%
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>15</b>	<b>57</b>	<b>72</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>20,8%</b>	<b>79,2%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 6,063 ; sig. 0,014 ; Cramer's V = 0,290

De toekomstige locatiestrategie wordt dus in beperkte mate verklaard door bedrijfsspecifieke eigenschappen. Alleen de leeftijd van bedrijven heeft invloed. Vormt het locatiegedrag uit het verleden wellicht een verklaring? Zijn meer mobiele bedrijven (al eerder verplaats) meer buiten de regio gericht? Zijn bedrijven die altijd al in Noord-Holland Noord zijn gevestigd meer gebonden aan de regio?

Het antwoord op beide vragen is negatief. Zowel het vestigingsverleden als de mobiliteit van bedrijven in het verleden hebben geen invloed op de oriëntatie van de toekomstige locatiestrategie (zie tabel 6.34 en 6.35)

Tabel 6.34 Oriëntatie van de locatiestrategie naar vestigingsverleden.

		Buiten Noord-Holland Noord	Binnen Noord-Holland Noord	Totaal
<b>Altijd binnen Noord-Holland Noord</b>	Abs.	13	53	66
	Rel. (%)	19,7	80,3	100,0
<b>Van buiten Noord-Holland Noord</b>	Abs.	2	6	8
	Rel. (%)	25,0	75,0	100,0
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>15</b>	<b>59</b>	<b>74</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>20,3</b>	<b>79,7</b>	<b>100,0</b>

Chi2 = 0,124 ; sig. 0,725



Tabel 6.35 Oriëntatie van de locatiestrategie naar mobiliteit in het verleden.

		Buiten Noord-Holland Noord	Binnen Noord-Holland Noord	Totaal
<b>Nooit verplaatst</b>	Abs.	10	31	<b>41</b>
	Rel. (%)	24,4%	75,6%	<b>100,0%</b>
<b>Eerder verplaatst</b>	Abs.	5	28	<b>33</b>
	Rel. (%)	15,2%	84,8%	<b>100,0%</b>
<b>Totaal</b>	<b>Abs.</b>	<b>15</b>	<b>59</b>	<b>74</b>
	<b>Rel. (%)</b>	<b>20,3%</b>	<b>79,7%</b>	<b>100,0%</b>

Chi2 = 0,966 ; sig. 0,326

## 6.6 Conclusie

Dit hoofdstuk ging in op het netwerk van bedrijfsrelaties van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord, hun locatiegedrag in het verleden en de toekomstige locatiestrategie. Het netwerk van bedrijfsrelaties is bij het merendeel van de bedrijven lokaal georiënteerd. Tussen de soorten bedrijfsrelaties bestaat wel een verschil; afnemers bevinden zich slechts voor 40 procent binnen de regio, terwijl ruim 70 procent van de leveranciers en samenwerkingspartners binnen de regio is gevestigd. De reden hiervoor is waarschijnlijk dat de veilingen in Aalsmeer, Barendrecht en Naaldwijk een groot deel van de afzet voor hun rekening nemen. Noord-Holland Noord mist een grote veiling in land- en tuinbouwproducten. Kleine bedrijven kunnen hun producten nog binnen de regio kwijt, maar hoe groter het bedrijf (in aantal banen) hoe meer de afnemers zich buiten Noord-Holland Noord bevinden.

De inventarisatie van netwerken van bedrijfsrelaties geeft desalniettemin aanleiding te concluderen dat de Greenport Noord-Holland Noord een cluster is; er is een bovengemiddelde concentratie van primair agrarische en agribusiness bedrijven gevestigd (hoofdstuk 5), er bestaan veel relaties binnen de regio en er wordt samengewerkt met bedrijven en instellingen binnen de regio. Bedrijven werken niet alleen samen met bedrijven uit hun eigen sector, maar ook met bedrijven uit andere Greenport-sectoren (*cross-overs*) en agribusiness sectoren. Dergelijke samenwerkingen zorgen potentieel voor nieuwe producten en diensten doordat kennis uit verschillende sectoren wordt gecombineerd (Frenken et al., 2007).

Vertrouwen en goed contact is vaak een reden om zaken te doen met een lokale leverancier, terwijl bij leveranciers van verder weg de kwaliteit van het product of de dienst het belangrijkste is. Dit duidt erop dat bedrijven het liefst zo lokaal mogelijk zaken doen en een leverancier buiten de regio zoeken wanneer de kwaliteit dichtbij huis niet toereikend is. Hetzelfde geldt voor samenwerkingsrelaties, al zoekt men hier met name binnen de gehele provincie Noord-Holland. Daarnaast blijkt dat bedrijven die wat langer op de huidige locatie zijn gevestigd, vaker leveranciersrelaties op basis van goed contact of vertrouwen aangaan dan bedrijven die kort op de huidige locatie zijn gevestigd. Maar voor bedrijven die langer dan 50 jaar op de huidige locatie zijn gevestigd geldt dit echter niet.

Verder blijkt dat teelt-bedrijven vaker hun leveranciers binnen Noord-Holland Noord hebben dan dierhouderij-bedrijven, wat wordt veroorzaakt door de eenmanszaken in de dierhouderij die voor een groot deel hun leveranciers buiten de regio hebben. Mogelijk gaat het hier om een bepaalde groep dierhouderijen die niet in Noord-Holland Noord terecht kunnen voor leveranciers.

Tabel 6.36 Overzicht toetsing hypothesen 4 en 5.

H4: Het merendeel (> 50%) van de afnemers en toeleveranciers van bedrijven in Noord-Holland Noord bevindt zich binnen de regio Noord-Holland Noord, maar dit verschilt naar grootte, sector, leeftijd en aantal jaren van vestiging in de regio.	
<b>Locatie afnemers</b>	<b>40% binnen Noord-Holland Noord</b>
Bedrijfsgrootte (aantal banen)	Groter bedrijven minder afnemers binnen NHN
<b>Locatie leveranciers</b>	<b>74% binnen Noord-Holland Noord</b>
Vertrouwen en goed contact	Spelen een rol bij zaken doen binnen NHN
Bedrijfsgrootte (aantal banen), sector	Eenmanszaken in dierhouderij vaker leveranciers buiten NHN
H5: Het merendeel (> 50%) van de samenwerkingsrelaties met bedrijven, onderzoeksinstellingen, overheden en opleidingen onderhouden bedrijven in de Greenport met organisaties binnen Noord-Holland Noord, maar dit verschilt naar grootte, sector, leeftijd en aantal jaren van vestiging in de regio.	
<b>Locatie samenwerkingspartners</b>	<b>71% binnen Noord-Holland Noord</b>
Bedrijfsgrootte (aantal banen)	Grotere bedrijven meer kennisrelaties, werken vaker samen buiten NHN
Leeftijd	Oudere bedrijven vaker relaties binnen NHN

Van de ondervraagde bedrijven is bijna 90 procent al sinds oprichting binnen Noord-Holland Noord gevestigd, waarvan een derde ooit binnen de regio Noord-Holland Noord is verhuisd. Het lijkt er dan ook op dat de agrarische bedrijven tevreden zijn met het vestigingsklimaat van de Greenport, ongeveer 10 procent is (enigszins) geneigd de komende vijf jaar te verplaatsen. En ruim 80 procent van de bedrijven zou zich opnieuw binnen Noord-Holland Noord vestigen als zij zich zouden moeten verplaatsen. Daarna heeft het buitenland de meeste aantrekkingskracht op de bedrijven. Geen enkel bedrijf geeft aan zich graag in een andere Greenport te vestigen; binnen Nederland zijn Flevoland, Friesland en Groningen het meest populair.

Het gemiddeld sterk lokaal georiënteerde netwerk van de bedrijven is niet direct de oorzaak van de lokaal georiënteerde locatiestrategie. Er wordt geen verband gevonden tussen de mate van lokaal georiënteerde bedrijfsnetwerken en de mate van lokaal georiënteerde locatiestrategieën. Ook andere locatiefactoren bieden geen verklaring voor de lokale oriëntatie van de toekomstige locatiestrategie. Alleen de leeftijd van bedrijven heeft hier invloed op; jongere bedrijven zijn meer op Noord-Holland Noord gericht dan oudere bedrijven. Met 'jonge' bedrijven worden bedrijven jonger dan 58 jaar bedoeld.

In het volgende hoofdstuk worden deze uitkomst kwalitatief gecontroleerd. In interviews wordt ondernemers gevraagd in hoeverre een lokaal netwerk van bedrijfsrelaties de onderneming 'bindt' aan de huidige locatie.

Tabel 6.37 Overzicht empirisch onderzoek naar oriëntatie van de toekomstige locatiestrategie

H6: De locatiestrategie van bedrijven in de Greenport Noord-Holland Noord is lokaler georiënteerd naarmate het netwerk van bedrijfsrelaties lokaler is.	
<b>Oriëntatie bedrijfsnetwerk</b>	<b>Heeft geen invloed op oriëntatie toekomstige locatiestrategie</b>
Leeftijd	Jonge bedrijven meer gericht op NHN dan oudere bedrijven

## 7. Belanghebbenden aan het woord: vorming & versterking Greenport-cluster

Greenport Noord-Holland Noord is een cluster, zo blijkt uit de vorige twee hoofdstukken. Naast geografische concentratie en netwerken van bedrijfsrelaties is de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord onderzocht. De volgende deelvraag stond daarbij centraal:

- (1) In hoeverre hangt de mate van lokale oriëntatie van de locatiestrategie van bedrijven in de Greenport-sectoren samen met de aanwezigheid van relaties met bedrijven, kennisinstellingen en overheden binnen de regio Noord-Holland Noord?

De kwantitatieve analyse in het vorige hoofdstuk vond geen verband tussen netwerken van bedrijfsrelaties en de locatiestrategie. In de literatuur wordt hier wel op gewezen; een bedrijf zou meer en meer gebonden raken aan een locatie wanneer men hier langer is gevestigd en daarbij een groter netwerk in de regio opbouwt. Voor agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord geldt juist dat jongere bedrijven in hun locatiestrategie meer georiënteerd zijn op Noord-Holland Noord. Aan de hand van interviews met ondernemers worden deze uitkomsten gecontroleerd en wordt dieper ingegaan op de relatie tussen sociale en zakelijke netwerken en locatiestrategie.

In de interviews met ondernemers is tevens gevraagd naar hun visie op het Greenport-cluster, sterke en zwakke punten daarvan en de gewenste rol van de uitvoeringsorganisatie Greenport. Hierbij wordt tevens de respons van het laatste deel van de enquête gebruikt waarin een reflectie op het werk van de Greenport en haar gewenste rol aan bod kwam (zie bijlage III). Daarnaast zijn vertegenwoordigers van de overige 3 O's geïnterviewd, om ook hun visie hierop in beeld te brengen en zo tot een antwoord te komen op de laatste deelvraag in dit onderzoek:

- (2) Wat zijn volgens belanghebbenden barrières in de vorming of versterking van het Greenport-cluster in de regio Noord-Holland Noord en hoe kunnen deze worden geslecht?

### 7.1 Netwerk bedrijfsrelaties

De kwantitatieve analyse van de netwerken van bedrijfsrelaties in hoofdstuk 6 wees uit dat agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord met name zaken doen met leveranciers en samenwerkingspartners binnen de regio en dat afnemers zich veelal buiten de regio bevinden. Waarom doen bedrijven al dan niet zaken met bedrijven of andere partijen binnen de regio? Spelen sociale contacten of de lengte van vestiging in de regio hierbij een rol? Met deze vragen worden de uitkomsten uit het kwantitatieve onderzoek gevalideerd, daarnaast wordt dieper ingegaan op de relaties tussen afnemers en leveranciers. Hebben afnemers invloed op het geleverde product of dienst? Werken leveranciers samen met hun afnemers om hun producten of diensten te verbeteren? En gebeurt dit vaker en soepeler tussen bedrijven die binnen de regio Noord-Holland Noord zijn gevestigd dan wanneer bedrijven verder van elkaar gevestigd zijn?

#### 7.1.1 Afnemers

De geïnterviewde ondernemers in de primair agrarische sectoren geven veelal aan dat er inderdaad weinig afnemers voor hun producten binnen Noord-Holland Noord zijn te vinden. Dat komt deels door de geografische ligging; het is een geïsoleerde regio omgeven door water, waardoor verwerkers van bepaalde landbouwproducten of andere afnemers zich er minder snel vestigen. Ze kunnen er immers moeilijk 'sourcen' vanuit andere gebieden wanneer het aanbod binnen Noord-Holland Noord niet voldoende is. Er valt dus te zeggen dat er te weinig massa is van primaire agrarische bedrijven binnen één specifieke deelsector (bijvoorbeeld aardappelboeren) om aantrekkelijk te zijn voor grote afnemers (bijvoorbeeld een patatfabriek).

*“Die gaan natuurlijk liever ergens midden in de Flevopolder zitten, want dan kunnen ze overal die aardappelen vandaan krijgen. Daar kunnen wij dus niet zelf komen dan, dus dat vind ik een nadeel.”* (akkerbouwer over vestigingsplaats van patatfabrieken).

Een van de geïnterviewde bedrijven is hierop een uitzondering. Een grote verwerker van groente en fruit neemt namelijk wel veel producten binnen Noord-Holland Noord af. Dit bedrijf neemt echter veel diverse producten af en heeft dus juist behoefte aan een enigszins divers teeltgebied. Het bedrijf is daarnaast al meer dan honderd jaar op de huidige locatie gevestigd en heeft deze plek niet gekozen vanwege die

vestigingsfactoren. De grote afnemers die in het gebied zijn gevestigd, zijn dat al van oudsher. Twee daarvan hebben wel kunnen uitgroeien tot de grootste groente- en fruitverwerkers van Nederland. Voor afnemers van diverse agrarische producten heeft Noord-Holland Noord een goed vestigingsklimaat, voor verwerkers van specifieke agrarische producten is de regio minder aantrekkelijk. Het beeld over afnemers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord in het vorige hoofdstuk wordt door de geïnterviewden bevestigd.

In het vorige hoofdstuk kwam naar voren dat de sectoren dierhouderij en akkerbouw een centrale plek innemen in het waardesysteem van de agribusiness, deze sectoren werden relatief vaak als afnemer en leverancier genoemd. Uit de interviews blijkt dat binnen de dierhouderij tussen ondernemers regelmatig vee wordt verhandeld, koeien gaan bijvoorbeeld van de ene melkveehouder naar de andere. Ook tussen akkerbouw en dierhouderijen bestaan afnemers en leveranciers-relaties. Akkerbouwers leveren bijvoorbeeld maïs als diervoeder aan dierhouderijen en de mest van dierhouderijen kan door akkerbouwers worden gebruikt om het land te bemesten.

Relaties met afnemers gaan bij veel ondernemers ver terug, de relaties bestonden soms al toen hun vader nog ondernemer was. De ondernemers hebben een vertrouwensband opgebouwd met deze ondernemers of vertegenwoordigers van grote afnemers, maar geven vaak ook als reden: *“ik weet niet anders.”* (akkerbouwer). Voor de glastuinbouwbedrijven zijn afnemers vaak handelaren of exporteurs die op of rondom de veilingen zijn gevestigd en de producten over de hele wereld afzetten. Hoewel deze bedrijven zich niet binnen Noord-Holland Noord bevinden, bestaan er wel hechte relaties met deze afnemers.

### *De ‘macht’ ligt bij de afnemers*

De geïnterviewde groente- en fruitverwerker geeft aan invloed te hebben op de bedrijfsvoering van haar leveranciers. Het bedrijf maakt vooraf afspraken met telers over de af te nemen hoeveelheden product. Daarop bepalen de telers hoeveel ze van welk gewas inzaaien. Afnemers hebben vaker invloed op de bedrijfsvoering van bedrijven, bijvoorbeeld in de melkveehouderij. Een ondernemer in die sector geeft aan dat zijn afnemer strenge eisen stelt aan de kwaliteit van zijn melk en weidegang stimuleert door een hogere prijs te betalen voor melk van koeien die veel buiten hebben gelopen. De afnemer stimuleert daarnaast kennisuitwisseling door punten toe te kennen aan melkveehouders wanneer zij deelnemen aan studiegroepen. Met die punten waarborgt het bedrijf dat het binnen een bepaalde kwaliteitsklasse blijft. De afnemer dwingt zo min of meer af dat haar leveranciers werken aan innovatie, duurzaamheid en dierenwelzijn.

#### **7.1.2 Leveranciers**

Agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord doen in de meeste gevallen zaken met leveranciers uit de regio, zo bleek in hoofdstuk 6. Vertrouwen en goed contact spelen daarbij een rol. De interviews met ondernemers bevestigen dit beeld; de meeste bedrijven geven aan dat men het liefst zaken doet met leveranciers in de nabije omgeving. Deels komt dit dus doordat men in de directe omgeving meer mensen kent en relaties met leveranciers vaak lang terug gaan, en daardoor een vertrouwensband is opgebouwd. Maar leveranciers en dienstverleners die dichtbij gevestigd zijn bieden vaak ook de beste prijs, omdat de transportkosten (of voorrijkosten) het laagst zijn.

Soms gaat een relatie met een leverancier verder dan alleen het afnemen van een product of dienst en werkt men samen aan het ontwikkelen van een machine of werkt men samen aan benutten van reststromen. Een van de ondernemers is zelfs parttime aan het werk als vertegenwoordiger voor een van zijn leveranciers in de omgeving van zijn bedrijf.

Ook voor leveranciers geldt dat relaties vaak al lang bestaan. Bedrijven weten niet beter dan met deze bedrijven zaken te doen, al kijkt men wel degelijk kritisch naar leveranciers en zoekt men naar de beste kwaliteit. Met name met uitgangsmateriaal is men hier erg kritisch op:

*“Daar moet je geen risico’s bij nemen, die plant je voor tien jaar. Dan moet het plantje wel goed zijn. Ieder jaar wordt die plant groter. Het duurt vier jaar voordat die plant volwassen is, dat je maximale productie hebt. Daar gaat wel een geld in zitten hoor. Eerste jaar oogst je niks, tweede jaar verdien je je plantmateriaal terug en het derde jaar kom je pas aan je overige kosten toe, als huur en arbeid. Derde jaar*

*kom je als de prijzen goed zijn in de plus. En na vier jaar, vijf jaar ga je verdienen.”* (Glastuinbouwondernemer over uitgangsmateriaal pioenrozen).

Zoals in hoofdstuk 5 naar voren kwam, komt het ruimtelijk spreidingspatroon van de zaadveredelingsector overeen met dat van producenten en handelaren in productiemiddelen en speur- en ontwikkelingswerk. Voor leveranciers van zaadveredelaars geldt dat zij inderdaad hun klanten volgen in hun locatiegedrag en het neerzetten van het cluster onder de noemer Seed Valley helpt daar bij:

*“Die wil daar ook heel erg graag bij. En wat je namelijk ziet is dat met die groei van zaadbedrijven is er ook veel behoefte aan allerlei installatietechnici, werktuigbouwkundigen, ingenieurs. We willen dus als regio ook aantrekkingskracht hebben op die competenties.”* (stichting Seed Valley).

De zaadveredelaars geven daarnaast dus aan dat ze haar toeleveranciers graag dichtbij hebben en doen er moeite voor om die aan te trekken. Want naast het feit dat leveranciers vaak goedkoper zijn als ze van dichterbij komen, kunnen bedrijven makkelijker invloed uitoefenen op het product of dienst en kan men makkelijker profiteren van de kennis die leveranciers bezitten. Een vertrouwensband of goed contact met de leverancier speelt hierbij ook mee. Zo geeft een dierhouder aan dat de voerleverancier waar hij tevens voor werkt als vertegenwoordiger, sneller nieuwe producten door hem laat testen dan door andere bedrijven:

*“Ja, ze kennen het bedrijf ook. En ze vinden het wel leuk om dat bij mij te doen. Als het bij mij werkt, weten ze ook dat ik wel enthousiast ben bij mijn klanten. Dat werkt voor hun dubbel.”*

### 7.1.3 Samenwerking

Zoals in het vorige hoofdstuk blijkt, werken agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord het meest samen met bedrijven binnen de regio Noord-Holland Noord. Zoals de zaadveredelingsbedrijven die gezamenlijk werken aan een beter arbeidsmarktimage en het cluster op de kaart willen zetten bij beleidsmakers.

Grote bedrijven zetten makkelijker de stap naar samenwerking dan kleinere bedrijven, zo blijkt uit het ontstaan van stichting Seed Valley. De grootste bedrijven namen daarin het initiatief en het grootste deel van de budgettering voor hun rekening, waardoor het voor de kleinere bedrijven makkelijker werd om aan te sluiten. Dergelijke *leader firms* blijken nodig te zijn om ontwikkelingen in een cluster op gang te helpen.

Bij samenwerking om kennis zijn bedrijven vaker gedwongen om buiten de regio te kijken. Een van de ondernemers die bezig is met het opwekken van biogas door agrarische reststromen te vergisten, geeft aan dat bedrijven die dit ook doen met name in Noord-Oost Nederland zijn gevestigd. Voor kennisuitwisseling is hij dan ook aangewezen op deze ondernemers. Dat in Noord-Oost Nederland veel dierhouderijen zijn gevestigd (zie hoofdstuk 5) biedt een verklaring voor de aanwezigheid van veel ‘vergisters’. Mest is namelijk een veelgebruikte brandstof in dit proces.

Ondernemers geven ook vaak aan waar kansen zijn in meer samenwerking, maar waar zij om uiteenlopende redenen nog niet de stap toe hebben gezet. Kansen zijn er bijvoorbeeld in samenwerking tussen de groenteverwerking en de zaadveredeling. Bij groenteverwerkers komen bepaalde vragen op over producten, bijvoorbeeld of een gewas zo geteeld kan worden dat het langer houdbaar is, waar de zaadveredeling mogelijk oplossingen voor kan uitvinden.

Een dierhouder geeft aan dat hij meer in contact zou willen treden met ondernemers in andere agrarische sectoren, bijvoorbeeld in de glastuinbouw, om kennis en ervaring te delen over bedrijfsvoering en ondernemerschap. Dat zijn volgens hem thema’s die in elke sector spelen en los staan van de kernactiviteit van een bedrijf:

*“Ik denk dat je met alle bedrijven contact kunt hebben, en dan met name over ondernemerschap. Dingen die je tegen komt. Gewoon simpel ondernemerschap; waarom doe je dat? Wat is je doel?”*

## Netwerk van bedrijfsrelaties

Voor alle bedrijfsrelaties geldt dat ondernemers deze het liefst zo dicht mogelijk bij de eigen locatie zoeken, maar met name afnemers zijn moeilijk te vinden in de regio Noord-Holland Noord. Ondernemers geven aan voornamelijk contact te hebben met collega-ondernemers in de zelfde agrarische sector. Om inzicht te krijgen binnen welke Greenport-sector ondernemers het meest samenwerken, is aan elke geïnterviewde gevraagd de acht Greenport-sectoren op volgorde te leggen van de sector met de meeste relaties tussen ondernemers onderling tot de sector met de minste relaties (zie tabel 7.1).

Ondernemers geven hier een ander beeld af dan de vertegenwoordigers van de overige 3 O's; opleidingen, onderzoek en overheid. De 3 O's zien de meeste samenwerking binnen de zaadveredeling en wijzen daarbij op de vereniging van vrijwel alle zaadveredelaars in Noord-Holland Noord in stichting Seed Valley. Bij ondernemers komt de sector vrijwel onderaan te liggen. Zij wijzen daarbij met name op de gevoeligheid van kennis over innovaties binnen de zaadbedrijven waardoor bedrijven naast het verbeteren van het imago van de sector juist weinig contact hebben over wat ze doen. Volgens alle geïnterviewden wordt er veel samengewerkt binnen de bollenteelt. Een van de ondernemers geeft aan dat de bedrijven in die sector relatief wat kleinschaliger zijn waardoor de bedrijven onderling meer contact hebben.

Ook de glastuinbouw wordt unaniem bovenaan in het lijstje geplaatst. Zowel ondernemers als vertegenwoordigers van de overige 3 O's geven aan dat glastuinbouwbedrijven vaak samenwerken aan een gezamenlijke energievoorziening. Met name op het grootste glastuinbouwgebied, de AgriPort, werken bedrijven nauw samen aan duurzame energieprojecten. Vollegrondsgroenteteelt wordt door ondernemers en andere geïnterviewden op dezelfde plaats ingedeeld. Zoals eerder aangegeven zijn ondernemers in deze sector vaak zelfs gedwongen om samen te werken, zodat zij gezamenlijk een grote hoeveelheid van een bepaald gewas kunnen aanbieden.

Akkerbouwers werken volgens ondernemers veel meer samen dan vanuit de optiek van de overige 3 O's. De geïnterviewde akkerbouwer geeft aan dat het hierbij met name gaat om het delen van kennis en ervaring over bedrijfsvoering en het bijeenkomen in studieclubs. Deze relaties zijn blijkbaar minder zichtbaar voor de buitenwereld. Ook de dierhouderij wordt door de overige 3 O's lager in het rijtje geplaatst dan door ondernemers. Samenwerking tussen dierhouders betreft dezelfde thema's als bij akkerbouwers; het delen van kennis en ervaring over bedrijfsvoering en organiseren van studieclubs.

De meeste geïnterviewden zien bedrijven in de sectoren fruitteelt en aquacultuur & visserij als geïsoleerd en weinig communicerend met collega-ondernemers. Een aantal geïnterviewden wijzen echter wel op een sterke samenwerking van fruittelers op het gebied van vermarkten van specifieke gewassen en geven aan dat andere sectoren hieraan een voorbeeld kunnen nemen.

Tabel 7.1 Gemiddelde volgorde van sectoren met meeste relaties binnen de sector.

Gemiddelde (van alle respondenten)	Ondernemers	Overige 3 O's
Bollenteelt	Bollenteelt	Zaadveredeling
Glastuinbouw	Glastuinbouw	Bollenteelt
Vollegrondsgroenteteelt	Akkerbouw	Glastuinbouw
Zaadveredeling	Vollegrondsgroenteteelt	Vollegrondsgroenteteelt
Akkerbouw	Dierhouderij	Fruitteelt
Dierhouderij	Fruitteelt	Dierhouderij
Fruitteelt	Zaadveredeling	Aquacultuur & Visserij
Aquacultuur & Visserij	Aquacultuur & Visserij	Akkerbouw

#### 7.1.4 Cross-overs

Een van de speerpunten van de Greenport is het stimuleren van cross-overs tussen verschillende Greenport-sectoren. Zoals ook in de literatuur blijkt, komen de meest innovatieve nieuwe producten of diensten tot stand uit samenwerking op het raakvlak van twee sectoren. In de interviews is daarom ook aandacht besteed aan samenwerking tussen ondernemers uit verschillende sectoren. In hoeverre werken bedrijven al samen over de sector-grenzen heen? Of welke combinaties van sectoren hebben de meeste potentie op innovatieve samenwerking?

Het benutten van reststromen in de ene agrarische sector door bedrijven in een andere agrarische sector is een cross-over die veel voorkomt en die lokaal veel kostenvoordelen en een duurzamere bedrijfsvoering tot gevolg heeft. De geïnterviewde groenteverwerker recyclet bijvoorbeeld bijna al haar afval, waarvan het meeste als diervoeder wordt gebruikt door dierhouderijen in de omgeving. Hij geeft daarbij ook aan dat het afval zo dicht mogelijk bij huis moet worden afgezet bij dierhouders, anders is het minder duurzaam en worden de kosten te hoog.

De vertegenwoordiger van een onderzoeksinstelling geeft aan dat de agrarische sectoren echter nog vrij geïsoleerd zijn. Binnen sectoren weten bedrijven elkaar goed te vinden, maar cross-overs komen moeizaam op gang. Ook het topsectoren-beleid zet in op cross-overs omdat de meeste innovaties juist ontstaan op punten waar sectoren elkaar raken.

*“De belangrijkste stap hierin is van het benoemen van kansen naar acties. Het geeft een heel verschillend beeld of je naar de koplopers kijkt, de bedrijven die de eerste stap zetten. Daarna volgt een bredere groep die bepaalde innovaties implementeert, dan wordt het een heel andere benadering.” (onderzoeksinstelling).*

Een aantal respondenten geeft hierbij aan dat er verbindingen bestaan tussen dierhouderij en aquacultuur & visserij. Voorbeeld hiervan is het kweken van kroost op water, dat als voeding voor dieren kan worden gebruikt omdat het veel eiwitten bevat. Een van de geïnterviewde ondernemers is hier in samenwerking met een aangrenzend dierhouderijbedrijf mee bezig, maar loopt daarbij tegen regelgeving aan die het project moeilijk maken:

*“Kroost moet GMP waardig worden, dan mag ik het pas aan derden verkopen. Maar dat GMP waardig worden is een dure aangelegenheid. Dus ik heb alles, de mogelijkheid om kroost te kweken, om duurzaam eiwit te maken voor koeien. Maar we komen er niet verder mee.” (glastuinbouwondernemer)*

Dit voorbeeld geeft aan dat er in potentie veel cross-overs mogelijk zijn tussen agrarische bedrijven, zeker in Noord-Holland Noord waar concentraties van alle agrarische sectoren aanwezig zijn (zie hoofdstuk 5). Volgens de geïnterviewden zijn er bijvoorbeeld kansen in samenwerking tussen dierhouderij, aquacultuur & visserij en glastuinbouw, omdat bedrijven in deze sectoren voor een groot deel elkaars reststromen kunnen benutten. Ook zijn er kansen in samenwerking tussen de zaadveredeling en groente- en fruitverwerking, om gezamenlijk na te denken over de beste eigenschappen van gewassen.

Wat minder innovatief zijn samenwerkingen tussen akkerbouwers, vollegrondsgroentetelers, bollentelers en dierhouderijen waarbij stukken land worden uitgewisseld. De structuur van Noord-Holland Noord, met een hoge dichtheid aan diverse agrarische bedrijven, maakt dit wisselende landgebruik veel gemakkelijker dan in andere regio's. Het uitwisselen van land tussen bedrijven in verschillende sectoren gebeurt al veel in Noord-Holland Noord. Zo spreken geïnterviewden van “de reizende bollenkraam”, waarbij bollen op verschillende stukken land worden opgekweekt om uiteindelijk te worden “gebroid” in kassen.

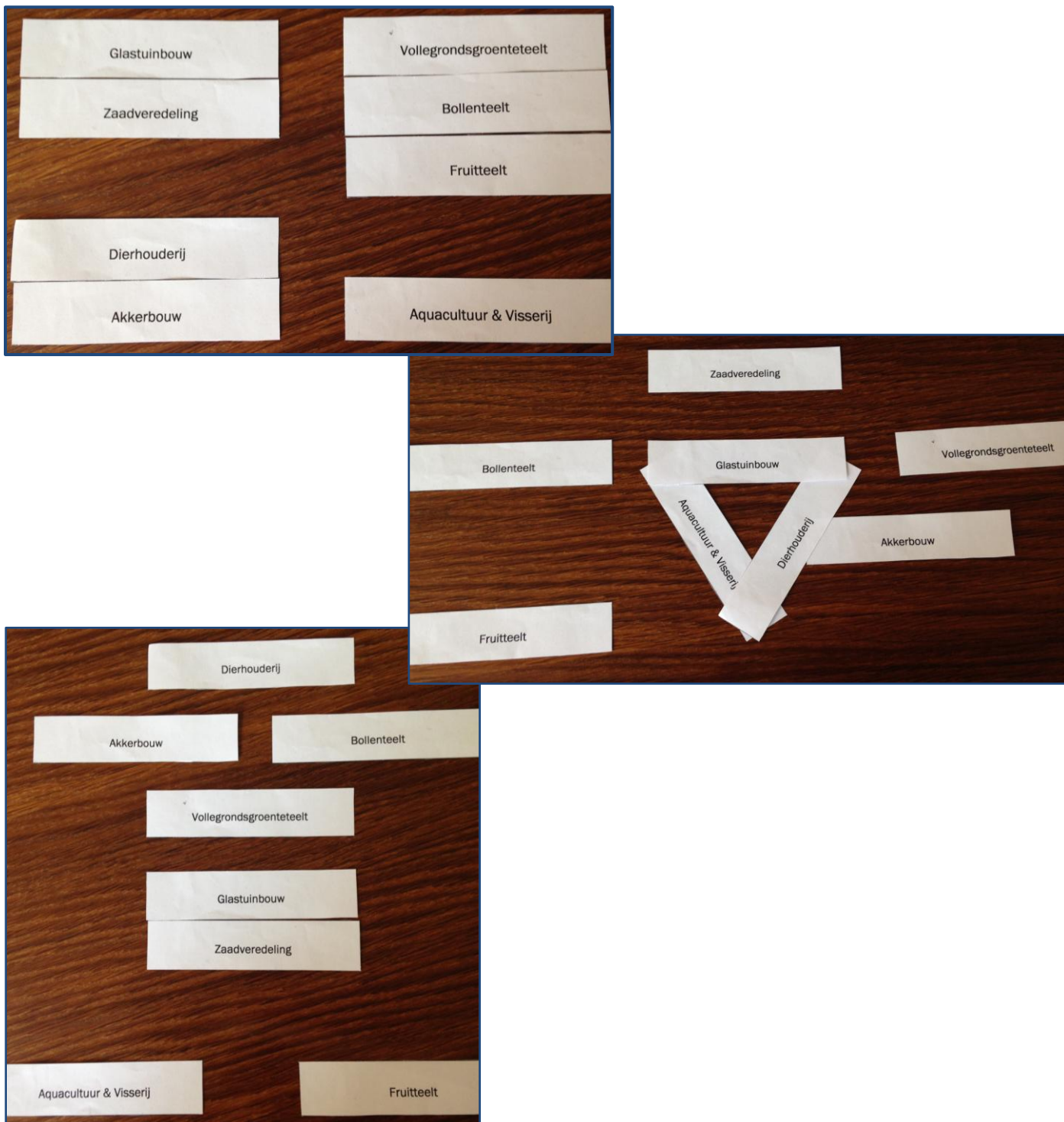
Naast het uitwisselen van land spreken de geïnterviewden ook over de mogelijkheid om personeel uit te wisselen tussen bedrijven uit verschillende sectoren. In de meeste agrarische sectoren worden namelijk seizoensproducten geteeld waardoor de vraag naar arbeid op bepaalde momenten hoog is maar de rest van het jaar laag. Een van de geïnterviewde glastuinbouwondernemers ziet een ‘cirkeltje’ voor zich van bedrijven in verschillende sectoren:

*“Bedrijven gaan seizoensproducten kiezen. Maar dat is voor de werkgelegenheid natuurlijk funest in dit gebied. Want als iemand maar drie weken werk heeft daar, en vijf weken werk heeft daar. Dan zou je*

*eigenlijk een heel cirkeltje moeten hebben; ik werk zoveel weken daar en zoveel weken daar en uiteindelijk kom ik het hele jaar rond.” (glastuinbouwondernemer)*

Voor veel bedrijven zou een dergelijke samenwerking gunstig zijn. Toch gebeurt dit nog niet veel. Op de vraag waarom ondernemers dit nog weinig doen geven zij aan dat de coördinatie hiervan nog ontbreekt en dat daar behoefte aan is. Iemand moet de pieken en dalen in de vraag naar arbeid per bedrijf in kaart brengen en de uitwisseling begeleiden. Hiervoor zien de ondernemers mogelijk wel een rol voor de uitvoeringsorganisatie Greenport.

*Figuur 7.1 Relaties tussen bedrijven uit verschillende sectoren volgens stichting Seed Valley (boven), een akkerbouwondernemer (midden) en een dierhouderij-ondernemer (onder).*





Over de huidige samenwerking tussen bedrijven uit verschillende sectoren wordt door de geïnterviewden verschillend gedacht. Op de vraag de Greenport-sectoren in clusters van samenwerkingen te leggen, ontstaan uiteenlopende plaatjes (zie figuur 7.1). Aquacultuur & visserij wordt vaak als een geïsoleerde sector gezien, al geven enkele geïnterviewden aan dat met name de aquacultuur wel veel relaties heeft met de dierhouderij en glastuinbouw. Zaadveredelaars hebben volgens de meeste geïnterviewden relaties met de glastuinbouw, vollegrondsgroenteteelt en bollenteelt als leverancier van uitgangsmateriaal of door het gebruik van kassen voor zaadteelt (glastuinbouw).

Door meerdere ondernemers en vertegenwoordigers van de overige 3 O's wordt aangegeven dat bedrijven uit verschillende sectoren meer van elkaar zouden kunnen leren over bedrijfsvoering, ondernemerschap, financiering en marketing. Deze kennisuitwisseling zou volgens ondernemers mede gefaciliteerd kunnen worden door de Greenport.

#### 7.1.5 Logistieke draaischijf

De waardeketen is aan verandering onderhevig. Er wordt veel gedacht over het verkorten van de keten, zodat producten direct van een teler naar de consument gaan. Op die manier kan de producent een hogere prijs ontvangen, maar ontstaat tegelijkertijd meer onzekerheid. Nu hebben telers vaak vaste contracten met supermarkten of groothandelaren waardoor ze verzekerd zijn van een bepaalde afzet tegen een vooraf afgesproken prijs.

De gesproken groente- en fruitverwerker heeft een speciale *supply chain* met haar belangrijkste afnemer, een grote supermarktketen in Nederland. Wanneer in de supermarkt een bepaald product opraakt, komen er signalen bij het distributiecentrum van de supermarkt binnen, maar ook direct bij de groenteverwerker. Deze volgt de voorraden in de distributiecentra van de supermarkt en zorgt dat die gevuld blijven met verse producten. Verder in de keten vraagt dat ook om flexibiliteit bij de telers waar die verse producten vandaan komen. Verse producten liggen maximaal 24 uur in het magazijn bij de verwerker, waardoor telers elke dag moeten aanleveren, ook in het weekend.

Noord-Holland Noord zou volgens de uitvoeringsorganisatie meer gezien moeten worden als de verstuin of achtertuin van Amsterdam. Volgens een vertegenwoordiger van een opleidingsinstelling hebben ondernemers in de regio steeds minder moeite met die stempel. Het geeft de regio immers internationaal meer aanzien, wat uiteindelijk beter is voor de afzet en het imago van de regio. Hij stelt ook voor om producten meer onder één merk in de markt te gaan zetten (regiomarketing), zoals de ontwikkelingsmaatschappij Noord-Holland Noord nu al doet met andere soorten producten onder de naam "van Hollandse bodem".

Greenport heeft de ambitie om "logistieke draaischijf en verstuin van Noordwest Europa" te worden. Voor gesneden groente en fruit geldt een maximale actieradius van 6 a 7 uur rijden van de locatie van verwerking. De mogelijkheden van logistieke draaischijf voor bewerkte versproducten in Noord-Holland Noord is daardoor beperkt. Voor onbewerkte landbouwproducten is de actieradius wel wat groter en zou de regio deze functie meer kunnen vervullen. Deze producten worden echter vooral verhandeld via veilingen en groothandelaren buiten Noord-Holland Noord. Zoals ook hoofdstuk 5 en 6 laten zien, zijn de afnemers van landbouwproducten niet in hoge mate binnen de regio aanwezig. Een logistieke draaischijf duidt ook op de instroom van landbouwproducten van elders die via Noord-Holland Noord naar de consument of detailhandel gaan. Ondernemers geven aan dat dit niet of nauwelijks in Noord-Holland Noord gebeurt, de twee grote groente- en fruitverwerkers uitgezonderd. De regio is dus nog geen logistieke draaischijf en lijkt hier ook niet echt naar toe te groeien.

## 7.2 Sociaal en zakelijk netwerk en locatiestrategie

In het vorige hoofdstuk bleek dat het netwerk van bedrijfsrelaties geen invloed heeft op de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. Alleen de leeftijd van bedrijven bleek van invloed op de locatiestrategie. Om een bredere verklaring te vinden voor de oriëntatie van de locatiestrategie is in de interviews verder doorgevraagd naar de factoren die de bedrijven aan Noord-Holland Noord binden en door welke facetten zij de regio mogelijk zouden willen verlaten.

### 7.2.1 Vestigingsklimaat

Bedrijven in Noord-Holland Noord zullen in de toekomst mogelijk problemen ondervinden op de arbeidsmarkt. Met een licht krimpende bevolking ontstaat naar verwachting krapte op de arbeidsmarkt, met name hoogopgeleid personeel wordt schaarser. Is dit in de toekomst ook reden om de regio te verlaten?

De zaadveredelaars, die de grootste vraag naar hoogopgeleid personeel hebben, zijn volgens de geïnterviewden erg geworteld in Noord-Holland Noord en zullen niet snel vertrekken. De zaadbedrijven zetten zich dan ook hard in om de regio op de kaart te zetten bij jongeren, met name hoogopgeleiden. De voornaamste reden om stichting Seed Valley op te richten was het verbeteren van het arbeidsmarktimage. Dat image is inmiddels verbeterd, maar de arbeidsvraag van zaadveredelaars groeit nog steeds en zij stellen steeds hogere eisen aan mensen. De sector is de afgelopen decennia steeds technischer geworden, waardoor de vraag naar mensen is veranderd; er is meer vraag naar wetenschappelijk opgeleide plantdeskundigen. Tegelijkertijd zorgt de hoge dichtheid van wereld leidende zaadbedrijven in Noord-Holland Noord ook voor een aantrekkingskracht op zaadbedrijven van buitenaf.

De vertegenwoordiger van de WUR geeft aan dat Noord-Holland Noord voor agrarische bedrijven een aantrekkelijk vestigingsklimaat heeft vergeleken met de rest van Nederland. Er zijn nog relatief grote kavels beschikbaar, waar elders geen of weinig ruimte meer is voor agrarisch landgebruik. Veel bedrijven uit het Westland zijn de afgelopen jaren dan ook verplaatst, veel hebben zich in Noord-Holland Noord gevestigd.

Voor agrarische bedrijven is de kwaliteit van grond een van de belangrijkste factoren in het vestigingsklimaat. Noord-Holland Noord kent verschillende grondtypen, waardoor de regio voor diverse agrarische sectoren aantrekkelijk is. Het noordelijk zandgebied is aantrekkelijk voor bollenteelt, de kleigrond in het oosten is erg geschikt voor akkerbouw en dierhouderij.

Niet in alle delen van Noord-Holland Noord is veel ruimte voor agrarische bedrijven. Een dierhouder in de Wieringermeer geeft aan dat gemeente en provincie in dat gebied met name het kleinschalig landschap willen behouden. De economische ontwikkeling naar minder bedrijven die steeds groter worden past daar moeilijk in. Hij verwacht dan ook dat dit in de toekomst tot frictie kan leiden en geeft aan dat het gebied daardoor een minder aantrekkelijk vestigingsklimaat heeft.

### Arbeidsmarkt

De bevolking van Noord-Holland Noord krimpt licht. Men verwacht dat er werkgelegenheid genoeg zal zijn in de toekomst en dat het aanbod van arbeid eerder tekort zal schieten bij de vraag. Het Clusius geeft aan dat het op dit moment al drie of vier keer zo veel jongeren zou kunnen opleiden voor de agribusiness sector dan dat het nu doet. Dit werk wordt nu veelal ingevuld door MOE-landers, met name Polen en Bulgaren.

Bedrijven geven daarnaast aan dat het vinden van technisch geschoold personeel is nu al een probleem is en ondernemers zien dit probleem in de toekomst groter worden. Hierbij gaat het naast hoogopgeleide mensen vooral ook om mensen met een technische MBO-opleiding:

*“Mensen die de techniek doen, engineers, technische dienst mensen – bijna niet aan te komen. En daar moeten we echt heel veel moeite voor doen om die naar binnen te krijgen. En dat merk ik ook bij collega-bedrijven, die hikken er allemaal tegen aan. Dus als je een advies moet geven; techniek, techniek, techniek.”*

De ontwikkelingsmaatschappij Noord-Holland Noord is mede hierom een regiomarketing campagne gestart; “van Hollandse bodem”. Door de regio meer als achtertuin van Amsterdam neer te zetten, kan de regio met name buitenlanders makkelijker naar de regio trekken. De oud-directeur van een zaadbedrijf maakt zich daarentegen geen zorgen over de aantrekkelijkheid van de regio als woonregio, maar meer over de instroom van jongeren in opleidingen die relevant zijn voor de zaadveredelingsector. Dit probleem speelt in alle agrarische sectoren, met name aan mensen met een bèta-opleiding is een tekort. De promotie van de sector, zoals stichting Seed Valley doet, is daarom erg belangrijk. Alle Greenport-sectoren zouden hierin meer samen kunnen optrekken volgens hem.

### 7.2.2 Locatiegedrag en strategie

Zoals in het vorige hoofdstuk duidelijk werd verplaatsten agrarische bedrijven niet veel en zijn ze weinig verplaatsingsgeneigd. Een van de geïnterviewde ondernemers geeft hiervoor een verklaring:

*“Als ik geen gaatje zie, dan ziet een nieuwe ondernemer dat ook niet, dus aan wie verkoop je het dan? ... Iemand met andere doelstellingen dan ik in ieder geval. Want ik ga dan weg voor de belemmeringen. Dan zou je helemaal in de natuur moeten gaan, dan zou je een heel ander idee moeten hebben. Maar die zijn zeldzamer.”*

Agrarische bedrijven zitten vrij gebonden aan hun vestigingslocatie door de hoge investeringen in grond en gebouwen en vaak ook ruimtelijke beperkingen. Zoals de ondernemer hierboven aangeeft zijn beperkingen van de huidige locatie veelal de reden voor een verplaatsing. Maar om te kunnen verplaatsen moet de grond en gebouwen op de huidige locatie wel eerst verkocht worden. Kopers staan echter niet in de rij, om dezelfde reden dat de ondernemer daar weg zou willen. In de glastuinbouwsector komt daar bij dat veel bedrijven hoge schulden hebben door een waardedaling van grond en kassen tijdens de crisis:

*“In 2008 zijn de glastuinbouwbedrijven in waarde meer dan gehalveerd. Bij de huizenmarkt was dat 25%, maar in de glastuinbouw praat je over 50% van de grondwaarde en de waarde van de glastuinbouwbedrijven. Dus de meeste glastuinbouwbedrijven staan onder water zeg maar.”*

De bedrijven die wel verplaatst zijn in het verleden deden dit in alle gevallen vanwege een beslissing van de gemeente; een herstructurering van een glastuinbouwgebied of gedwongen verplaatsing vanwege dorps- of stadsuitbreiding. Bij het zoeken naar een nieuwe locatie is het aanbod meestal leidend, zij het binnen een bepaalde straal rondom de oude locatie. *“Nou, hier stond een bedrijf te koop”* is een veel genoemde reden voor het vestigen op de huidige locatie. De meeste bedrijven geven daarnaast aan dat hun vestiging in Noord-Holland Noord voor een groot deel historisch bepaald is. Ook de oriëntatie van hun toekomstige locatiestrategie wordt beïnvloed door de historie van het bedrijf; de locatiestrategie is pad-afhankelijk (zie kader hieronder).

#### **Pad-afhankelijkheid: het ontstaan van Seed Valley**

Om zaad te telen is een langer seizoen nodig, omdat de planten langer op het land moeten staan; koele zomers en milde winters zijn een perfect klimaat om zaad te telen. In het gebied rondom Andijk in Noord-Holland Noord heerste zo'n klimaat en waren een aantal families die hier dankbaar gebruik van maakten en naast hun gewassen een deel van het land reserveerden om zaad te telen. Uit een aantal families ontstonden rondom Andijk talloze zaadbedrijfjes, door afsplitsingen, fusies en overnames.

Op een bepaald moment werd een spoorverbinding aangelegd tussen Enkhuizen en de rest van Holland, waarna veel van die zaadbedrijven zijn verhuisd van Andijk naar Enkhuizen, om een snellere verbinding met het achterland te hebben. Deze bedrijven rond Enkhuizen zijn tegenwoordig uitgegroeid tot de grootste zaadveredelaars ter wereld. In Warmenhuizen is ook nog een multinational gevestigd, die ook is ontstaan uit twee familiebedrijven.

Op een bepaald moment in de geschiedenis hebben de bedrijven rond Enkhuizen en Warmenhuizen een dermate grote voorsprong genomen op zaadveredelaars in de rest van Nederland en de wereld, die nooit meer werd ingehaald. Er vestigden zich specialistische toeleveranciers of die ontstonden uit zaadbedrijven en er ontstond kennis die nergens anders aanwezig is, waardoor de toegevoegde waarde van vestiging in dit zaadcluster almaar groter werd voor de zaadveredelaars.

Zo zorgt het 'toeval' van het gunstige klimaat rond Andijk ervoor dat er veel zaadveredelingsbedrijfjes bij elkaar ontstaan. Door spin-offs en aantrekkingskracht op bedrijven van buitenaf, groeit dit uit tot een cluster dat door haar voorsprong op andere gebieden telkens meer bedrijven blijft aantrekken. De zaadveredelingsbedrijven die hier hun oorsprong hebben zullen de regio daardoor ook niet snel verlaten – ze hebben in de loop der tijd een vestigingsklimaat gecreëerd dat nergens beter is.

*(Op basis van interview met Stichting Seed Valley)*

Ook de vestiging van de groenteverwerker in Warmenhuizen is pad-afhankelijk te noemen. Het bedrijf komt voort uit een aantal zuurkoolfabrieken, die van oudsher in de regio gevestigd waren omdat daar veel kool

wordt geteeld. Ondanks dat het bedrijf nu niet of nauwelijks nog kool verwerkt, is het in Warmenhuizen gebleven en organisch gegroeid op dezelfde locatie. Nu is het een fabriek van 40.000 vierkante meter waar ruim 1200 mensen werken, een vestiging die zich moeilijk laat verplaatsen door de hoge investeringen in gebouwen, machines en infrastructuur. Het bedrijf is van plan om op de huidige locatie nog verder uit te breiden, omdat het samen met haar afnemer werkt aan een groei van 250 miljoen naar 330 miljoen eenheden per jaar.

Bovendien geeft het bedrijf aan dat de locatie erg gunstig is, omdat het midden in een teelt-gebied is, waardoor veel groente van dichtbij kan worden ingekocht. Mede om deze reden zitten de twee grootste groente- en fruitverwerkers van Nederland in Noord-Holland Noord. Maar wat het bedrijf bindt aan de locatie zijn met name de hoge investeringen in de locatie, de zogenaamde *sunk costs* die moeilijk of niet zijn te verplaatsen. Het netwerk met lokale leveranciers is volgens het bedrijf ergens anders zo weer op te bouwen.

### 7.2.3 Sociaal en zakelijk netwerk verankert bedrijven

In tegenstelling tot de uitkomsten van het kwantitatieve onderzoek in hoofdstuk 6 laten ondernemers in de interviews weten dat hun netwerk binnen de regio Noord-Holland Noord wel degelijk invloed heeft op hun locatiestrategie. Een van de ondernemers geeft aan dat het netwerk van afnemers van zijn producten nergens in Nederland zo aanwezig is als in Noord-Holland Noord:

*“Maar dat is natuurlijk gewoon dat hier dat is, dat was ook een reden dat ik niet naar de andere kant van het land wou, want daar is het niet... je hebt daar ook geen handel voor de kool-afzet. Dat is daar niet.”(akkerbouwer)*

Veel relaties met afnemers en leveranciers of vertegenwoordigers daarvan bestaan al zo lang dat een hechte vertrouwensband is opgebouwd die men niet gemakkelijk weer opbouwt op een nieuwe locatie. De ondernemers geven aan dat dit ook bij vestiging op de huidige locatie een rol speelde.

Naast de gebondenheid door sociaal en zakelijk netwerk speelt ook de emotionele binding met de locatie in het algemeen een rol. Bijvoorbeeld omdat men, zoals deze ondernemer, het bedrijf eigenhandig heeft opgebouwd:

*“Nee, familie, vrienden en zakelijke contacten, je weet hier hoe het allemaal werkt. En je bent in principe ook wel gehecht aan je stekkie. Dit bedrijf heb ik zelf gemaakt, hier was niks.” (dierhouder)*

Een van de ondernemers geeft daarnaast aan een nieuwe vestiging te willen openen en dat deze ook in Noord-Holland Noord zal komen. Het bedrijf heeft al meerdere vestigingen binnen de regio en de ondernemer geeft aan dat het gemakkelijker is om vanuit één locatie de vestigingen aan te kunnen sturen wanneer deze dichtbij zijn gevestigd.

## 7.3 Ondernemers, Overheden, Opleidingen en Onderzoek: de vier O's

Naast relaties tussen bedrijven binnen een sector en afnemers, leveranciers en samenwerkingspartners bestaat binnen een cluster ook een netwerk met overheden, onderzoeks- en opleidingsinstellingen. Binnen dit netwerk van 'de vier O's' wordt kennis uitgewisseld, werkt men gezamenlijk aan een betere aansluiting tussen opleidingen en arbeidsmarkt of werken aan oplossingen voor gezamenlijke problemen. Volgens de vertegenwoordiger van een onderzoeksinstituut is dit netwerk tussen de O's van oudsher sterk ontwikkeld:

*“De agrarische sector is groot geworden met de gouden driehoek – overheid, onderzoek, ondernemers. Agrarische ondernemers zien elkaar heel erg als collega's en hebben altijd al kennis en problemen gedeeld en besproken in studieclubs. Van oudsher is er heel veel collectief in deze sector. Voorbeelden daarvan zijn de Rabobank, de veiling en gezamenlijke inkoop.” (WUR).*

In deze paragraaf wordt de betrokkenheid van de verschillende O's bij de Greenport uitgelicht en wordt ingegaan op relaties met de overige drie O's. Hierbij is met name aandacht voor mogelijke barrières voor een hechter netwerk tussen de vier O's en oplossingen daarvoor, om antwoord te vinden op de laatste deelvraag:

- (5) Wat zijn volgens belanghebbenden barrières in de vorming of versterking van het greenport-cluster in de regio Noord-Holland Noord en hoe kunnen deze worden geslecht?

### 7.3.1 Ondernemers

Ondernemers werken vooral samen met andere ondernemers. Met opleidingen en onderzoekinstellingen wordt ook nog regelmatig samengewerkt, maar met overheden hebben de meeste ondernemers nauwelijks contact. De grotere bedrijven die zijn geïnterviewd hebben wel vaker contact met overheden, met name gemeenten, omdat zij meer impact hebben op ruimtelijke ordeningsvraagstukken en belangrijk zijn voor werkgelegenheid. De kleinere bedrijven hebben een overwegend negatief beeld van de overheid en voelen vaker weerstand dan aanmoediging voor hun onderneming. Met name bij uitbreidingsplannen of bij innovaties waarvoor vergunningen nodig zijn, zien de ondernemers de overheid meer als vijand dan als vriend. Een ondernemer geeft aan dat hij hierdoor terughoudender is met ontwikkelingen in zijn bedrijf, omdat hij bang is voor tegenwerking van de gemeente. Het beeld van de gemeente is vanuit de meeste kleine ondernemers gezien niet erg positief:

*“Er wordt niet echt meegedacht. Toen de boel eindelijk af was zei de gemeente; er is nu een ruimte voor ruimte regeling, kunnen jullie niet verkassen? Toen had ik net 6 miljoen euro geïnvesteerd.” (glastuinbouwbedrijf).*

Een andere ondernemer geeft daarentegen juist aan dat de gemeente waar hij is gevestigd iemand in dienst heeft die de ondernemers helpt bij dit soort ontwikkelingen en aangeeft wat wel en niet kan. Deze ondernemer is daar zeer tevreden over. De relatie tussen overheid en ondernemers verschilt dus sterk per gemeente, in bepaalde gemeenten vormt deze een barrière voor de vorming of versterking van het cluster. Gemeenten zouden hierin van elkaar kunnen leren. De Greenport zou dit mogelijk kunnen faciliteren.

Alle geïnterviewde ondernemers hebben wel eens contact met opleidingsinstellingen, waarbij de agrarische opleidingsinstelling het Clusius College het meest wordt genoemd. Bij de kleinere bedrijven beperkt het contact zich tot het aanbieden van stageplaatsen. De grotere bedrijven hebben een diepgaandere samenwerking. Zo ontwikkelt de groente- en fruitverwerker samen met opleidingsinstellingen in de regio een eigen intern opleidingsprogramma en werken de zaadveredelaars veel samen met het Clusius College op zowel het promoten van de sector onder jongeren als inhoudelijke onderzoeksprojecten.

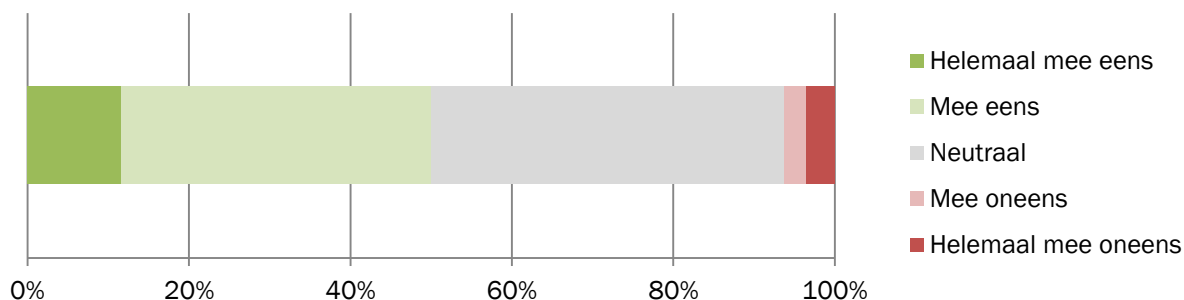
Contacten met onderzoekinstellingen zijn eveneens regelmatig bij grote bedrijven dan bij kleine bedrijven. De grote bedrijven hebben regelmatig behoefte aan kennis die niet binnen het bedrijf aanwezig is en zij hebben hier veelal vaste contacten voor, met universiteiten in binnen- en buitenland. Die contacten lopen via de ondernemer zelf of werknemers van het bedrijf, die allemaal weer een eigen netwerk hebben:

*“We doen heel veel projecten samen met de universiteit van Gent, die heel erg op voedingsmiddelentechnologie is gespecialiseerd, die doen heel veel onderzoek voor ons. ... dat zijn contacten die zijn gegroeid vanuit het verleden – tussen personen vaak.” (groente- en fruitverwerker).*

### Participatie Greenport

Bijna een vijfde van de geënquêteerde ondernemers heeft weleens geparticipeerd in een Greenport-project (19,5%), vier vijfde dus niet. Veel ondernemers weten dan ook niet goed wat de Greenport doet of voor hen kan betekenen. Volgens de uitvoeringsorganisatie Greenport zijn bepaalde sectoren meer betrokken bij de Greenport dan anderen. De glastuinbouw, bollenteelt, vollegrondsgroenteteelt, akkerbouw en zaadveredeling zijn goed vertegenwoordigd, zowel in de stuurgroep als bij bijeenkomsten en projecten. Aquacultuur & visserij is minder betrokken, net als de dierhouderij en fruitteelt. Voor de fruitteelt geldt dat de sector op landelijk niveau goed georganiseerd is, waardoor ondernemers misschien minder behoefte hebben aan een regionaal en sector overschrijdend orgaan. Dit geldt deels ook voor de dierhouderij, waar veel melkveehouders zijn aangesloten bij een coöperatie die contact tussen haar leden stimuleert en gezamenlijke problemen oppakt.

Figuur 7.2 Antwoorden op de stelling: de Greenport is van toegevoegde waarde voor de agrarische sector in Noord-Holland Noord.



Ondanks het relatief lage aandeel ondernemers dat participeert in projecten van de Greenport, is de helft van de ondernemers van mening dat de Greenport van toegevoegde waarde is voor de agrarische sector in Noord-Holland Noord (zie figuur 7.2). Een van de ondernemers geeft daarbij de toelichting:

*“Groot belang van samenwerking in de agrofoodsector om gepaste aandacht en ondersteuning in de breedte van de samenleving te krijgen”*

Niet veel ondernemers vinden dat de Greenport geen toegevoegde waarde heeft, maar veel ondernemers antwoorden hierop neutraal, omdat men onvoldoende bekend is met wat de Greenport voor hen kan betekenen.

Veel ondernemers hebben nog weinig benul van wat de Greenport is, wat de uitvoeringsorganisatie doet en wat de Greenport voor hen kan betekenen. Het betrekken en inlichten van ondernemers bij en over de kansen die de Greenport biedt kan dan ook beter, een taak die met name bij de uitvoeringsorganisatie ligt volgens de respondenten. Daarbij moet worden gewaakt voor het organiseren van teveel losse bijeenkomsten om verwarring te voorkomen. Volgens de vertegenwoordiger van de bank is het beter om hiervoor bestaande podia te benutten, zoals bijeenkomsten en communicatiemiddelen van LTO Noord.

### 7.3.2 Opleidingen

In Noord-Holland Noord is een opleidingsinstelling gevestigd die zich speciaal richt op ‘groene opleidingen’, het Clusius College. Dit zijn naast agrarische opleidingen bijvoorbeeld ook opleidingen tot dierenarts of bloemist, maar de nadruk van deze opleidingsinstelling ligt bij de agrarische opleidingen:

*“Wij vallen onder het ministerie van EZ, het vroegere ministerie van Landbouw, met onze bekostiging. ... We heten niet voor niets ‘agrarisch’ opleidingscentrum, wij hebben het tegenwoordig over ‘groene opleidingen’. Maar als wij niet meer zouden opleiden voor de land- en tuinbouw en de veehouderij dan zouden we eigenlijk geen bestaansrecht hebben. Dat zijn toch de roots waar je uit voortkomt, dat onderscheidt je.*

Opvolging is voor veel ondernemers een probleem of het is onduidelijk of hun kinderen het bedrijf later over willen nemen. Volgens de uitvoeringsorganisatie moet hiervoor de verbinding worden gelegd met praktijkopleidingen van het Clusius en technische opleidingen. Als meer jongeren voor een agrarische opleiding kiezen, wordt de kans groter dat nieuwe ondernemers bedrijven van oude ondernemers overnemen. In de interviews blijkt dat ondernemers in de eerste plaats hun hoop toch hebben gevestigd op hun kinderen, meestal zonen, als het gaat om opvolging in het bedrijf. Zij geven daarbij aan dat het tegenwoordig financieel erg lastig is voor een startend agrarisch ondernemer om een bedrijf over te nemen wanneer deze geen familie is van de vorige eigenaar. Maar niet elke ondernemer heeft kinderen die het bedrijf kunnen of willen overnemen en zijn daarmee toch aangewezen op een overname van buitenaf. In de enquête geeft vijf procent van de ondernemers aan de komende vijf jaar al op zoek te gaan naar een opvolger.

Het project AgriTech campus is onder andere op dit thema gericht; het opleiden van nieuwe agrarische ondernemers. De projectleider is een medewerker van het Clusius College. Deze AgriTech campus vormt de *Human Capital Agenda* van de Greenport:

*“Dat is in feite hoe zorgen we dat we voldoende kwantitatieve en kwalitatieve instroom hebben in die sectoren. Hoe zorgen we dat die mensen voldoende opgeleid zijn, hoe zorg je dat er goede nascholingsmogelijkheden zijn.”*

Binnen de AgriTech Campus wordt nauw samengewerkt met bedrijven. Zo is er het Clusius Lab gebouwd, een kas waar experimenten worden uitgevoerd en waar leerlingen praktijkonderwijs krijgen. Hierdoor komt het onderwijs dicht bij de praktijk van het bedrijfsleven, maar het moet leerlingen ook enthousiast maken voor het werk in de agribusiness.

Het vergroten van de arbeidsmarkt voor agribusiness-bedrijven zal voor het grootste deel moeten gebeuren door het animo voor deze opleidingen binnen de regio te vergroten. MBO-studenten en voor een groot deel ook HBO-studenten reizen niet of nauwelijks voor hun opleiding. Het Clusius College geeft dan ook aan dat het haar groei voornamelijk binnen de regio moet behalen, dus het marktaandeel in alle opleidingen te vergroten. Noord-Holland Noord is daarbij een overzichtelijk afgebakende regio, omringd door water. Er is maar één agrarisch opleidingscentrum in de regio en dat kent iedereen.

Noord-Holland Noord is een van de regio's in Nederland *“waar het gebeurt als het gaat over agribusiness”*. Daar heeft het college veel profijt van als het gaat om leerlingen aantrekken en toegang tot landelijke subsidies en programma's. Dat de regio tot Greenport is benoemd werkt met name dat laatste in de hand. Binnen de regio zorgt het er tevens voor dat het Clusius makkelijk aan tafel komt en vaak wordt uitgenodigd om mee te praten of te denken over opleiding gerelateerde vraagstukken:

*“Je hebt het helder, een hele overzichtelijke regio, je wordt overal uitgenodigd om mee te denken, mee te praten en aan tafel te zitten. En zeker als je je daar zelf nog een beetje actief in opstelt.”*

Het Clusius College krijgt door haar landbouwonderwijs financiering van het ministerie van Economische Zaken, in plaats van via het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Dit onderstreept het economisch belang van de opleidingsinstelling en onderscheidt haar van andere opleidingsinstellingen. Dit zorgt er volgens het Clusius ook mede voor dat de school *“een speler van belang is in de regio”*. Daarnaast is de bestuursvoorzitter van de opleidingsinstelling persoonlijk erg betrokken bij de Greenport en voorheen de Agriboard.

### **Opleidingen – Ondernemers**

Het Clusius College heeft sector-raden opgericht, waar ondernemers uit de agrarische sectoren hun sturing kunnen geven aan het onderwijs zodat het goed blijft aansluiten op wat van studenten gevraagd wordt als ze aan het werk gaan. Dit zorgt er volgens Clusius voor dat het onderwijs up-to-date blijft en geeft ruimte voor adviezen, klachten en ideeën uit bedrijfsleven. Een ondernemer geeft juist aan dat deze raden volgens hem moeizaam functioneren omdat hier vooral kleine, weinig innovatieve ondernemers zitting hebben.

Deze ondernemer spreekt ook zijn onvrede uit over het lage niveau op *“de landbouwschool”*, omdat jongeren hier te weinig praktijkvaardigheden leren en te veel bezig zijn met randzaken als onderzoekjes, verslagen schrijven en presenteren. Het Clusius geeft aan dat het wil inzetten op het ontwikkelen van *“het nieuwsgierigheidsgen”* bij studenten; een onderzoekende houding innemen en creatief zijn. Uiteindelijk kan dit leiden tot een innovatievere agrarische sector, omdat veel innovaties op de werkvloer ontstaan en niet altijd door wetenschappelijk onderzoek. Ondernemers denken hier soms anders over:

*“Ik stuur mijn zoon naar de landbouwschool dat hij gaat leren pieperstelen even kort door de bocht. Niet allemaal onderzoekjes gaat lopen doen.” (akkerbouwer).*

Die praktijkvaardigheden leren studenten voor een groot deel tijdens stages. Het Clusius heeft contact met honderden erkende leerbedrijven in Noord-Holland, waar studenten via stages kennis maken met hun toekomstige werkveld. Veel van die leerbedrijven komen binnen via de netwerken van docenten of directeuren. Dat is een van de redenen dat docenten ook gestimuleerd worden om eens per twee jaar een bedrijfsstage te doen. Daarnaast zorgt dat ervoor dat ze voeling houden met de praktijk. Ondernemers in de glastuinbouwsector geven aan dat ze graag stagiairs een plek zouden bieden, maar dat er te weinig animo is onder studenten:

*“Gebrek aan leerlingen, er is geen interesse. ... Ze gaan liever bij die megagrote tulpenboeren op AgriPort werken. Of de tomaten of paprikajongens.”*

Het netwerk van het Clusius met bedrijven wordt voor een groot deel gevormd door stagebedrijven, waarmee soms een verdergaande samenwerking wordt aangegaan. Maar de samenwerking met zaadveredelingsbedrijven neemt ook steeds meer toe en dat zijn niet altijd stage-bedrijven. Hoewel zaadbedrijven met name op zoek zijn naar hoger geschoolde mensen (HBO en WO), hebben zij ook een arbeidsvraag in te vullen met lager geschoolde arbeid. De samenwerking met zaadveredelaars gaat verder dan alleen het werven van personeel. Voor zaadveredelaars is het doel om jongeren enthousiast te maken voor het werk in de zaadveredeling en voor het Clusius dient de samenwerking ook om de kwaliteit van het onderwijs te verbeteren.

### 7.3.3 Onderzoek

In Noord-Holland Noord zijn geen universiteiten of andere onderzoeksinstituten gevestigd. Bedrijven die samenwerken met onderzoeksinstituten zoeken deze dan ook buiten de regio. Doordat de Wageningen Universiteit plaats heeft in de stuurgroep van de Greenport, is deze wel nauw betrokken bij het cluster. Het netwerk dat de Greenport is, bevat op deze manier alle vier de O's. Het netwerk van kennisrelaties van bedrijven is meer nationaal of internationaal geïntereerd.

Wanneer bedrijven op zoek gaan naar kennis die ze zelf niet in huis hebben, gaat het vaak om specialistische kennis over een bepaalde technologie. Geografische nabijheid speelt hierbij minder een rol – het gaat erom wie de meeste of beste kennis heeft over een bepaald onderwerp. De geïnterviewde groente- en fruitverwerker werkt bijvoorbeeld samen met de universiteit in Gent, omdat hier veel kennis over voedingsmiddelentechnologie is. Maar ook door contacten met onderzoekers van deze universiteit die al lange tijd bestaan. Samenwerkingsrelaties komen voort uit contact tussen personen; werknemers van een bedrijf of de ondernemer zelf leren mensen ergens kennen en onderhouden contact. Deze netwerken zijn nationaal of soms zelfs internationaal.

Dat netwerken van kennisrelaties en dus ook met onderzoeksinstituten zich niet laten beperken tot één regio blijkt ook uit de werkzaamheden van de vertegenwoordiger van de Wageningen Universiteit in de stuurgroep. Naast haar betrokkenheid bij Greenport Noord-Holland Noord is zij actief bij Greenport Venlo, de regio Food Valley en binnen het topteam van de topsector Tuinbouw & Uitgangsmaterialen. Deze persoon is daarmee de brug van het regionale netwerk naar een nationaal kennisnetwerk en naar nationaal beleid.

De onderzoeksafdelingen van de Wageningen Universiteit, die door het hele land gevestigd zijn, doen veel onderzoek in de praktijk in samenwerking met bedrijven. Waar vroeger praktijkproeven pas werden uitgevoerd nadat de uitkomsten van fundamenteel onderzoek bekend waren, wordt er steeds meer met bedrijven samengewerkt in alle stadia van onderzoek. Onderzoek wordt daarmee veel meer praktijkgericht, er is sprake van co-innovatie samen met bedrijven.

Dat binnen Noord-Holland Noord geen kennisinstellingen zijn gevestigd lijkt geen barrière te zijn voor de vorming of versterking van het cluster. Er zijn voldoende relaties met kennisinstellingen buiten de regio, op bedrijfsniveau, op Greenport-niveau of vanuit een groep bedrijven. De zaadveredelaars die zijn verenigd in stichting Seed Valley hebben namelijk een leerstoel opgericht aan de Universiteit van Amsterdam. Het blijkt wel dat met name de grote bedrijven gemakkelijk contacten leggen met onderzoeksinstituten via hun eigen netwerk. De ontsluiting van kennis naar de kleinere bedrijven in het cluster is volgens geïnterviewden, waaronder stichting Seed Valley, een taak voor de Greenport, die in projecten kennisinstellingen en ondernemers aan elkaar kan koppelen.

### 7.3.4 Overheid

De overheidskolom is relatief sterk vertegenwoordigd in de stuurgroep van de Greenport; de voorzitter is van de provincie Noord-Holland en er zitten vertegenwoordigers van drie gemeenten aan tafel. Volgens de uitvoeringsorganisatie Greenport zijn de agrarische sectoren ook belangrijke pijlers binnen bijna alle gemeenten in Noord-Holland Noord, maar doen zij hier tot nu toe te weinig aan. Ze zouden zich nog meer bij de Greenport kunnen en moeten aansluiten. Binnen de overheidskolom bestaan wel grote verschillen,



zo bleek ook uit het beeld dat ondernemers van gemeenten hebben (zie 7.3.1). Bepaalde gemeenten zijn meer betrokken bij de Greenport dan anderen.

De provincie Noord-Holland is de grootste financier van de Greenport en heeft daardoor ook een grote stempel op de agenda van de Greenport. Hierdoor is binnen de Greenport veel aandacht voor provinciaal beleid en volgens stichting Seed Valley minder voor de belangen van ondernemers. Deze privaat gefinancierde stichting voert alleen projecten uit die volgens de bedrijven belangrijk zijn. Hierbij schuilt volgens stichting Seed Valley voor de Greenport het gevaar dat ondernemers zich minder snel willen aansluiten omdat zij het idee hebben dat het een overheids-orgaan is. Volgens de oud-directeur van een van de Seed Valley-bedrijven is het juist heel belangrijk om ondernemers aan tafel te krijgen. Want uiteindelijk zijn de ondernemers de belangrijkste O binnen een cluster; bedrijven moeten innovaties toepassen en groei realiseren.

### 7.3.5 Hoe vinden de vier O's elkaar?

De vier O's zijn allemaal vertegenwoordigd in de stuurgroep van de Greenport. Buiten deze kleine club mensen zijn veel ondernemers echter nog niet aangehaakt bij de Greenport; de participatie in projecten en bijeenkomsten is laag. Veel ondernemers kennen de Greenport simpelweg niet of men weet onvoldoende wat deze voor hen kan betekenen. Buiten de Greenport om hebben veel bedrijven echter zelf wel contacten met opleidings- en onderzoeksinstituten; met name de grotere bedrijven kennen intensieve samenwerkingen. Ontsluiting van kennis die in het Greenport-netwerk aanwezig is via de aangehaakte kennisinstelling naar kleinere ondernemers gebeurt nog weinig. Hier is een taak weggelegd voor de uitvoeringsorganisatie Greenport.

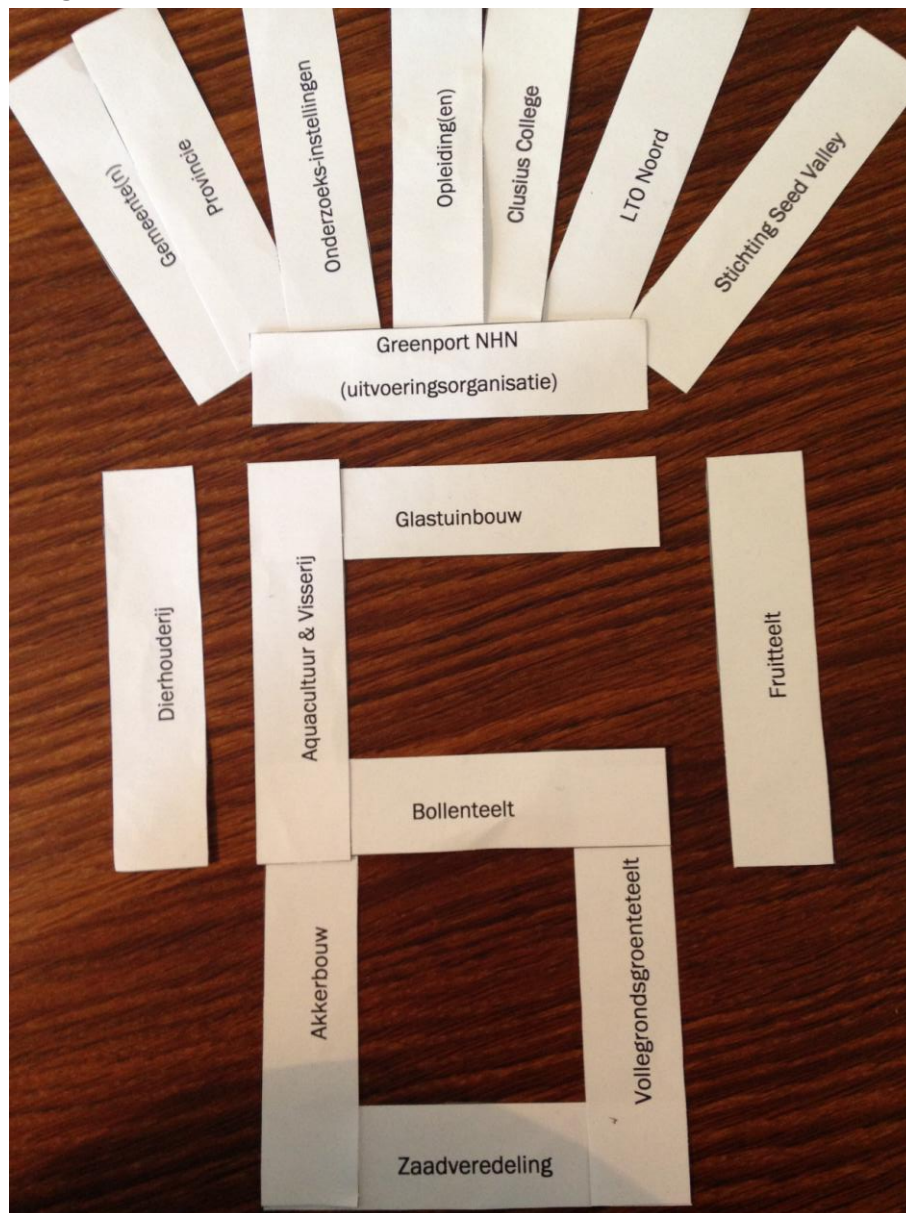
Het Clusius geeft aan dat de Greenport netwerkvorming tussen de vier O's al erg goed faciliteert. Bijeenkomsten, projecten en de stuurgroepvergaderingen zorgen ervoor dat ondernemers, opleidingen, onderzoeksinstituten en overheden elkaar ontmoeten. Daarbij vormt de Greenport de schakel tussen overheden, onderzoeksinstituten en opleidingen aan de ene kant en het agrarisch bedrijfsleven aan de andere kant (zie figuur 7.3).

*“Dan is de greenport voor ons dus een fantastisch vehikel. Je hebt contacten, het netwerk.”*

Voor de Greenport is het van belang om in beeld te zijn bij beleidsmakers en de politiek op provinciaal, nationaal en Europees niveau. De provinciale overheid wordt wat dat betreft goed bereikt, de Greenport krijgt het grootste deel van haar financiering van de provincie. De verbinding met de nationale overheid lijkt ook redelijk te zijn; het is de regio gelukt om de Greenport-status te krijgen en twee leden van de stuurgroep hebben tevens zitting in het topteam Tuinbouw & Uitgangsmaterialen. Daardoor wordt het voor bedrijven in de Greenport makkelijker om aan te haken bij subsidies binnen het topsectoren-beleid, al moeten bedrijven daarvoor wel eerst in contact zijn met de Greenport. Vooral de communicatie naar (kleinere) ondernemers in de regio kan beter. Toch kan de Greenport ook op het gebied van communicatie naar hogere overheden leren van de Seed Valley. Dat heeft zich weten neer te zetten als cluster van belang in nationaal beleid, door een duidelijk verhaal dat door veel bedrijven wordt gedragen.

De respondenten die Greenport kennen of hier al bij betrokken zijn geven aan dat het vooral een netwerk heeft gecreëerd waarin mensen elkaar kunnen vinden en partijen met problemen en oplossingen aan elkaar gekoppeld worden. Dat netwerk gedijt het best binnen een regio, omdat partijen altijd relatief dicht bij elkaar zitten en elkaar daardoor gemakkelijk kunnen ontmoeten. De Greenport kan hierbij de verbindende factor zijn tussen overheden, opleidings- en onderzoeksinstituten aan de ene kant en ondernemers aan de andere kant (zie figuur 7.2).

Figuur 7.3 Greenport Noord-Holland Noord verbindt overheden, onderzoeksinstituten en opleidingen aan de ene kant, met het bedrijfsleven aan de andere kant. (samenwerking tussen de 4 O's volgens opleidingsinstelling)



## 7.4 Sterkten en zwaktes

De laatste deelvraag gaat over barrières in de vorming of versterking van het Greenport-cluster die geïnterviewden op dit moment zien. De sterke en zwakke punten van het cluster worden daarom hier tegen elkaar afgezet en bij zwakke punten wordt in de interviews nagegaan of hier oplossingen voor zijn aan te dragen.

### 7.4.1 Diversiteit

De gesproken vertegenwoordigers van de vier O's zijn verdeeld over het bij elkaar brengen van alle acht agrarische sectoren binnen de Greenport. Aan de ene kant vormt het een sterk punt doordat de Greenport in nationaal en regionaal beleid en bij subsidies overal op kan aanhaken. Ook liggen er grote kansen bij cross-overs tussen sectoren. Er bestaan al projecten waarbij de reststromen uit de ene sector gebruikt worden in de andere sector, zoals tussen dierhouderij en glastuinbouw gebeurt ("koe in de kas").

Voor een van de ondernemers is het ideale bedrijf zelfs een groot agrarisch bedrijf waarin alle

sectoren vertegenwoordigd zijn, waarbij de reststromen uit het ene bedrijf als grondstof dienen voor het andere bedrijf. Via aquacultuur is bijvoorbeeld kroost te telen dat als diervoeder gebruikt kan worden en de mest van een dierhouderij is weer te gebruiken om akkerbouwland te bemesten of om energie op te wekken voor een glastuinbouwbedrijf (via biogas). Zo is een kringloop denkbaar waarbij nog nauwelijks afvalstromen bestaan en een groot deel van de grondstoffen van agrarische bedrijven lokaal worden uitgewisseld.

Aan de andere kant vormt de diversiteit binnen de Greenport een gevaar voor de communicatie en strategie van de Greenport, omdat het lastiger is om de regio als een geheel neer te zetten. De uitvoeringsorganisatie van de Greenport weet dat het een van haar belangrijkste taken is om de ondernemers bekend te maken met de Greenport en haar toegevoegde waarde en dat het veel moet investeren in communicatie. Veel ondernemers zijn nog onbekend met de Greenport of wat deze voor hun bedrijf kan betekenen (zie figuur 7.2).

Ook de communicatie naar buiten toe, het verbeteren van het imago van de agrarische sector als geheel, kan verzwakt raken door een te grote diversiteit aan projecten en initiatieven. Voor de communicatie naar buiten is het daarom belangrijk om de verschillende Greenport-sectoren aan gezamenlijke thema's te koppelen, zoals gebeurt met het thema voeding. Lastig daarbij is dat niet alle acht Greenport-sectoren daar altijd even goed bij aansluiten, zoals de bollenteelt moeilijk aansluit bij het thema voeding. Dat is een strijd tussen alles willen betrekken en een duidelijk verhaal naar buiten:

*“De Greenport moet er wel voor oppassen dat het niet te veel te gelijk wil doen. Want daardoor wordt het juist minder zichtbaar.”*

Wat betreft het verbeteren van het imago van de sector en het naar buiten brengen van de successen van de sector, kan de Greenport leren van stichting Seed Valley. Die is al enkele jaren bezig om voor alle zaadveredelaars in Noord-Holland Noord, die hevig concurreren met elkaar, een gezamenlijke campagne te voeren om de sector meer zichtbaar te maken voor jongeren en beleidsmakers. De stichting heeft duidelijk de keuze gemaakt om zich alleen met het promoten van de sector bij jongeren en overheden bezig te houden. De Greenport zou volgens veel geïnterviewden ook een keuze moeten maken voor een of enkele duidelijke thema's. Veel geïnterviewden wijzen daarbij op de mogelijkheden van cross-overs tussen Greenport-sectoren:

*“Het meest interessante van de Greenport vind ik de cross-overs tussen sectoren. En daar zijn goede voorbeelden van. Dus laat dat zien. Dat is voor een streek veel sterker.” (oud-directeur zaadbedrijf).*

#### 7.4.2 Betrokkenheid

Zoals eerder vermeld is de participatie van ondernemers in Greenport-projecten en bijeenkomsten laag (zie tabel 7.2). Terwijl het volgens de meeste geïnterviewden erg belangrijk is dat ondernemers betrokken zijn, belangrijker dan de betrokkenheid van de overige 3 O's.

Tabel 7.2 Heeft u weleens geparticipeerd in een Greenport-project? (Enquête-resultaten)

	Absoluut	Relatief (%)
Nee	91	80,50%
Ja	22	19,50%
<b>Totaal (N)</b>	<b>113</b>	<b>100,00%</b>

Een aantal van de geïnterviewde ondernemers is wel erg actief betrokken bij de Greenport en ziet ook de toegevoegde waarde voor hun bedrijf daar van in:

*“Het schept een netwerk, en daar vinden mensen elkaar; moet je eens even bij die vragen want die heeft zoveel uitzendkrachten. En dan kan dat geregeld worden. En vooral ook omdat je in die regio heel dicht bij elkaar zit is dat vaak wel te doen.”*

Maar op de enkele bedrijven na die zijn aangesloten bij de stuurgroep is de directe betrokkenheid van ondernemers in Noord-Holland Noord klein. Veel bedrijven kennen de Greenport niet of nauwelijks, een noodzakelijke voorwaarde voor betrokkenheid. Daarnaast weten ondernemers niet goed wat de Greenport

voor hen kan betekenen, wat de toegevoegde waarde is voor hun bedrijf (zie figuur 7.2). Een belangrijke taak voor de Greenport is daarom in eerste plaats te communiceren over het bestaan van de Greenport en over de kansen die dit biedt voor ondernemers.

Stichting Seed Valley denkt bovendien dat het gevoel van ondernemers een rol speelt. Bedrijven voelen zich nog geen onderdeel van de Greenport, waar zaadbedrijven dat we hebben met Seed Valley:

*“Er hangt letterlijk een bordje naast de deur: Seed Valley, powered by Bakker Seed Productions. ... Ze zijn ‘member of’.”*

De oud-directeur van een zaadbedrijf geeft aan dat het voor bedrijven moeilijk is om in te schatten wat de toegevoegde waarde is van het participeren in iets als de Greenport, omdat de resultaten ervan vaak pas na enkele jaren inspanning zichtbaar worden. Dan is toewijding en een lange termijn visie nodig om je er toch voor in te zetten. Dit is volgens hem een belangrijke reden waarom er relatief weinig ondernemers aan tafel zitten bij de Greenport. Het is daarom erg belangrijk om duidelijk te communiceren wat de thema's zijn binnen de Greenport en wat er al bereikt is. Dat motiveert ondernemers om zich aan te sluiten.

De vertegenwoordiger van een bank die zitting heeft in de stuurgroep van de Greenport geeft aan dat voor die communicatie het best kan worden aangesloten bij bestaande kanalen om verwarring te voorkomen:

*“Er zijn al veel LTO bijeenkomsten en evenementen en bijeenkomsten vanuit sectoren. Volgens mij moet je zorgen dat je daar bij aansluit, en niet te veel zelf willen opstarten vanuit het niets.”*

Daarbij is het onbekend waar en hoe ondernemers de Greenport kunnen bereiken. Taak voor de uitvoeringsorganisatie is dan ook om hiervoor een duidelijk aanspreekpunt te zijn en dit bekend te maken bij ondernemers. Want al zijn zij bekend met de Greenport, is het nog een stap naar actieve participatie:

*“Daar heb ik Jaap Bond ook nog wel eens over horen spreken. Maar ik weet nu niet wat ik daar mee moet doen. ... ik weet nu niet hoe ik dat moet benaderen, het is niet één naam die in mijn hoofd springt als die moet ik in mijn mobiel hebben want die moet ik af en toe eens bellen.”*

Figuur 7.4 Antwoorden op de vraag: wat kan de Greenport voor uw bedrijf betekenen? (hoe vaker een woord in de antwoorden op de enquêtevraag voorkomt, hoe groter het woord wordt afgebeeld).



Bron: wordle.net ; eigen bewerking

### 7.4.3 Organisatie

De Greenport en stichting Seed Valley zijn in hetzelfde kantoor gehuisvest en hebben daardoor veel contact. Tegelijkertijd geven zij aan dat de samenwerking verder zou kunnen gaan, door bijvoorbeeld op organisatiekosten te besparen door een efficiëntere samenwerking. Daarnaast kan volgens stichting Seed Valley de Greenport van hen leren door wat toepassingsgerichter te werken, meer naar buiten te treden en zichtbaar te zijn. Andersom kan Seed Valley van de Greenport leren op het gebied van bestuurlijke beïnvloeding.

De Greenport wordt gefinancierd door de Rabobank, Clusius College, LTO Noord, de kamer van koophandel en voor een groot deel door de provincie Noord-Holland. Door deze grote financiële input van de provincie heeft het provinciaal beleid een centrale positie in het beleid van de Greenport. Stichting Seed Valley wordt daarentegen volledig door de zaadbedrijven gefinancierd, waardoor de bedrijven ook de agenda bepalen.

Volgens de geïnterviewden moet de uitvoeringsorganisatie Greenport verbindingen leggen tussen kansen die elkaar raken en tussen problemen en partijen die daarvoor de oplossing kunnen hebben. Wanneer een innovatie zoals een gestapelde productie in de glastuinbouw bijvoorbeeld vraagt om een verandering in bestemmingsplannen, kan de uitvoeringsorganisatie de juiste mensen bij een gemeente bereiken. Of wanneer zij kansen zien in de markt die door bedrijven niet wordt opgemerkt, omdat ze bijvoorbeeld sector-overstijgend zijn, is het de taak van de uitvoeringsorganisatie om die aan de orde te stellen en de juiste partijen te verbinden. Om dit goed te kunnen uitvoeren, moet de wederzijdse communicatie met ondernemers verbeterd worden. Ondernemers moeten weten wat ze van de Greenport kunnen verwachten en de Greenport moet weten welke ondernemers waarin geïnteresseerd zijn.

Taak van de uitvoeringsorganisatie is daarnaast om overzicht te houden over de verschillende projecten en daarover te communiceren. Verder moet de uitvoeringsorganisatie voornamelijk een faciliterende en stimulerende rol vervullen. Er zou ook meer contact gezocht moeten worden met andere Greenports, bijvoorbeeld bij het aanvragen van subsidies. De oud-directeur van een zaadbedrijf geeft daarbij aan dat Noord-Holland Noord op Europees niveau relatief klein is. Via de provincie Noord-Holland zijn er al wel contacten met de Greenport Aalsmeer en via Greenport Holland wordt contact onderhouden met de andere Greenports in Nederland. Het contact met Greenport Holland loopt echter stroef en de potentiële kennisuitwisseling en verbindingen tussen de regio's laat te wensen over.

*Figuur 7.5 Antwoorden op de vraag: Wat zijn verbeterpunten voor de Greenport? (hoe vaker een woord in de antwoorden op de enquêtevraag voorkomt, hoe groter het woord wordt afgebeeld).*



Bron: Wordle.net ; eigen bewerking

Communicatie is een belangrijk verbeterpunt voor de Greenport (zie ook figuur 7.5). Stichting Seed Valley geeft aan dat de communicatie naar bedrijven in de regio toe erg lastig is doordat zij verspreid zijn over acht sectoren. Binnen Seed Valley zijn bedrijven wel erg betrokken, deels omdat de groep bedrijven erg klein is en heel duidelijk is wat de toegevoegde waarde is voor hun eigen activiteiten. Hij stelt dan ook voor om elke sector een aparte vertegenwoordiger te geven binnen de Greenport, waardoor een “haarvatenstelsel” ontstaat met meer betrokken sectoren. Dan komen ook de potentiële cross-overs beter uit de verf:

*“Ja, ik denk zelf dat de kracht er pas komt als eerst binnen een bepaalde bedrijfstak die behoefte aan samenwerking en de benefits die samenwerking kan opleveren, wordt gezien.”*

#### 7.4.4 Toegevoegde waarde Greenport

Op de vraag wat de belangrijkste toegevoegde waarde van de Greenport voor Noord-Holland Noord is, antwoorden de meeste ondernemers dat de Greenport onzichtbaar is, of dat ze geen toegevoegde waarde zien (zie figuur 7.6). Wanneer ondernemers wel bekend zijn met de Greenport of wanneer in een interview wordt doorgevraagd over hun idee bij de Greenport, geven alle ondernemers aan dat ze de toegevoegde waarde wel degelijk inzien. Wederom blijkt communicatie richting ondernemers erg belangrijk.

Verbindingen leggen is volgens de geïnterviewden de belangrijkste toegevoegde waarde van de Greenport. De directeur van een groenteverwerker geeft aan dat het motto “verbeteren door verbinden” werkt en dat zij veel profijt hebben van hun betrokkenheid in het “gremium Greenport”. Het heeft al enkele samenwerkingsprojecten opgestart met bedrijven die zij kennen via het Greenport-netwerk. Zo heeft het bedrijf tijdelijk personeel aan het werk gehad van een bedrijf waar het tijdelijk minder mee ging.

*“Dus het heeft zeker toegevoegde waarde om af en toe eens bij elkaar te zitten en om gezamenlijk projecten te initiëren, gezamenlijk te kijken waar probleemstellingen liggen en daar een oplossing voor te verzinnen.”*

De uitvoeringsorganisatie hoeft bij dat verbinden niet altijd een rol bij te spelen. Zo geeft een bank aan dat het ook als haar taak ziet om verbindingen te leggen tussen haar klanten uit verschillende agrarische sectoren:

*“En dan draait het om handel drijven enerzijds, maar zeker ook van elkaar leren. En de Greenport is een mooi middel om dat te doen.”*

Met het ‘middel Greenport’ hierboven wordt het netwerk bedoeld dat is gecreëerd door het benoemen van Noord-Holland Noord als Greenport. Geïnterviewden die betrokken zijn bij de Greenport wijzen allemaal op de grote waarde van dit netwerk waardoor men bij een behoefte aan kennis, personeel of iets dergelijks gemakkelijk de juiste partij kan vinden en met hen in contact kan treden:

*“ik zie het meer als een groot verbindingsorgaan waar kennis en kunde uitgewisseld kan worden. En waar contacten gelegd kunnen worden.” (groente- en fruitverwerker)*

Naast het verbinden van partijen en initiatieven is het verbeteren van het imago van de agrarische sector in de regio een taak voor de Greenport. Er wordt regelmatig negatief gepraat over de sector, wanneer het bijvoorbeeld gaat over bestrijdingsmiddelen of MOE-landers die in de sector werken. De sector is erg belangrijk voor de economie in de regio, dus door het belang voor de werkgelegenheid en exportwaarde van Noord-Holland Noord te verkondigen valt dit imago te verbeteren.

Figuur 7.6 Toegevoegde waarde van de Greenport volgens ondernemers (hoe vaker een woord in de antwoorden op de enquêtevraag voorkomt, hoe groter het woord wordt afgebeeld).



Bron: eigen bewerking; wordle.net.

## 7.5 Conclusie

Dit hoofdstuk ging aan de hand van interviews met vertegenwoordigers van de vier O's (ondernemers, overheden, opleidings- en onderzoeksinstituten) dieper in op de netwerken van bedrijfsrelaties en relaties tussen de vier O's onderling en de mogelijke invloed van deze netwerken op de locatiestrategie van bedrijven. Daarnaast zijn barrières in de vorming en versterking van het Greenport-cluster in kaart gebracht en zijn hiervoor oplossingen aangedragen.

In hoofdstuk 5 en 6 werd al geconcludeerd dat binnen Noord-Holland Noord relatief weinig afnemers van agrarische producten zijn gevestigd, maar wel veel leveranciers en samenwerkingspartners. De interviews bevestigen dit beeld, al blijken er wel twee grote groente- en fruitverwerkers in de regio te zijn gevestigd. Voor deze afnemers, die een grote diversiteit aan agrarische producten afnemen, heeft de regio juist een zeer gunstig vestigingsklimaat door de grote diversiteit aan agrarische sectoren in Noord-Holland Noord. Verwerkers en handelaren van een specifiek gewas of product vestigen zich liever op een locatie die goed bereikbaar is vanuit veel teeltgebieden, of in een specialistischer teeltgebied. Voor samenwerkingsrelaties geldt dat deze veel op geografisch korte afstand worden gezocht, omdat men dan gemakkelijk en vaak contact kan hebben of vanwege een vertrouwensband die in lange tijd is opgebouwd. Voor specialistische kennis hebben bedrijven echter met name relaties buiten de regio. Noord-Holland Noord huisvest dan ook geen universiteit of andere kennisinstellingen.

Opmerkelijk is dat ondernemers een ander beeld hebben van samenwerking tussen bedrijven binnen sectoren dan de vertegenwoordigers van de overige 3 O's. Voor het versterken van het cluster is het belangrijk dat alle partijen een goed beeld hebben van de huidige situatie in de verschillende Greenport-sectoren; welke sectoren zijn al sterk geclusterd en waar is het nodig om dit te stimuleren?

Relaties tussen bedrijven uit verschillende sectoren, de *cross-overs*, hebben veel potentie in Noord-Holland Noord doordat alle agrarische sectoren hier geconcentreerd zijn. En op het grensvlak van sectoren ontstaan immers de meeste innovaties, kunnen bedrijven veel van elkaar leren (Frenken et al., 2007). Het blijft voorlopig echter bij potentie, om deze *cross-overs* op grotere schaal te doen ontstaan is een taak weggelegd voor de Greenport.

In tegenstelling tot de conclusie in het vorige hoofdstuk, geven ondernemers in de interviews wel aan dat het netwerk van bedrijfsrelaties hen bindt aan de regio Noord-Holland Noord. Ook hun netwerk van sociale contacten speelt hierbij een rol. Voor veel bedrijven geldt echter ook dat hun locatie in Noord-Holland Noord en de toekomstige oriëntatie van de locatiestrategie sterk pad-afhankelijk is. Bedrijven hebben veelal een

lange geschiedenis in de regio, vaak al generaties terug, waardoor hun netwerk in de regio groot en vertrouwd is. Voor de zaadveredelingssector geldt daarbij dat er een dermate gunstig vestigingsklimaat is ontstaan in de regio, dat verplaatsing naar elders steeds onwaarschijnlijker is geworden en wordt. Het toenemen van de gebondenheid van een bedrijf aan haar locatie door de tijd wordt *locational inertia* genoemd (Boschma & Frenken, 2006).

Tabel 7.2 Overzicht kwalitatief onderzoek naar netwerk van bedrijfsrelaties en locatiestrategie

<b>Netwerk van bedrijfsrelaties is wel van invloed op toekomstige oriëntatie locatiestrategie</b>
Locatiestrategie ook sterk pad-afhankelijk; sociaal netwerk van belang.

De belangrijkste barrière in de vorming en versterking van het Greenport-cluster in Noord-Holland Noord is de betrokkenheid van ondernemers. Veel ondernemers blijken onbekend met de Greenport-status en wat de Greenport voor hen kan betekenen. De communicatie hierover, toegespitst op sector-overstijgende thema's, moet beter om deze barrière te slechten. De focus op sector-overstijgende thema's slecht daarbij een tweede barrière; doordat alle agrarische sectoren gebundeld zijn in de Greenport bestaat het gevaar van een 'te breed' cluster zonder samenhang.

Om ondernemers niet te verwarren kan het best zo veel mogelijk gebruik worden gemaakt van bestaande kanalen, zoals de LTO Noord en brancheverenigingen. Door daarbij behaalde successen te laten zien, wordt het voor ondernemers sneller duidelijk wat de toegevoegde waarde van de Greenport is en zullen zij zich sneller aansluiten.

Een andere barrière is de sterke invloed van de provincie Noord-Holland op de agenda van de Greenport. De belangen en behoeften van ondernemers dreigen te weinig door te klinken in de koers van de Greenport doordat het grootste deel van de financiering voor de Greenport van de provincie komt. Wanneer meer ondernemers betrokken raken en zij de meerwaarde van de Greenport inzien, zal de kans ontstaan om ook meer private financiering aan te wenden.

Tabel 7.3 Wat zijn barrières in de vorming en versterking van het cluster en hoe kunnen deze worden geslecht?

<b>Barrière</b>	<b>Hoe te slechten?</b>
Lage betrokkenheid ondernemers	Communicatie thema's, toegevoegde waarde en successen
Te breed cluster	Sector-overstijgende thema's, inzetten op cross-overs en communiceren over successen hierin
Grote invloed overheid	Meer ondernemers betrekken, uiteindelijk meer private financiering aantrekken voor Greenport-projecten



## 8. Conclusies en aanbevelingen

### 8.1 Inleiding

Noord-Holland Noord werd in 2011 uitgeroepen tot de zesde Greenport in Nederland en daarmee erkend als een agrarisch cluster van nationaal belang. Maar is Noord-Holland Noord wel een agrarisch cluster? Die vraag is in dit onderzoek beantwoord door eerst de geografische concentratie van agribusiness sectoren in kaart te brengen en vervolgens de netwerken van bedrijfsrelaties van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord te onderzoeken.

De Greenport Noord-Holland Noord – bestaande uit overheden, opleidingsinstellingen, onderzoeksinstituten en ondernemers - heeft de ambitie uitgesproken om in 2033 een logistieke draaischijf en verstuin van Noord-West Europa te zijn (Decisio, 2013), een ambitie op de lange termijn dus. De haalbaarheid van deze ambitie wordt behandeld door inzicht te geven in de toekomstige locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord en door bij belanghebbenden na te gaan wat mogelijke barrières zijn in de vorming en versterking van het cluster. De oriëntatie van de locatiestrategie zegt immers iets over de ontwikkeling van het cluster; wanneer veel bedrijven de regio verlaten wordt de basis voor een hecht regionaal netwerk van bedrijven en instellingen kleiner. Daarnaast geven barrières voor de versterking van het cluster aan waar de Greenport nog aan moet werken om haar ambities te verwezenlijken. De hoofdvraag die centraal staat in dit onderzoek luidt als volgt:

*In hoeverre is er sprake van geografische concentratie en clustering van bedrijven in de acht sectoren die de Greenport Noord-Holland Noord vormen, in hoeverre hangt dit samen met de lokale oriëntatie van hun toekomstige locatiestrategie en hoe kan de vorming of versterking van het cluster worden gestimuleerd?*

Deze hoofdvraag bestaat uit vier delen, die achtereenvolgens in de paragrafen 8.2 tot en met 8.5 worden besproken. In paragraaf 8.6 worden de conclusies hiervan gecombineerd tot een antwoord op de hoofdvraag. Aanbevelingen voor beleid (8.7) en volgend onderzoek (8.8) volgen.

### 8.2 Geografische concentratie van agribusiness bedrijven in Noord-Holland Noord

In hoeverre is er sprake van geografische concentratie van bedrijven in de acht Greenport-sectoren? Zo luidt het eerste deel van de hoofdvraag. Om hierop een antwoord te vinden is in hoofdstuk 5 een kwantitatieve analyse uitgevoerd met bestaande data uit het LISA-bedrijvenregister.

#### *Alle Greenport-sectoren bovengemiddeld geconcentreerd in de regio*

Uit deze analyse blijkt dat alle acht Greenport-sectoren in twee of meer gemeenten binnen Noord-Holland Noord bovengemiddeld geconcentreerd is, gemeten in aantal vestigingen. Ook het aantal banen is in Noord-Holland Noord bovengemiddeld hoog in alle Greenport-sectoren. Noord-Holland Noord wijkt daarmee af van de overige vijf Greenports, waar slechts een sector bovengemiddeld geconcentreerd is. In de primaire agrarische sectoren telde Noord-Holland Noord in 2012 bijna 3700 vestigingen en ruim 15,5 duizend banen. Wanneer toeleveranciers, dienstverleners en afnemers van de primaire agrarische sector hierbij worden opgeteld, komt de omvang van de hele agribusiness op 5,5 duizend vestigingen en 28,5 duizend banen. Alleen de Greenport Westland-Oostland kent een grotere werkgelegenheid in de primaire agrarische sector (16 duizend banen).

Binnen Noord-Holland Noord concentreert de sector aquacultuur & visserij zich met name in de kustgemeenten, de sector dierhouderij in het zuiden van de regio, de teelt-sector verspreidt zich meer over heel Noord-Holland Noord en vanuit het ruimtelijk spreidingspatroon van de sector zaadveredeling wordt zoals verwacht een 'Valley' zichtbaar tussen Warmenhuizen en Enkhuzen.

De concentratie van bedrijven en banen in agribusiness-sectoren is bovendien toegenomen tussen 2009 en 2012. Een deel van die toename is te danken aan de vestiging van grote glastuinbouwbedrijven in de AgriPortA7, een bedrijvenpark langs de A7 waar grote kavels beschikbaar zijn. Zoals verwacht heeft de hoge concentratie van bedrijven in agribusiness-sectoren dus een aantrekkingskracht op bedrijven in die sectoren, waardoor de agglomeratie sterker wordt ten koste van regio's waar al een lagere concentratie in die sectoren aanwezig was (Krugman, 1991).

### Related variety: gerelateerde sectoren zoeken elkaar op

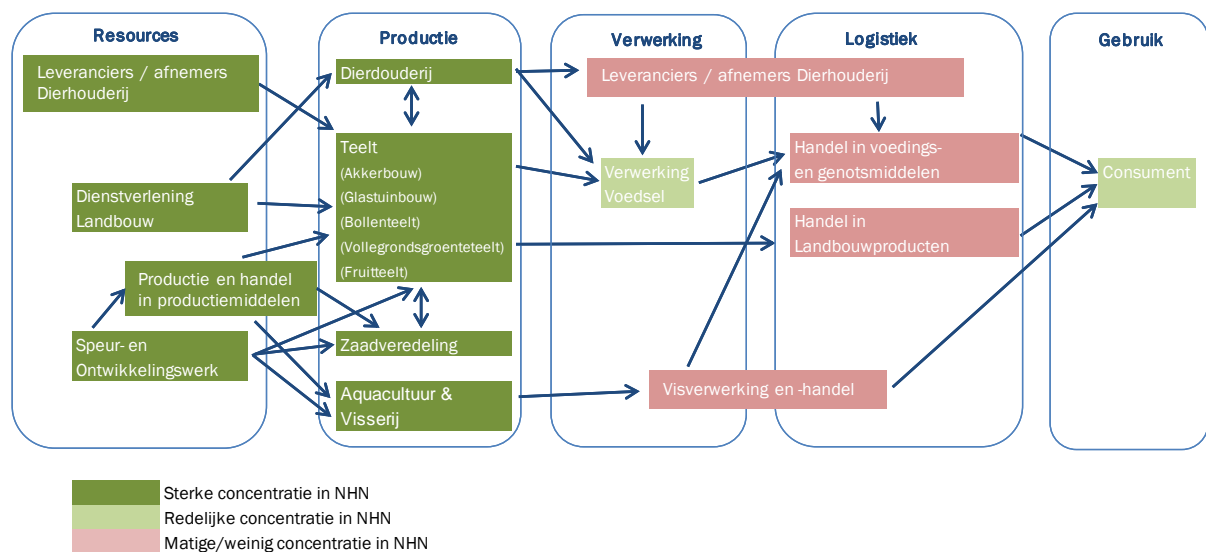
Naast een concentratie van bedrijven in de Greenport-sectoren zijn in Noord-Holland Noord ook bovengemiddelde concentraties van bedrijven in aanverwante agribusiness sectoren te zien. Dit strookt met de verwachtingen op basis van de literatuur; de grootste agglomeratievoordelen treden op wanneer binnen een gespecialiseerde regio een gerelateerde diversiteit bestaat (Frenken et al., 2007). De meeste innovaties ontstaan immers op het vlak waar kennis van bedrijven uit verschillende sectoren elkaar raakt.

Het ruimtelijk spreidingspatroon van agribusiness sectoren volgt daarbij voor een groot deel het ruimtelijk spreidingspatroon van de Greenport-sector of sectoren waaraan deze het meest gerelateerd zijn. Zo concentreren de sectoren speur- en ontwikkelingswerk en productie- en handel in productiemiddelen zich in dezelfde gemeenten als de sector zaadveredeling.

### Weinig afnemers, maar veel leveranciers binnen Noord-Holland Noord

Hoewel in alle sectoren binnen het agribusiness waardesysteem in een of meerdere gemeenten in Noord-Holland Noord een bovengemiddelde concentratie van vestigingen en banen aanwezig is, zijn de sectoren in de 'verwerking en logistieke' kolommen van de waardesystemen van de agribusiness in mindere mate geconcentreerd in Noord-Holland Noord (zie figuur 8.1). In de sectoren in de 'resources' kolom van het waardesysteem zijn daarentegen wel grote concentraties te zien binnen Noord-Holland Noord. Dit wijst erop dat naast veel bedrijven in de Greenport-sectoren wel veel leveranciers van die bedrijven in Noord-Holland Noord zijn gevestigd, maar niet veel afnemers. Voor de regionale economie is dit gunstig; de grote aantallen primair agrarische bedrijven zorgen voor een 'multiplier' door diensten en producten binnen de regio af te nemen en de eindproducten vervolgens buiten de regio af te zetten wat de exportwaarde verhoogt.

Figuur 8.1 Concentratie van agribusiness sectoren, weergegeven in het agribusiness waardesysteem.



### 8.3 Clustering van agribusiness bedrijven in Noord-Holland Noord

De Greenport-sectoren zijn dus bovengemiddeld geconcentreerd in Noord-Holland Noord, maar daarmee is Noord-Holland Noord nog geen cluster. Het tweede deel van de hoofdvraag luidt namelijk; in hoeverre is er sprake van clustering van bedrijven in de acht Greenport-sectoren? Een cluster is een geografische concentratie van *onderling verbonden bedrijven, gespecialiseerde toeleveranciers, dienstverleners, bedrijven in gerelateerde sectoren en relevante instellingen (universiteiten, handelsorganisaties) die met elkaar concurreren maar ook samenwerken* (Porter, 2000). Die verbondenheid is in hoofdstuk 6 onderzocht door middel van een kwantitatieve analyse van primaire data uit een vragenlijst onder agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord. Vervolgens zijn interviews gehouden om deze analyse te controleren en een completer beeld te krijgen van het Greenport-cluster.

### *Netwerk van bedrijfsrelaties overwegend binnen de regio*

De kwantitatieve analyse in hoofdstuk 6 bevestigt dat er relatief weinig afnemers zijn voor agrarische producten binnen Noord-Holland Noord. De voornaamste afnemers zijn gevestigd rondom de grote veilingen in Barendrecht, Naaldwijk en Aalsmeer, Noord-Holland Noord ontbreekt het aan een grote veiling voor landbouwproducten. Daarmee ontbreekt een belangrijke schakel in het cluster, zeker ten aanzien van de ambitie van de Greenport een logistieke draaischijf te worden. Ook al verloopt veel handel van agrarische producten niet meer direct via veilingen, de handelsbedrijven zijn daar van oudsher wel gevestigd.

Leveranciers van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord bevinden zich wel overwegend binnen de regio, net als de bedrijven waar de ondervraagde bedrijven mee samenwerken. In de interviews geven ondernemers ook aan hun toeleveranciers graag dichtbij huis te hebben. De zaadveredelaars die zich hebben verenigd in Seed Valley doen zelfs moeite om specialistische toeleveranciers naar de regio te trekken.

### *Greenport Noord-Holland Noord is een cluster!*

Uit de analyse van geografische concentratie (H5) en netwerken van bedrijfsrelaties (H6) gecombineerd, kan geconcludeerd worden dat de agribusiness in Noord-Holland Noord past in de clusterdefinitie van Porter (2000). Er bestaat binnen de regio een geografische concentratie van onderling verbonden bedrijven, toeleveranciers, dienstverleners en bedrijven in gerelateerde sectoren.

De Greenport lijkt daarbij een eind op weg naar het 'ideale Porter-cluster' waarbij de hele productie-waardeketen in de regio is gevestigd. Voor een groot deel stopt die keten binnen de regio echter wel bij het primair agrarisch bedrijf, afnemers zijn in beperkte mate binnen de regio te vinden. Uit interviews blijkt ook dat Noord-Holland Noord geen aantrekkelijk vestigingsklimaat heeft voor grote veilingen, groothandelaren of verwerkers van specifieke agrarische producten, vanwege de geïsoleerde ligging met aan drie kanten water. Voor de twee grootste groente- en fruitverwerkers in Nederland, die een zeer divers scala aan landbouwproducten verwerken, is Noord-Holland Noord juist wel een gunstige locatie vanwege de diversiteit aan teelten. Een van deze verwerkingsbedrijven geeft in een interview aan dat Noord-Holland Noord als regio in beperkte mate geschikt is voor de rol van logistieke draaischijf van Noordwest-Europa. De geïsoleerde ligging en beperkte actieradius van verse landbouwproducten (6- 8 uur rijden) vormen een slecht uitgangspunt voor zo'n internationale logistieke draaischijf.

Voor relaties met leveranciers geldt dat wanneer een leverancier binnen Noord-Holland Noord is gevestigd, deze vaak is gebaseerd op vertrouwen en goed contact. Al blijkt uit de kwantitatieve analyse in hoofdstuk 6 dat deze vertrouwensband niet te maken heeft met de tijd dat een bedrijf binnen de regio is gevestigd, komt dit beeld wel duidelijk naar voren in de interviews. Relaties met leveranciers gaan vaak al ver terug, veel zijn zelfs opgebouwd door de vader van de huidige ondernemer of diens vader.

Naast een grote verbondenheid tussen bedrijven en hun leveranciers binnen de regio, werken agrarische bedrijven ook overwegend samen met bedrijven binnen Noord-Holland Noord. Dat oudere bedrijven meer binnen de regio samenwerken dan jonge bedrijven, duidt erop dat bedrijven een hechter netwerk opbouwen in een regio naarmate zij hier langer zijn gevestigd (Michelacci & Silva, 2007). Daarnaast blijkt dat grote bedrijven vaker samenwerking zoeken buiten de regio en dat zij vaker een kennis-samenwerking aangaan. Vanuit de interviews ontstaat hetzelfde beeld; grote bedrijven zoeken vaker toenadering tot universiteiten of andere kennisinstellingen en zijn daarbij gedwongen buiten Noord-Holland Noord te kijken. De aansluiting op nationale en internationale kennisnetwerken lijkt wel goed op orde door de aansluiting van de Wageningen Universiteit bij de stuurgroep en eigen kennisnetwerken van bedrijven. Bovendien wordt met het Clusius College gewerkt aan praktijkonderzoek en een AgriTech Campus en is mede door inspanning van stichting Seed Valley een hoogleraar zaadveredeling aangesteld aan de Universiteit van Amsterdam.

### *Veel potentie in cross-overs*

Uit de kwantitatieve analyse in hoofdstuk 6 blijkt dat bedrijven het meest samenwerken met bedrijven uit de eigen sector of bedrijven in agribusiness sectoren buiten de Greenport-sectoren. Een relatief klein deel

(15%) van de samenwerkingsrelaties met bedrijven betreft een cross-over met een bedrijf in een andere Greenport-sector. De stap tot samenwerking lijkt groter te zijn bij bedrijven buiten de eigen sector, al geven ondernemers aan wel degelijk kansen te zien in dergelijke samenwerking. Tussen verschillende agrarische bedrijven zijn bijvoorbeeld grote efficiëntieslagen te maken door elkaars reststromen beter te benutten. Daarnaast denken ondernemers dat zij op sectoroverstijgende thema's als bedrijfsvoering en ondernemerschap juist veel zouden kunnen leren van ondernemers in andere Greenport-sectoren. Ondernemers zien deze kansen wel, maar grijpen deze vaak nog niet.

Samenwerking tussen bedrijven uit verschillende sectoren, maar met een tot op zekere hoogte gedeelde kennisbasis, leidt in potentie tot de meeste innovaties (Boschma, 2005; Frenken et al., 2007).

#### 8.4 Sociaal en zakelijk netwerk houdt agribusiness bedrijven in Noord-Holland Noord

De Greenport is dus te bestempelen als cluster, maar hoe toekomstbestendig is dat cluster? Agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord hebben een sterk lokaal georiënteerd bedrijfsnetwerk van leveranciers, samenwerkingspartners en in mindere mate afnemers. Het derde deel van de hoofdvraag luidt: *in hoeverre hangt dit samen met de lokale oriëntatie van hun toekomstige locatiestrategie?*

##### *Home sweet home*

De verplaatsingsgeneigdheid van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord is laag; minder dan 3% van de bedrijven is van plan de komende vijf jaar de huidige locatie te verlaten. Bovendien is de toekomstige locatiestrategie bij ruim 80% van de bedrijven op Noord-Holland Noord georiënteerd. De geïnterviewde ondernemers bevestigen dit beeld en geven aan dat de hoge investeringen in grond, gebouwen en machines een deel van de verklaring vormt voor de lage verplaatsingsgeneigdheid van agrarische bedrijven. Een ondernemer moet zijn bedrijf immers eerst verkopen voordat hij zich elders kan vestigen, maar dan moet er wel een koper zijn. Daarbij speelt dat als een ondernemer zich wil verplaatsen hij gebreken ziet aan de huidige locatie die voor een volgende ondernemer ook zullen gelden (bijvoorbeeld gebrek aan uitbreidingsruimte), waardoor de kans op een overname gering is.

##### *Kwantitatieve analyse: bedrijfsnetwerk niet van invloed op locatiestrategie*

Uit de kwantitatieve analyse in hoofdstuk 6 blijkt dat een lokaal bedrijfsnetwerk geen invloed heeft op de mate van lokale oriëntatie van het bedrijfsnetwerk. De enige factor van belang blijkt de leeftijd van bedrijven te zijn; jonge bedrijven zijn vaker op Noord-Holland Noord georiënteerd dan oudere bedrijven. Opmerkelijk omdat in de literatuur wordt benadrukt dat bedrijven meer gebonden raken aan hun vestigingsplaats naarmate zij ouder worden of ergens langer zijn gevestigd, ook omdat zij dan een groter bedrijfsnetwerk hebben opgebouwd. Een mogelijke verklaring voor deze onverwachte uitkomsten is de relatief lage respons (N=73) op de vraag waar het bedrijf zich zou vestigen als men zich zou moeten verplaatsen, waarop de oriëntatie van de locatiestrategie is gebaseerd.

##### *Kwalitatieve analyse: bedrijfs- en sociaal netwerk wel bepalend voor locatiestrategie*

De kwalitatieve analyse (H7) controleert onder meer de resultaten uit de kwantitatieve analyse (H6). In de interviews geven ondernemers aan dat hun netwerk van bedrijfsrelaties wel degelijk invloed heeft op de oriëntatie van hun locatiestrategie. Zo geven enkele ondernemers aan dat de huidige locatie een uniek vestigingsklimaat biedt binnen hun sector, door de aanwezigheid van voor hen relevante toeleveranciers en afnemers. En ook wanneer het netwerk van leveranciers, afnemers en samenwerkingspartners in principe op een nieuwe locatie zou zijn op te bouwen, bestaan de relaties binnen Noord-Holland Noord al zo lang en zijn deze zo vertrouwd dat ondernemers dit liever niet achter zich laten.

Het zakelijk netwerk van agrarische bedrijven lijkt dus toch invloed te hebben op de locatiestrategie, al blijkt het sociale netwerk van de ondernemer vooral bij kleinere bedrijven het meest bepalend. Voor locatiebeslissingen in het verleden geven ondernemers aan dat ze in de eerste plaats rekening hielden met de afstand tot familie en vrienden. En ook voor de toekomst geven ondernemers hun sociale netwerk als een van de belangrijkste redenen op om binnen Noord-Holland Noord te blijven.

### Locatie is pad-afhankelijk

Al spelen het zakelijke en sociale netwerk van ondernemers een rol bij locatiebeslissingen en de toekomstige locatiestrategie, de vestigingsplaats en oriëntatie in de toekomst lijkt in de eerste plaats historisch bepaald. Veel agrarische ondernemers hebben het bedrijf overgenomen van hun vader, die het vaak had overgenomen van diens vader. Deze ondernemers weten niet beter dan dat het bedrijf op de huidige locatie is gevestigd of ze zoeken, wanneer men toch moet verplaatsen door stadsuitbreiding, een locatie zo dicht mogelijk bij de vorige locatie. Doordat een overgrootvader ooit besloten heeft boer te worden op die plek, zijn de huidige ondernemers nu op diezelfde plek of er niet ver vandaan ook boer. Het toenemen van de gebondenheid van een bedrijf aan haar locatie door de tijd wordt *locational inertia* genoemd (Boschma & Frenken, 2006).

Ook bij bedrijven in de agribusiness buiten de primair agrarische sectoren is de locatie vaak historisch bepaald. Het ontstaan van de Seed Valley is bijvoorbeeld terug te leiden naar het ontstaan van enkele familie-zaadveredelingsbedrijven door gunstige klimaatomstandigheden in Andijk nabij Enkhuizen. In dat deel van Noord-Holland Noord zijn nu nog steeds de grootste multinationale zaadveredelaars gevestigd, doordat het gebied in de loop van de tijd is uitgegroeid tot een zaadveredelingscluster met een vestigingsklimaat dat nergens ter wereld beter is. De groei van dat cluster werd daarbij 'gestuwd' door het ontstaan van vele spin-off bedrijven die zich vestigden nabij het moederbedrijf (Koster, 2007).

### 8.5 Vorming en versterking van het Greenport-cluster

De Greenport Noord-Holland Noord is dus een cluster met agrarische bedrijven die de regio niet snel zullen verlaten. Sterker nog; het cluster heeft een sterke aantrekkingskracht op bedrijven van buiten de regio in de primaire agrarische sector en de agribusiness daaromheen. Er ontstaat een rooskleurig beeld over de Greenport. In het laatste deel van het onderzoek wordt het cluster op een wat abstracter niveau bekeken om het laatste deel van de hoofdvraag te beantwoorden; *hoe kan de vorming of versterking van het cluster worden gestimuleerd?*

In de interviews met belanghebbenden is hierom gevraagd naar sterke en zwakke punten van het Greenport-cluster en naar manieren om de zwakke punten te verbeteren en sterke punten te behouden en versterken.

#### Greenport als netwerk

Geïnterviewden die betrokken zijn bij de Greenport zien het netwerk dat daardoor gecreëerd wordt als grootste toegevoegde waarde. Enkele ondernemers geven aan via de Greenport in contact te zijn gekomen met andere ondernemers of mensen bij opleidingsinstellingen waarmee vervolgens een samenwerking is ontstaan. Zo heeft een bedrijf een uitwisseling van personeel op kunnen starten met contacten die het via de Greenport heeft opgedaan.

De uitvoeringsorganisatie van de Greenport is in het ideale geval de schakel tussen opleidings- en onderzoeksinstituten en overheden enerzijds en ondernemers in verschillende Greenport-sectoren anderzijds.

#### De 4 O's zijn compleet, maar Ondernemers nog te weinig betrokken

De vier kolommen van ondernemers, overheden, opleidings- en onderzoeksinstituten komen samen in de stuurgroep van de Greenport. Toch blijkt dat met name de ondernemers nog te weinig participeren in projecten en zich aansluiten bij het netwerk dat de Greenport is. Uit de enquête blijkt dat een klein deel van de ondernemers tot nu toe in een project betrokken is geweest of bijeenkomsten heeft bezocht. Daarnaast blijkt dat veel ondernemers zelfs niet of nauwelijks bekend zijn met wat de Greenport is, wat zij doet en wat dit voor hen als ondernemers kan betekenen.

In tegenstelling tot de stichting Seed Valley, waarin alle grote zaadveredelaars in Noord-Holland Noord verenigd zijn, is de Greenport opgezet door overheden en ondernemers en is het grootste deel van de financiering nog steeds afkomstig van overheden. Hierdoor heeft met name de provincie Noord-Holland een grote stempel op de agenda van de Greenport en hebben ondernemers minder het idee dat hun belang gediend wordt. De Greenport moet blijven luisteren naar de behoeften van ondernemers binnen het cluster en de projecten daarop af stemmen. Wanneer successen worden behaald met dergelijke projecten

die vanuit behoeften van ondernemers worden opgestart, is het zaak deze te verkondigen en daarmee de betrokkenheid van ondernemers verder te vergroten.

### *Diversiteit: potentie in cross-overs maar gevaar voor een te breed verhaal*

Zoals eerder aangegeven hebben cross-overs tussen verschillende Greenport-sectoren binnen Noord-Holland Noord veel potentie, juist doordat er een grote diversiteit aan agribusiness bedrijven is gevestigd in de regio. Tussen bedrijven uit verschillende agrarische sectoren is bijvoorbeeld een veel efficiënter gebruik van reststromen mogelijk, zoals het benutten van plantaardig afval voor het opwekken van energie via biogas. De economische structuur laat zich omschrijven als een gerelateerde variatie (Frenken et al., 2007).

Aan de andere kant blijkt uit de interviews dat de diversiteit van de Greenport Noord-Holland Noord ook een gevaar kan vormen. Zoals hierboven aangegeven moeten ondernemers nog meer worden betrokken en heeft dit een krachtige communicatie. Dat alle agrarische sectoren in Noord-Holland Noord onderdeel uitmaken van de Greenport maakt het lastig om ondernemers duidelijk te maken welke specifieke toegevoegde waarde de Greenport voor hen heeft. De overkoepelende thema's bieden hier mogelijk een oplossing voor, al is het moeilijk om alle acht sectoren onder een enkel thema te brengen.

Daarbij komt dat elke agrarische sector landelijk of regionaal al verenigd is in een branchevereniging. Ondernemers zien de Greenport al snel als 'het zoveelste praatclubje' waarvan onduidelijk is wat de meerwaarde is. Geïnterviewden opperen het communiceren via bestaande kanalen (zoals die brancheverenigingen) of het aanstellen van een projectmanager voor elke Greenport-sector als mogelijkheden om de communicatie met ondernemers te verbeteren en samenhang te creëren.

### *Opleiding en Onderzoek*

Zoals eerder vermeld zoeken bedrijven kennis met name buiten Noord-Holland Noord. Deels omdat er binnen de regio geen universiteiten en kennisinstellingen zijn gevestigd, maar ook omdat bedrijven vaak op zoek zijn naar specialistische kennis die slechts enkele personen of instellingen bezitten. Bedrijven oriënteren zich voor deze kennis daarom meer nationaal of zelfs internationaal.

Het Clusius College, de agrarische opleidingsinstelling die op VMBO en MBO niveau les geeft, doet op een lager niveau echter ook aan onderzoek in de agrarische sector al blijft het hoofddoel hierbij toch onderwijs. Daarbij werkt het samen met bedrijven in de regio en krijgt het deels haar financiering van overheden. De opleidingsinstelling neemt daarnaast een belangrijke rol in bij het vervullen van de arbeidsvraag van agribusiness bedrijven in de regio Noord-Holland Noord. Geïnterviewden zien dat die arbeidsvraag op dit moment al moeilijk kan worden ingevuld en voorzien een nog groter tekort op de arbeidsmarkt in de toekomst. De Greenport kan hierbij een rol spelen door te werken aan het verbeteren van het imago van de agrarische sector onder jongeren, zoals de stichting Seed Valley dat al doet voor de zaadveredelingsector.

### *Ondernemers zien Overheid meer als vijand dan als vriend*

Overheden zijn sterk vertegenwoordigd in de Greenport; enkele gemeenten en de provincie hebben zitting in de stuurgroep en een groot deel van de financiering wordt door de provincie voor haar rekening genomen. Ondernemers zien de Greenport daardoor al snel als een verlengstuk van beleid. Een van de ondernemers die wel nauw betrokken is bij de Greenport geeft aan dat ondernemers zelf ook een verantwoordelijkheid hebben om te participeren. Het resultaat van de inspanning wordt vaak pas zichtbaar na een aantal jaar wat een lange termijn visie vraagt van ondernemers, terwijl die vaak alleen kijken naar wat iets op de korte termijn voor het bedrijf oplevert.

In de interviews komt daarnaast naar voren dat agrarische ondernemers de overheid voornamelijk als logge organisaties zien, die vooral tegenwerken wanneer ondernemers iets gedaan willen krijgen. Ondernemers geven aan dat zij daardoor terughoudender zijn met het doorvoeren van veranderingen of uitbreidingen, omdat men verwacht dat regelgeving het hen onmogelijk zal maken. Ondernemerschap wordt op deze manier getemperd door regelgeving. De Greenport kijkt op dit moment in een project al naar regeldruk voor agrarische ondernemers. De interviews bevestigen de noodzaak van deze inspanningen. Door ondernemers die moeilijkheden ondervinden met dezelfde regelgeving te verenigen en zo te proberen

regelgeving aan te passen kan de Greenport innovatie, ondernemerschap en daarmee de economische ontwikkeling van de regio stimuleren. Ook zouden overheden meer mee kunnen denken met ondernemers en eventueel experimenteren met nieuwe regelgeving om meer ruimte te geven aan innovatie buiten de gebaande paden.

### 8.6 Greenport Noord-Holland Noord: een cluster met potentie

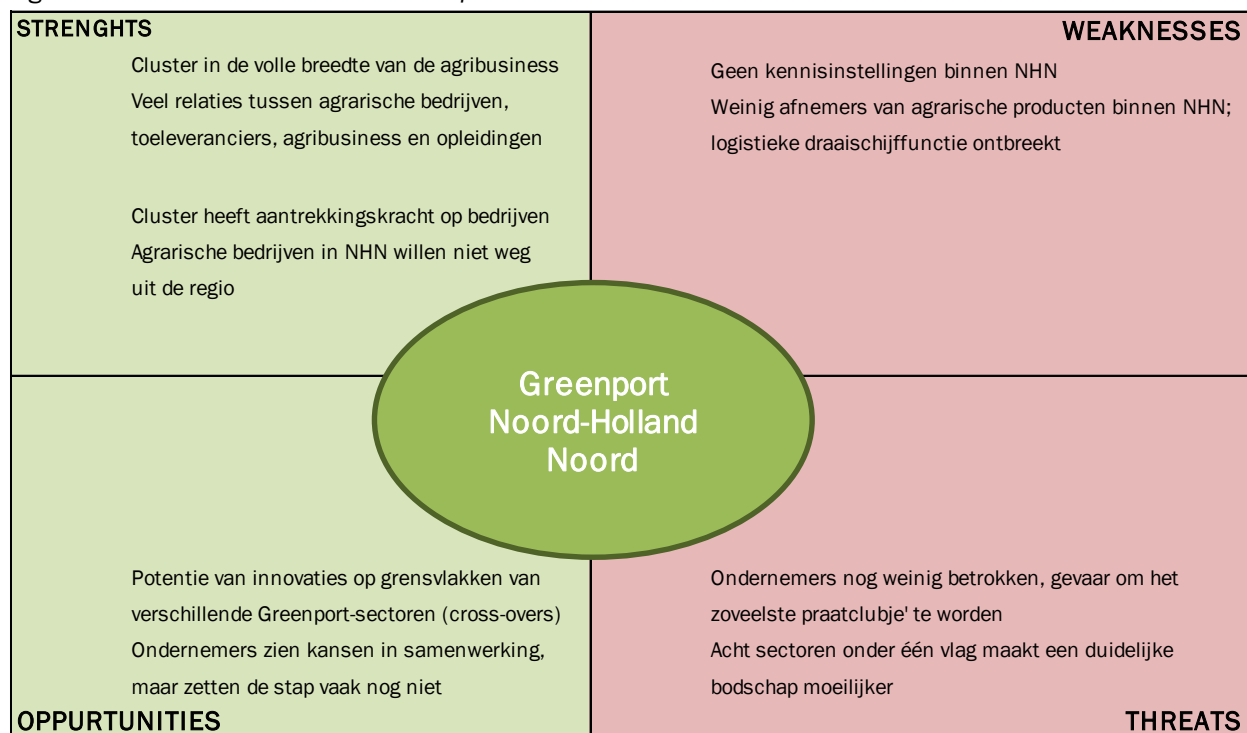
De toekenning van de Greenport-status aan Noord-Holland Noord in 2011 blijkt terecht: de regio is een groot agrarisch cluster met concentraties van bedrijven in alle agribusiness sectoren. Waar bedrijven veel relaties onderhouden met bedrijven binnen hun sector en andere agribusiness-sectoren, toeleveranciers, afnemers en opleidingsinstellingen. Kennisinstellingen van buiten de regio zijn nauw betrokken bij het cluster en bedrijven onderhouden zelf kennisnetwerken op nationaal en internationale schaal. Van alle Greenports in Nederland kent alleen Oostland-Westland een grotere werkgelegenheid in de primaire agrarische sectoren dan Noord-Holland Noord.

Noord-Holland Noord wijkt af van de andere Greenports in Nederland met een clustering van gerelateerde agrarische sectoren en agribusiness daaromheen. Het cluster heeft daarmee de potentie om innovaties voort te brengen op de raakvlakken van de verschillende Greenport-sectoren (Frenken et al., 2007).

De concentratie van bedrijven in de Greenport-sectoren groeit bovendien. Het cluster heeft aantrekkingskracht op bedrijven van buiten de regio en gevestigde bedrijven blijven het liefst op de huidige locatie en vestigen zich bij verplaatsing het liefst weer binnen Noord-Holland Noord. Deze gebondenheid aan Noord-Holland Noord is voor een groot deel historisch bepaald, maar het zakelijke en sociale netwerk spelen hierbij ook een rol.

De samenwerking tussen de 4 O's verloopt goed tussen partijen die zijn aangehaakt op het Greenport-netwerk, maar veel ondernemers worden nog niet bereikt. Dat is zonde, want er zit veel potentie in cross-overs tussen bedrijven uit verschillende Greenport-sectoren. Ondernemers geven daarbij aan wel te willen samenwerken en zien kansen, maar ze doen het vaak nog niet. De kansen liggen er dus, ze moeten nog wel worden opgeraapt. Daarvoor kan de Greenport in eerste instantie beter en meer communiceren naar ondernemers over wat er gebeurt en op welke manier de Greenport waarde kan hebben voor ondernemers.

Figuur 8.2 SWOT-schema van het Greenport-cluster in Noord-Holland Noord



## 8.7 Beleidsaanbevelingen

Greenport Noord-Holland Noord is een agribusiness cluster met potentie. Hoe zorgt de uitvoeringsorganisatie van het cluster, samen met de betrokkenen van de vier O's, er voor dat die potentie wordt benut? Vanuit dit onderzoek naar clustering, locatiestrategie en versterking van het cluster zijn vier aanbevelingen voor beleid geformuleerd. Deze aanbevelingen kunnen als basis dienen voor toekomstig beleid van de Greenport als netwerk van de vier O's – aangevoerd door de uitvoeringsorganisatie – en om het clusterbeleid van de provincie Noord-Holland ten aanzien van Noord-Holland Noord verder aan te scherpen.

### *1. Betrek ondernemers door toegevoegde waarde van de Greenport te laten zien*

Van de vier kolommen overheid, opleiding, onderzoek en ondernemers zijn de ondernemers relatief het minst betrokken bij de Greenport. Veel ondernemers weten niet eens van het bestaan af of weten niet wat de Greenport voor hen kan betekenen. Door beter en meer te communiceren over de lopende projecten van de Greenport en het succes daarvan, wordt het voor ondernemers duidelijk wat de Greenport is, doet en kan en zullen er waarschijnlijk vanzelf meer ondernemers 'aan tafel komen'. Op de lange termijn is het dan ook mogelijk om meer private financiering aan te trekken zodat dit een groter deel van de Greenport-begroting vult.

Alle aparte Greenport-sectoren zijn landelijk of regionaal al vertegenwoordigd in brancheverenigingen, waardoor het voor ondernemers verwarrend kan zijn dat er weer een nieuwe organisatie is waar ze zich bij aan moeten sluiten. In eerste instantie is het dan ook verstandig om communicatie naar ondernemers zo veel mogelijk via bestaande kanalen te laten verlopen, zoals de LTO Noord en de sectorale afdelingen daarbinnen. Het bereik is in dat geval het grootst en de boodschap komt via een vertrouwd kanaal bij de ondernemers terecht.

### *2. Blijf inzetten op sector overstijgende thema's maar maak keuzes*

De diversiteit aan agrarische sectoren in Noord-Holland Noord wordt door de geïnterviewden zowel als kracht als zwakte aangeduid. De kracht zit in de potentie van cross-overs tussen sectoren (zie hieronder). Anderzijds maakt de diversiteit binnen het cluster het lastig om een eenduidig verhaal naar buiten te brengen en naar ondernemers te communiceren waar de Greenport voor staat. Greenport Aalsmeer is sterk in sierteelt, Westland-Oostland in glastuinbouw; dat zijn eenvoudige boodschappen. Greenport Noord-Holland Noord is sterk in de volledige breedte van de agrarische sector en gerelateerde agribusiness-sectoren. De overkoepelende thema's waarin de verschillende sectoren samenkomen zijn een goed middel om, ondanks de diversiteit, een duidelijke boodschap uit te dragen. Dat niet alle acht Greenport-sectoren bij elk thema zijn onder te brengen is jammer, maar onvermijdelijk; maak keuzes.

### *3. Zet meer in op cross-overs: innovatie op grensvlakken van sectoren en kennisuitwisseling op ondernemerschap*

Agrarische ondernemers in Noord-Holland Noord werken voornamelijk samen met ondernemers in de eigen sector en het is zeer gunstig dat deze samenwerking zoveel mogelijk binnen de regio plaatsvindt. Er worden echter kansen gemist in samenwerking met bedrijven in andere agrarische sectoren. Ondernemers zien hier vaak kansen in, maar zetten de stap nog niet. Zij denken bijvoorbeeld veel te kunnen leren van ondernemers in andere sectoren op thema's als bedrijfsvoering, financiering en ondernemerschap. Daarnaast kunnen reststromen uit de ene sector worden benut in de andere sector. Maar de grootste winst van contact tussen ondernemers uit verschillende sectoren is dat nieuwe producten of toepassingen ontstaan. Zoals de 'coating' van bloembollen met gewasbeschermingsmiddel door een zaadverwerkingsbedrijf. Uiteindelijk ontstaan hierdoor zelfs nieuwe sectoren, wat de regionale economie toekomstbestendig en concurrerend houdt. Aquacultuur is een mooi voorbeeld van een sector die deels is ontstaan op het grensvlak van visserij en glastuinbouw.

Ondanks dat ondernemers kansen zien, zoeken zij zelf in beperkte mate contact met ondernemers in andere sectoren. Vertegenwoordigers van alle vier O's, dus ook ondernemers zelf, geven aan dat de Greenport hier een stimulerende rol in kan spelen; een soort 'boer zoekt boer' voor cross-over samenwerking. De uitvoeringsorganisatie kan contacten faciliteren door op kleinere schaal (op



gemeenteniveau) bijeenkomsten te organiseren voor ondernemers uit de hele agribusiness, waarbij telkens een of enkele ondernemers hun kennis en ervaring delen rondom een bepaald thema, bijvoorbeeld het opstellen van een teeltplan. Zo kunnen ondernemers van elkaar leren en mogelijk geeft dit zelfs aanleiding tot verdere samenwerking wanneer men kansen ziet op het raakvlak van activiteiten van twee of meerdere bedrijven. De Greenport-projecten AgriVizier en AgriTech Campus zetten hier op in, maar hier worden nog te weinig ondernemers mee bereikt. Het blijft in deze gevallen bij losstaande projecten – een brede kennisinfrastructuur in de regio ontbreekt.

#### **4. Zet het cluster op de kaart, vooral bij jeugd en politiek**

Stichting Seed Valley zet zich in om het imago van de zaadveredelingsector en het cluster dat de ‘valley’ in Noord-Holland Noord is te verbeteren, met name bij jongeren en beleidsmakers. In deze promotie van een cluster richting studenten en politiek kan de Greenport een voorbeeld nemen aan Seed Valley. Er wordt al veel samengewerkt met de agrarische opleidingsinstelling in de regio, maar de agrarische sector in het algemeen heeft een slecht imago bij jongeren. Zij staan niet te springen om in de agrarische sector te gaan werken, mede door de vele MOE-landers die er op dit moment werkzaam zijn wordt dit als laagwaardig werk gezien. De Greenport kan er aan bijdragen aan jongeren te laten zien dat de regio voorop loopt in de agribusiness in Nederland door te wijzen op succesvolle cross-overs en het belang van de agrarische sector voor de provincie Noord-Holland als geheel en Nederland.

De Greenport wordt voor een groot deel gefinancierd door de provincie Noord-Holland en bij gemeenten in Noord-Holland Noord lijkt de Greenport ook te leven. Daarnaast is het zaak om bij de nationale overheid in beeld te blijven en subsidiemogelijkheden van de Europese Unie aan te grijpen. Richting Europa kan daarbij meer worden samengewerkt met andere Greenports in Nederland. Geïnterviewden geven aan dat Noord-Holland Noord in Europees perspectief een kleine regio is. Via Greenport Holland kunnen de zes Greenports er samen voor zorgen dat de agrarische sector een sterke positie houdt binnen het nationale beleid, maar deze samenwerking verloopt stroef. De uitvoeringsorganisatie van Greenport Noord-Holland Noord kan niet alleen de trekker zijn van dit orgaan maar kan door de diversiteit binnen Noord-Holland Noord wel issues aandragen die in alle agrarische sectoren spelen.

## **8.8 Onderzoeksaanbevelingen**

In deze laatste paragraaf wordt gereflecteerd op het onderzoeksproces en de aanpak van het onderzoek; welke lessen levert dit onderzoek op voor volgend of vergelijkbaar onderzoek? Welke vragen blijven open of zijn juist ontstaan door dit onderzoek? Deze reflectie levert vier onderzoeksaanbevelingen op.

### **1. Vervolgonderzoek: herhaal enquête en interviews in andere Greenports**

Dit onderzoek geeft inzicht in het Greenport-cluster in Noord-Holland Noord; welke sectoren in de agribusiness zijn waar in de regio geconcentreerd? In hoeverre bestaat er interactie tussen bedrijven in de regio en de overige drie O's, overheden en opleidings- en kennisinstellingen? En hoe ziet de toekomst voor het cluster eruit; zijn bedrijven honkvast? Waar zitten knelpunten in de vorming en versterking van het cluster? Ook voor de andere Greenports in Nederland zou dit een nuttig onderzoek zijn en de basis is in dit onderzoek gelegd. Geografische concentratie van bedrijven en banen is immers voor de agrarische sectoren in heel Nederland geanalyseerd, de individuele Greenports kunnen hier relatief eenvoudig worden uitgelicht. Vervolgens kan hierop het onderzoek naar netwerken van bedrijfsrelaties, locatiestrategieën en sterkten en zwaktes in een Greenport worden gebouwd.

Daarnaast is het interessant om de clustering van agrarische sectoren in verschillende Greenports te vergelijken wanneer dit onderzoek in andere regio's wordt herhaald. Noord-Holland Noord is een agribusiness cluster, maar hoe verhoudt dit zich tot concurrerende regio's in Nederland?

### **2. Vervolgonderzoek: vergelijking met clusters in andere sectoren**

Doordat dit onderzoek zich focust op één regio is een benchmark met andere clusters onmogelijk. Naast een vervolgonderzoek waarbij op andere Greenports wordt ingegaan, is het interessant dit onderzoek te herhalen voor clusters in andere sectoren. De Greenports zijn onderdeel van de Ruimtelijke Hoofdstructuur

van Nederland, net als de Mainports en Brainport Eindhoven (Ministerie van VROM, 2004). In een vergelijkbaar cluster-onderzoek naar deze logistieke en hightech clusters zouden vragen centraal kunnen staan als; verschilt een agrarisch cluster van een logistiek of hightech-cluster en op welke fronten? Is de oriëntatie van de locatiestrategie en de invloed van het bedrijfsnetwerk daarop verschillend bij bedrijven in deze sectoren dan bij de agrarische sector?

Pad-afhankelijkheid speelt een grote rol bij agrarische bedrijven. Door de opvolging van vader op zoon en sociale en zakelijke netwerken gaat de geschiedenis van deze bedrijven erg ver terug in de tijd, vaak generaties terug. Een interessante vraag voor vervolgonderzoek is of agrarische bedrijven in hun locatiegedrag en -strategie meer pad-afhankelijk zijn dan bedrijven in andere sectoren?

### *3. Verhoog respons: ontwerp een kortere enquête en zoek naar extra kanalen om ondernemers te bereiken*

Bij het onderzoek naar de samenhang tussen het netwerk van bedrijfsrelaties en de oriëntatie van de locatiestrategie van agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord, was de lage respons op de laatste variabele een struikelblok. In volgend onderzoek is het dan ook aan te raden om (1) een kortere enquête op te stellen zodat respondenten de gehele vragenlijst invullen en (2) de belangrijkste vragen die leiden tot de afhankelijke variabele in het onderzoek vooraan in de vragenlijst te stellen. In de enquête voor dit onderzoek werd de vraag waar het bedrijf zich zou vestigen als men zich zou moeten verplaatsen pas laat in de vragenlijst gesteld, waardoor een aantal respondenten deze niet meer heeft ingevuld.

### *4. Maak koppeling van verzamelde en bestaande gegevens mogelijk*

Het LISA-bedrijvenregister, wat de basis was voor de kwantitatieve analyse in hoofdstuk 5, biedt een schat aan informatie over bedrijven. Wanneer het mogelijk was geweest de respons op de uitgezette enquête onder agrarische bedrijven in Noord-Holland Noord te koppelen aan dit LISA-bestand, had dit gemakkelijk meer informatie opgeleverd over de respondenten. De vragenlijst had dan korter gekund, waardoor mogelijk meer ondernemers de vragenlijst (volledig) hadden ingevuld.

Deze koppeling was niet mogelijk door het ontbreken van een overeenkomstige variabele tussen het LISA-bestand en de verzamelde data, zoals een adres of KvK-nummer. Voor elk onderzoek waarbij bedrijven worden geënquêteerd is het daarom aan te raden hier rekening mee te houden bij het opstellen van de vragenlijst, of bij het aanvragen van (e-mail) adresgegevens.

## Referenties

Adviesraad voor het Wetenschaps- en Technologiebeleid (2013), Kiezen voor kenniswerkers. Vaardigheden op de arbeidsmarkt voor kenniswerkers. Rijswijk.

AgriHolland (2013), Dossiers. Informatie voor werknemers land & tuinbouw. Online: [http://www.agriholland.nl/dossiers/personeel/werknemers\\_lt.html](http://www.agriholland.nl/dossiers/personeel/werknemers_lt.html) [geraadpleegd 20-06-2014].

Alcacer, J. & W. Chung (2007), Location Strategies and Knowledge Spillovers. *Management Science* 53:5, pp. 760-776.

Almazan, A., A. de Motta & S. Titman (2007), Firm Location and the Creation and Utilization of Human Capital. *Review of Economic Studies* 74:4, pp. 1305-1327.

Atzema, O.A.L.C., J. Lambooy, T. van Rietbergen & E. Wever (2002), Ruimtelijke Economische Dynamiek; kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling. 2<sup>e</sup> herziene druk, uitgeverij Coutinho, Bussum.

Atzema, O. A. L. C. & E.-J. Visser (2007). Beyond clusters: Fostering innovation through a differentiated and combined network approach. *Papers in Evolutionary Economic Geography* 07.05, pp. 1 – 24.

Audretsch, D.B. (1998), Agglomeration and the location of innovative activity. *Oxford Review of Economic Policy* 14:2, pp. 18-29.

Audretsch, D. B., M. P. Feldman (1996), Innovative Clusters and the Industry Life Cycle. *Review of Industrial Organization* 11, pp. 253-273.

Audretsch, D.B., E.E. Lehman & S. Warning (2005), University spillovers and new firm location. *Research Policy* 34:7, pp. 1113–1122.

Bathelt, H., Malmberg, A., & Maskell, P. (2004), Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography* , 28:1, pp. 31-56.

Batterink , M. H., E. F.M. Wubben , L. Klerkx & S.W.F. Omta (2010) Orchestrating innovation networks: The case of innovation brokers in the agri-food sector, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 22:1, pp. 47-76.

Beaudry, C. & S. Breschi (2003), Are firms in clusters really more innovative? *Economy, Innovation and New Technology* 12:4, pp. 325–342.

Beaudry, C. & A. Schiffauerova (2009), “Who’s right, Marshall or Jacobs? The localization versus urbanization debate”. *Research Policy* 38, pp. 318-337.

Bejo (2014), Partners in Allium. Online: <http://www.bejo.nl/nl/bedrijfsprofiel/alliumpartners.aspx> [geraadpleegd 6-3-2014].

Berchicci, L., J. P. J. de Jong & M. Freel (2012), Remote Collaboration, Absorptive Capacity, and the Innovative Output of High-Tech Small Firms. *DRUID Working Paper No. 13-01*.

Bhat, C. R., Paleti, R. and Singh, P. (2014), A Spatial Multivariate Count Model for Firm Location Decisions. *Journal of Regional Science* 54, p. 462–502.

BluePort Noord-West Nederland (2014), Voortgang Blueport. Online: <http://blueportnoordwest.nl/voortgang-blueport/> [geraadpleegd 18-02-2014].

Bondt, N., B. Janssens & A. de Smet (2010), Afval uit de landbouw. Wageningen, LEI Wageningen UR (University & Research centre). LEI-Nota 10-061.

Boschma, R. A. (2005), Proximity and Innovation: a critical assessment. *Regional Studies* 39:1, pp. 61-74.

- Boschma, R.A., K. Frenken & J.G. Lambooy (2002), *Evolutionaire economie: Een inleiding*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Boschma, R.A. & K. Frenken (2006), Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography. *Journal of Economic Geography* 6, pp. 273–302.
- Brenner, T & A. Gildner (2006), Long-term implications of local industrial clusters, *Papers on economics and evolution*, No. 0608.
- Breschi, S. & F. Lissoni (2003), Mobility and Social Networks: Localised Knowledge Spillovers Revisited. In: *Proceedings of the Workshop on Empirical Economics of Innovation and Patenting*. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, 14–15 March.
- Bryman, A. (2008), *Social Research Methods*. Third Edition. Oxford University Press Inc.: New York.
- Buck Consultants International, Wageningen University and Research Centre & Amsterdam Consultants Maatschap (2013), *Toegevoegde waarde network greenports en mainports*. Nijmegen/Wageningen/IJmuiden.
- CBS, 2010 (2010), Land- en tuinbouw: schaalvergroting en lagere inkomens. Online: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/landbouw/publicaties/artikelen/archief/2010/2010-3226-wm.htm> [ geraadpleegd 31-08-2014].
- CBS (2014a), Nederland Regionaal, Macro-economie, Regionale rekeningen. Online: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=71541NED&D1=0-2&D2=35-36&D3=I&VW=T> [ geraadpleegd 18-3-2014].
- CBS (2014b), *Standaard Bedrijfsindeling 2008, versie 2014, structuur*.
- CBS (2014c), Arbeidsduur. Online: <http://www.cbs.nl/nlNL/menu/methoden/toelichtingen/alfabet/a/arbeidsduur.htm> [ geraadpleegd 20-06-2014].
- CBS (2014d), CBS Statline; Nederland Regionaal; Per thema; Bevolking; Bevolking; Nationaliteit, regio.
- Christensen, J. & I. Drejer (2005), The strategic importance of location: Location decisions and the effects of firm location on innovation and knowledge acquisition. *European Planning Studies* 13:6, pp. 807-814.
- Coleman, J.S. (1994), *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press, Harvard, US.
- Combes, P.P. & G. Duranton (2006), Labour pooling, labour poaching, and spatial clustering. *Regional Science and Urban Economics* 36:1, pp. 1-28.
- Costa, A.I.A. & W.M.F. Jongen (2006), New insights into consumer-led food product development. *Trends in Food Science & Technology* 17:8, pp. 457-465.
- Dahl, M.S. & O. Sorenson (2012), Home Sweet Home: Entrepreneurs' Location Choices and the Performance of Their Ventures. *Management Science*, 58, 6, pp. 1059–1071.
- Edzes, A. J. E., R. Rijnks & J. van Dijk (2012), *Werkgelegenheid, bedrijvigheid en clustervorming in Noord-Nederland*. Rijksuniversiteit Groningen.
- Eisingerich, A. B., J. B. Simon & P. Tracey (2010), How can clusters sustain performance? The role of network strength, network openness, and environmental uncertainty. *Research Policy* 39: 2, pp. 239–253.
- Frenken, K., F. van Oort & T. Verburg (2007), Related Variety, Unrelated Variety and Regional Economic Growth. *Regional Studies* 41:5, pp. 685-697.

Fritsch, M. & M. Kauffeld-Monz (2010), The impact of network structure on knowledge transfer: an application of social network analysis in the context of regional innovation networks. *Annual Regional Science* 44, pp. 21–38.

Fytgoras (2012), Reststromen van sierteelt- en vollegrondtuinbouwgewassen. Inventarisatie 2012.

Gertler, M.S. (2003), Tacit knowledge and the economic geography of context, or the undefinable tacitness of being (there). *Journal of Economic Geography* 3, pp. 75-99.

Giuliani E. (2007), The selective nature of knowledge networks in clusters: evidence from the wine industry. *Journal of Economic Geography* 7:2, pp. 139-168.

Glaeser, E.L. & J.E. Kohlhase (2004), Cities, regions and the decline of transport costs. *Papers in Regional Science* 83, pp. 197–228.

GreenportNHN (2014a), Over GreenPort NHN. Online: <http://www.greenportnhn.nl/welkom-bij-greenport-noord-holland-noord> [geraadpleegd 13-02-2014].

Greenport NHN (2014b), Dierhouderij. Online: <http://www.greenportnhn.nl/dierhouderij-1>

Greenport NHN (2014c), Sectoren. Online: <http://www.greenportnhn.nl/sectoren> [geraadpleegd 19-06-2014].

Greenport NHN (2014d), Agenda landbouw; verbinden en verduurzamen. Online: <http://www.greenportnhn.nl/agenda-landbouw-verbinden-en-verduurzamen> [geraadpleegd 31-08-2014].

Grontmij (2013), Glasconcentratiegebied Heerhugowaard. Herstructurering Alton. Grontmij, Alkmaar.

Guion, L.A., D.C. Diehl & D. McDonald (2011), Triangulation: Establishing the Validity of Qualitative Studies. University of Florida.

Holl, A. (2008), Production subcontracting and location. *Regional Science and Urban Economics* 38:3, pp. 299–309.

Howells, J. (2012), The geography of knowledge: never so close but never so far apart. *Journal of Economic Geography* 12:5, pp. 1003-1020.

Huber, F. (2010), Do clusters really matter for innovation practices in Information Technology? Questioning the significance of technological knowledge spillovers. *Journal of Economic Geography* 12:1, pp. 107-126.

ING (2014), Export maakt het verschil in Noord-Holland. Online: [http://www.ing.nl/nieuws/nieuws\\_en\\_persberichten/2014/02/Export\\_maakt\\_het\\_verschil\\_in\\_noord-holland.aspx?first\\_visit=true](http://www.ing.nl/nieuws/nieuws_en_persberichten/2014/02/Export_maakt_het_verschil_in_noord-holland.aspx?first_visit=true) [geraadpleegd 21-2-2014].

Inovafruit (2014), Inovafruit.nl [geraadpleegd 6-2-2014].

Jong, J.P.J. de & M. Freel (2010), Absorptive capacity and the reach of collaboration in high technology small firms. *Research Policy* 39:1, pp. 47–54.

Keeble, D. & L. Nachum (2002), Why Do Business Service Firms Cluster? Small Consultancies, Clustering and Decentralization in London and Southern England. *Transactions of the Institute of British Geographers, New Series* 27:1, pp. 67-90.

Kenniswerkplaats (2014), Noord-Holland Noord. Online: <http://www.kenniswerkplaats.eu/noordholland-noord> [geraadpleegd 18-02-2014].

Koster, S. (2007), The entrepreneurial and replication function of new firm formation. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 98, pp. 667–674.

- LEI (2011), Land- en tuinbouwcijfers 2011. LEI, onderdeel van Wageningen UR.
- LEI (2012), Actuele ontwikkeling van resultaten en inkomens in de land- en tuinbouw in 2012. Meulen, H.A.B. van der, W.H. van Everdingen en A.B. Smit. LEI-rapport: 2012-064.
- LEI (2014), Land- en Tuinbouwcijfers. Online: <http://www3.lei.wur.nl/ltc/Classificatie.aspx>. [geraadpleegd 19-06-2014].
- LTO (2014), Vollegrondsgroenteteelt. Online: <http://www.lto.nl/over-lto/sectoren/Vollegrondsgroenteteelt> [geraadpleegd 6-2-2014].
- Martin, R. & P. Sunley (2003), Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea? *Journal of Economic Geography* 3:1, pp. 5-35.
- Meer, R.W. van der en M.A. van Galen, 2013. Innovatie in de land- en tuinbouw 2012. Wageningen, LEI Wageningen UR (University & Research centre), LEI 13-097. 20.
- Menzel, M.P. & D. Fornahl (2007), Cluster life cycles: dimensions and rationales of cluster development. *Jena economic research papers* 076, pp. 2-45.
- Menzel, M.P. & D. Fornahl (2010), Cluster life cycles—dimensions and rationales of cluster evolution. *ICC* 19:1, pp. 205-238.
- Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (2011), Naar de top: het bedrijvenbeleid in actie(s). Bijlage bij Kamerbrief 'Naar de top; het bedrijvenbeleid in actie(s)'.
- Ministerie van Infrastructuur & Milieu (2012), Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte.
- Ministerie van Landbouw, natuur en voedselkwaliteit (2012), Minder mest, schonere mest. Over het mestprobleem en de oplossing daarvoor.
- Ministerie van Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (2004), Nota Ruimte: Ruimte voor ontwikkeling.
- Neffke, F., M. Henning & R. Boschma (2011), "How do regions diversify over time? Industry relatedness and the development of new growth paths in regions". *Economic Geography* 87, pp. 237-265.
- Nieuwe Oogst (2014), Aardwarmte voor tuinders Agriport. Online: [http://www.nieuweoogst.nu/scripts/edoris/edoris.dll?tem=LTO\\_TEXT\\_VIEW&doc\\_id=193734](http://www.nieuweoogst.nu/scripts/edoris/edoris.dll?tem=LTO_TEXT_VIEW&doc_id=193734) [geraadpleegd 6-3-2014].
- Oort, F. van (2002), Innovation and agglomeration economies in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 93:3, pp. 344-360.
- Oort, F. van, R. Ponds, J. van Vliet, H. van Amsterdam, S. Declerck, J. Knobben, P. Pellenburg, & J. Weltevreden (2007), Verhuizingen van bedrijven en groei van werkgelegenheid. NAI Uitgevers, Rotterdam. Ruimtelijk Planbureau, Den Haag
- Pellenburg, P.H., L. J. G. van Wissen & J. van Dijk (2002), Firm migration. In: McCann (2002) *Industrial location economics*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK.
- Pellenburg, P. H. & P. J. M. van Steen (2003), Spatial perspectives on firm dynamics in the Netherlands. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 94:5, p. 620 – 631.
- Pellenburg, P. H., P. van Steen & L. van Wissen (2005), Ruimtelijke aspecten van bedrijvendynamiek in Nederland. Conclusies.
- Porter, M.E. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press, New York, 1990.

Porter, M.E. (2000), Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14: 15, pp. 15-34.

Potter, A. & H. D. Watts (2014), Revisiting Marshall's Agglomeration Economies: Technological Relatedness and the Evolution of the Sheffield Metals Cluster. *Regional Studies* 48: 4, pp. 603 – 623.

Provincie Noord-Holland (2012a), Noord-Holland wordt zesde greenport. Online: <http://www.noord-holland.nl/web/Actueel/Nieuws/Artikel/NoordHolland-Noord-wordt-zesde-Greenport.htm> [ geraadpleegd 20-1-2014].

Provincie Noord-Holland (2012b), Economische Agenda 2012-2015. Haarlem.

Provincie Noord-Holland (2014a), Agenda Landbouw & Visserij 2012-2015, Glastuinbouw. Online: <http://www.noord-holland.nl/web/Projecten/Greenport-Aalsmeer/Agenda-Landbouw-en-Visserij-1/Greenport-Aalsmeer/Glastuinbouw.htm> [ geraadpleegd 6-3-2014].

Provincie Noord-Holland (2014b), Agenda Landbouw & Visserij 2012-2015, Bloembollen. Online: <http://www.noord-holland.nl/web/Projecten/Agenda-Landbouw-en-Visserij-1/Bollen.htm> [ geraadpleegd 6-3-2014].

Provincie Noord-Holland (2014c), Agenda Landbouw & Visserij 2012-2015, Seed Valley. Online: <http://www.noord-holland.nl/web/Projecten/Agenda-Landbouw-en-Visserij-1/Seed-Valley-1.htm> [ geraadpleegd 6-3-2014].

Raspe, O. et al. (2012), De ratio van ruimtelijk-economisch topsectorenbeleid, Den Haag: PBL.

Risselada, A., Schutjens, V. & F. Van Oort (2013), Real Estate Determinants of Firm Relocation in Urban Residential Neighbourhoods. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 104, pp. 136–158.

SeedValley (2014a), Mondiaal middelpunt van plantveredeling en zaadtechnologie; economische factsheet. Online: [http://assets.seedvalley.nl/assets/seedvalley/gfx/downloads/Infographic\\_Seed\\_Valley\\_2012\\_NL.pdf](http://assets.seedvalley.nl/assets/seedvalley/gfx/downloads/Infographic_Seed_Valley_2012_NL.pdf) [ geraadpleegd 18-02-2014].

Seed Valley (2014b), Jij gaat voor zaad. Online: <http://www.jijgaatvoorzaad.nl/> [ geraadpleegd 6-3-2014].

Smart Specialisation Platform (SSP) (2013), What is Smart Specialisation? Online: <http://s3platform.jrc.ec.europa.eu/home> [ geraadpleegd 20-1-2014].

Stam, E. (2007). Why Butterflies Don't Leave: Locational Behavior of Entrepreneurial Firms. *Economic Geography* 83:1, pp. 27–50.

Stuart, T & O. Sorensen (2003), The geography of opportunity: spatial heterogeneity in founding rates and the performance of biotechnology firms. *Research Policy* 32:2, pp. 229–253.

Suire, R. & J. Vicente (2008), Why do some places succeed when others decline? A social interaction model of cluster viability. *Journal of Economic Geography* 9:3, pp. 381-404.

Thissen, M. e.a. (2012), "Revealed Competition in European Regions". Den Haag: PBL & UU.

Tödtling, F. & M. Trippel (2005), One size fits all? Towards a differentiated regional innovation policy approach. *Research Policy* 34, pp. 1203-1219.

Topsectoren (2014), Topsteam Tuinbouw. Online: <http://topsectoren.nl/tuinbouw/topsteam> [ geraadpleegd 6-3-2014].

Vocht, A. de (2007), Basishandboek SPSS; statistiek met SPSS 15. Eerste druk, Bijleveld Press, Utrecht.

Wang, Z. & N. Wang (2012), Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications* 39:10, pp. 8899–8908.

Wildschut, J. (2013), *Energiemonitor van de Nederlandse Bloembollensector 2012*. Wageningen, Praktijkonderzoek Plant & Omgeving B.V.

WUR (2013), Samenwerking verklaart succes Nederlandse groentezaad industrie. Door Plant Research International (PRI), Plant Breeding. Online: <http://www.wageningenur.nl/nl/show/Samenwerking-verklaart-succes-Nederlandse-groentezaad-industrie.htm> [ geraadpleegd 6-2-2014].

WUR (2014), Fruitteelt. Online: <http://www.wageningenur.nl/nl/Expertises-Dienstverlening/Onderzoeksinstituten/lei/Sector-in-cijfers/Sectoren-AZ/Fruitteelt.htm>. [ geraadpleegd 19-06-2014].



## Bijlage I – Sectorindeling

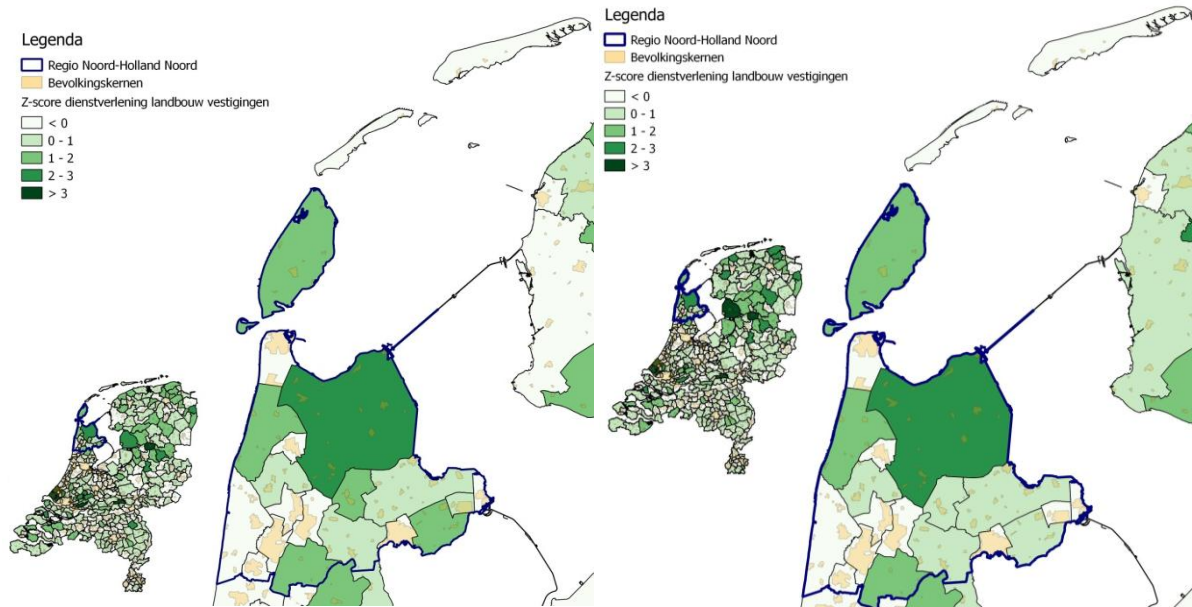
Indeling van bedrijfsklassen volgens de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) in de verschillende clusters uit het agribusiness waardesysteem (bij paragraaf 4.2.2).

<b>Zaadveredeling</b>	<b>Teelt</b>	<b>Dierhouderij</b>	<b>Leveranciers/afnemers dierhouderij</b>
0164	0111	0141	1091
46212	0113	0142	4632
	0116	0143	46213
	0119	0145	46214
	0121	0146	46215
	0124	0147	46231
	0125	0149	46232
	0127	0150	46241
	0128		46242
	0129		1011
	0130		1012
			1013
<b>Handel voedings- en genotsmiddelen</b>	<b>Verwerking voedsel</b>	<b>Handel landbouwproducten</b>	<b>Productie/handel productiemiddelen</b>
4634	0163	4622	2020
4635	1031	82991	2830
4636	1032	4611	2893
4637	1039	46211	4661
4639	1041	46218	
46381	1042	46219	
46383	1051	46311	
46384	1052	46312	
46389	1061	46331	
47811	1062	46332	
47819	1071		
46216	1072		
46217	1073		
4617	1081		
	10821		
	10822		
	1083		
	1084		
	1085		
	1086		
	1089		
	1092		
<b>Aquacultuur en visserij</b>	<b>Visverwerking en -handel</b>	<b>Speur- en ontwikkelingswerk</b>	<b>Dienstverlening landbouw</b>
0311	1020	72111	0161
0312	46382	72112	0162
0321	46697	72191	71201
0322		72193	

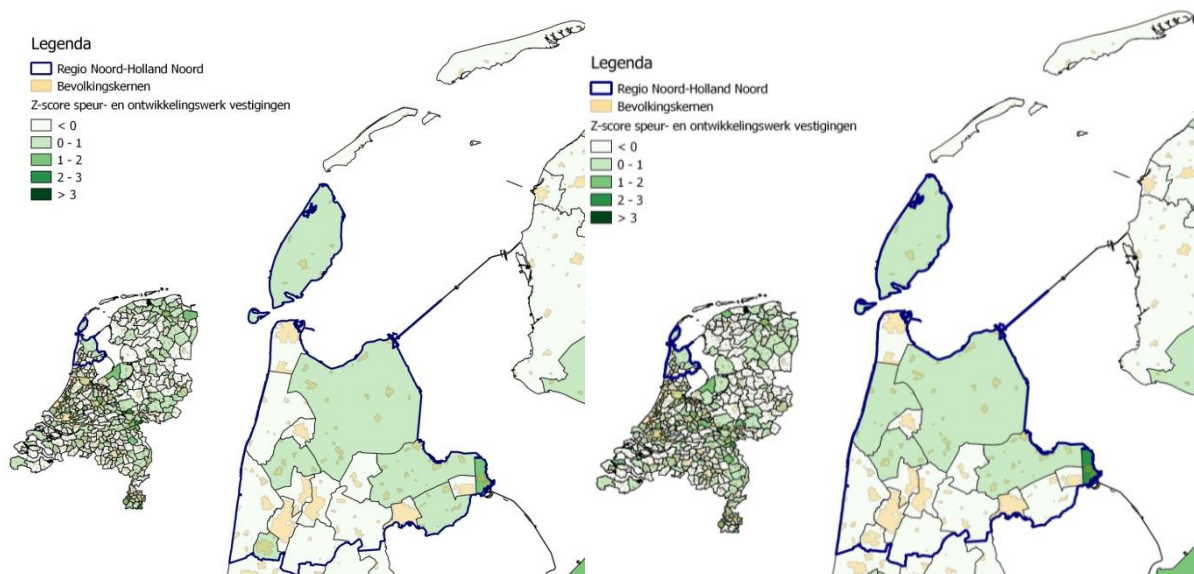
## Bijlage II – Geografische concentratie (kaarten)

De kaarten hieronder geven de geografische concentratie van vestigingen weer in alle agribusiness sectoren in 2009 (links) en 2012 (rechts).

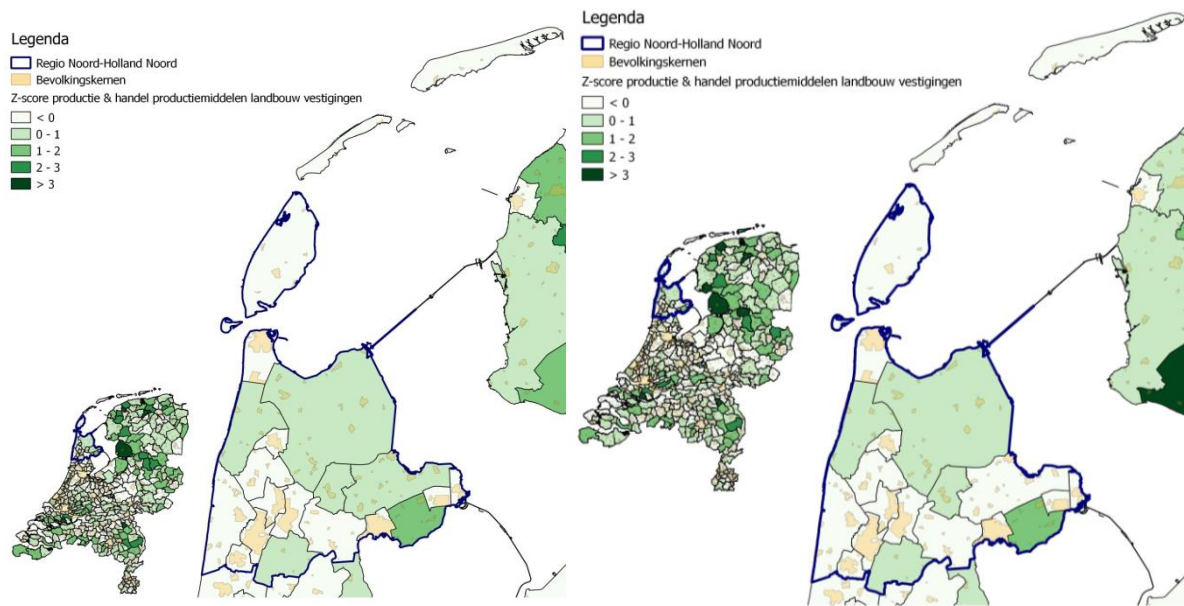
### Dienstverlening Landbouw



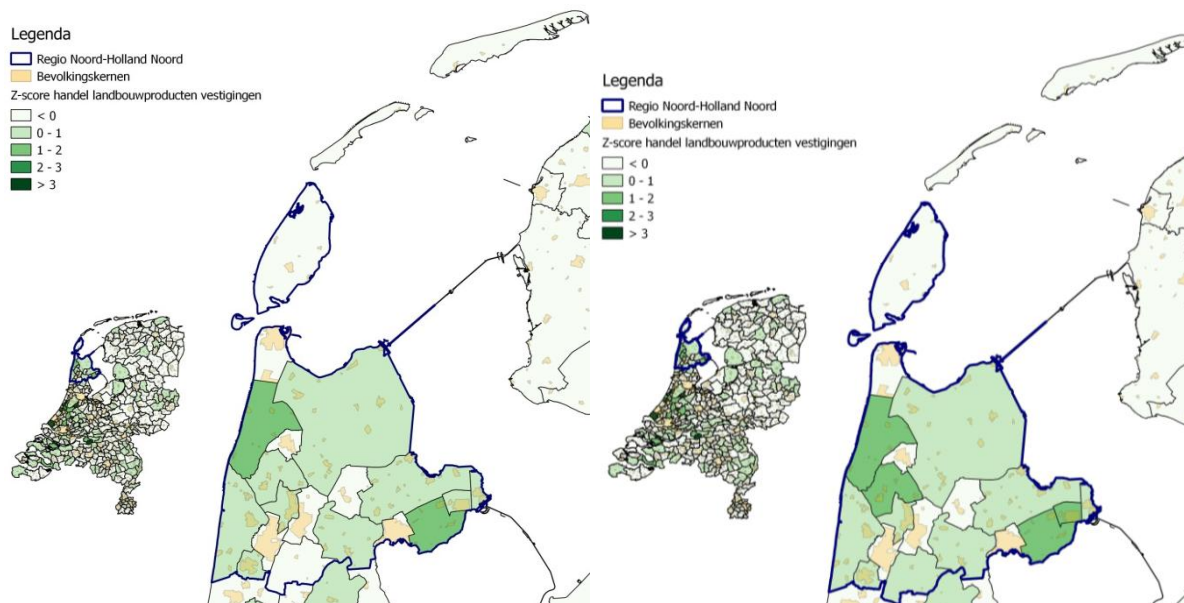
### Speur- en ontwikkelingswerk



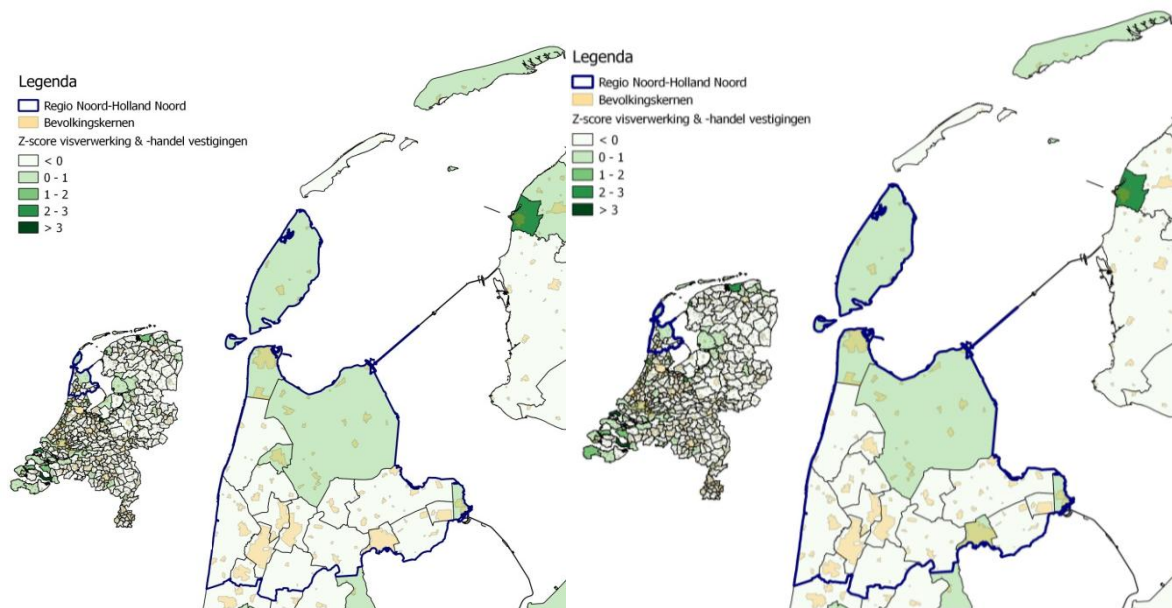
## Productie & handel van productiemiddelen voor de landbouw



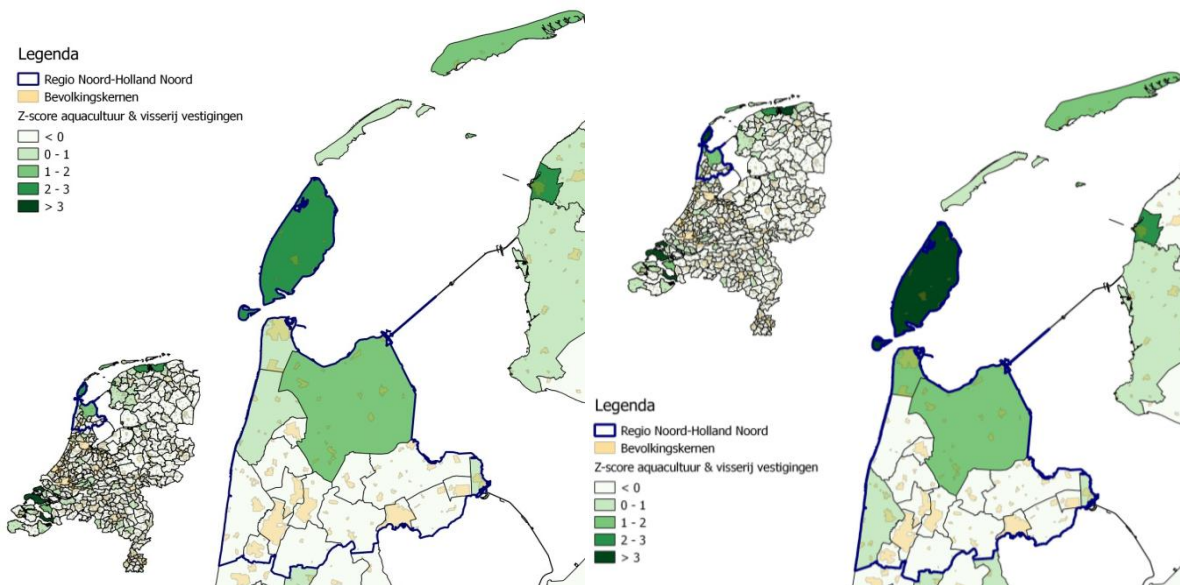
## Handel landbouwproducten



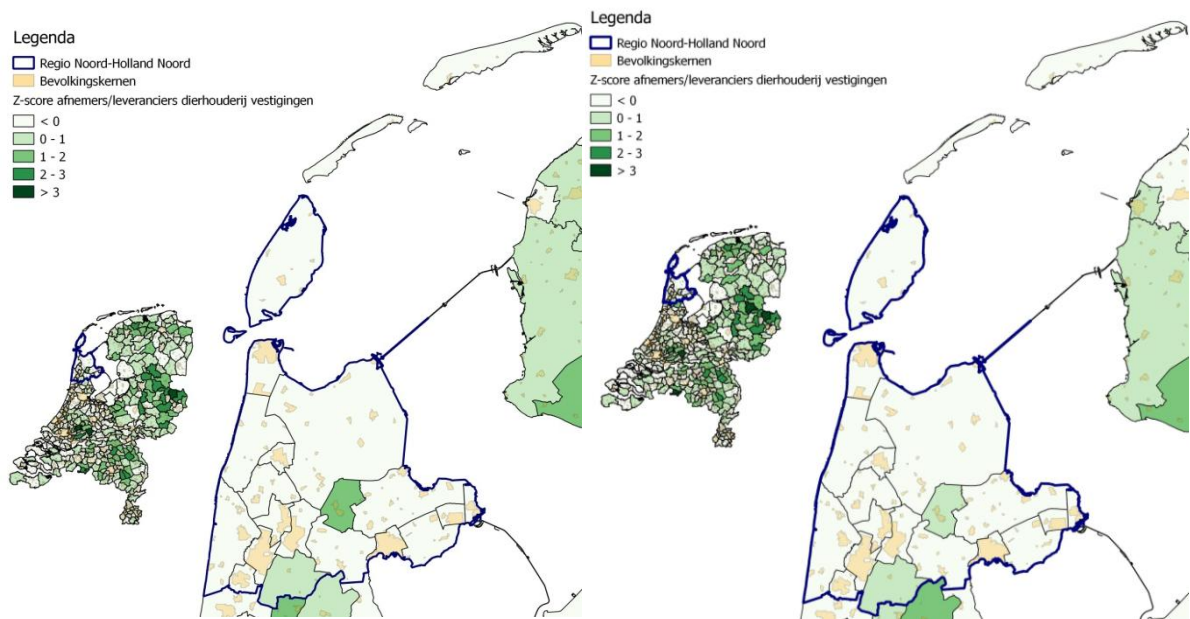
## Visverwerking en -handel



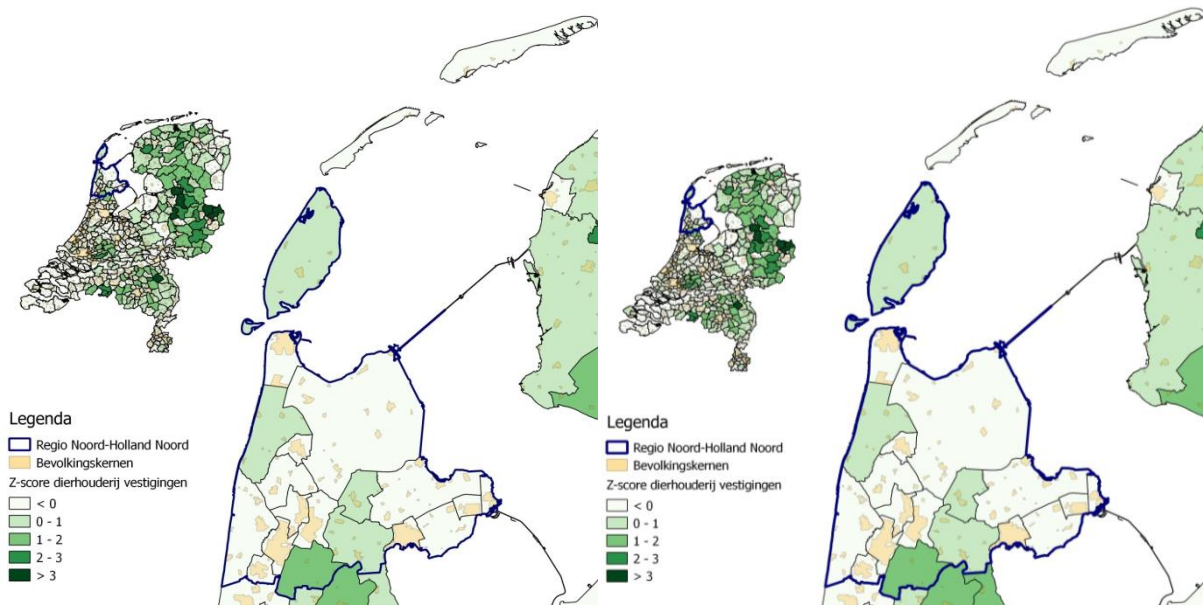
## Aquacultuur & visserij



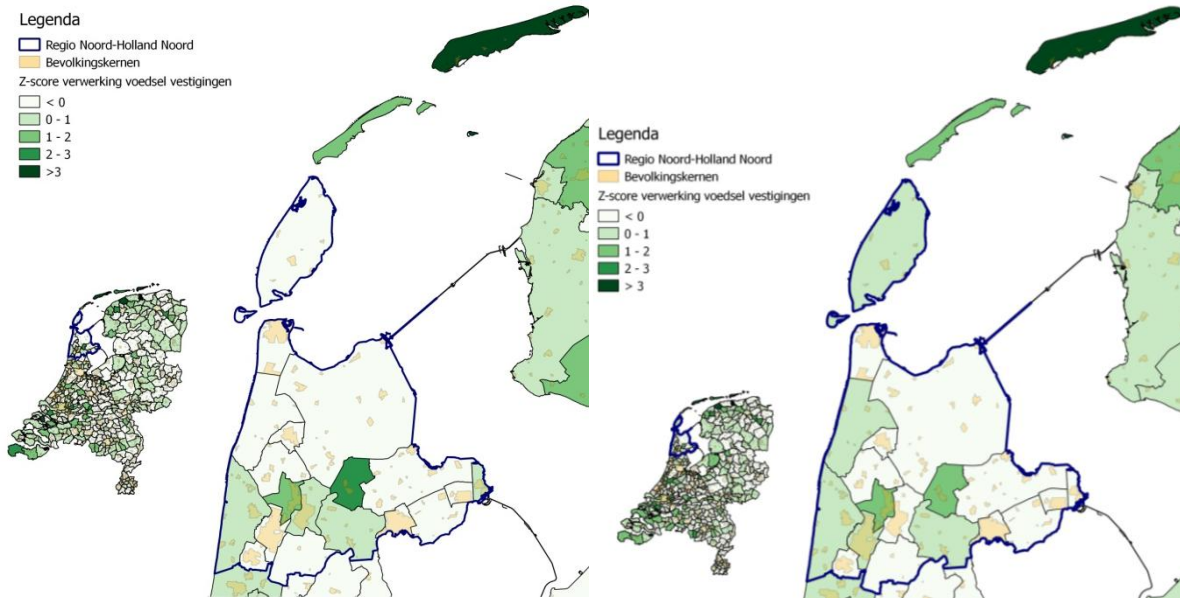
## Afnemers en leveranciers van de dierhouderij



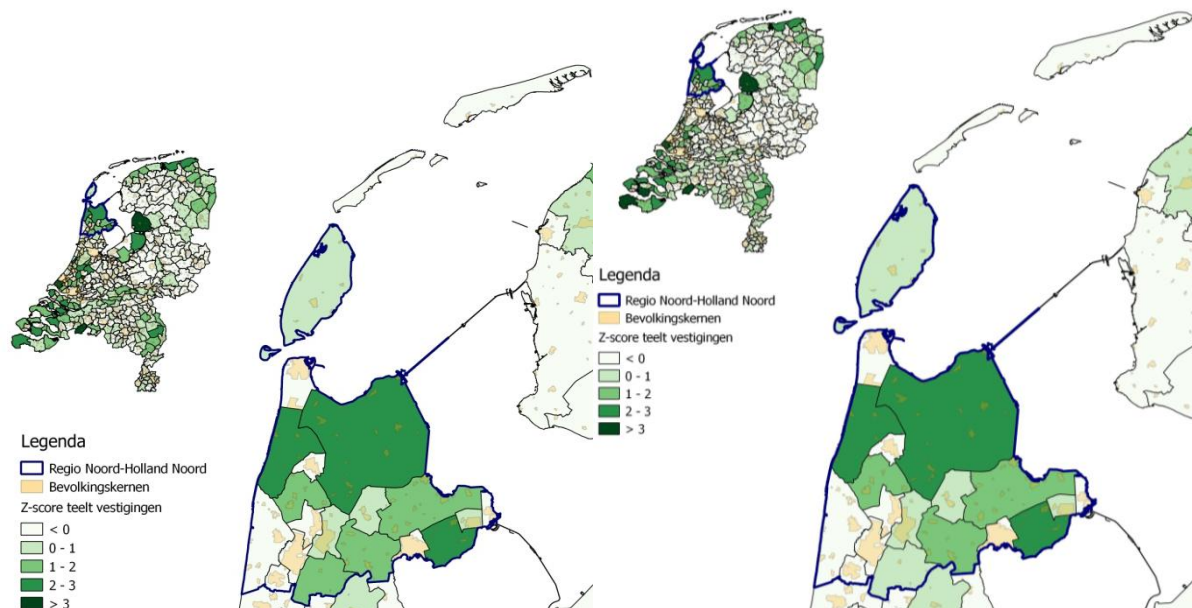
## Dierhouderij



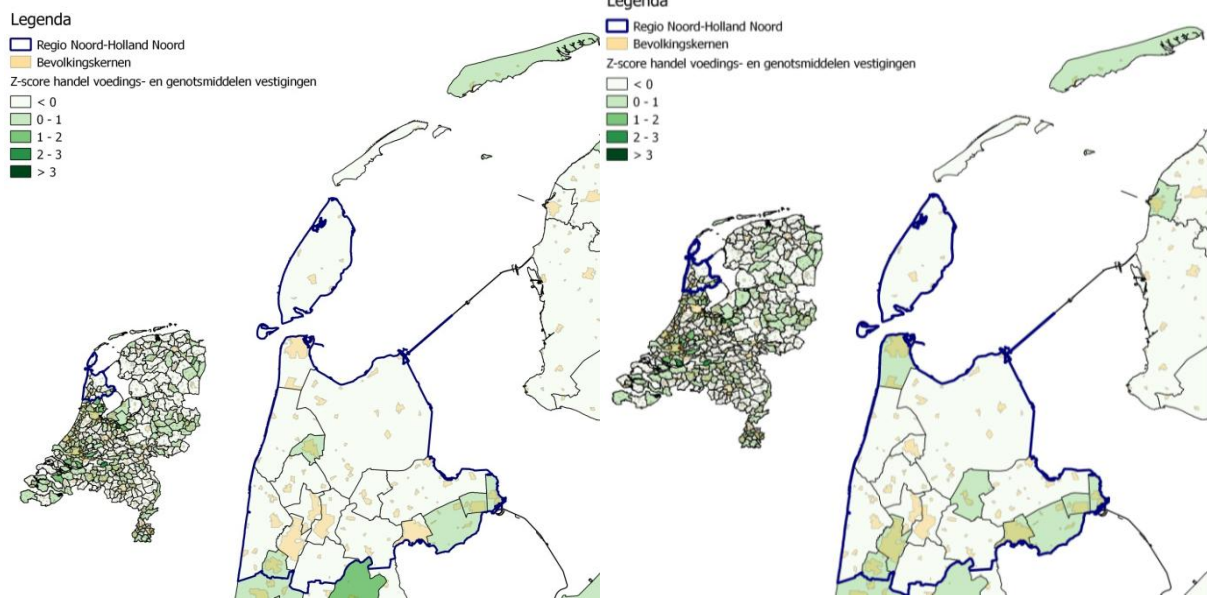
## Voedselverwerking



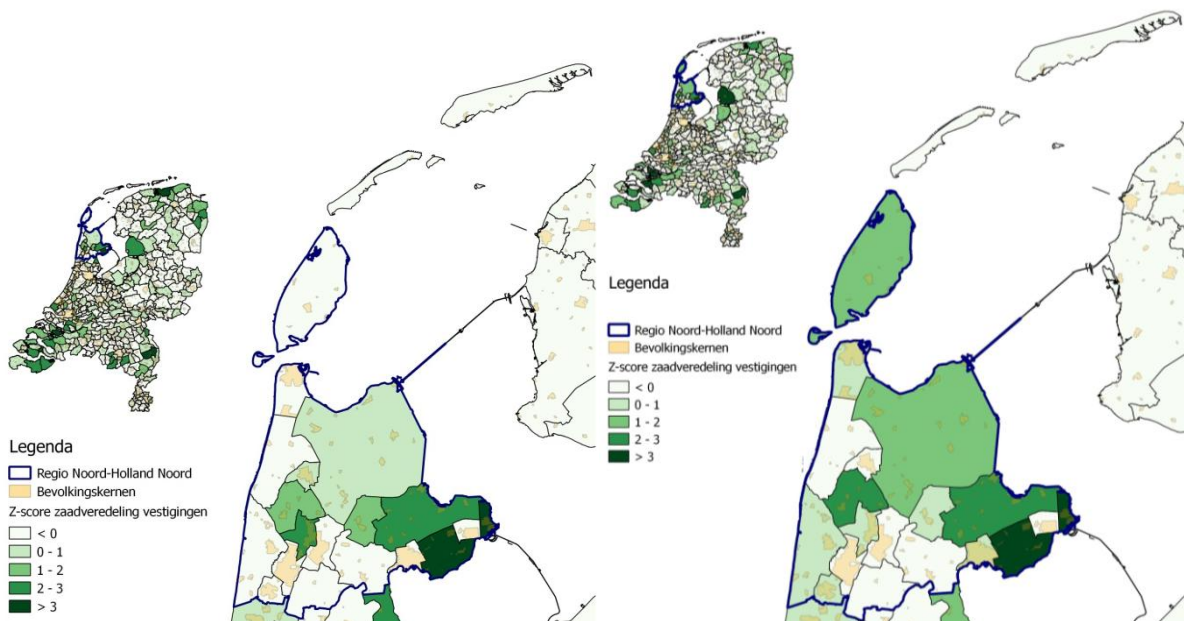
## Teelt



## Handel in voedings- en genotsmiddelen



## Zaadveredeling



## Bijlage III – Digitale vragenlijst

Deze vragenlijst is onderdeel van een onderzoek naar bedrijfsrelaties van land- en tuinbouwbedrijven in Noord-Holland Noord, het afstudeeronderzoek van Siebe Visser voor de opleiding Economische Geografie aan de Universiteit Utrecht. LTO Noord en de uitvoeringsorganisatie van de Greenport stellen het erg op prijs als u deze vragen invult. Alvast bedankt!

(Bij vragen over de enquête, kunt u contact opnemen met Siebe Visser via 0636155920 of s.visser@decisio.nl)

Klik op "verder" om te starten met de vragenlijst.

Hieronder vragen wij u aan te geven waar uw 3 belangrijkste afnemers (klanten) zijn gevestigd en in welke sector zij actief zijn. Als uw bedrijf minder dan 3 afnemers heeft, vult u bij de tweede of derde vraag "niet van toepassing" in. Wanneer u meer dan 3 afnemers heeft die min of meer even belangrijk zijn voor uw bedrijf, vult u dan van de groep belangrijkste afnemers de drie bedrijven in die het laatst producten/diensten van u hebben afgenomen.

**Geef hieronder aan waar uw belangrijkste afnemer is gevestigd:  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk:

**Welk deel van uw afzet wordt door dit bedrijf afgenomen?**

- tot 20 %
- 20 - 40 %
- 40 - 60 %
- 60 - 80 %
- 80 - 100 %

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Veilingen
- Groothandel
- Supermarkten
- Verwerking van land- en tuinbouwproducten
- Slachterijen en vleesverwerking
- Visverwerking
- Anders, namelijk:

**Geef hieronder aan waar uw tweede belangrijkste afnemer is gevestigd:  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- Niet van toepassing
- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk:

**Welk deel van uw afzet wordt door dit bedrijf afgenomen?**

- tot 20 %
- 20 - 40 %
- 40 - 60 %
- 60 - 80 %
- 80 - 100 %



**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Veilingen
- Groothandel
- Supermarkten
- Verwerking van land- en tuinbouwproducten
- Slachterijen en vleesverwerking
- Visverwerking
- Anders, namelijk:

**Geef hieronder aan waar uw derde belangrijkste afnemer is gevestigd:  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- Niet van toepassing
- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk:

**Welk deel van uw afzet wordt door dit bedrijf afgenomen?**

- tot 20 %
- 20 - 40 %
- 40 - 60 %
- 60 - 80 %
- 80 - 100 %

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Veilingen
- Groothandel
- Supermarkten
- Verwerking van land- en tuinbouwproducten
- Slachterijen en vleesverwerking
- Visverwerking
- Anders, namelijk:

Hieronder vragen wij u aan te geven waar uw drie belangrijkste leveranciers zich bevinden en in welke sector die bedrijven actief zijn. (Denk hierbij aan het bedrijf die u zaden, machines, (kunst)mest of (flexibel) personeel levert, uw administratie verzorgt, ict-diensten levert enzovoort) Als u minder dan 3 leveranciers heeft, vult u bij de tweede of derde vraag "niet van toepassing" in. Wanneer u meer dan 3 leveranciers heeft die min of meer even belangrijk zijn voor uw bedrijf, vult u dan van de groep belangrijkste leveranciers de drie bedrijven in waarvan uw bedrijf het laatst producten/diensten heeft afgenomen.

**Waar bevindt uw belangrijkste leverancier zich?  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Veilingen of overige (groot)handel
- Vervaardiging van of handel in landbouwmachines of landbouwchemicaliën
- Financiële instellingen (o.a. banken, verzekeraars en pensioenfondsen)
- Zakelijke dienstverlening (o.a. rechtskundige dienstverlening, accountancy en managementadvies)
- Specifieke dienstverlening voor landbouw, akkerbouw of dierhouderij
- Speur- en ontwikkelingswerk (R&D)
- Reclame en marktonderzoek
- Anders, namelijk:

**Wat is de belangrijkste reden dat u met deze leverancier zaken doet?**

**(Meerdere antwoorden mogelijk)**

- Kwaliteit van product of dienst
- Goed contact met de ondernemer of werknemer(s) van dit bedrijf
- Het bedrijf is dichtbij uw bedrijf gevestigd
- Vertrouwen in dit bedrijf
- Levertijden van product of dienst
- Anders, namelijk:

**Waar bevindt uw tweede belangrijkste leverancier zich?**

**(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- Niet van toepassing
- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Veilingen of overige (groot)handel
- Vervaardiging van of handel in landbouwmachines of landbouwchemicaliën
- Financiële instellingen (o.a. banken, verzekeraars en pensioenfondsen)
- Zakelijke dienstverlening (o.a. rechtskundige dienstverlening, accountancy en managementadvies)
- Specifieke dienstverlening voor landbouw, akkerbouw of dierhouderij
- Speur- en ontwikkelingswerk (R&D)
- Reclame en marktonderzoek
- Anders, namelijk:

**Wat is de belangrijkste reden dat u met deze leverancier zaken doet?**

**(Meerdere antwoorden mogelijk)**

- Kwaliteit van product of dienst
- Goed contact met de ondernemer of werknemer(s) van dit bedrijf
- Het bedrijf is dichtbij uw bedrijf gevestigd
- Vertrouwen in dit bedrijf
- Anders, namelijk:

**Waar bevindt uw derde belangrijkste leverancier zich?  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- Niet van toepassing
- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Veilingen of overige (groot)handel
- Vervaardiging van of handel in landbouwmachines of landbouwchemicaliën
- Financiële instellingen (o.a. banken, verzekeraars en pensioenfondsen)
- Zakelijke dienstverlening (o.a. rechtskundige dienstverlening, accountancy en managementadvies)
- Specifieke dienstverlening voor landbouw, akkerbouw of dierhouderij
- Speur- en ontwikkelingswerk (R&D)
- Reclame en marktonderzoek
- Anders, namelijk:

**Wat is de belangrijkste reden dat u met deze leverancier zaken doet?  
(Meerdere antwoorden mogelijk)**

- Kwaliteit van product of dienst
- Goed contact met de ondernemer of werknemer(s) van dit bedrijf
- Het bedrijf is dichtbij uw bedrijf gevestigd
- Vertrouwen in dit bedrijf
- Anders, namelijk:

Naast relaties met afnemers en leveranciers, heeft u misschien nog andere relaties met bedrijven, (kennis-) instellingen en/of overheden. U kunt hierbij denken aan het delen van productiemiddelen (zoals machines) of personeel of uitwisseling van kennis met andere bedrijven, samenwerking met een kennisinstelling (zoals TNO, hogeschool of universiteit), of samenwerking met de gemeente. Wij vragen u aan te geven waar uw drie belangrijkste samenwerkingspartners zijn gevestigd en om wat voor bedrijf of instelling het gaat.

**Geef van uw belangrijkste samenwerkingspartner aan waar deze is gevestigd:  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- Niet van toepassing
- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk

**In welke categorie is deze samenwerkingspartner het best te plaatsen:**

- Bedrijf
- Kennisinstelling en/of opleidingsinstituut (bv. universiteit of school)
- Overheid (bv. gemeente)
- Anders, namelijk:

**Om welk soort overheidsinstelling gaat het?**

- Gemeente
- Provincie
- Rijk
- Waterschap
- Anders, namelijk:

**Kunt u in één zin omschrijven wat deze samenwerking inhoudt?**

**Om welk soort kennisinstelling gaat het?**

- Universiteit
- Hogeschool
- MBO school
- Publieke kennisinstelling (anders dan bovenstaande)
- Private kennisinstelling
- Anders, namelijk:

**Kunt u in één zin omschrijven wat deze samenwerking inhoudt?**

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Anders, namelijk:

**Wat is de belangrijkste reden dat u met dit bedrijf samenwerkt?**

- Dit bedrijf heeft kennis die uw bedrijf niet heeft
- Goed contact met de ondernemer of werknemer(s) van dit bedrijf
- Het bedrijf is dichtbij uw bedrijf gevestigd
- Dit bedrijf is ook een leverancier van uw bedrijf
- Dit bedrijf is ook een afnemer bij uw bedrijf
- U of uw bedrijf vertrouwt dit bedrijf
- Anders, namelijk:

**Geef aan waar uw tweede belangrijkste samenwerkingspartner is gevestigd:  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- Niet van toepassing
- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk

**In welke categorie is deze samenwerkingspartner het best te plaatsen:**

- Bedrijf
- Kennisinstelling en/of opleidingsinstituut (bv. universiteit of school)
- Overheid (bv. gemeente)
- Anders, namelijk:

**Om welk soort kennisinstelling gaat het?**

- Universiteit
- Hogeschool
- MBO school
- Publieke kennisinstelling (anders dan bovenstaande)
- Private kennisinstelling
- Anders, namelijk:

**Kunt u in één zin omschrijven wat deze samenwerking inhoudt?**

**Om welk soort overheidsinstelling gaat het?**

- Gemeente
- Provincie
- Rijk
- Waterschap
- Anders, namelijk:

**Kunt u in één zin omschrijven wat deze samenwerking inhoudt?**

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Anders, namelijk:

**Wat is de belangrijkste reden dat u met dit bedrijf samenwerkt?**

- Dit bedrijf heeft kennis die uw bedrijf niet heeft
- Sociaal contact met de ondernemer of werknemer(s) van dit bedrijf
- Het bedrijf is dichtbij uw bedrijf gevestigd
- Dit bedrijf is ook een leverancier van uw bedrijf
- Dit bedrijf is ook een afnemer bij uw bedrijf
- Anders, namelijk:

**Geef aan waar uw derde belangrijkste samenwerkingspartner is gevestigd:  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

- Niet van toepassing
- In dezelfde plaats als uw bedrijf
- In een andere plaats, namelijk

**In welke categorie is deze samenwerkingspartner het best te plaatsen:**

- Bedrijf
- Kennisinstelling en/of opleidingsinstituut (bv. universiteit of school)
- Overheid (bv. gemeente)
- Anders, namelijk:

**Om welk soort kennisinstelling gaat het?**

- Universiteit
- Hogeschool
- MBO school
- Publieke kennisinstelling (anders dan bovenstaande)
- Private kennisinstelling
- Anders, namelijk:

**Kunt u in één zin omschrijven wat deze samenwerking inhoudt?**

**Om welk soort overheidsinstelling gaat het?**

- Gemeente
- Provincie
- Rijk
- Waterschap
- Anders, namelijk:

**Kunt u in één zin omschrijven wat deze samenwerking inhoudt?**

**In welke sector is dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Aquacultuur & visserij
- Fruitteelt
- Anders, namelijk:

**Wat is de belangrijkste reden dat u met dit bedrijf samenwerkt?**

- Dit bedrijf heeft kennis die uw bedrijf niet heeft
- Sociaal contact met de ondernemer of werknemer(s) van dit bedrijf
- Het bedrijf is dichtbij uw bedrijf gevestigd
- Dit bedrijf is ook een leverancier van uw bedrijf
- Dit bedrijf is ook een afnemer bij uw bedrijf
- Anders, namelijk:

**Wat waren de voornaamste redenen om uw bedrijf op de huidige locatie te vestigen?  
(geef maximaal 3 redenen)**

- Kwaliteit van de bodem, bedrijfspand of kantoor op deze locatie
- Prijs van de grond, bedrijfspand of kantoor op deze locatie
- De locatie is dichtbij de woonplaats van de ondernemer
- De werknemers van het bedrijf wonen dichtbij deze locatie
- Bereikbaarheid van deze locatie
- De sociale contacten van de ondernemer bevinden zich in de omgeving van deze locatie
- De oprichter van het bedrijf werkte daarvoor bij een bedrijf in de omgeving van deze locatie
- Een of meer belangrijke leveranciers bevinden zich in nabijheid van deze locatie
- Een of meer belangrijke afnemers bevinden zich in nabijheid van deze locatie
- Een of meer belangrijke financiers bevinden zich in de nabijheid van deze locatie
- Deze locatie is nabij familie en/of bedrijven van familie van de oprichter van het bedrijf
- Een of meer belangrijke samenwerkingspartners bevinden zich in de nabijheid van deze locatie
- Er waren al meerdere bedrijven uit dezelfde sector rond deze locatie gevestigd
- Anders, namelijk:

**U geeft aan dat de aanwezigheid van bedrijven in dezelfde sector, een van de redenen voor vestiging op de huidige locatie was. Waarom was dit een reden om voor vestiging op deze locatie te kiezen?  
(geef maximaal 3 antwoorden)**

- Uw bedrijf kan kennis uitwisselen met deze bedrijven in de buurt (bv. over productieprocessen, de markt of bedrijfsvoering)
- Uw bedrijf kan personeel met de juiste kennis of vaardigheden uitwisselen met deze bedrijven in de buurt
- Uw bedrijf kan samenwerking aangaan met deze bedrijven in de buurt (bv. op energiegebied of transport)
- Het gebied heeft een goed imago binnen uw sector doordat hier veel bedrijven uit die sector gevestigd zijn.
- Anders, namelijk:

**U geeft aan dat de oprichter van uw bedrijf voor de oprichting bij een bedrijf werkte in de omgeving van de huidige locatie van uw bedrijf. In welke sector was dit bedrijf actief?**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Fruitteelt
- Aquacultuur & visserij
- Anders, namelijk:

**Sinds welk jaar is uw bedrijf op de huidige locatie gevestigd?**

**Waar was uw bedrijf gevestigd voordat het zich op de huidige locatie vestigde?**

- De huidige locatie is de eerste en enige locatie van uw bedrijf
- Op een andere locatie binnen dezelfde plaats als de huidige locatie
- In een andere plaats, namelijk:

**Is uw bedrijf ook op die locatie opgericht?  
(eerste vestigingsplaats)**

- Ja
- Nee, in een andere plaats, namelijk:

**Wat waren de voornaamste redenen om de vorige locatie te verlaten?  
(geef maximaal 3 redenen)**

- Uitbreiding van uw bedrijf was op die locatie niet mogelijk of niet wenselijk
- Vanwege goedkopere of betere grond elders
- Vanwege goedkopere of betere arbeidskrachten elders
- Om dichterbij belangrijke toeleverancier(s) gevestigd te zijn
- Om dichterbij belangrijke afnemer(s) gevestigd te zijn
- Een prive-verhuizing
- Om dichterbij belangrijke samenwerkingspartner(s) gevestigd te zijn
- Vanwege de aanwezigheid van bepaalde kennis in de nabije omgeving van deze locatie
- Anders, namelijk:

**Overweegt u de huidige locatie het komende jaar te verlaten?**

- Ja
- Nee
- Misschien

**Wat zijn de voornaamste redenen dat uw bedrijf de huidige locatie zou willen verlaten?  
(geef maximaal 3 redenen)**

- Groei van uw bedrijf is niet mogelijk op de huidige locatie
- Een prive-verhuizing (van de ondernemer)
- Vanwege betere of goedkopere grond op een andere locatie
- Vanwege aanwezigheid van beter of goedkoper personeel op een andere locatie
- Vanwege de aanwezigheid van kennis op een andere locatie die op de huidige locatie niet aanwezig is
- Om dichterbij belangrijke toeleverancier(s) gevestigd te zijn
- Om dichterbij belangrijke afnemer(s) gevestigd te zijn
- Om dichterbij belangrijke samenwerkingspartner(s) gevestigd te zijn
- Anders, namelijk:

**Overweegt u de huidige locatie in de komende 5 jaar te verlaten?**

- Ja
- Nee
- Misschien

**Wat zijn redenen voor uw bedrijf om de komende 5 jaar de huidige locatie te verlaten?  
(Geef maximaal 3 redenen)**

- Groei van uw bedrijf is niet mogelijk op de huidige locatie
- Een prive-verhuizing (van de ondernemer)
- Vanwege betere of goedkopere grond op een andere locatie
- Vanwege aanwezigheid van beter of goedkoper personeel op een andere locatie
- Vanwege de aanwezigheid van kennis op een andere locatie die op de huidige locatie niet aanwezig is
- Om dichterbij belangrijke toeleverancier(s) gevestigd te zijn
- Om dichterbij belangrijke afnemer(s) gevestigd te zijn
- Om dichterbij belangrijke samenwerkingspartner(s) gevestigd te zijn
- Anders, namelijk:

**Als uw bedrijf zich zou moeten verplaatsen, naar welke plaats zou uw bedrijf zich dan het liefst verplaatsen?**

- Binnen dezelfde plaats als de huidige locatie
- Naar een andere plaats, namelijk

**Hoeveel vestigingen heeft uw bedrijf, buiten de vestiging waarnaar deze enquête is verstuurd?**

- Geen
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5 of meer

**Is de vestiging waarnaar deze enquête is verstuurd de (Europese) hoofdvestiging van het bedrijf?**

- Ja
- Nee

**In welke plaats is de hoofdvestiging van uw bedrijf gevestigd?  
(met plaats wordt woonplaats bedoeld, dus niet gemeente)**

**Denkt u dat uw bedrijf over 5 jaar nog bestaat?**

- Ja
- Nee
- Misschien

**Waar is het voortbestaan van uw bedrijf van afhankelijk?  
(geef maximaal 3 antwoorden)**

- Het vinden van een opvolger die uw bedrijf overneemt
- De prijsontwikkeling van uw product
- Het vinden van financiering (bijvoorbeeld voor investeringen ten behoeve van schaalvergroting)
- Al dan niet kunnen uitbreiden op de huidige locatie
- Al dan niet succesvol ontplooien van nevenactiviteiten (bijvoorbeeld recreatie)
- De ontwikkeling van de vraag naar uw product
- Inkomsten van buiten het bedrijf
- Ontwikkeling van de concurrentie
- Anders, namelijk:

**In welk jaar is uw bedrijf opgericht?**

**Wat is uw functie binnen het bedrijf?**

- Directeur / eigenaar
- Directeur (geen eigenaar)
- Anders, namelijk:

**Bent u binnen uw bedrijf verantwoordelijk voor de bedrijfshuisvesting (locatiekeuze, inrichting en onderhoud van het pand/bedrijfsruimte/grond)**

- Ja
- Nee
- Gedeeltelijk:

**In welke sector(en) is uw bedrijf actief?  
(meerdere antwoorden mogelijk)**

- Zaadveredeling
- Bollenteelt
- Akkerbouw
- Vollegrondsgroenteteelt
- Glastuinbouw
- Dierhouderij
- Fruitteelt
- Aquacultuur & visserij
- Anders, namelijk:

**Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf fulltime in dienst?  
(onder fulltime worden werknemers verstaan die 35 uur of meer per week werken voor uw bedrijf)**



**Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf parttime in dienst?**

(onder parttime worden werknemers verstaan die minder dan 35 uur per week werken voor uw bedrijf)

**Bent u bereid om mee te werken aan een interview om uw antwoorden nog verder toe te lichten?**

- Ja
- Nee

**Wilt u hier uw telefoonnummer invullen zodat Siebe Visser u kan benaderen voor een persoonlijk interview?**

De uitvoeringsorganisatie Greenport Noord-Holland Noord werkt met verschillende partijen, waaronder LTO Noord, aan projecten ter bevordering van samenwerking en innovatie of het oplossen van problemen in de land- en tuinbouwsector in Noord-Holland Noord. We horen graag van u waarbij de greenport uw bedrijf mogelijk kan helpen.

**Heeft u wel eens geparticipeerd in een project van de Greenport of bent u wel eens bij een Greenport-bijeenkomst geweest?**

- Nee
- Ja, namelijk:

**Kunt u aangeven in hoeverre u het eens bent met de stelling:**

**De Greenport is van toegevoegde waarde voor de land- en tuinbouwsector in Noord-Holland Noord.**

- Helemaal mee eens
- Mee eens
- Neutraal
- Mee oneens
- Helemaal mee oneens
- Eventuele toelichting:

**Wat kan de Greenport (of een toekomstig Greenportproject) voor uw bedrijf betekenen?**

**In hoeverre bent u tevreden over het werk van de Greenport?**

- Erg ontevreden
- Ontevreden
- Neutraal
- Tevreden
- Erg tevreden
- Weet niet

**Heeft u verbeterpunten voor de manier waarop de Greenport werkt of het soort projecten dat de Greenport initieert? Geef deze hieronder aan.**

Hartelijk dank voor uw deelname aan de vragenlijst. De resultaten van het onderzoek zijn te lezen in de LTO- nieuwsbrief en op de website van LTO Noord.

## Bijlage IV – Topiclijst interviews

### Algemeen Organisatie

Kunt u zich voorstellen? En wat is uw functie bij deze organisatie?

Wat is de hoofdactiviteit van uw organisatie?

Wat is uw verzorgingsgebied?

Hoeveel vestigingen heeft uw organisatie en in welke plaatsen? En sinds wanneer is uw organisatie hier gevestigd (in de regio)?

Waarom bent u hier gevestigd?

Heeft u recent nog een locatiebeslissing gemaakt voor een nieuwe locatie? (waarom voor deze locatie gekozen?)

### Relaties bedrijven, kennis/opleidings-instellingen en overheden

Waar zijn uw belangrijkste afnemers gevestigd? Wat voor type bedrijven zijn dit?

Hoe komen relaties met afnemers tot stand? (Sociaal contact/ geografisch nabij/ marketing/reclame)

In hoeverre hebben afnemers invloed op uw producten?

Waar zijn uw belangrijkste toeleveranciers gevestigd? Wat voor type bedrijven zijn dit?

Hoe zijn de relaties met toeleveranciers ontstaan? (Sociaal contact/ geografisch nabij)

In hoeverre heeft u invloed op het product of dienst van uw toeleveranciers?

Werkt uw organisatie samen met bedrijven? Zo ja, wat voor bedrijven zijn dat? (Sector, Grootte, Type activiteit)

Waar zijn deze bedrijven gevestigd?

En welke factoren spelen een rol bij totstandkoming van samenwerking? (Sociale contacten, Zakelijke/financiële redenen)

Kunt u een voorbeeld geven van een samenwerking met een of meerdere bedrijven? Wat houdt de samenwerking in?

Hoeveel ondernemers/werknemers van land- en tuinbouwbedrijven kent u ongeveer in Noord-Holland Noord? (*omvang netwerk*)

### Hebben die relaties effect op de locatiestrategie

Is Noord-Holland Noord een aantrekkelijke regio voor jongeren/studenten?

Wat zou er volgens u voor kunnen zorgen dat de regio aantrekkelijker wordt voor afgestudeerden?

Is Noord-Holland Noord een aantrekkelijke regio voor bedrijven? (algemeen en agrarisch in bijzonder)

Denkt u in de komende 1, 5 of 10 jaar uw bedrijf te verplaatsen? Zo ja, waar naar toe?

Zo nee, wat houdt u hier?

Dragen (wel of niet aanwezige) lokale relaties met andere bedrijven bij aan dit standpunt? (Houdt het lokale netwerk u hier? Zorgen relaties buiten de regio ervoor dat locatie elders aantrekkelijker is?)

### Barrières en sterke punten cluster:

Bent u persoonlijk betrokken bij de Greenport? Op welke manier? En sinds wanneer?

Wat vindt u van de huidige manier van werken van de uitvoeringsorganisatie Greenport?

Wat zou volgens u de rol moeten zijn van de uitvoeringsorganisatie Greenport? (Aanjager/ zelf projecten initiëren/ partijen bij elkaar brengen)

Waar ligt volgens u de meeste toegevoegde waarde van de uitvoeringsorganisatie Greenport?

Wat zijn volgens u barrières bij de vorming of versterking van het Greenport-cluster?

Wat is volgens u een logistieke draaischijf? Is NHN dat al? Wat moet er gebeuren om dit te bereiken of te versterken?

Wat vindt u van de organisatie van 8 sectoren onder één vlag?

Wat is volgens u een aspect dat het Greenport-cluster sterk maakt? (en wat is er beter dan in andere greenports?)

Wat zijn sterke punten van de Greenport NHN op gebied van onderwijs en onderzoek?

### **Strookjes**

1: leg de sectoren in volgorde van meeste relaties tussen bedrijven in NHN, tot minste relaties tussen bedrijven in NHN.

Waarom bestaan er juist veel relaties binnen die sectoren en waarom niet in die onderaan liggen? Zou het wenselijk zijn dit meer te stimuleren en hoe zou dit kunnen?

2: tussen welke sectoren bestaan veel relaties (input-output / samenwerking / onderzoek)? Plaats de sectoren met de meeste relaties onderling bij elkaar.

Waarom bestaan er juist tussen die sectoren veel relaties én waarom tussen de andere sectoren niet? Is het wenselijk om meer relaties tussen bepaalde sectoren te stimuleren en hoe zou dit kunnen?

## Bijlage V - Interviews

### Lijst van geïnterviewde personen

#### *Verkennde gesprekken (februari/maart 2014)*

Uitvoeringsorganisatie Greenport NHN	-	Mw. R. van Dam
Provincie Noord-Holland	-	Dhr. P. Graven

#### *Interviews (mei/juni 2014)*

Stichting Seed Valley	-	Dhr. E. Cardol
Wageningen University & Research Centre	-	Mw. J. Vogelesang
Clusius College	-	Dhr. R. van Tilburg
VeZet	-	Dhr. H. Boshuizen
Rabobank Kop van Noord-Holland	-	Dhr. A. Mulder
IncoTech	-	Dhr. J-W. Breukink
VOF Mostert-Mulder	-	Dhr. W. Mostert
Firma J.A. Glas	-	Dhr. J. Glas
Firma Franico	-	Dhr. N. Karsten
Van der Hulst Rozen	-	Dhr. L. van der Hulst