



Bedrijfsmigratie in de gemeente Zaanstad

Onderzoek naar de ontwikkelingen in bedrijfsmigratie en naar de vertrek-, vestigings- en blijfmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad

Auteur:

Patrick Neefjes
Universiteit Utrecht, Geowetenschappen
Masterthesis Economische Geografie
Studentnummer: 5570360
Email: p.neefjes@students.uu.nl

Begeleiders:

Drs. Jan Nijman
Gemeente Zaanstad

Dr. Martijn Smit
Universiteit Utrecht



Universiteit Utrecht

Voorwoord

Geachte Lezer,

Deze masterthesis is het eindresultaat van de master Economische Geografie die ik aan de Universiteit Utrecht heb gevolgd. In opdracht van de gemeente Zaanstad heb ik dit onderzoek uit mogen voeren. Ik heb dit als zeer leerzaam en interessant ervaren. Iedereen ziet in zijn regio wel bedrijven komen en gaan. Waarom gevestigde bedrijven vertrekken en nieuwe bedrijven daar heen komen wordt daarbij echter vaak niet duidelijk. Het was voor mij daarom uiterst interessant om met bedrijven hierover te spreken. Ik heb met plezier aan het onderzoek gewerkt en ik hoop dat de resultaten van waarde zijn voor de gemeente Zaanstad.

Ik wil de gemeente Zaanstad bedanken dat mij de kans is gegeven om dit onderzoek uit te voeren. Op die manier is mij immers ook de mogelijkheid gegeven om mijn studie af te ronden. Speciale dank gaat daarin uit naar mijn begeleider Jan Nijman. In zijn begeleiding heeft hij mij doen laten thuis voelen bij de gemeente Zaanstad en heeft hij mij gevoel van waardering gegeven. Ook heeft hij mij de mogelijkheid gegeven om af en toe mee te werken aan andere opdrachten naast mijn eigen onderzoek. Op die manier is mijn opgedane ervaring in Zaanstad nog rijker geworden.

Ook wil ik Martijn Smit, mijn begeleider vanuit de Universiteit Utrecht, bedanken voor zijn begeleiding. Wanneer ik met vragen zat, kon ik altijd bij hem terecht. Ook werd ik dan telkens snel geholpen. Martijn heeft mij vaak van nuttige tips voorzien en dit is mijn masterthesis zeker ten goede gekomen.

Tot slot wil ik nog de respondenten die aan dit onderzoek hebben meegewerkt bedanken. Zonder de medewerking van hen, had dit onderzoek immers niet kunnen worden uitgevoerd. Ik heb de gesprekken met deze mensen als zeer prettig en leerzaam ervaren.

Met plezier heb ik aan deze masterthesis gewerkt. Ook de master Economische Geografie als opleiding, heb ik als plezierig en uiterst leerzaam ervaren. Mijn tijd als student ligt nu achter me. Een volgende stap in mijn leven is nu aangebroken.

Patrick Neefjes,

Zaandam, Augustus 2015

Samenvatting

Wat zijn de vestigings- en vertrekmotieven van bedrijven in de gemeente Zaanstad en op welke manier kan de gemeente Zaanstad bedrijven beter aantrekken en behouden?

Bedrijfsmigratiedynamiek in Zaanstad

Bovenstaand is de hoofdvraag van dit onderzoek genoteerd. Om goed antwoord te kunnen geven op deze vraag is eerst een beschrijving gegeven van de bedrijfsmigratiedynamiek voor de jaren 2010 tot en met 2013. Hierin zijn verschillende bevindingen gedaan. Zo is duidelijk geworden dat de sectoren specialistische zakelijke diensten en informatie en communicatie, de laatste jaren sterk gegroeid zijn in het aantal vestigingen. Ook presteren deze sectoren de laatste jaren goed op het gebied van bedrijfsmigratie. Dit zijn daarom kansrijke sectoren voor de gemeente Zaanstad. Bepaalde bedrijventerreinen presteren ook beter dan de ander als het gaat om bedrijfsmigratie. Achtersluispolder, Noorderveld en Molletjesveer laten sterk positieve migratiesaldi zien. Westerspoor-Zuid noteert juist een sterk negatief saldo. Verder is gebleken dat in Zaanstad een groot verschil in de totale migratiesaldi bestaat wanneer onderscheid wordt gemaakt tussen éénpitters, MKB en grote bedrijven. De éénpitters tonen veruit het meest positieve migratiesaldo. MKB en grote bedrijven presteren beduidend minder. Bovendien is duidelijk geworden dat de werkgelegenheid in het MKB de laatste jaren sterk achteruit is gegaan. Dit is één van de redenen waarom het verdere onderzoek zich alleen nog op midden- en kleinbedrijven (2-50 werkplaatsen) heeft gericht. Een andere reden is omdat in het theoretisch kader is aangegeven dat de bedrijfsvestigingswensen van éénpitters vaak gepaard gaan met de woonwensen van deze zelfstandigen. Als gemeente kan hierop daarom weinig invloed worden uitgeoefend. Ook komt in het theoretisch kader naar voren dat grote bedrijven een veel kleinere kans hebben om te verplaatsen.

Bij de geografische ontwikkeling van midden en kleinbedrijven in Zaanstad in de laatste jaren valt op dat weer Achtersluispolder, Molletjesveer en in iets mindere mate Noorderveld het best presteren qua bedrijfsmigratie. Beduidend meer midden- en kleinbedrijven komen naar deze terreinen toe dan dat er vanaf deze terreinen vertrekken. De midden- en kleinbedrijven die wel vertrekken doen dit doorgaans over korte afstand. Meer dan 70 procent blijft binnen de metropoolregio Amsterdam en meer dan een derde heeft Amsterdam als bestemming. Andersom is het ook zo dan ongeveer 30 procent van de bedrijven die naar Zaanstad toekomen afkomstig is uit Amsterdam. Verder is nog opgevallen dat veel bedrijven die uit Zaanstad vertrekken terecht zijn gekomen op een bedrijventerrein nabij een snelweg. Dit lijkt een populaire locatie die in Zaanstad wellicht wordt gemist.

Om verder goed antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag is het belangrijk om er achter te komen welke factoren en in welke mate deze van invloed zijn op vertrekkans van bedrijven in Zaanstad. Zo kan duidelijk worden van welke bedrijven eerder kan verwacht worden dat deze gaan vertrekken. Ook is het echter denkbaar dat de factoren die van invloed zijn op de vertrekkans in Zaanstad, ook in andere nabijgelegen gemeente zo gelden. Dit is daarom ook belangrijk om er achter te komen op wat voor bedrijven de gemeente zich moet richten bij het aantrekken van bedrijven. Om achter dit alles te komen is een Cox-regressie uitgevoerd. De invloed van de factoren die volgens de literatuur van invloed zijn op de vertrekkans zijn hier getest. De uitkomsten zijn als volgt:

- Wanneer leeftijd toeneemt met 1 jaar, neemt de vertrek kans af met 9,9%. Dus des te ouder het bedrijf, des te kleiner de vertrek kans.
- Wanneer bedrijfsgrootte toeneemt met 1 wp, neemt de vertrek kans af met 3,3%. Dus des te grote het bedrijf, des te kleiner de vertrek kans.
- Midden- en kleinbedrijven in de sectoren specialistische zakelijke diensten en informatie en communicatie hebben een grotere vertrek kans dan de overige sectoren.

Uitkomsten van de interviews

Om verder de hoofdvraag te kunnen beantwoorden zijn interviews afgenomen met uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven en met naar Zaanstad toegekomen midden- en kleinbedrijven. Ook midden- en kleinbedrijven, die binnen Zaanstad zijn verhuisd, zijn geïnterviewd. Zo is duidelijk geworden wat de vestigings-, vertrek- en blijfmotieven van deze bedrijven in Zaanstad zijn. Er is gekozen om midden- en kleinbedrijven uit de sectoren specialistische zakelijke diensten en informatie en communicatie te selecteren voor de interviews. Dit omdat dit groeiende sectoren zijn met positieve migratiesaldi. Bovendien toont de Cox-regressie aan dat er ook veel dynamiek bestaat in deze sectoren. Dit biedt kansen voor het aantrekken van bedrijven in deze sectoren. Ook de logistieke sector is groeiende en kent positieve migratiesaldi. Bovendien is dit één van de speerpunten van de gemeente. Om die reden zijn ook bedrijven uit deze sector geselecteerd. Ook industriële bedrijven zijn geselecteerd. De maakindustrie is van oudsher en nog steeds de motor van de Zaanse economie. Deze sector blijft daarom kansen bieden.

Uit de interviews is gebleken dat ruimtegebrek het belangrijkste vertrekmotief is geweest van midden- en kleinbedrijven die Zaanstad hebben verlaten. Ook slechte bereikbaarheid is een belangrijk motief geweest. Opvallend daaraan was dat de vertrokken bedrijven, die klaagde over slechte bereikbaarheid, terecht zijn gekomen op een bedrijventerrein nabij een afslag van de snelweg. Eén bedrijf gaf aan ook naar dit type locatie binnen Zaanstad te hebben gezocht, maar geen geschikte locatie heeft kunnen vinden. De overige vertrek motieven zijn nog de volgende:

- Gebrek aan parkeerruimte.
- Woonwerkafstand verkleinen.
- Slechte representativiteit van omgeving en pand.
- Verandering in bestuur van het bedrijf.

De meest voorkomende vestigingsmotieven, die in de interviews zijn gegeven, hadden te maken met meer (parkeer)ruimte voor minder geld. Hierin werd veel de vergelijking met Amsterdam gemaakt. Zaanstad ligt geografisch gezien zeer dicht bij Amsterdam. In Zaanstad kun je volgens de respondenten echter veel meer ruimte huren of kopen, voor veel minder geld. Ook veel meer parkeerruimte werd daarbij vaak aangekaart. Opvallend bij de vestigingsmotieven is dat bereikbaarheid via de snelweg slechts één keer als motief is genoemd. Volgens de literatuur is dit immers één van de belangrijkste motieven. De slechte bereikbaarheid via de snelweg is in Zaanstad voor veel bedrijven wel een vertrekmotief geweest. Blijkbaar bestaan in Zaanstad weinig locaties die goed bereikbaar zijn via de snelweg. Overige vestigingsmotieven zijn nog:

- Ligging ten opzichte van de markt
- Ligging ten opzichte van de werknemers (woonwerkafstand).
- Representativiteit/zichtlocatie.
- Mogelijkheid tot nieuwbouw.
- Bereikbaarheid via openbaarvervoer.

Uit de interviews is gebleken dat het belangrijkste blijfmotief te maken heeft met het personeel. Veel van de bedrijven geven aan gehecht te zijn aan hun personeel en willen hun locatie daarom niet zomaar verlaten. Om deze reden verplaatsen bedrijven vaak over korte afstand. Overige blijfmotieven die nog zijn genoemd zijn:

- Aantrekkelijkheid van het pand.
- Gehechtheid aan de omgeving.
- Mogelijkheid tot groei op huidige locatie.

Uit de interviews is tot slot gebleken dat bij bijna alle bedrijven, de gemeente geen enkele rol heeft gespeeld in het bedrijfsverplaatsingsproces. Bedrijven handelen heel autonoom in het zoeken naar een locatie. Alleen makelaars worden nog wel eens ingeschakeld. Verder volstaat het internet hiervoor. Enkele respondenten spraken wel over een rol van de gemeente. Dit zijn de volgende:

- Een snelle bestemmingswijzing waardoor een bedrijf zich ineens heel snel in een pand kon vestigen.
- Subsidies die op Molletjesveer bestaan. Deze zijn bedoeld om panden daar op te knappen. Dit heeft bijgedragen aan de aantrekkelijkheid van het terrein. Ook werd positief gesproken over het ondernemersfonds. Dit kan er voor zorgen dat nog meer terreinen aantrekkelijker worden.
- De gemeente probeerde een keer een bedrijf tot nieuwbouw te verleiden, terwijl dit bedrijf in een bestaand leegstaand pand wilde gaan zitten. Dit vond het bedrijf fout beleid van de gemeente.

Verder worden nog enkele rollen voor de gemeente door de respondenten genoemd die de gemeente niet heeft gespeeld, maar in de toekomst wel mogelijk kan spelen. Dit zijn:

- Het versnellen van procedures van vergunningen verlenen en bestemmingen wijzigen. Als dit in Zaanstad sneller kan, dan onderscheid de gemeente zich daarin van andere gemeenten.
- Communicatie van de gemeente naar de bedrijven moet beter. Veel bedrijven weten vaak niet eens van het bestaan van bepaalde subsidies af.

Aanbevelingen

Op basis van de bevindingen in dit onderzoek zijn aanbevelingen gedaan aan de gemeente Zaanstad. Aanbevelingen die aangeven op welke manier de gemeente beter in staat kan zijn om bedrijven aan te trekken en te behouden. Hierdoor kan de werkgelegenheid in Zaanstad gaan toenemen en dit is een belangrijk doel van de gemeente. De aanbevelingen zijn als volgt:

- Bij het aantrekken richten op midden- en klein bedrijven in zakelijke diensten en informatie en communicatie. Deze bedrijven zijn immers het meest dynamisch.
- Bij het aantrekken beter richten op kleinere en jongere bedrijven. Deze hebben immers een grotere vertrekans.
- Bij het aantrekken van midden- en kleinbedrijven richten op buurgemeentes. Bedrijven verplaatsen immers doorgaans over korte afstand. Een belangrijke gemeente daarin is Amsterdam. Ongeveer 30% van de bedrijven die naar Zaanstad komen zijn afkomstig uit Amsterdam.

Verder is het denkbaar dat Zaanstad niet de enige gemeente in de buurt van Amsterdam is, waar meer ruimte voor minder geld bestaat. Zaanstad moet zich dus onderscheiden van andere buurgemeenten in de buurt van Amsterdam. Maatregelen die daarbij helpen zijn de volgende:

- Aanleggen van bedrijventerreinen nabij de afslag van een snelweg. Duidelijk is geworden dit type locatie sterk gemist wordt in Zaanstad.
- Bij het aanleggen van de bedrijventerreinen er rekening mee houden dat op de kavels ruimte voor uitbreiding moet blijven bestaan. Mogelijkheid tot uitbreiding is een belangrijk keep-factor gebleken.
- De koper of huurder van een nieuwe pand moet betrokken worden bij de inrichting en ontwerp. Dit zorgt voor gehechtheid aan het pand, wat ook een keep-factor is.
- Aanleggen van bedrijventerreinen moet in kleine fasen gaan. Dit zorgt voor kleinschalige terreinen. Dat zorgt voor 'ons kent ons' en sociale controle. Ook dat is een belangrijke keep-factor gebleken.
- Aanleggen van parken in de buurt van bedrijventerreinen. Gebleken is dat het personeel daardoor gehecht raakt aan de locatie, waardoor bedrijven niet snel verplaatsen.
- Veel subsidie beschikbaar stellen voor het opknappen van panden op oudere bedrijventerreinen. Een bedrijf in Molletjesveer gaf aan dit bijdraagt aan de aantrekkelijkheid van het terrein.
- Het realiseren van een buslijn op bedrijventerreinen waar er nog geen één loopt. Een respondent gaf aan dat dit de aantrekkelijkheid verbetert.
- Het realiseren van een hogeschool en studentenwoningen in Zaanstad. Hierdoor kunnen mensen in Zaanstad, die gaan studeren, in Zaanstad blijven wonen. Ook kunnen mensen uit de regio naar Zaanstad toekomen om te studeren. Een deel van deze mensen blijft na de studie vermoedelijk in Zaanstad woonachtig. Dit komt het gemiddelde opleidingsniveau ten goede en maakt de gemeente zo aantrekkelijker.

Verder zijn er nog een aantal niet-fysieke maatregelen die Zaanstad kan doen om beter bedrijven te behouden en aan te trekken. Deze hebben meer te maken met promotie en marketing. Deze punten kunnen dienen voor promotie voor Zaanstad:

- Nuchtere en hardwerkende mensen (goed aansluitend bij mensen uit de kop van Noord-Holland).
- Promotie van 'veel ruimte voor weinig geld' op de terreinen Noorderveld, Molletjesveer en ook Achtersluispolder. Bij laatstgenoemde is ook de nabijheid van de snelweg belangrijk.

Inhoudsopgave

| | |
|--|----|
| Bedrijfsmigratie in de gemeente Zaanstad | 1 |
| Voorwoord | 3 |
| Samenvatting..... | 5 |
| 1 Inleiding | 13 |
| 1.1 Aanleiding | 13 |
| 1.2 Probleemstelling en Deelvragen | 14 |
| 1.3 Wetenschappelijke relevantie | 16 |
| 1.4 Maatschappelijke Relevantie..... | 19 |
| 2 Theoretisch Kader | 21 |
| 2.1 Theoretische Invalshoeken Bedrijfsverplaatsingen | 21 |
| 2.1.1 De Neoklassieke Benadering | 21 |
| 2.1.2 De Behaviorale Benadering | 22 |
| 2.1.3 De Institutionele Benadering | 23 |
| 2.1.4 De Evolutionaire Benadering | 24 |
| 2.2 Factoren van Invloed op Besluit Bedrijfsverplaatsing..... | 25 |
| 2.2.1 Push-, Pull- en Keep-factoren | 25 |
| 2.2.2 Fasen in Besluitvormingsproces van Bedrijfsverplaatsingen | 27 |
| 2.2.3 Interne, Locatie en Externe Factoren | 29 |
| 2.2.4 Sectorale verschillen in bedrijfsverplaatsingen | 30 |
| 2.2.5 Invloed van Overheidsbeleid | 30 |
| 2.3 Hypothesen en Conceptueel Model | 31 |
| 2.3.1 Hypothesen | 31 |
| 2.3.2 Conceptueel Model | 33 |
| 3 Methoden | 35 |
| 3.1 Doel- en Probleemstelling | 35 |
| 3.2 Onderzoeksonwerp | 35 |
| 3.3 Casebeschrijving | 36 |
| 3.3.1 Zaanstad in Cijfers | 36 |
| 3.3.2 De Zaanse Economie | 38 |
| 3.4 Onderzoeksmethoden | 39 |
| 3.4.1 Mixed Methods..... | 39 |
| 3.4.2 Operationalisatie..... | 42 |
| 3.4.3 Cox-regressie | 44 |
| 4 Resultaten: De bedrijfsmigratiedynamiek in de gemeente Zaanstad voor de jaren 2010 tot en met 2013 | 47 |
| 4.1 Inleiding | 47 |
| 4.2 Bedrijfsvestigingen in Zaanstad | 47 |
| 4.3 Bedrijfsmigratie in Zaanstad..... | 48 |
| 4.4 Gedetailleerde Bedrijfsmigratie Opvallende Sectoren | 50 |
| 4.5 Gedetailleerde Bedrijfsmigratie Speerpunten Gemeente..... | 54 |

| | | |
|-------|---|-----|
| 4.6 | Bedrijfsmigratie Eénpitters, MKB en Grote bedrijven | 57 |
| 4.7 | Bedrijfsmigratie per terrein/locatie | 59 |
| 4.8 | Conclusie | 60 |
| 5 | Resultaten: De bedrijfsmigratie van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad in geografische zin voor de jaren 2010 tot en met 2013..... | 61 |
| 5.1 | Inleiding | 61 |
| 5.2 | Focus op midden- en kleinbedrijven (2-50 werkplaatsen) | 61 |
| 5.3 | Migratiesaldi MKB per buurt in Zaanstad | 62 |
| 5.4 | Regionale verplaatsing MKB Zaanstad..... | 64 |
| 5.5 | Conclusie | 67 |
| 6 | Resultaten: factoren van invloed op vertrekkans van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad | 69 |
| 6.1 | Inleiding | 69 |
| 6.2 | Uitkomsten Cox-regressie | 70 |
| 6.2.1 | Interpretatie van B-waarde en Sig..... | 70 |
| 6.2.2 | Interpretatie van Exp(B)..... | 70 |
| 6.3 | Conclusie | 73 |
| 7 | Resultaten: Vertrek-, vestigings- en blijfmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad | 75 |
| 7.1 | Inleiding | 75 |
| 7.2 | Vertrekmotieven van Midden- en kleinbedrijven in Zaanstad | 75 |
| 7.3 | Vestigingsmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad..... | 78 |
| 7.4 | Blijfmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad | 84 |
| 7.5 | Conclusie vertrek-, vestigings- en blijfmotieven | 86 |
| 8 | Resultaten: Rol en mogelijke rol van gemeente Zaanstad bij het vormen van vertrek-, vestigings- en blijfmotieven | 91 |
| 8.1 | Inleiding | 91 |
| 8.2 | Rol die de gemeente Zaanstad heeft gespeeld..... | 91 |
| 8.3 | Rol die de gemeente Zaanstad had kunnen of kan gaan spelen | 93 |
| 8.3.1 | Rol voor de gemeente genoemd door respondenten | 93 |
| 8.3.2 | Overige mogelijke rollen voor de gemeente | 95 |
| 8.4 | Conclusie rol gemeente | 99 |
| 9 | Conclusie, aanbevelingen & discussie | 101 |
| 9.1 | Conclusie | 101 |
| 9.2 | Aanbevelingen | 105 |
| 9.3 | Discussie | 108 |
| 10 | Literatuur | 111 |
| 11 | Bijlagen | 117 |
| 11.1 | Bijlage 1: Interview guides | 117 |
| 11.2 | Bijlage 2: Output Cox-regressie..... | 120 |

1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de aanleiding van het onderzoek geïntroduceerd. Vervolgens wordt ingegaan op de probleemstelling van het onderzoek en de daarbij horende deelvragen. Tot slot worden de wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie van het onderzoek duidelijk gemaakt.

1.1 Aanleiding

In een krantenartikel uit het Noord-Hollands Dagblad van 25 september 2013, wordt de Zaanse economie beschreven. Hierin wordt gesteld dat er ondanks de crisis toch lichtpuntjes zijn in de economie van Zaanstad. Het aantal werklozen is nog steeds stijgende. Zo ongeveer 8,3 procent van de beroepsbevolking in Zaanstad is werkloos in 2013. Dit is nog iets beter dan het landelijke gemiddelde van 8,5 procent. Het verlies van banen gaat echter hard de afgelopen jaren. Toch zijn er nog altijd sectoren waarin het nog de goede kant op gaat. Voor de bouwsector geldt dit niet. Daar vallen de hardste klappen. Het aantal banen in de bouw nam in 2012 af met 10 procent. Als gevolg daarvan hebben ook de architecten het zwaar. Zij zagen hun omzet halveren ten opzichte van de periode voor de crisis. De voedselsector blijft wel redelijk stabiel. Ook de werkgelegenheid in de detailhandel en horeca blijft overeind. Het toerisme is zelfs groeiende in Zaanstad. Het aantal toeristen die naar Zaanstad komen steeg in 2012 met 4,4 procent. Met 2000 werkplaatsen draagt het toerisme flink bij aan de Zaanse economie (Laan, 2013).

Verder komt in het krantenartikel naar voren dat er voor het derde jaar op rij meer bedrijven naar Zaanstad toe zijn gekomen, dan dat er weg zijn gegaan. Dit leverde echter niet direct werkgelegenheid op. De bedrijven die vertrokken hadden namelijk meer arbeidsplaatsen bij elkaar, dan de bedrijven die naar Zaanstad toekwamen. Er kwam in 2012 een aantal van 240 bedrijven binnen, terwijl er 228 bedrijven vertrokken. Per saldo nam de werkgelegenheid echter af met honderd banen als gevolg van deze bedrijfsmigratie. Autonome groei is hierin niet meegenomen (Laan, 2013).

In tijden van crisis weet Zaanstad dus toch meer bedrijven aan te trekken, dan dat er uit Zaanstad vertrekken. De werkgelegenheid neemt als gevolg daarvan echter niet toe. Dit wijst er op dat grotere bedrijven uit Zaanstad vertrekken, terwijl kleinere bedrijven de gemeente binnen komen. De vertrokken bedrijven telden bij elkaar immers meer banen, dan de naar Zaanstad toegekomen bedrijven. Wanneer de gemeente een groei van de werkgelegenheid wil realiseren, is het wel belangrijk te richten op bedrijfsmigratie. Er moeten meer bedrijven en/of grotere bedrijven worden aangetrokken. In de studie van Weltevreden e.a. (2007) komt immers naar voren dat verplaatsende bedrijven vaak groeiende bedrijven zijn en vertrekken vanwege ruimtegebrek. Wanneer bedrijven worden aangetrokken vanuit een andere regio levert dit dus niet alleen werkgelegenheidsgroei op puur vanwege de verplaatsing, maar kan dit ook in de toekomst nog werkgelegenheidsgroei opleveren omdat dit vaak om groeiende bedrijven gaat. Om deze reden is het minder gewenst om werkgelegenheidsgroei bij al in Zaanstad gevestigde bedrijven proberen te faciliteren. Dit vergroot immers de kans dat deze bedrijven verplaatsen en wellicht Zaanstad daardoor verlaten. Ook beleid om meer starters te krijgen in Zaanstad is minder effectief als het gaat

om het creëren van werkgelegenheid. Tegenwoordig is vijf jaar na de start immers ongeveer 70 procent van de starters alweer verdwenen (MKB Nederland, 2014). Het richten op bedrijfsmigratie is voor Zaanstad om deze redenen het meest geschikt voor het creëren van meer werkgelegenheid. Daarbij moet er ook geprobeerd worden om te voorkomen dat bedrijven uit Zaanstad vertrekken. Om dit beide te kunnen realiseren moeten de motieven achter de verplaatsing van de bedrijven aan het licht worden gebracht. Wanneer duidelijk is wat voor vertrekkende bedrijven de belangrijke vertrekmotieven zijn en wat voor naar Zaanstad toegekomen bedrijven de belangrijkste vestigingsmotieven zijn, dan kan worden ingeschat of de gemeente beleid op kan stellen dat kan helpen om bedrijven beter te behouden of om meer bedrijven aan te trekken. Er kan mogelijk beleid worden opgesteld dat er voor zorgt dat bepaalde vertrekmotieven minder vaak gaan voorkomen. Ook kunnen bij het in kaart brengen van de belangrijke vestigingsmotieven, bepaalde aantrekkingskrachten van Zaanstad duidelijk worden. Er kan dan beleid opgesteld worden om deze sterke punten nog meer te verbeteren, zodat meer bedrijven wellicht kunnen worden aangetrokken.

1.2 Probleemstelling en Deelvragen

Het doel van dit onderzoek is om de vertrekmotieven van bedrijven die Zaanstad hebben verlaten aan het licht te brengen. Ditzelfde geldt voor de vestigingsmotieven van bedrijven die naar Zaanstad zijn toegekomen. Ook de motieven van bedrijven die duidelijk maken waarom een bedrijf in Zaanstad blijft zitten is hierin belangrijk. Het doel is ook om op basis van deze bevindingen beleidsaanbevelingen te doen aan de gemeente Zaanstad. Op basis van de bevindingen kan een advies worden opgesteld over hoe de gemeente beter in staat kan zijn om bedrijven te behouden en om bedrijven aan te trekken. De hoofdvraag ziet er daarom uit als volgt:

Wat zijn de vestigings- en vertrekmotieven van bedrijven in de gemeente Zaanstad en op welke manier kan de gemeente Zaanstad bedrijven beter aantrekken en behouden?

Het onderzoek gaat dus over bedrijfsverplaatsingen en de motieven die daar achter zitten. Om dit uit te kunnen voeren is allereerst een theoretisch kader opgesteld. Hierin worden verschillende theoretische invalshoeken op het gebied van bedrijfsverplaatsingen besproken. Ook komen de verschillende factoren die volgens de literatuur van invloed zijn op bedrijfsverplaatsingen daar aan het licht. Vervolgens wordt er ingegaan op verschillende fasen die in de literatuur onderscheiden worden binnen een besluitvormingsproces over bedrijfsverplaatsingen. Tot slot wordt ook de invloed die overheidsbeleid volgens de literatuur op bedrijfsverplaatsingen kan hebben besproken.

Om verder antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn meerdere deelvragen opgesteld. Bij deelvraag 1 wordt een beschrijving gemaakt van de bedrijven die de laatste jaren de gemeente Zaanstad hebben verlaten en bedrijven die in deze periode juist naar Zaanstad toe verhuisd zijn. Hierin wordt onderscheid gemaakt in verschillende sectoren. Onderverdeeld in zowel sectiecode als afdelingscode. Zo kan duidelijk worden welke sectoren in Zaanstad de grote en belangrijke zijn. Ook kan duidelijk worden welke sectoren

veel migratiedynamiek kennen, of welk type bedrijven veel vertrekken of juist veel naar Zaanstad toe verplaatsen. Deelvraag 1 ziet eruit als volgt:

1. *Hoe ziet de bedrijfsmigratiedynamiek er uit in de gemeente Zaanstad voor de jaren 2010 tot en met 2013?*

In deelvraag 2 wordt een beschrijving gegeven van de geografische ontwikkeling van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad. Duidelijk wordt daar welke buurten in Zaanstad een positief of negatief migratiesaldo kennen. Ook wordt duidelijk op welke regionale schaal bedrijven uit Zaanstad vooral verplaatsen en welke gemeenten en type locaties dan vooral de bestemmingen zijn. Zo ontstaat een beeld van goed en minder goed presterende buurten binnen Zaanstad en een idee over aantrekkelijke buurtregio's en locaties buiten Zaanstad. Zo kan Zaanstad inschatten welke regio's buiten de gemeente belangrijke concurrenten zijn bij het aantrekken of het behouden van bedrijven. Deelvraag 3 ziet er uit als volgt:

2. *Hoe ziet de migratie van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad er uit in geografische zin voor de jaren 2010 tot en met 2013?*

In het theoretisch kader worden factoren beschreven, die van invloed zijn op bedrijfsverplaatsingen. In deelvraag 3 wordt op basis van bestaande databestanden getoetst of deze factoren ook in Zaanstad op deze manier van invloed zijn. Al gaat het in dit geval alleen op de invloed op de vertrekkans. Zo kan uiteindelijk duidelijk worden of de migratiedynamiek in Zaanstad te verklaren valt vanuit bestaande literatuur en theorie, of dat er misschien iets anders aan de hand is. Deelvraag 2 ziet er uit als volgt:

3. *Welke factoren zijn van invloed op de vertrekkans van midden- en kleinbedrijven (2-50 wp) in de gemeente Zaanstad voor de jaren 2010 tot en met 2013?*

De eerste drie deelvragen bestaan voornamelijk uit analyseren van databestanden en het statistisch toetsen van deze data. Bij het beantwoorden van de overige deelvragen is de data die verkregen wordt door middel van interviews van groot belang. In deelvraag 4 worden de vertrekmotieven van bedrijven die Zaanstad hebben verlaten aan het licht gebracht. In deelvraag 5 worden de vestigingsmotieven van bedrijven die naar Zaanstad zijn toegekomen duidelijk gemaakt. In de deelvraag 6 worden de motieven van bedrijven die binnen Zaanstad zijn verplaatst duidelijk gemaakt. Ook deze motieven kunnen immers een belangrijke bijdrage leveren aan de beleidsaanbevelingen. Deze bedrijven verplaatsen immers, maar kiezen er wel voor binnen Zaanstad te blijven. Deelvraag 4 tot en met 6 zien er als volgt uit:

4. *Wat zijn de vertrekmotieven van midden- en kleinbedrijven die vertrokken zijn uit de gemeente Zaanstad?*
5. *Wat zijn de vestigingsmotieven van midden- en kleinbedrijven die naar de gemeente Zaanstad toe zijn verhuisd?*
6. *Wat zijn de motieven van midden- en kleinbedrijven, die binnen de gemeente Zaanstad zijn verplaatst, om in Zaanstad te blijven?*

Tot slot wordt in deelvraag 7 en 8 de rol van de gemeente bij het vormen van de vestigings-, vertrek- en blijfmotieven besproken. In deelvraag 7 wordt duidelijk gemaakt in hoeverre de gemeente hierin een rol heeft gespeeld en in deelvraag 8 wordt duidelijk gemaakt in hoeverre de gemeente hier een rol in had kunnen spelen. Dit kan goed helpen bij het vormen van de beleidsaanbevelingen. Deelvraag 7 en 8 zien er uit als volgt:

7. *In hoeverre heeft de gemeente een rol gespeeld bij het vormen van de vestigings-, vertrek- en blijfmotieven?*
8. *Op welke manier had de gemeente een rol kunnen spelen bij het vormen van de vestigings-, vertrek- en blijfmotieven?*

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Het onderzoek gaat over bedrijfsverplaatsingen en de motieven daarachter. Bedrijfsverplaatsingen komen ten allen tijden voor. Om te kunnen overleven moeten bedrijven in staat zijn zich continue aan te passen aan de veranderende omstandigheden. Een bedrijfsverplaatsing kan als een vorm van aanpassen worden gezien. Een aanpassing aan veranderingen in de omgeving of aan veranderingen in de markt. Bedrijfsverplaatsingen hebben altijd sterke aantrekkingskracht gehad op economische geografische wetenschappers. Dit geldt zowel om theoretische als praktische redenen (Pellenbarg, 2005). Bedrijfsverplaatsingen zijn een belangrijke bron van kennis om locatietheorie op te bouwen. Bij onderzoek naar bedrijfsverplaatsingen wordt immers het besluitvormingsproces van de ondernemer over het wel of niet verplaatsen duidelijk gemaakt. Dit kan leiden tot theorievorming. Ook om praktische redenen is er interesse in onderzoek over bedrijfsverplaatsing. Op basis van deze onderzoeken wordt immers veel beleid opgesteld door lokale en regionale overheden. De uitkomsten van onderzoeken naar bedrijfsverplaatsingen, kunnen deze partijen bijvoorbeeld een beeld geven over hoe zij beter in staat kunnen zijn om bedrijven aan te trekken (Pellenbarg, 2005).

De praktische redenen voor het doen van onderzoek naar bedrijfsverplaatsingen hebben sterk de overhand gehad. Na de Tweede Wereldoorlog werd voor het eerst regionaal ontwikkelingsbeleid opgesteld in vele westerse landen. Het oudst bekende onderzoek op het gebied van bedrijfsmigratie is de studie van McLaughlin en Robock (1949). Zij beschreven de verschuiving van traditionele industrieën uit het noorden van de Verenigde Staten naar het zuiden van dat land. De lagere lonen en minder vakbondsactiviteit in het zuiden waren de belangrijkste verklaringen. De echte opmars van onderzoek naar bedrijfsmigratie begon in de jaren zestig in Engeland. Regionaal beleid werd daar een belangrijk iets in die tijd. Luttrell (1962), Cameron en Clark (1966), Keeble (1968) en Townroe (1972) publiceerden in die periode inmiddels zeer bekende studies naar bedrijfsmigratie. In deze studies werd onderzocht of bepaalde beleidsmaatregelen wel of niet effect hadden en in hoeverre dit dan het geval was. Dit ging om maatregelen die als doel hadden om de aantrekkingskracht van bepaalde regio's te versterken om zo daar meer economische activiteit aan te trekken.

Deze Engelse studies inspireerden veel andere wetenschappers. In de jaren zeventig werden in veel westerse landen onderzoeken op het gebied van bedrijfsmigratie gedaan. De V.S., Frankrijk, Duitsland, Italië, Zweden, Denemarken en Nederland kenden in deze jaren allen wetenschappers die zich in hun onderzoeken bezig hielden met bedrijfsmigratie. Bekende voorbeelden zijn Townroe (1979), Aydalot (1978), Bade (1979), Camagni (1976), Söderman (1975), Christiansen (1978) en Pellenbarg (1977). Nog veel meer studies uit deze tijd zijn te noemen. De jaren zeventig zijn hoogtijjaren geweest van internationaal bedrijfsmigratie onderzoek. Zowel regionaal economen, economisch geografen als planologen deden in deze tijd onderzoeken op dit gebied. Vaak werd geconcludeerd dat er decentralisatie plaatsvond in de sector industrie, van centrale naar meer perifere locaties. Bedrijfsmigratie in de dienstensector nam ook toe in de jaren zeventig. Deze bedrijven verplaatsten wel over veel kortere afstanden. Bedrijven in deze sector vertoonde gelijke trend met de suburbanisatie in deze tijd. Er werd veel verplaatst vanuit het centrum, naar een andere locatie nabij de stad (Pellenbarg, 2005). Over de invloed van regionaal beleid was in de tijd minder overeenstemming.

In de jaren tachtig werd het aantal studies op het gebied van bedrijfsverplaatsingen veel kleiner. Veel studies zijn in deze tijd uitgevoerd door onderzoek- en adviesbureaus. Hierbij ging het vaak om niet gepubliceerde rapporten (Pellenbarg e.a., 2002). Enkele wel bekende studies uit deze tijd zijn die van Bade (1983) en Erickson & Wasylenko (1981). Deze laatste twee schrijvers beschreven verplaatsingsoverwegingen van bedrijven gelegen in het centrum van een stad. Ook in de studies van Ortana en Santagata (1981, 1983) is de stadregio de schaal van het onderzoek. Zij beschreven de invloed van bestemmingsplannen op industriële mobiliteit in de stadregio van Turijn. Volgens Pen (1999) springt deze studie er uit, omdat niet alleen aandacht wordt besteed aan overheidsinvloed op bedrijfsverplaatsingen in regionale context. Er wordt ook aandacht besteed aan andere beleidstypes zoals milieubeleid, stedelijke vernieuwing, lokaal ontwikkelingsbeleid, enzovoort. Ook deze andere beleidstypes kunnen immers van invloed zijn op bedrijfsverplaatsingen. Voor deze andere beleidstypes is de stedelijke agglomeratie de schaal waarvoor het beleid is opgesteld. Lokale en regionale overheden zijn bij dit beleid in veel grotere mate betrokken dan de nationale overheid. Tegelijk bestond in deze tijd een sterke toename van bedrijfsverplaatsingen over korte afstand. Suburbanisatie speelde hierin een rol. Geconcludeerd kan worden dat studies op het gebied van bedrijfsverplaatsingen in de jaren tachtig veel meer gericht waren op stedelijke agglomeraties en veel minder op de balans tussen centrum en periferie op nationale schaal (Pellenbarg e.a., 2002).

In de jaren negentig blijft de focus op regionale schaal. In deze tijd ontstaat de gedachte dat regio's de juiste voorwaarden en omstandigheden moeten creëren om innovaties en nieuwe economische activiteiten te realiseren. Ook werd gesteld dat aan regio's, waar de middelen ontbreken om dit te creëren, effectieve regionale subsidies moeten worden gegeven. Zo kunnen deze regio's toch de benodigde infrastructuur, kenniscentra en dergelijke realiseren om zo toch tot innovaties en nieuwe economische activiteit te komen. De regionale subsidies van de Europese Unie zijn daarvoor opgericht. De sleutelbegrippen achter dit beleid zijn agglomeratie effecten, endogene groei en netwerken van kennis (Pellenbarg e.a., 2002). Verder bestond in de jaren negentig weer een grote opmars van onderzoek naar bedrijfsverplaatsingen. Dit omdat het onderdeel werd van demografisch onderzoek. Hierin werden de oprichtings- en opheffingsdatums en de migratie van bedrijven meegenomen.

Van Dijk en Pellenbarg (2000) en Pellenbarg e.a. (2002) zijn hier voorbeelden van. Gegevens die de Kamer van Koophandel in Nederland ging bijhouden waren voor deze onderzoeken noodzakelijk. In eerdere jaren werd dit nog niet gedaan en was dit type onderzoek niet mogelijk (Pellenbarg, 2005).

Volgens de Kamer van Koophandel verandert in ieder jaar 7 tot 8 procent van de geregistreerde bedrijven zijn adres in Nederland (Pellenbarg, 2005). Toch is het zo dat er in de meer recente jaren door wetenschappers en beleidsmakers weinig aandacht is besteed aan bedrijfsverplaatsingen. De aandacht is in deze tijd vooral aan de consequenties van bedrijfsverplaatsingen besteed. Studies naar de groei van kantoren- en bedrijventerreinen aan de randen van steden of langs snelwegen zijn veel gedaan (Hamers en Nabliek, 2006; Verhaak, 2007). Ook de groeiende leegstand en verval op oudere bedrijventerreinen is veel onderzocht (Blaauw, 2007; Olden, 2007; Verhaak 2007). Vooral dit laatste onderwerp heeft veel publieke aandacht gekend. Deze leegstand is volgens Janssen e.a. (2006) vooral ontstaan door concurrerende lokale en regionale overheden. Deze overheden concurreren met elkaar bij het aantrekken van bedrijven. Het argument is dat dit meer lokale werkgelegenheid oplevert. Hiervoor zijn vaak nieuwe terreinen aangelegd. Dit met het gevolg dat oudere terreinen achteruitgang ondervinden.

In dit onderzoek ligt de focus niet zo zeer op de gevolgen van bedrijfsverplaatsingen. Het doel is om motieven achter deze verplaatsingen aan het licht te brengen. In de recente jaren is hier weinig aandacht aan besteed. Tegenwoordig wordt gesteld dat de omgeving waarin bedrijven verkeren veranderlijk is en constant in ontwikkeling is. De omstandigheden kunnen telkens veranderen. Bedrijven moeten hier rekening mee houden en moeten constant in kunnen spelen op veranderde omstandigheden om te kunnen overleven (Pellenbarg, 2005). Door deze dynamiek zijn veel verschillende vertrek- en vestigingsmotieven denkbaar. Ook kunnen door de telkens veranderende omstandigheden steeds nieuwe of andere vertrek- en vestigingsmotieven bestaan. Dit onderzoek heeft als doel deze aan het licht te brengen. Ook kan zo duidelijk worden of het beleid van lokale overheden een belangrijke rol speelt in bedrijfsverplaatsingen. Lokale overheden concurreren immers met elkaar bij het aantrekken van bedrijven (Janssen e.a., 2006). Een ander doel van dit onderzoek is om er achter te komen of beleid van lokale overheden ook terug is te zien in de vestigings- en vertrekmotieven van bedrijven. Daarbij kan ook duidelijk worden op welke manier lokale overheden mogelijk een rol hadden kunnen spelen, wanneer dit niet het geval was.

1.4 Maatschappelijke Relevantie

Dit onderzoek heeft als doel de vestigings- en vertrekmotieven te achterhalen van verplaatsende bedrijven in Zaanstad. Een tweede doel is om op basis van de bevindingen beleidsaanbevelingen op te stellen. Dit moet resulteren in een advies over op welke manier de gemeente beter in staat kan zijn om bedrijven te behouden en om bedrijven aan te trekken. Dit onderzoek is daarom zeer relevant voor de ontwikkeling van de Zaanse economie en maatschappij.

Wanneer de gemeente Zaanstad beter in staat is bedrijven te behouden en ook beter in staat is bedrijven aan te trekken, dan kan dit op termijn een groei van de werkgelegenheid betekenen en wellicht ook een diversifiëring van de werkgelegenheid. Dit kan positief uitwerken op de economie in Zaanstad. De werkloosheid kan dan wellicht dalen. Mensen in Zaanstad kunnen als gevolg daarvan in totaal meer te besteden hebben. Dit kan meer draagvlak bieden voor allerlei voorzieningen. Zaanstad kan zich zo economisch sterker ontwikkelen en op die manier aantrekkelijker worden voor zowel mensen als bedrijven. Het vestigingsklimaat van Zaanstad kan verbeteren als gevolg van de uitkomsten en aanbevelingen van dit onderzoek.

2 Theoretisch Kader

2.1 Theoretische Invalshoeken Bedrijfsverplaatsingen

2.1.1 De Neoklassieke Benadering

De neoklassieke benadering van bedrijfsverplaatsingen is afgeleid van de klassieke economische theorie. Pellenbarg e.a. (2002), halen de klassieke locatietheorie van Weber aan. Hierin wordt gesteld dat bedrijven hun locatiekeuze doen op een zo veel mogelijk kostenbesparende en opbrengstverhogende manier. Transportkosten voor *inputs* en *outputs*, loonkosten en de omvang van de markt zijn hierin erg belangrijk. Er wordt van uit gegaan dat bedrijven volledig rationeel denken en over volledige informatie beschikken. Zo kan een bedrijf berekenen welke locatie de optimale is. De locatie waar een grote markt bereikt kan worden en waar transport- en loonkosten toch laag zijn. De locatie waar het positieve verschil tussen kosten en opbrengsten het hoogst kan zijn. Het bedrijf denkt als de 'homo economicus' en streeft naar de hoogst haalbare winst (McCann, 2001; Pellenbarg e.a., 2002).

Wanneer een bedrijf op de optimale locatie gevestigd is, dan is er een evenwicht bereikt. Verplaatsing van het bedrijf is dan overbodig. De omstandigheden binnen het bedrijf en buiten in de omgeving kunnen gedurende de tijd echter veranderen. Dit wordt door Pellenbarg e.a. (2002) als interne en externe factoren beschreven. Prijsstijging van *input* of het ontstaan van congestie zijn voorbeelden van externe factoren. Uitbreiding of veranderingen van de productie zijn voorbeelden van interne factoren. Deze veranderingen hebben invloed op het evenwicht. Het evenwicht van de optimale locatie. De kosten kunnen stijgen door uitgebreide productie en de opbrengsten kunnen afnemen door de ontstane congestie waardoor de marktomvang kleiner wordt. De locatie is dan niet langer de optimale (Pellenbarg e.a., 2002).

Zoals gezegd is in de neoklassieke benadering een bedrijf altijd volledig rationeel en heeft het volledige informatie. Een bedrijf weet zo altijd wat de optimale locatie is. Dat wil niet zeggen dat volgens deze benadering een bedrijf meteen verplaats wanneer de huidige locatie niet meer optimaal is. Volgens Nakosteen en Zimmer (1987) nemen bedrijven er genoeg mee wanneer hun winst niet optimaal is. Zolang dit maar boven een bepaalde grens blijft. Het is immers zo dat bedrijfsverplaatsing veel kosten met zich meebrengt. Zowel directe kosten als indirecte kosten. Directe kosten voor de verplaatsing op zich en indirecte kosten voor het zoeken naar een nieuwe markt, naar nieuwe werknemers en leveranciers (Nakosteen & Zimmer, 1987).

Volgens Auty (1975) worden de indirecte kosten doorgaans echter genegeerd in de neoklassieke benadering. Dit vanwege het uitgangspunt van volledige informatie. Bovendien stelt Auty dat veranderingen van interne en externe factoren niet altijd betekenen dat de huidige locatie niet meer optimaal is. Wanneer een bedrijf lang ergens gevestigd is, kunnen gebouwen of apparatuur al deels of helemaal zijn afgeschreven. Hierdoor kan ondanks een afnemende winst de locatie nog steeds optimaal zijn. Bovendien is er vaak niet één locatie die in veel hogere mate optimaal is dan alle andere. Vaak is de optimale locatie een plek die

net iets meer optimaal is dan vele andere locaties. Alleen wanneer dit verschil groot wordt, kan een bedrijf overwegen om toch te verplaatsen terwijl het nog wel winstgevend is (Auty, 1975).

Bedrijfsverplaatsing in de neoklassieke benadering wordt vooral verklaard vanuit pull-factoren. Er wordt immers constant gezocht naar de optimale locatie. Wanneer de optimale locatie ergens anders ligt dan heeft deze locatie een aantrekkingskracht op het bedrijf. Vandaar een zogeheten pull-factor (Pellenbarg, 2002).

In de jaren negentig was er echter hernieuwde aandacht voor de neoklassieke benadering (Krugman, 1995; Fujita e.a., 1999). Deze nieuwe vorm wordt als *new economic geography* beschreven. Hierin staan niet alleen de pull-factoren, maar ook de push-factoren centraal. Veel empirische studies tonen aan dat de noodzaak tot uitbreiding de belangrijkste prikkel is voor bedrijfsverplaatsing (Louw, 1996; Pellenbarg, 1985; Pellenbarg, 1995). Het innoveren en uitbreiden van het productieproces kan tot productie op grotere schaal leiden. Dit kan op verschillende manieren. Er kan worden uitgebreid op de huidige locatie. Hiervoor is echter niet altijd ruimte. Dit gebrek aan ruimte is een belangrijke pushfactor. Wanneer er onvoldoende ruimte is kan er ergens anders één of meerdere vestigingen worden gerealiseerd. Ook kan gekozen worden voor een volledige verplaatsing naar een locatie met meer ruimte. Niet altijd is echter alleen ruimte van belang. Bij geïnnoveerde productie op grotere schaal kunnen ook meer werknemers of meer gespecialiseerde werknemers nodig zijn. Deze zijn misschien niet op iedere locatie goed te vinden. Een bedrijf moet dan bijvoorbeeld in of dichtbij een grote stad gevestigd zijn. Dit speelt het ontstaan en groeien van agglomeraties in de kaart (Pellenbarg e.a., 2002).

2.1.2 De Behaviorale Benadering

De behaviorale benadering is in de jaren zestig door Pred geïntroduceerd in de locatietheorie (Pred, 1966; Pred, 1967). Deze benadering is gebaseerd op meer realistische aannames. Hierin wordt aangenomen dat bedrijven imperfecte informatie hebben en niet volledig rationeel denken. Ook wordt aangenomen dat bedrijven niet naar winstmaximalisatie streven, maar streven naar een winst van een acceptabel niveau. Dit wordt beschreven als *satisfier behaviour* (Pellenbarg e.a., 2002).

De behaviorale benadering is erg gericht op bedrijfsverplaatsing. De neoklassieke is vooral een locatietheorie waar de pull-factoren een zeer belangrijke rol spelen. Hier zijn de locatiefactoren het meest invloedrijk. De aantrekkingskracht van de optimale locatie. Bij de behaviorale benadering spelen zowel push- als pull-factoren een net zo belangrijke rol. In deze benadering zijn interne factoren van een bedrijf het meest invloedrijk (Pellenbarg e.a., 2002; Brouwer e.a., 2004).

Interne factoren hebben te maken met het besluitvormingsproces binnen een bedrijf. Er kunnen bijvoorbeeld reorganisaties bestaan binnen bedrijven. Er kunnen investeringsstrategieën ontwikkeld worden. Hierbij bestaan processen binnen een bedrijf waarin uiteindelijk een besluit wordt genomen (Schmenner, 1982).

In de behaviorale benadering wordt er van uitgegaan dat bedrijven over beperkte informatie beschikken en ook beperkt zijn in het gebruik maken van informatie. Ook speelt perceptie een rol. Dit alles is van invloed op het besluitvormingsproces. Over verder gelegen locaties is vaak minder informatie beschikbaar. Hierdoor wordt bij bedrijfsverplaatsing vaker voor een meer dichtbijge locatie gekozen. Dit geldt nog sterker voor kleinere bedrijven, omdat deze minder goed in staat zijn aan informatie te komen dan grotere bedrijven. Ook speelt het beeld en de perceptie dat een bedrijf heeft van een andere locatie een rol binnen het besluit om wel of niet daarnaartoe te verplaatsen. Bovendien bestaat vaak onzekerheid binnen een besluitvormingsproces. Het besluit wordt gebaseerd op een verwachte toekomstsituatie en niet op de werkelijkheid. Bedrijven zijn daarom voorzichtig in het nemen van een verplaatsingsbesluit. Investerings op de huidige locatie zijn om deze redenen dan ook veel vaker voorkomend dan investeringen op een nieuwe locatie (Pellenbarg e.a., 2002).

De behaviorale benadering maakt duidelijk dat er veel verschillende motieven, zowel economische als andere, kunnen bestaan binnen het besluitvormingsproces over een bedrijfsverplaatsing. De benadering probeert het gedrag van ondernemers te begrijpen en richt zich daarom op het besluitvormingsproces dat kan leiden tot bedrijfsverplaatsing. Ook padafhankelijkheid wordt daarbij in acht genomen. Binnen het besluitvormingsproces zijn zowel de push- als pull-factoren belangrijk. De vaak gegeven push-motieven kunnen zowel intern als extern zijn aan het bedrijf. De belangrijkste interne motieven hebben te maken met bedrijfs groei. Hierbij moet gedacht worden aan beperkte ruimte tot groei of beperkte representativiteit op de huidige locatie. Externe motieven voor bedrijfsverplaatsing zijn beperkte bereikbaarheid, achteruitgang van gebouw, milieuoverwegingen, beperkt arbeidsaanbod of hoge locatiekosten. De vaak gegeven pull-motieven zijn in grote mate het tegenovergestelde van de push-motieven. Genoeg ruimte, goede bereikbaarheid, goede arbeidsmarkt, goede representativiteit en lage kosten (Pellenbarg e.a., 2002).

2.1.3 De Institutionele Benadering

In zowel de neoklassieke als de behaviorale benadering staat het bedrijf centraal. Het bedrijf neemt zijn beslissing binnen een verder statische omgeving. Het bedrijf kiest uit verschillende alternatieven en neemt hiervoor economische en niet economische factoren mee in de beslissing. De besluitvormer denkt hierin als 'homo economicus' of als 'satisficer man.' In beide benaderingen wordt de omgeving gezien als een verzameling van locatiefactoren die de besluitvormers meenemen in het proces (Hayter, 1997).

Vanaf de jaren tachtig werden er vraagtekens gezet bij deze simplistische kijk op locatiegedrag van bedrijven. Er werd gesteld dat economische processen in de ruimte sterk beïnvloed worden door de culturele instituties en waarden en normen van de lokale gemeenschap. Om die reden werd dan ook gesteld dat niet alleen naar het gedrag van het bedrijf gekeken moet worden, maar ook naar de sociale en culturele context waarin het gedrag van het bedrijf verstrengeld is (Martin, 1999).

Bedrijven moeten onderhandelen met leveranciers en bezorgers, met lokale, regionale en nationale overheden, met vakbonden en andere instituties. Onderhandeld moet worden over prijzen, lonen, belasting, subsidies, infrastructuur en andere kernfactoren die van belang zijn in het productieproces. De uitkomsten van deze onderhandelingen zijn bepalend

voor het locatiegedrag van een bedrijf. Deze spelen een belangrijke rol in het gehele besluitvormingsproces. Dit geldt echter veel meer voor grotere bedrijven dan voor kleinere bedrijven. Grote bedrijven hebben meer onderhandelingskracht en hebben veel meer impact op hun omgeving (Hayter, 1997).

De regionale context kan zeer belangrijk zijn voor de groei van een bedrijf. Een bekend voorbeeld hiervan is Silicon Valley. Deze regio heeft een bepaalde cultuur met een voorkeur voor ondernemen. Hier worden belangrijke resources zoals *venture capital* en kennis met elkaar gedeeld binnen bepaalde netwerken. Zo heeft de regio in economische zin enorm kunnen groeien als gevolg van aan de regio gebonden instituties (Scott, 1995; Scott, 2000).

Zoals eerder aangegeven heeft de institutionele benadering meer betrekking op grote bedrijven. Kleine en middelgrote bedrijven opereren echter ook in een institutionele omgeving. Ook bij deze bedrijven heeft de omgeving invloed op het locatiegedrag. Er zijn vooral twee typen instituties van belang bij bedrijfsverplaatsing van kleine en middelgrote bedrijven (Pellenbarg e.a., 2002). Dit zijn overheden en de vastgoedmarkt. In Nederland was de rol van de overheid vooral in de jaren zestig en zeventig groot. Veel werd toen gedaan aan het meer gelijk verspreiden van economische activiteit. Vandaag de dag blijft de rol van de overheid vaak beperkt tot het faciliteren of verhinderen van locatiekeuzes van bedrijven. Faciliterende factoren van de overheden zijn bijvoorbeeld infrastructuur, bestemmingsplan, subsidies en belastingkortingen. Belastingkortingen kunnen er voor zorgen dat een bepaalde locatie voor een bedrijf ineens wel een haalbare locatie wordt. Bij verhinderende factoren moet gedacht worden aan het bestemmingsplan en bijvoorbeeld ook aan milieuwetten (Pellenbarg e.a., 2002). De vastgoedmarkt is op een andere manier van invloed op het locatiegedrag van kleine en middelgrote bedrijven. Kleinere bedrijven zijn in hun locatiekeuze vaak afhankelijk van bestaand vastgoed. Deze hebben niet de middelen om nieuw te bouwen. Het aanbod van beschikbaar vastgoed is op die manier sterk van invloed op de locatiekeuze. Hierin spelen projectontwikkelaars daarom ook een rol (Louw, 1996).

2.1.4 De Evolutionaire Benadering

In recentere jaren is in de literatuur een conflictsituatie ontstaan tussen de institutionele benadering en de *new economic geography* uit the neoklassieke benadering. De institutionele benadering wordt vooral gesteund door wetenschappers met een geografische achtergrond. De *new economic geography* wordt vooral gesteund door wetenschappers met een economische achtergrond (Hodgson, 1998). In de institutionele benadering wordt de ongelijke verdeling van economische activiteit in de ruimte vooral verklaard door regionale institutionele verschillen (Martin, 2000). *New economic geography* is ontwikkeld door neoklassieke wetenschappers (Krugman, 1991; Fujita e.a., 1999). Deze zien de ongelijke verdeling van economische activiteit als de uitkomst van agglomeratieprocessen die ontstaan vanwege mobiele productiefactoren. Beide benaderingen zijn eerder beschreven.

In recente jaren heeft er een sterk debat geleefd tussen geografen en economen. In de literatuur zijn beide benaderingen echter niet dicht bij elkaar gekomen (Boschma & Frenken, 2006). Mede daarom is een derde benadering ontstaan. Deze benadering wordt de evolutionaire benadering genoemd. Evolutionaire economen stellen dat de verklaring van waarom iets bestaat, sterk rust op de manier waarop iets geworden is wat het nu is (Dosi,

1997). In deze benadering wordt niet de focus gelegd op universele mobiliteitsprocessen onderliggend aan agglomeraties, zoals in de neoklassieke. Ook wordt niet de nadruk gelegd op unieke instituties in specifieke regio's, zoals bij de institutionele benadering. De evolutionaire benadering ziet de economie als een doorgaand evolutionair proces. De focus daarin ligt op de padafhankelijke dynamiek die de ongelijke verdeling van economische activiteit in de ruimte verklaard. De geschiedenis van bedrijven en industrieën in een regio zijn bepalend in de ongelijke verdeling van economische activiteit (Martin & Sunley, 2006).

Vanuit de evolutionaire benadering wordt locatiegedrag van nieuwe bedrijven niet alleen geanalyseerd als een volledig rationele beslissing die voortkomt uit prijsverschillen. Ook niet in termen van verschillende institutionele factoren in verschillende regio's. Bij locatiegedrag ligt de interesse in de geschiedenis van de oprichter en belangrijke werknemers van een bedrijf. De ervaringen en routines, geleerd uit eerdere activiteiten, worden zo duidelijk. Deze zijn volgens de evolutionaire benadering van invloed op de overlevingskansen. De geschiedenis speelt vaak een belangrijke rol in locatiekeuze. Vaak wordt een bedrijf daar gestart waar de oprichter al woont. Dit door beperkte rationaliteit of doordat de oprichter sociaal in zijn regio verstrengeld is. Het sociale netwerk kan belangrijk zijn voor een bedrijf (Stam, 2003).

Padafhankelijkheid speelt ook bij bedrijfsverplaatsingen een belangrijke rol. De kans op bedrijfsverplaatsing wordt namelijk kleiner naarmate een bedrijf ergens langer gevestigd is. Bedrijven ontwikkelen een netwerk van relaties met leveranciers en klanten. Dit verliest een bedrijf wanneer het volledig verplaatst. Bedrijven hechten vaak veel waarde aan hun ontwikkelde netwerk en rekenen dit als extra kosten bij een bedrijfsverplaatsing (Stam, 2003).

2.2 Factoren van Invloed op Besluit Bedrijfsverplaatsing

2.2.1 Push-, Pull- en Keep-factoren

In de verschillende benaderingen zijn verschillende factoren aan het licht gebracht die van invloed kunnen zijn op bedrijfsverplaatsingen. Zowel factoren die bedrijfsverplaatsingen stimuleren, als factoren die juist bedrijfsverplaatsingen belemmeren. In de literatuur wordt onderscheid gemaakt in de onderstaande drie typen factoren (Lloyd & Dicken, 1977; Pellenbarg, 1985).

- Push-factoren
- Pull-factoren
- Keep-factoren

Bij push-factoren moet gedacht worden aan alle redenen om een locatie te verlaten. Redenen waarom een bedrijf niet meer gevestigd wil zijn op de huidige locatie. Bij pull-factoren gaat het om aantrekkingskrachten van een andere locatie dan de huidige. Bepaalde omstandigheden kunnen elders gunstiger zijn en dat kan aantrekkingskracht hebben op een bedrijf. Ondanks push- en pull-factoren, kan een bedrijf er nog steeds voor kiezen om daar gevestigd te blijven waar het bedrijf al zit. Dit kan verklaard worden door keep-factoren.

Hiermee worden redenen om op de huidige locatie te blijven bedoeld (Lloyd & Dicken, 1977; Pellenbarg, 1985).

De wisselwerking tussen de push-, pull- en keep-factoren, is zeer belangrijk binnen het besluitvormingsproces van bedrijfsverplaatsingen. Het ontbreken van ruimte om uit te breiden wordt als de belangrijkste push-factor gezien. Gevolgd door bereikbaarheids- en liggingsproblemen (Pellenbarg, 1985; Pellenbarg, 1995; Beernink e.a., 1998). In onderstaande tabel (Tabel 1) worden nog meer push-factoren weergegeven. Deze tabel komt uit het onderzoek van Beernink e.a. (1998). In deze studie is voor 3.772 verhuisde bedrijven in Nederland onderzocht wat de motieven waren voor de bedrijfsverplaatsing. Te zien is dat ook bedrijfseconomische omstandigheden een belangrijke push-factor is. Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld reorganisaties, verandering in het productieproces en sterke groei van activiteiten.

Tabel 1: Belangrijke push-factoren verhuisde bedrijven

| Push-factor | 1-ste reden (%) | 2-de en | | Totaal | |
|---------------------------------|-----------------|----------------|-------|--------|--|
| | | 3-de reden (%) | % | N | |
| Ruimtegebrek | 41,5 | 12,7 | 30,1 | 596 | |
| Bedrijfseconomisch | 16,3 | 10,8 | 14,1 | 280 | |
| Bereikbaarheid/ligging | 10,2 | 24,9 | 16,1 | 317 | |
| Fusies/overnames | 6,5 | 1,8 | 4,6 | 92 | |
| Niet-functionele bedrijfsruimte | 4,9 | 11,8 | 7,6 | 151 | |
| Milieu-eisen/beleid gemeente | 4,6 | 5,9 | 5,2 | 101 | |
| Eigendomsvorm huisvesting | 4,5 | 3,3 | 4,0 | 80 | |
| Hoge kosten | 3,3 | 5,7 | 4,2 | 84 | |
| Representativiteit | 2,4 | 13,8 | 6,9 | 137 | |
| Afstand woon-werklocatie | 2,3 | 3,9 | 2,9 | 58 | |
| Te ruime huisvesting | 1,8 | 1,3 | 1,6 | 32 | |
| Parkeermogelijkheden | 1,7 | 4,1 | 2,6 | 51 | |
| Totaal % | 100,0 | 100,0 | 100,0 | | |
| Totaal N | 1.194 | 785 | | 1.979 | |

Bron: Beernink e.a., 1998

Logischerwijs is ruimte en groeimogelijkheden ook de belangrijkste pull-factor. Dit gevolgd door strategische/centrale ligging ten opzichte van de markt. Als derde is wederom bereikbaarheid belangrijk (Pellenbarg, 1985; Pellenbarg, 1995; Beernink e.a., 1998). In tabel 2 zijn nog meer pull-factoren uit het onderzoek van Beernink e.a. (1998) te zien.

Tabel 2: Belangrijke pull-factoren verhuisde bedrijven

| Pull-factor | 2-de en | | Totaal | |
|-------------------------------|-----------------|----------------|--------|-------|
| | 1-ste reden (%) | 3-de reden (%) | % | N |
| Ruimte/groeimogelijkheden | 27,5 | 15,3 | 21,9 | 480 |
| Marktligging | 13,7 | 11,7 | 12,8 | 281 |
| Bereikbaarheid | 10,6 | 16,2 | 13,2 | 289 |
| Regiogebonden | 5,9 | 6,1 | 6,0 | 131 |
| Fusie, overname, afsplitsing | 5,7 | 0,8 | 3,4 | 75 |
| Snel beschikbaar | 5,7 | 3,2 | 4,5 | 99 |
| Woon-werkafstand | 5,2 | 4,9 | 5,1 | 111 |
| Prijs-kwaliteitverhouding | 5,1 | 8,4 | 6,6 | 145 |
| Representativiteit | 4,7 | 12,2 | 8,1 | 178 |
| Huisvestingsfaciliteiten | 3,9 | 6,5 | 5,1 | 111 |
| Nabij andere vestigingen | 3,8 | 3,9 | 3,8 | 84 |
| Koopmogelijkheid | 3,3 | 3,8 | 3,5 | 77 |
| Tijdelijk, geen alternatieven | 2,3 | 1,1 | 1,7 | 38 |
| Nabij Schiphol, Randstad | 1,4 | 1,8 | 1,6 | 34 |
| Parkeermogelijkheden | 0,5 | 2,6 | 1,5 | 32 |
| Medewerking overheid | 0,7 | 1,5 | 1,2 | 23 |
| Totaal % | 100,0 | 100,0 | 100,0 | |
| Totaal N | 1.181 | 1.007 | 2.188 | 2.188 |

Bron: Beernink e.a., 1998

De belangrijkste keep-factor die van invloed is op bedrijfsverplaatsing heeft te maken met de arbeidsmarkt. Bedrijven kunnen vaak gehecht zijn aan de huidige werknemers. Dit kan een reden zijn om toch niet te verplaatsen. Ook gebeurt veel dat bedrijven bij een verhuizing verplaatsen over een kleine afstand. Op die manier kan er voor gezorgd worden dat de werknemers bij het bedrijf werkzaam kunnen blijven. De eigen werknemers kunnen belangrijk zijn voor een bedrijf. Ze maken deel uit van het netwerk van persoonlijke en organisatorische relaties waarin het bedrijf verstrengeld is. Dit netwerk is gebonden aan de locatie (Van Dijk & Pellenbarg, 2000).

2.2.2 Fasen in Besluitvormingsproces van Bedrijfsverplaatsingen

Het besluitvormingsproces van een bedrijfsverplaatsing kan niet alleen uitgelegd worden als een afweging van push-, pull- en keep-factoren. Dit geeft slechts een oppervlakkige uitleg van het proces. Townroe (1973) probeert aan de hand van een model een meer diepgaande en gedetailleerde uitleg te geven van het besluitvormingsproces van bedrijfsverplaatsingen. In het model worden vijf fasen in het besluitvormingsproces onderscheiden. In de verschillende fasen van het proces kunnen verschillende factoren en problemen een rol spelen. Dit maakt het tot een complex besluitvormingsproces (Townroe, 1973).

- Aansporing
- Probleem definitie
- Zoektocht
- Formuleren en vergelijken van alternatieven
- Keuze en actie

Louw (1996) ontwikkelde een meer praktisch model van fasen in het besluitvormingsproces van bedrijfsverplaatsingen. In dat model wordt het proces opgedeeld in drie fasen:

- Oriëntatiefase
- Selectiefase
- Onderhandelingsfase

Deze fasen komen in zekere mate overeen met fase drie, vier en vijf van Townroe. Volgens Louw (1996) zijn de ruimtelijke factoren vooral bij de eerste twee fasen belangrijk en zijn de financiële en contractuele factoren vooral bij de laatste fase belangrijk. Bij ruimtelijke factoren moet bijvoorbeeld gedacht worden aan geografische positie, bereikbaarheid, parkeergelegenheid, nabijheid openbaarvervoer en aantrekkelijkheid van de omgeving. De financiële en contractuele factoren worden pas in de derde fase meer belangrijk. Dan moet onderhandeld worden en moet er resultaat worden bereikt. De dominantie van ruimtelijke factoren geldt echter veel meer voor bedrijven die ook eigenaar willen zijn van hun vestiging.

In het proefschrift van Pen (2002), wordt verder gegaan op door Townroe en Louw ingezette lijn. In dit onderzoek is een uitgebreide enquête afgenomen bij meer dan duizend bedrijven. Geconcludeerd wordt dat het aantal fasen in het besluitvormingsproces over bedrijfsverplaatsing, varieert van drie tot zeven. Het gemiddelde aantal fasen is vijf. De zeven veel voorkomende fasen zijn de volgende:

- Identificatie van probleem
- Diagnose van probleem
- Strategie ontwerpen
- Locatie zoeken
- Locatie kiezen
- Locatie ontwikkelen
- Uitvoeren

De volgorde van deze fasen is niet altijd hetzelfde. Identificatie, zoeken/kiezen en uitvoeren zijn duidelijk de belangrijkste fasen. Persoonlijke voorkeuren en overwegingen van de besluitvormer spelen ook altijd een rol. Voor kleinere bedrijven geldt dit sterker. Grotere bedrijven handelen vaak op een meer rationale manier in het besluitvormingsproces, dan kleine bedrijven. Toch bestaat er geen relatie met de mate van rationaliteit en de duur van het proces. Wel zijn relaties gevonden tussen de lengte van het proces en de problemen die er in spelen. In een kort proces met weinig fasen, domineren vooral problemen rond het productieproces. Als er meer fasen bestaan, gaat ook de omgeving om het bedrijf heen een rol spelen. Bij een aantal fasen van vijf, wordt ook representativiteit en imago meer in acht genomen. Bij nog meer fasen neemt dit juist weer af en worden problemen met het vinden van werknemers weer belangrijk (Pen, 2002). Dit alles maakt duidelijk dat besluitvormingsprocessen omtrent bedrijfsverplaatsingen in veel vormen voor kunnen komen en erg complex kunnen zijn.

2.2.3 Interne, Locatie en Externe Factoren

In de studie van Lloyd en Dicken (1977) bestaat nog een andere categorisatie van de factoren die invloed hebben op het besluitvormingsproces van een bedrijfsverplaatsing. In dit geval is het onderscheid in factoren gebaseerd op de beslissingsmacht die verschillende actoren hebben binnen het proces. Het gaat er dan om in hoeverre een bedrijf in staat is de situatie te controleren en in hoeverre het externe veranderingen simpelweg moet accepteren. Een bedrijf heeft bijvoorbeeld veel meer controle over ontwikkelingen en veranderingen intern aan het bedrijf dan over externe veranderingen in de omgeving. Het onderscheid van Lloyd en Dicken (1977) is daarom als volgt:

- Interne factoren
- Locatiefactoren
- Externe factoren

In het artikel van Van Dijk en Pellenburg (2000), worden de volgende voorbeelden gegeven van deze factoren:

Interne factoren:

- Structuur van organisatie
- Management
- Doelen van de organisatie
- Financiële reserves
- Omvang van kapitaal geïnvesteerd in eigen vastgoed

Locatiefactoren:

- Omvang van perceel/gebouw
- Beschikbaar voor huur of koop
- Ruimte voor uitbreiding
- Bereikbaarheid (via weg en/of openbaar vervoer)
- Parkeermogelijkheden
- Kwaliteit openbare ruimte
- Afstand tot leveranciers
- Afstand tot markt
- Beleid van lokale overheid (bestemmingsplan)

Externe factoren:

- Veranderingen het aantal of de locatie van leveranciers en klanten
- Arbeidsmarktveranderingen
- Overheidsbeleid
- Aantal, omvang en locatie van geschikte vestigingsplaatsen elders
- Algemene economische situatie

In onderzoeken van Olden (2010) en van Louw e.a. (2004) worden opvallende conclusies getrokken op het gebied van locatiefactoren. Er wordt gesteld dat bedrijven die gevestigd zitten op een formele locatie, een kleinere kans hebben om te verhuizen dan bedrijven gevestigd op een informele locatie. Dit omdat formele locaties vaak goed bereikbaar zijn en

afgestemd zijn op de bedrijven. Bedrijven die gevestigd zitten op een bedrijventerrein of kantoorlocatie zijn doorgaans daarom meer honkvast dan bedrijven die op een informele locatie gevestigd zijn.

2.2.4 Sectorale verschillen in bedrijfsverplaatsingen

Niet alleen factoren rondom het bedrijf spelen een rol in bedrijfsverplaatsingen. Ook de sector waarin en bedrijf zich bevindt kan van belang zijn. Onderzoek van Kronenberg (2011) laat zien dat relocatiebeslissingen van bedrijven sectorafhankelijk zijn. Volgens deze studie verschilt migratiegedrag van bedrijven in kennisintensieve sector bijvoorbeeld aanzienlijk met migratiegedrag van minder kennisintensieve sectoren. Bedrijven die gemiddeld meer salaris betalen hebben volgens Kronenberg (2012) een grotere kans op verplaatsing. Sectoren waarin de salarissen hoger liggen kennen daarom meer bedrijfsverplaatsingen. Ook kan in sommige sectoren bereikbaarheid belangrijker zijn dan in andere sectoren. Migratiegedrag tussen deze kan verschillen om die reden (Kronenberg, 2011).

Volgens onderzoek van het Ruimtelijk Planbureau (2007) gaat het wanneer tegenwoordig gesproken wordt over bedrijfsverplaatsingen, steeds vaker over verplaatsingen van bedrijven in de zakelijke dienstverlening. Dit wordt verklaard door de sterke groei van deze sector in de afgelopen decennia en ook door de hoge concentratie op voornamelijk kantoorlocaties in grotere steden. Deze grote steden zijn de afgelopen jaren steeds voller geworden en als reactie daarop hebben veel omliggende gemeentes nieuwe kantoorlocaties gerealiseerd. Een gevolg daarvan is een nog grotere toename in het aantal bedrijfsverplaatsingen binnen deze sector (RBP, 2007). Onderzoeken van Schutjens e.a. (1998) en Van Steen (2005) bevestigen deze uitkomsten. Ook de studie van Brouwer e.a. (2004) levert een soortgelijk bewijs. Hier wordt gevonden dat bedrijven in de tertiaire sector een hogere waarschijnlijkheid hebben om te verplaatsen dan bedrijven in de overige sectoren.

2.2.5 Invloed van Overheidsbeleid

In de jaren zestig en zeventig speelde overheidsbeleid een belangrijke rol in bedrijfsverplaatsingen. Het beleid was er in die tijd op gericht om de economische activiteit in het land meer gelijk te verspreiden. De Nederlandse overheid stuurde deze verspreiding sterk aan. Tegenwoordig is de rol van overheden in Nederland meer beperkt. Het faciliteren of verhinderen van locatiekeuzes van bedrijven is het geen dat de overheden nu nog doen (Pellenbarg e.a., 2002).

Volgens Weltevreden e.a. (2007) doen Lokale overheden hun best om verplaatsende bedrijven aan te trekken. Dit vanwege twee directe effecten in de werkgelegenheid. Het eerste effect is het aantrekkings-effect. Wanneer een verplaatsend bedrijf wordt aangetrokken uit een andere regio, dan zorgt dit voor werkgelegenheidsgroei. Het tweede directe effect is het groei-effect. Wanneer een bedrijf verplaatst, groeit het bedrijf ook vaak. Een bedrijf verplaatst immers vaak vanwege ruimtegebrek. Deze ruimte is doorgaans op de nieuwe locatie wel beschikbaar. Ook kan er nog een indirect effect ontstaan. Het vestigen van een nieuw bedrijf in een regio kan zakelijke kansen bieden voor de bedrijven die er al bestaan. Lokale overheden doen om deze redenen hun best om verplaatsende bedrijven aan te trekken (Weltevreden e.a., 2007).

Overheden hebben verschillende middelen voor het wel of niet aantrekken van bedrijven. Faciliterende middelen zijn bijvoorbeeld het aanleggen van infrastructuur, het bestemmingsplan, subsidies en belastingkortingen. Met subsidies en belastingkortingen kan de overheid er voor zorgen dat een bepaalde locatie ineens haalbaar wordt voor een bedrijf. Dit terwijl deze locatie zonder subsidie of belastingkorting niet haalbaar is (Pellenbarg e.a., 2002). Nog een faciliterend middel is het aanleggen van nieuwe bedrijventerreinen. Zo kan meer ruimte worden gecreëerd. Dit kan bedrijven de kans geven om te groeien (Weltevreden e.a., 2007). Overheden hebben ook middelen om locatiekeuzes te verhinderen. Hierin is uiteraard het bestemmingsplan weer belangrijk. Ook milieu- en geluidswetgevingen kunnen hierin een belangrijke rol spelen (Pellenbarg e.a., 2002).

Volgens Pellenbarg (2005), is de factor 'overheid' vaak afwezig in onderzoeken naar motieven voor bedrijfsverplaatsingen. Dit terwijl volgens Pellenbarg de overheid bepaalde push- en pull-factoren kan creëren. Bedrijven worden soms gedwongen om te verplaatsen vanwege nieuwe milieuwetgevingen of bijvoorbeeld nabije nieuwbouw van een woonwijk. De eerder genoemde faciliterende middelen fungeren juist als pull-factoren. Slechts enkele studies hebben volgens Pellenbarg (2005), een invloed van de factor 'overheid' op bedrijfsverplaatsing aangetoond. In deze gevallen zijn het de push-factoren die van invloed zijn. In de studie van Van Steen (1998), is dit het geval. Van de 1300 verplaatste bedrijven in dit onderzoek noemt 16% de milieuwetgeving, het bestemmingsplan en de weinig ondersteunende houding van de lokale overheid als motief achter de bedrijfsverplaatsing.

De invloed van pull-factoren van de overheid komt in de literatuur niet naar voren. Ook niet het aanleggen van bedrijventerreinen. Volgens Weltevreden e.a. (2007), is het aanleggen van nieuwe bedrijventerreinen ook lang niet altijd bevorderend voor de werkgelegenheid. Bedrijven verplaatsen immers vaak over korte afstand. Bij het aanleg van een nieuw terrein worden doorgaans bedrijven aangetrokken die daarvoor ook al in de gemeente gevestigd waren. Het aantrekkingseffect geldt dan niet. Het groei-effect kan echter wel bestaan. Op het nieuwe terrein kan hiervoor meer ruimte bestaan. Daarmee moet echter wel rekening gehouden worden dat oudere terreinen leeg kunnen lopen en sterk kunnen vervallen. Dat kan er in resulteren dat geen enkel bedrijf daar nog gevestigd wil zijn. Dat kan negatief uitwerken op de werkgelegenheid. Beleidsmakers moeten om deze reden voorzichtig zijn met het plannen van nieuwe bedrijventerreinen (Weltevreden e.a., 2007).

2.3 Hypothesen en Conceptueel Model

2.3.1 Hypothesen

In het theoretisch kader zijn veel factoren beschreven die de kans voor een bedrijf om te verplaatsen kunnen beïnvloeden. Sommigen van deze factoren worden ook in deze studie onderzocht. Op basis van uitkomsten van eerdere onderzoeken zijn verwachtingen geschapen over op welke manier bepaalde factoren de kans op bedrijfsverplaatsing beïnvloeden. Deze vormen de hypothesen binnen dit onderzoek.

In de behaviorale benadering wordt gesteld dat de grootte van het bedrijf één van de belangrijkste factoren is, die van invloed is op bedrijfsverplaatsing. De kosten om te verplaatsen en de problemen en onzekerheden die het organiseren van de verplaatsing met zich mee brengt, zijn aanzienlijk voor grote bedrijven (Van Dijk & Pellenburg, 2000). In de studie van Brouwer e.a. (2004) wordt een significant negatief verband gevonden met de grootte van een bedrijf en de waarschijnlijkheid om te verplaatsen. Dit betekent dat hoe groter een bedrijf is, hoe kleiner de waarschijnlijkheid is dat dit bedrijf gaat verplaatsen. Hypothese 1 luidt dan ook als volgt:

H1: Er bestaat een negatieve relatie tussen de grootte van een bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad.

In zowel de institutionele als de evolutionaire benadering wordt gesproken over bedrijven die verstrengeld kunnen zijn op hun locatie. Unieke instituties en een unieke cultuur in een bepaalde regio kunnen van groot belang zijn voor de bedrijven die daar zitten. Wanneer dit zo is, gaan bedrijven deze regio niet snel verlaten omdat ze dit niet op willen geven (Martin, 1999). In de evolutionaire benadering komt naar voren dat padafhankelijkheid en sociale netwerken een belangrijke rol spelen in bedrijfsverplaatsingen. De geschiedenis speelt een belangrijke rol (Stam, 2003). Er kan daarom gesteld worden dat oudere bedrijven, minder geneigd zijn om te verplaatsen. Zij kunnen eerder verstrengeld zijn in de lokale cultuur en kunnen daar eerder een groot sociaal netwerk hebben dan jonge bedrijven. De studie van Brouwer e.a. (2004) laat een licht bewijs zien voor deze aanname. Hypothese 2 luidt daarom als volgt:

H2: Er bestaat een negatieve relatie tussen de leeftijd van een bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad.

Ook de sector waarin een bedrijf zich bevindt, kan belangrijk zijn in de kans op verplaatsing. Een studie van het RPB (2007) geeft aan dat bedrijven in de sector zakelijke dienstverlening het vaakst verhuizen. Het onderzoek van Brouwer e.a. (2004) vindt bewijs dat bedrijven in de tertiaire sector een hogere waarschijnlijkheid hebben om te verplaatsen dan bedrijven in de overige sectoren. Om deze redenen luidt hypothese 3 als volgt:

H3: Bedrijven in de zakelijke dienstverlening hebben een grotere kans om te vertrekken uit Zaanstad dan bedrijven in overige sectoren.

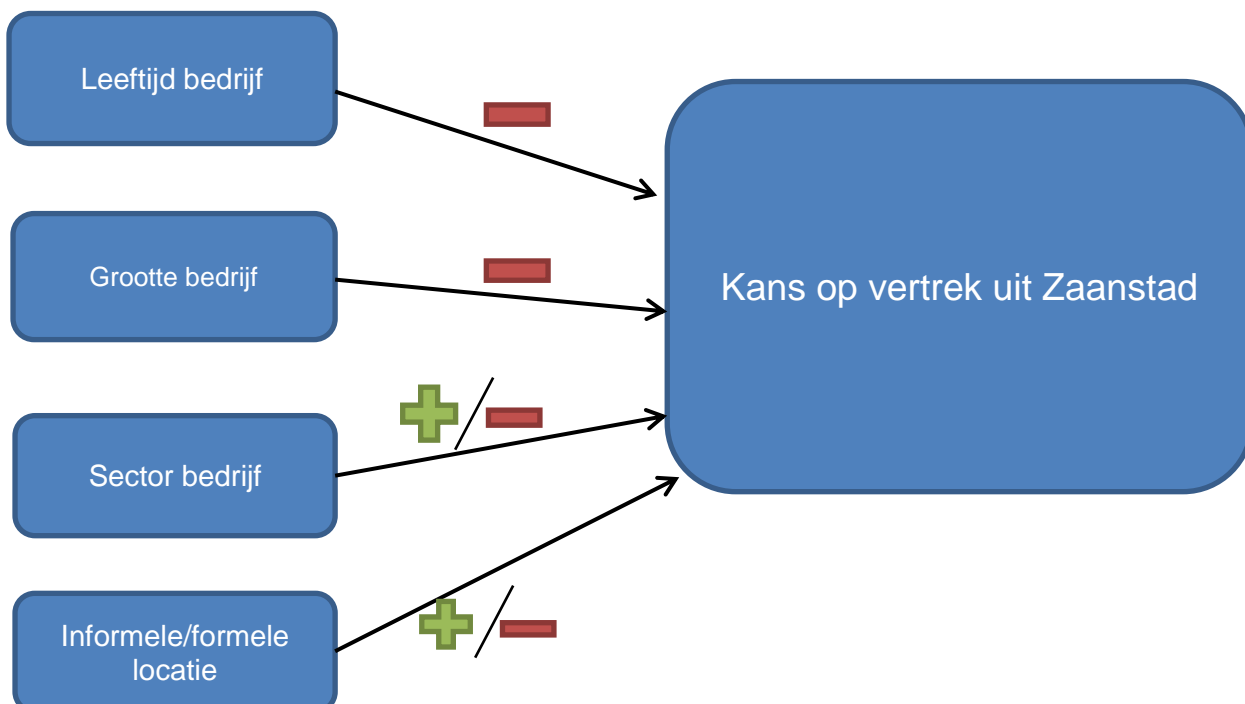
Uit de onderzoeken van Olden (2010) en Louw e.a. (2004) blijkt dat bedrijven gevestigd op een formele locatie, een lagere waarschijnlijkheid hebben om te vertrekken dan bedrijven gevestigd op een informele locatie. Dit omdat bedrijventerreinen en kantoorlocaties vaak goed bereikbaar zijn en gericht op de bedrijven zijn ontwikkeld. Bedrijven vertrekken daarom niet snel van zo een locatie. De laatste hypothese luidt daarom als volgt:

H4: Bedrijven gevestigd op een informele locatie hebben een grotere kans om te vertrekken uit Zaanstad dan de bedrijven gevestigd op een formele locatie.

2.3.2 Conceptueel Model

Onderstaand is het conceptueel model van het onderzoek te zien. Dit is een schematische weergave van de verbanden die volgens de theorie bestaan tussen deze factoren en de kans op bedrijfsverplaatsing. Ook geeft het de richting van het verband weer. Verwacht wordt dat de factoren leeftijd en grootte een negatief verband hebben met de vertrekans. Dit betekent dat wanneer leeftijd toeneemt, de kans op vertrek afneemt. Ditzelfde geldt voor grootte. Bij de factor sector is de verwachting dat bedrijven in de zakelijke dienstverlening een grotere kans hebben om te vertrekken dan bedrijven in overige sectoren. Vandaar de plus en de min. Voor bedrijven in de zakelijke dienstverlening geldt de plus en dus een grotere kans op vertrek en voor bedrijven in de andere sectoren geldt een kleinere kans en dus de min. Ook bij de factor locatie geldt dit zo. In dit geval hebben bedrijven gevestigd op een informele locatie een grotere kans om te vertrekken en de bedrijven gevestigd op een formele locatie dus een kleinere. Bij kans op vertrek spelen ook pull-factoren een rol. Hierop kan de gemeente Zaanstad echter geen invloed uitoefenen. Deze bestaan immers op locaties buiten de gemeente zelf. Bovendien bestaat er voor de gemeente Zaanstad zeer beperkte data van de locaties waar uit Zaanstad vertrokken bedrijven naar toe zijn gegaan. Om deze redenen zijn er geen pull-factoren in het conceptueel model opgenomen. De invloed van deze factoren op de vertrekans is niet onderzocht. Ook is alleen de invloed van factoren op de vertrekans onderzocht en niet op de kans voor bedrijven om naar Zaanstad toe te verplaatsen. Dit omdat bedrijven die naar Zaanstad toe komen, uit heel Nederland afkomstig kunnen zijn. De gemeente had dan data moeten hebben waarin alle bedrijven in Nederland opgenomen zijn, inclusief de bedrijven die naar Zaanstad toeverplaatst zijn. Deze data is voor de gemeente Zaanstad niet voor handen. Om deze reden wordt in dit onderzoek niet gesproken over de kans op bedrijfsverplaatsing maar over de kans op vertrek uit Zaanstad. In figuur 1 is het conceptueel model te zien.

Figuur 1: Conceptueel Model



3 Methoden

3.1 Doel- en Probleemstelling

Het doel van dit onderzoek is om de vertrekmotieven van bedrijven die Zaanstad hebben verlaten aan het licht te brengen. Ditzelfde geldt voor de vestigingsmotieven van bedrijven die naar Zaanstad zijn toegekomen. Ook de blijfmotieven van bedrijven die in Zaanstad zijn gebleven worden onderzocht. Het doel is verder ook om op basis van deze bevindingen beleidsaanbevelingen te doen aan de gemeente Zaanstad. Op basis van de bevindingen kan een advies worden opgesteld over hoe de gemeente beter in staat kan zijn om bedrijven te behouden en om bedrijven aan te trekken. De hoofdvraag ziet er daarom uit als volgt:

Wat zijn de vestigings- en vertrekmotieven van bedrijven in de gemeente Zaanstad en op welke manier kan de gemeente Zaanstad bedrijven beter aantrekken en behouden?

3.2 Onderzoeksontwerp

Kort gezegd heeft het onderzoek dus als doel om duidelijk te maken waarom bedrijven naar Zaanstad toe verhuizen of uit Zaanstad vertrekken en hoe de gemeente Zaanstad beter in staat kan zijn om bedrijven aan te trekken en te behouden. Volgens Yin (2003) is een casestudie zeer geschikt wanneer de studie er op gericht is om 'hoe' en 'waarom' vragen te beantwoorden. Ook is casestudieonderzoek geschikt wanneer het gedrag van de onderzoekseenheden niet gemanipuleerd kan worden. In deze studie zijn bedrijven in Zaanstad de onderzoekseenheden. Het gedrag van deze bedrijven kan binnen dit onderzoek niet worden gemanipuleerd. Wanneer de contextuele omstandigheden er in een onderzoek toe doen, omdat verwacht dat deze relevant zijn voor het te onderzoeken fenomeen, dan is een casestudie ook zeer geschikt. Tot slot is dit type onderzoek geschikt wanneer de grenzen tussen de contextuele omstandigheden en het te onderzoeken fenomeen niet duidelijk zijn (Yin, 2003). In deze studie doen de contextuele omstandigheden er toe. Deze kunnen immers van invloed zijn op de vestigings- en vertrekmotieven van bedrijven in Zaanstad. Ook kan de gemeente Zaanstad mogelijk invloed uitoefenen op de contextuele omstandigheden waardoor het wellicht beter in staat is om bedrijven aan te trekken en te behouden.

Duidelijk is dat, volgens de punten van Yin (2003), dit onderzoek zeer geschikt is voor een casestudie ontwerp. Om deze redenen is ook voor dit ontwerp gekozen. Bryman (2012) beschrijft een casestudie als een gedetailleerde en intensieve analyse van één enkele casus. Een casestudie is volgens Bryman uitermate geschikt wanneer de context, waarin de onderzoekseenheden zich bevinden, belangrijk is binnen het onderzoek. Zoals gezegd speelt de context in deze studie een belangrijke rol. Deze kan immers van invloed zijn op de vestigings- en vertrekmotieven van bedrijven en de gemeente kan op haar beurt weer van invloed zijn op de context. Het casestudie ontwerp is daarom zeer geschikt.

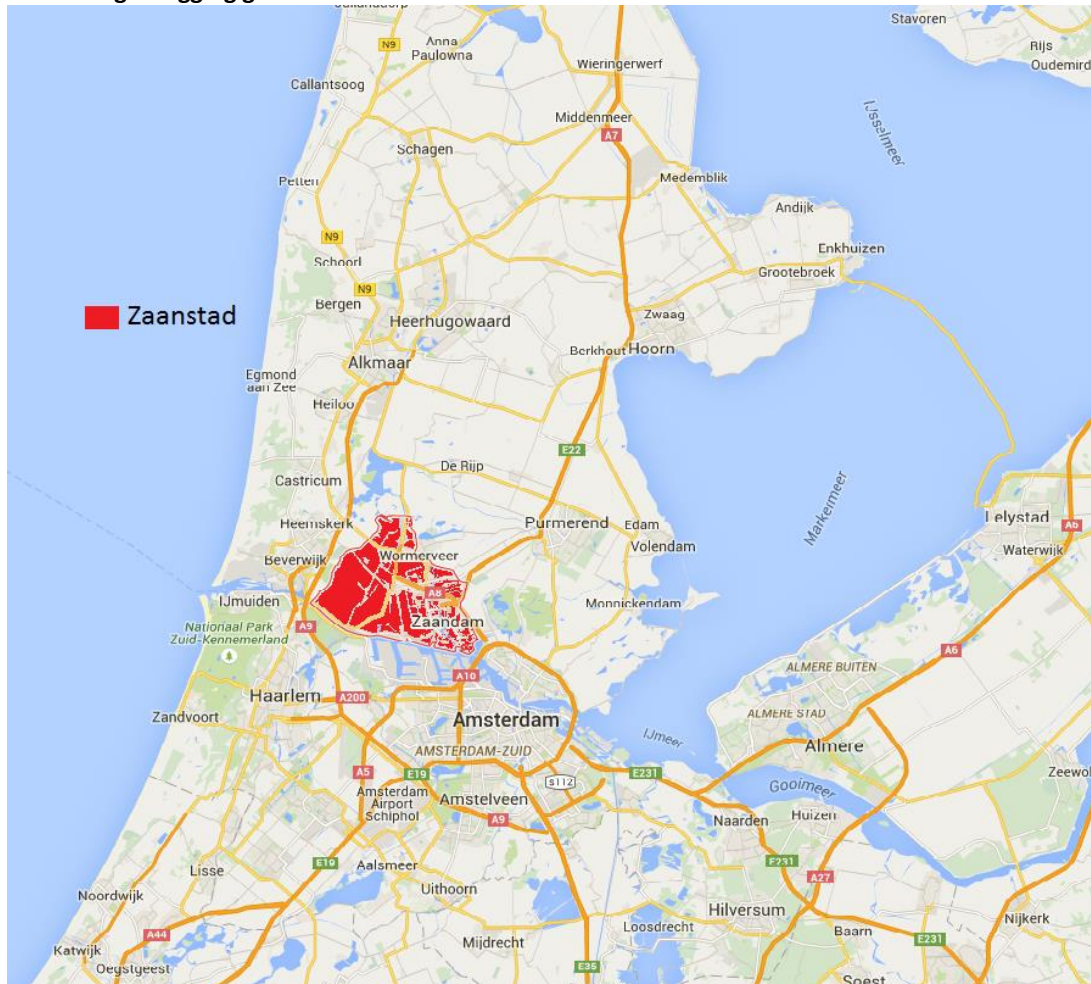
Casestudie onderzoek heeft volgens Bryman (2012) echter wel een groot nadeel. Er bestaat veel discussie over de externe validiteit en generaliseerbaarheid van casestudies. Er kan immers moeilijk gesteld worden dat bevindingen van één enkele casus, ook voor alle andere vergelijkbare casussen zo gelden. Iedere casus heeft immers zijn eigen context. Een zwakte van dit type onderzoek is dus dat uitkomsten heel moeilijk generaliseerbaar zijn.

3.3 Casebeschrijving

3.3.1 Zaanstad in Cijfers

Voordat wordt ingegaan op de gebruikte onderzoeksmethoden, wordt eerst een beschrijving van de casus gegeven. De casus in dit onderzoek is de gemeente Zaanstad. Zaanstad ligt ten noordwesten van Amsterdam en is onderdeel van de metropoolregio Amsterdam (Metropoolregio Amsterdam, z.j.). Zaanstad kende in het jaar 2014 een aantal inwoners van 150.598. In dit zelfde jaar bestaan er 10.842 bedrijfsvestigingen in Zaanstad. Deze zijn samen goed voor een werkgelegenheid van 51.343.

Afbeelding 1: Ligging gemeente Zaanstad



Bron: Google Maps, 2015 + bewerking

Onderstaand (tabel 3) is voor het jaar 2014 het aantal werkplaatsen en het percentage van de totale werkgelegenheid, onderverdeeld in sectoren, in Zaanstad te zien. De sector groot- en detailhandel is de grootste sector qua werkgelegenheid in Zaanstad. Gevolgd door industrie en de zorg. Ook specialistische zakelijke diensten en de bouw zijn groot qua werkgelegenheid.

Tabel 3: Werkgelegenheid in Zaanstad naar sector in het jaar 2014

| Sector: | werkplaatsen | Percentage totale werkgelegenheid |
|--|--------------|-----------------------------------|
| A Landbouw, bosbouw en visserij | 420 | 0,8 |
| B Winning van delfstoffen | 1 | 0,0 |
| C Industrie | 7043 | 13,7 |
| D Productie en distributie van en handel in elektriciteit en aardgas | 27 | 0,1 |
| E Winning en distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering | 291 | 0,6 |
| F Bouwnijverheid | 4119 | 8,0 |
| G Groot- en detailhandel; reparatie van auto's | 9059 | 17,6 |
| H Vervoer en opslag | 3281 | 6,4 |
| I Logies-, maaltijd- en drankverstrekking | 1166 | 2,3 |
| J Informatie en communicatie | 963 | 1,9 |
| K Financiële instellingen | 1005 | 2,0 |
| L Verhuur van en handel in onroerend goed | 748 | 1,5 |
| M Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening | 5710 | 11,1 |
| N Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening | 2106 | 4,1 |
| O Openbaar bestuur, overheidsdiensten en verplichte sociale verzekeringen | 2543 | 5,0 |
| P Onderwijs | 3793 | 7,4 |
| Q Gezondheids- en welzijnszorg | 7110 | 13,8 |
| R Cultuur, sport en recreatie | 931 | 1,8 |
| S Overige dienstverlening | 1027 | 2,0 |
| Totaal | 51343 | 100,0 |

Bron: Vestigingenregister gemeente Zaanstad, 2014

Zaanstad is groeiende qua aantal inwoners. In bijna tien jaar tijd is het aantal inwoners toegenomen met meer dan tien duizend (Tabel 4). Dit is een groei van 7,7 procent. Er bestaat de laatste jaren echter geen werkgelegenheidsgroei. Tussen 2010 en 2015 is de totale werkgelegenheid afgenomen met bijna 1300 werkplaatsen (Tabel 5). Dit is een afname van 2,5 procent. Vooral de werkgelegenheid in het MKB is, met een afname van 8,4 procent, flink gekrompen. Ook de werkgelegenheid bij grote bedrijven kent een afname. Het aantal éénpitters is juist enorm toegenomen tussen 2010 en 2014. Het aantal hiervan is gegroeid met 23,7 procent.

Tabel 4: Ontwikkeling aantal inwoners in Zaanstad

| Jaar | 2005 | 2010 | 2014 |
|-----------------|---------|---------|---------|
| aantal inwoners | 139.817 | 145.332 | 150.598 |

Bron: CBS, 2015

Tabel 5: Ontwikkeling werkgelegenheid in Zaanstad

| | 2010 | 2014 | toe/afname | groeipercentage |
|--------------------------|-------|-------|------------|-----------------|
| Eenpitters (1 wp) | 5864 | 7255 | 1391 | 23,7 |
| MKB (2-50 wp) | 25151 | 23047 | -2104 | -8,4 |
| Grote bedrijven (50+ wp) | 21625 | 21041 | -584 | -2,7 |
| Totaal werkgelegenheid | 52640 | 51343 | -1297 | -2,5 |

Bron: Vestigingenregisters gemeente Zaanstad, 2010 en 2014

3.3.2 De Zaanse Economie

Zaanstad is van oudsher een industriestad. In de jaren tachtig heeft Zaanstad in de industriële sector forse klappen gehad in termen van bedrijvigheid en werkgelegenheid. In de jaren die daarna volgde heeft Zaanstad niet goed geprofiteerd van de sterke groei in de Metropoolregio Amsterdam als geheel. Zaanstad noteerde achterblijvende cijfers in de ontwikkeling van werkgelegenheid, arbeidsproductiviteit en bedrijfsvestigingen, ten opzichte van de gemiddelde ontwikkeling in de Metropoolregio Amsterdam. De Zaanse economische structuur heeft hier mee te maken. Zaanstad heeft een relatieve oververtegenwoordiging van industrie en een relatieve ondervertegenwoordiging van zakelijke diensten, recreatie en toerisme. De werkgelegenheid in de industrie blijft afnemen en de groei van kennisintensieve diensten blijft in Zaanstad achter, ten opzichte van de gemiddelde groei in de Metropoolregio Amsterdam. Er kan daarom gesproken worden van een smalle economische basis in Zaanstad. Ook bestaat er geen optimale onderlinge samenhang van diensten in Zaanstad. Hierdoor profiteren bedrijven onvoldoende van clustervorming (ESV Gemeente Zaanstad, 2012).

De ligging van de gemeente Zaanstad biedt echter kansen. Zaanstad is immers midden in het Noordzeekanaalgebied gelegen, op een knooppunt van snelwegen en havens en in nabijheid van Schiphol. Tegelijk brengt dit ook beperkingen met zich mee in de vorm van milieucontouren. Bovendien kent Zaanstad van oudsher een sterke menging van wonen en werken. Deze functiemenging wil de gemeente Zaanstad graag in stand houden. Ruimte creëren voor toekomstige ontwikkeling is in Zaanstad om deze redenen dan ook een grote en uitdagende opgave. Een andere aantrekkingskracht van Zaanstad is nog de nabijheid van Amsterdam. Belangrijke voorzieningen als Hogescholen en Universiteiten liggen op zeer korte afstand van Zaanstad. Ook heeft Zaanstad een groeiende aantrekkingskracht op toeristen. De Zaanse Schans en Inverdan trekken steeds meer toeristische bezoekers. Op termijn kan dit ook voor het Hembrugterrein gelden (ESV Gemeente Zaanstad, 2012).

Zaanstad wil zijn economische structuur versterken en uitbreiden. Van een eenzijdige economie, naar een meer gedifferentieerde economie. De voedingsmiddelenindustrie en de maakindustrie zijn traditioneel de motor van de economie van Zaanstad. Deze sectoren blijven in de toekomst ook kansen bieden. De logistieke sector hangt sterk met deze twee samen. De voedsel- en maakindustrie vragen uiteindelijk allebei om verlading van de producten. Bovendien biedt de ligging van Zaanstad midden in het Noordzeekanaalgebied, de nabijheid van Schiphol en de Zaan als toegangsroute naar de kop van Noord-Holland kansen voor de logistieke sector. Zaanstad vindt echter ook dat kennis en creativiteit belangrijk zijn voor economische ontwikkeling in de toekomst. Kansen binnen de zakelijke dienstverlening kunnen beter worden benut door meer kennis en creativiteit. De gemeente

Zaanstad heeft vier speerpunten opgesteld. Hierbij gaat het om vier kansrijke sectoren waarbinnen kennisontwikkeling, innovatie en clustervorming gerealiseerd moet worden (ESV Gemeente Zaanstad, 2012). Het gaat om de volgende vier speerpunten:

- Het Foodcluster
- De Logistieke Sector
- De Creatieve Industrie
- De toeristische Sector

3.4 Onderzoeksmethoden

3.4.1 Mixed Methods

Om goed antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn zowel kwantitatieve als kwalitatieve onderzoeksmethoden gebruikt. Bryman (2012) beschrijft dit als *mixed methods research*. Volgens Bryman (2012) bestaat er een groot aantal redenen om voor *mixed methods* te kiezen. In dit onderzoek spelen twee van deze redenen. Deze worden door Bryman beschreven als *sampling* en *different research questions*. Bij *sampling* kan kwantitatief onderzoek de basis vormen van verder kwalitatief onderzoek. Dit kan ook andersom gelden. In dit onderzoek is het eerste het geval. In deelvraag 1 wordt de bedrijfsmigratiedynamiek van de laatste jaren in Zaanstad beschreven. Hiervoor zijn databestanden van de gemeente Zaanstad gebruikt. In dit hoofdstuk wordt duidelijk wat de belangrijke sectoren zijn in Zaanstad, in welke sectoren veel dynamiek bestaat, in welke sectoren een positief of juist negatief migratiesaldo bestaat en welke locaties in Zaanstad goed presteren qua bedrijfsmigratie. Deelvraag 1 ziet er uit als volgt:

1. *Hoe ziet de bedrijfsmigratiedynamiek er uit in de gemeente Zaanstad voor de jaren 2010 tot en met 2013?*

De conclusie van dit hoofdstuk heeft geholpen bij de selectie van de bedrijven die benaderd zijn voor een interview. Zo heeft de kwantitatieve beschrijving de basis gevormd voor het verdere kwalitatieve onderzoek. Later in dit methodehoofdstuk wordt verder ingegaan op de interviews. Op basis van de conclusies uit hoofdstuk 4 is besloten om het verdere onderzoek alleen nog op midden- en kleinbedrijven (2-50 werkplaatsen) te richten. Hoofdstuk 4 heeft zo ook sturing gegeven aan het verdere kwantitatieve onderzoek. Deelvraag 2 luidt als volgt:

2. *Hoe ziet de migratie van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad er uit in geografische zin voor de jaren 2010 tot en met 2013?*

In dit hoofdstuk is de migratie van midden- en kleinbedrijven in geografische zin in kaart gebracht. Duidelijk is gemaakt welke buurten in Zaanstad een positief migratiesaldo kennen de laatste jaren en bij welke buurten dit juist negatief is. Zo wordt duidelijk welke buurten in Zaanstad goed of niet goed presteren op het gebied van bedrijfsmigratie. Ook is in dit hoofdstuk duidelijk gemaakt waar vertrekkende midden- en kleinbedrijven uit Zaanstad naar toe verplaatsen en waar naar Zaanstad toegekomen bedrijven vandaan zijn gekomen de laatste jaren. Zo kan de gemeente Zaanstad inschatten uit welke regio's Zaanstad goed kan

vissen bij het aantrekken van bedrijven of voor welke regio's Zaanstad bang moet zijn om bedrijven aan te verliezen. Ook is in dit hoofdstuk onderzocht vanaf welke type locaties bedrijven in Zaanstad de gemeente vooral verlieten de laatste jaren en op wat voor type locaties buiten Zaanstad deze bedrijven dan terecht zijn gekomen. Zo kan een idee ontstaan over welk type locatie misschien mist in Zaanstad. Voor dit alles zijn databestanden over migratiedynamiek in de gemeente Zaanstad gebruikt. Ook de conclusies uit dit hoofdstuk hebben deels geholpen bij de selectie van bedrijven die benaderd zijn voor een interview. Ook hier speelt *sampling* dus weer een rol.

Een tweede reden om te kiezen voor *mixed methods* is *different research questions*. Het kan voorkomen dat bepaalde deelvragen beter kunnen worden beantwoord door een kwantitatieve onderzoeksmethode, terwijl andere deelvragen binnen het zelfde onderzoek beter kunnen worden beantwoord door kwalitatieve onderzoeksmethoden (Bryman, 2012). In deze studie is dit het geval. Om antwoord te kunnen geven op de eerste twee deelvragen is immers kwantitatieve data nodig. Bedrijfsmigratiesaldi van verschillende sectoren kunnen moeilijk op een kwalitatieve manier in kaart worden gebracht. Ook deelvraag 3 vraagt om een kwantitatieve onderzoeksmethode. Deelvraag 3 ziet er uit als volgt:

3. *Welke factoren zijn van invloed op de vertrekkans van midden- en kleinbedrijven (2-50 wp) in de gemeente Zaanstad voor de jaren 2010 tot en met 2013?*

In het theoretisch kader zijn verschillende factoren naar voren gekomen die van invloed zijn op bedrijfsverplaatsingen. De invloed van de factoren, die op basis van de beschikbare data onderzocht kunnen worden, wordt in dit hoofdstuk getest. In het theoretisch kader zijn hiervoor hypothesen opgesteld. Aan de hand van een Cox-regressie is getest of deze factoren ook voor Zaanstad zo gelden en of de hypothesen kunnen worden verworpen of aangenomen. Hiervoor zijn verschillende databestanden van de gemeente Zaanstad samengevoegd. Voor de jaren 2010 tot en met 2013 is voor ieder jaar afzonderlijk een bestand gebruikt met daarin alle midden- en kleinbedrijven in Zaanstad opgenomen. Dit inclusief de midden- en kleinbedrijven die in het betreffende jaar uit Zaanstad vertrokken zijn. Met behulp van SPSS zijn deze bestanden samengevoegd en zijn de dubbeln verwijderd. Zo is één bestand ontstaan waarin alle midden- en kleinbedrijven die tussen 2010 en 2013 in Zaanstad hebben gezeten zijn opgenomen. Hierbij is een variabele aangemaakt die aangeeft of een bedrijf op een bepaald moment is vertrokken of niet. Vertrokken bedrijven hebben daar als waarde 1 gekregen en de overige bedrijven hebben daar als waarde 0 gekregen. Met behulp van dit databestand is een Cox-regressie uitgevoerd. Op basis daarvan zijn de hypothesen verworpen of aangenomen. Ook de conclusies uit dit hoofdstuk hebben geholpen bij de selectie van bedrijven die benaderd zijn voor een interview. Er is voor gekozen om alleen midden- en kleinbedrijven (2 tot 50 werkplaatsen) mee te nemen. Dit omdat uit de literatuur blijkt dat de vestigingswensen van éénpitters vaak gepaard gaan met de woonwensen van deze zelfstandigen. Als gemeente kan hier daarom heel weinig invloed op worden uitgeoefend. Ook blijkt uit de literatuur dat grotere bedrijven veel minder geneigd zijn om te verhuizen. Om die reden worden ook deze buiten beschouwing gelaten. In het theoretisch kader is dit al naar voren gekomen. Ook de conclusies uit hoofdstuk 4 hebben geholpen bij de keuze om verder alleen om midden- en kleinbedrijven te richten. In de operationalisatie wordt verder ingegaan op de Cox-regressie.

Voor het beantwoorden van de overige deelvragen is een kwalitatieve onderzoeksmethode gebruikt. Namelijk het afnemen van semigestructureerde interviews. In dit onderzoek doen de contextuele omstandigheden er sterk toe. Er is daarom niet gekozen voor kwantitatieve methoden zoals een enquête of gestructureerde interviews. Op deze manier kunnen immers alleen verwachtingen getest worden die voortkomen uit de literatuur. Ieder bedrijf is echter verschillend. Ieder bedrijf heeft zijn eigen contextuele omstandigheden. Er kunnen wellicht ook omstandigheden spelen die meer zeldzaam zijn en niet in de literatuur worden beschreven. Om deze redenen is er gekozen voor semigestructureerde interviews. Volgens Bryman (2012) heeft een onderzoeker die semigestructureerde interviews afneemt een vragenlijst of een lijst met onderwerpen die in ieder geval in het gesprek besproken moeten worden. Deze wordt beschreven als een *interview guide*. Deze vormt de basis voor ieder interview. In het gesprek heeft de onderzoeker echter veel speelruimte. Op bepaalde punten kan dieper in worden gegaan dan op andere. Ook verloopt de volgorde van de vragen niet altijd op dezelfde manier. Flexibiliteit is een sterk punt van deze manier van interviewen. In bijlage 1 zijn deze *interview guides* te vinden. Er zijn er drie van deze opgesteld. Eén voor interviews met bedrijven die Zaanstad hebben verlaten. Eén voor interviews met bedrijven die naar Zaanstad zijn toegekomen en nog één voor interviews met bedrijven die binnen Zaanstad zijn verplaatst. De conclusies uit hoofdstuk 4, 5 en 6 hebben geholpen bij het selecteren van bedrijven die zijn benaderd voor een interview. De overige deelvragen zien er als volgt uit:

4. *Wat zijn de vertrekmotieven van bedrijven die vertrokken zijn uit de gemeente Zaanstad?*
5. *Wat zijn de vestigingsmotieven van bedrijven die naar de gemeente Zaanstad toe zijn verhuisd?*
6. *Wat zijn de motieven van bedrijven, die binnen de gemeente Zaanstad zijn verplaatst, om in Zaanstad te blijven?*
7. *In hoeverre heeft de gemeente een rol gespeeld bij het vormen van de vestigings-, vertrek- en blijfmotieven?*
8. *Op welke manier had de gemeente een rol kunnen spelen bij het vormen van de vestigings-, vertrek- en blijfmotieven?*

Het is tijdens de uitvoering van het onderzoek lastig gebleken om een groot aantal bedrijven te vinden die bereid zijn om mee te werken aan een interview. Veel bedrijven gaven aan hiervoor geen tijd te hebben, hierin geen interesse te hebben of alleen bereid waren op een andere manier antwoord te geven op de vragen. Om deze reden zijn veel interviews ook telefonisch afgehandeld. Dit is een zwakte van het onderzoek gebleken. De telefoongesprekken duurden vaak veel korter dan de echte interviews die zijn afgenomen. Het is lastig gebleken om goed door te vragen tijdens de telefonische interviews, omdat de antwoorden van de respondenten vaak veel kort en bondigere waren dan de antwoorden in de *face to face* afgenomen interviews. Bryman (2012) beschrijft dit dan ook als één van de nadelen van telefonisch interviewen. Volgens Bryman is het lastig om interviews, waarvan

verwacht wordt dat deze veel tijd kosten, via de telefoon af te nemen. Een telefoongesprek is immers veel makkelijker te beëindigen voor een respondent, dan een *face to face* interview (Bryman, 2012).

Tot slot zijn er ook enkele respondenten geweest die alleen bereid waren via een email kort antwoord te geven op de vragen. Hieruit valt nog minder te halen, omdat op deze manier überhaupt niet kan worden doorgevraagd. Wanneer echter na de mail van de respondent nog belangrijke vragen bestonden, is nog een mail gestuurd naar de respondent om zo nog wat laatste vragen te kunnen stellen. Op die manier is doorvragen nog enigszins mogelijk gemaakt. Onderstaande tabel (Tabel 6) geeft het aantal benaderde bedrijven weer en het aantal respondenten dat uiteindelijk heeft meegewerkt aan het onderzoek. Ook de manier waarop medewerking heeft plaatsgevonden staat genoteerd. Hierin zijn *face to face* interviews, telefonische interviews en antwoord via email de mogelijkheden. In totaal zijn 42 bedrijven benaderd. Dit heeft 14 respondenten opgeleverd. Bijna alle respondenten hadden de wens om anoniem te blijven binnen het onderzoek. Om deze reden is in het verdere onderzoek alleen het nummer van iedere respondent te zien. De naam van het bedrijf en van de geïnterviewde zijn niet weergegeven.

Tabel 6: Benaderde bedrijven en reacties

| | Interview | Telefonisch Interview | Antwoord via mail | Afgewezen | Totaal benaderd |
|---|-----------|-----------------------|-------------------|-----------|-----------------|
| Bedrijven verplaatst naar Zaanstad | 4 | 2 | 2 | 14 | 22 |
| Bedrijven betrokken uit Zaanstad | 0 | 2 | 3 | 12 | 17 |
| Bedrijven lang gevestigd in Zaanstad/binnen Zaanstad verplaatst | 2* | 1 | | 2 | 3 |
| Totaal | 4 | 5 | 5 | 28 | 42 |

* Twee van de naar Zaanstad verplaatste bedrijven zijn ook binnen Zaanstad verplaatst. Deze zijn hier meegeteld maar in het totaal niet dubbel geteld.

3.4.2 Operationalisatie

In het theoretisch kader zijn veel factoren naar voren gekomen die van invloed kunnen zijn op de kans voor een bedrijf om te verplaatsen. Op basis daarvan zijn hypothesen opgesteld. Om deze hypothesen te testen is een Cox-regressie uitgevoerd. Voordat hier verder op in wordt gegaan, wordt eerst duidelijk gemaakt hoe de factoren die naar verwachting van invloed zijn op de verplaatsingskans meetbaar zijn gemaakt.

De studie van Brouwer e.a. (2004) vindt een significant negatief verband tussen de grootte van een bedrijf en de waarschijnlijkheid om te verplaatsen. In dit onderzoek van Brouwer e.a. (2014) is het aantal werknemers gebruikt om de grootte van het bedrijf te meten. Ook in deze studie is de grootte van het bedrijf op die manier gemeten. In het samengevoegde databestand, is voor elk bedrijf het aantal werkplaatsen genoteerd. Dit kan zo gemakkelijk worden gemeten.

Dezelfde studie van Brouwer e.a. (2004) laat ook een licht bewijs zien voor een negatief verband tussen leeftijd van een bedrijf en de waarschijnlijkheid om te verplaatsen. In deze studie is simpel de leeftijd van de bedrijven gebruikt om dit te meten. In databestanden van de gemeente Zaanstad staat niet de leeftijd genoteerd van de bedrijven. Het startjaar echter wel. Zo is voor ieder databestand een nieuwe kolom gemaakt. Hierin is voor ieder bedrijf de

leeftijd berekend in het betreffende jaar. Dit door het startjaar van ieder bedrijf af te trekken van het jaar waarin het databestand is gemaakt. In het samengevoegde databestand is zo voor ieder bedrijf de leeftijd genoteerd. Op deze manier is leeftijd meetbaar gemaakt.

Het onderzoek van Brouwer e.a. (2004) laat nog een bewijs zien. Namelijk dat bedrijven in de tertiaire sector een hogere waarschijnlijkheid hebben om te verhuizen dan bedrijven in de overige sectoren. In de studie van het RPB (2007) wordt aangegeven dat bedrijven in de zakelijke dienstverlening het vaakst verplaatsen. In de databestanden van de gemeente Zaanstad is voor ieder bedrijf de SBI-sectiecode opgenomen. Hierin zijn sectoren onderverdeeld in de eerste 21 letters van het alfabet. Ook het CBS maakt gebruik van deze onderverdeling. Om een goed beeld te krijgen van in welke sectoren bedrijven meer of minder verplaats geneigd zijn, zijn al deze onderscheiden sectoren als dummies opgenomen in de Cox-regressie. De sector groot- en detailhandel is als referentieklassie gekozen, omdat deze sector veruit het meeste aantal vestigingen bevat onder midden- en kleinbedrijven in Zaanstad. De sectoren energie en water- en afvalbeheer. Zijn samengevoegd met Industrie. Energie en water- en afvalbeheer kennen een zeer laag aantal vestigingen en hebben veel overeenkomst met industriële bedrijven. Vandaar deze samenvoeging. Om de zelfde reden is ook de sector openbaar bestuur en overheid samengevoegd met onderwijs. Openbaar bestuur en overheid bevat een zeer laag aantal vestigingen. Bovendien is onderwijs ook een overheidsdienst. De in de Cox-regressie onderscheiden sectoren zien er als volgt uit:

Referentie: G: Groot- en detailhandel

- A: Landbouw, bosbouw, visserij
- C, D, E: Industrie, Energie, Water- en afvalbeheer
- F: Bouwnijverheid
- H: Vervoer en opslag
- I: Horeca
- J: Informatie en communicatie
- K: Financiële dienstverlening
- L: Verhuur en handel onroerend goed
- M: Specialistische zakelijke diensten
- N: Verhuur en overige zakelijke diensten
- O, P: Openbaar bestuur, overheid, sociale verzekering en Onderwijs
- Q: Gezondheids- en welzijnszorg
- R: Cultuur, sport en recreatie
- S: Persoonlijke dienstverlening

Volgens de onderzoeken van Olden (2010) en Louw e.a. (2004) hebben bedrijven gevestigd op een formele locatie een kleinere kans om te verhuizen dan bedrijven gevestigd op een informele locatie. In de databestanden van de gemeente Zaanstad is niet opgenomen voor ieder bedrijf of deze op een informele of formele locatie is gevestigd. Wel zijn de buurtcodes voor de vijftig verschillende buurten in Zaanstad in de bestanden opgenomen. De grote bedrijventerreinen in Zaanstad hebben ieder hun eigen buurtcode. Hierbij gaat het om de terreinen aan het Noordzeekanaal (Achtersluispolder, Hembrugterrein, Zuiderhout, Westerspoor en Hoogtij) en om de grote terreinen in Zaanstad-Noord (Molletjesveer en Noorderveld). Bedrijven gevestigd op deze terreinen zijn uiteraard gevestigd op een formele locatie. Ook bedrijven gevestigd in Inverdan (Zaanstad-Centrum) zijn gevestigd op een

formele locatie. Omdat deze locaties nogal van elkaar verschillen is besloten om deze niet allen samen te voegen als formele locatie. De terreinen nabij het Noordzeekanaal zijn immers meer industriematig en wellicht ook haven gebonden. Dit is op de terreinen in Zaanstad-Noord minder het geval. Bovendien zijn in het centrum van Zaandam (Inverdan) juist veel kantoren, detailhandel en horeca gevestigd. Vandaar dat deze drie formele locaties afzonderlijk worden bekeken. In het samengevoegde databestand is zo een variabele opgenomen voor de locatie in Zaanstad. Bedrijven op een terrein in de kanaalzone hebben als waarde 2, bedrijven op een terrein in Zaanstad-Noord hebben als waarde 3, bedrijven in Inverdan hebben als waarde 4 en alle overige bedrijven op een informele locatie in Zaanstad hebben als waarde 1. In overig Zaanstad bestaan echter ook nog een aantal binnenstedelijke bedrijventerreinen. Deze kunnen ook als formele locatie worden gezien. Deze zijn echter te klein en hebben daardoor geen eigen buurtcode. Ook Inverdan heeft geen eigen buurtcode. Hiervoor zijn in het databestand alle postcodes die binnen Inverdan vallen geselecteerd om zo alle bedrijven in Inverdan de juiste code te geven. Het is echter te arbeidsintensief om ditzelfde ook voor alle binnenstedelijke terreinen nog te doen. Om die reden is er voor gekozen deze binnenstedelijke terreinen ook onder informele locatie Zaanstad te rekenen. De vier onderscheiden typen locaties zijn uiteindelijk als dummies opgenomen in de Cox-regressie. Als referentieklassie is informele locatie Zaanstad gekozen. Deze bevat immers veruit de meeste vestigingen. De onderverdeling ziet er uit als volgt:

Referentie: Informele locatie Zaanstad

- Terreinen kanaalzone
- Terreinen Zaanstad-Noord
- Inverdan (Zaanstad-Centrum)

3.4.3 Cox-regressie

De factoren waarvan getest is in welke mate en op welke manier deze invloed hebben op de vertrekans zien er dus als volgt uit:

- Leeftijd: leeftijd van het bedrijf
- Grootte: Aantal werkplaatsen binnen het bedrijf
- Sector: Dummies voor de verschillende sectoren
Referentie: Groot- en detailhandel
- Locatie: Dummies voor de verschillende locatietypen
Referentie: informele locatie Zaanstad

Om de invloed van de factoren te testen is met behulp van SPSS een Cox-regressies uitgevoerd. Een Cox-regressie is een statistische techniek om de relatie tussen *survival* en verschillende factoren die daarop van invloed zijn in kaart te brengen. Zo een model is gebruikelijk bij *survival analysis* (Walters, 2009). Het doel van zo een model is om de invloed van verschillende factoren op overleving te meten. Zo wordt het vaak gebruikt om de werking van medicijnen te onderzoeken. Voor patiënten die lijden aan een ziekte wordt bijvoorbeeld iedere maand of ieder jaar bijgehouden of ze zijn overleden of nog steeds leven. De invloed van verschillende factoren op het uiteindelijke overlijden worden getest. Bijvoorbeeld factoren als leeftijd en het gebruiken van medicijnen. Zo kan het effect van de medicijnen onderscheiden worden van andere factoren die van invloed zijn. Een probleem bij dit soort onderzoek is dat aan het einde van de studie veel patiënten nog steeds kunnen

leven. Ook kunnen er later in het onderzoek patiënten bij zijn gekomen die later zijn ziek geworden dan het moment waarop het onderzoek gestart is. Om die reden bestaat ook een tijdvariabele in dit soort onderzoek om aan te geven hoe lang elke case in het onderzoek betrokken is geweest (Walters, 2009).

In dit onderzoek gaat het uiteraard niet om overleven of overlijden. Het gaat om wel of niet vertrokken uit Zaanstad. Vertrokken kan in dit geval worden vergeleken met overlijden. Ook kan het in dit onderzoek zo zijn dat veel bedrijven aan het einde van de periode van het onderzoek, nog steeds niet vertrokken zijn. Ook kunnen er na het moment van starten nog bedrijven bijkomen omdat deze later naar Zaanstad toe zijn verplaatst of nieuw zijn gestart. Andersom kan dit ook gelden. Bedrijven kunnen immers ook stoppen. Deze worden niet als vertrekkers uit Zaanstad gezien. Ook in dit onderzoek is daarom een tijdvariabele aangemaakt die aangeeft hoeveel jaar het bedrijf onderdeel van het onderzoek is geweest. Dit kan 1, 2, 3 of 4 jaar zijn. De bestanden van 2010 tot en met 2013 zijn immers samengevoegd.

Het Cox regressiemodel geeft uiteindelijk voor de verschillende factoren de *hazard ratio* ($\text{Exp}(B)$) weer. Door voor iedere factor deze *hazard ratio* te interpreteren kan de invloed van de verschillende factoren op de vertrekans duidelijk worden. De uitkomsten van het Cox regressiemodel worden gepresenteerd in hoofdstuk 6.

4 Resultaten: De bedrijfsmigratiedynamiek in de gemeente Zaanstad voor de jaren 2010 tot en met 2013

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een beschrijving gegeven van het aantal bedrijfsvestigingen dat Zaanstad de afgelopen jaren heeft verlaten en van het aantal dat de afgelopen jaren juist naar Zaanstad is toegekomen. Hierin is onderscheid gemaakt in verschillende sectoren. Zo wordt duidelijk welke sectoren in Zaanstad de grote en belangrijke zijn en welke sectoren de afgelopen jaren gegroeid of gekrompen zijn als gevolg van bedrijfsverplaatsingen. Zo kan een beeld ontstaan van de voor Zaanstad belangrijke en kansrijke sectoren. De conclusie van dit hoofdstuk heeft uiteindelijk geholpen bij het selecteren van bedrijven om te benaderen voor de interviews binnen dit onderzoek.

4.2 Bedrijfsvestigingen in Zaanstad

In tabel 7 zijn voor de jaren 2010 tot en met 2014 het aantal vestigingen in de gemeente Zaanstad te zien per sector. Te zien is dat specialistische zakelijke diensten, groot- en detailhandel en bouwnijverheid, de grootste sectoren zijn binnen de gemeente. Ook gezondheids- en welzijnszorg is vrij groot. De gemeente Zaanstad kende in de afgelopen vijf jaar een groei van het totale aantal vestigingen.

Tabel 7: Vestigingen per sector in Zaanstad 2010 - 2014

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Saldo | Groeipercentage |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-----------------|
| Landbouw, Bosbouw en Visserij | 106 | 110 | 94 | 91 | 93 | -13 | -12% |
| Winning Delfstoffen | 0 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 200% |
| Industrie | 662 | 670 | 680 | 699 | 689 | 27 | 4% |
| Energie Voorziening | 6 | 4 | 4 | 2 | 4 | -2 | -33% |
| Waterbedrijven en afvalbeheer | 16 | 18 | 23 | 22 | 20 | 4 | 25% |
| Bouwnijverheid | 1672 | 1650 | 1773 | 1754 | 1745 | 73 | 4% |
| Groot- en Detailhandel | 2025 | 2064 | 2144 | 2155 | 2191 | 166 | 8% |
| Vervoer en Opslag | 345 | 357 | 367 | 393 | 409 | 64 | 19% |
| Horeca | 303 | 305 | 319 | 347 | 357 | 54 | 18% |
| Informatie en Communicatie | 525 | 553 | 619 | 635 | 660 | 135 | 26% |
| Financiële Dienstverlening | 625 | 602 | 596 | 583 | 563 | -62 | -10% |
| Verhuur en Handel Onroerend Goed | 175 | 175 | 186 | 194 | 182 | 7 | 4% |
| Specialistische Zakelijke Diensten | 1758 | 1878 | 2002 | 2085 | 2225 | 467 | 27% |
| Verhuur en overige Zakelijke Diensten | 650 | 643 | 662 | 676 | 678 | 28 | 4% |
| Openbaar Bestuur, Overheid Soc. Verzekering | 28 | 29 | 28 | 23 | 23 | -5 | -18% |
| Onderwijs | 426 | 499 | 544 | 586 | 624 | 198 | 46% |
| Gezondheids- en Welzijnszorg | 734 | 865 | 970 | 1025 | 1124 | 390 | 53% |
| Cultuur, Sport en Recreatie | 475 | 553 | 582 | 614 | 633 | 158 | 33% |
| Overige Dienstverlening | 643 | 702 | 742 | 738 | 754 | 111 | 17% |
| Extraterritoriale Organisaties | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0% |
| Eindtotaal | 11174 | 11680 | 12337 | 12624 | 12976 | 1802 | 16% |

Bron: Vestigingenregister Gemeente Zaanstad, 2010 – 2014

Wat opvalt is dat er nauwelijks sectoren zijn die krimpen qua aantal vestigingen. Dit geldt voor slechts vier sectoren. Van deze vier sectoren zijn er drie al erg klein in het aantal vestigen. De sector financiële dienstverlening is echter een stuk groter. In deze sector is het aantal vestigen teruggelopen van 625 naar 563. Aan afname van ongeveer 10 procent ten opzichte van het jaar 2010.

Wanneer gekeken wordt naar de grotere sectoren kent specialistische zakelijke diensten een sterke groei in het aantal vestigingen. Ook bouwnijverheid en groot- en detailhandel kennen een lichte groei. De sector gezondheids- en welzijnssector kent relatief gezien de grootste toename ten opzichte van 2010.

In de middelgrote sectoren zijn onderwijs, cultuur, sport en recreatie en Informatie en communicatie de sectoren met de opvallendste toenames van het aantal vestigingen. Ook de sectoren vervoer en opslag en horeca zijn groeiende sectoren.

4.3 Bedrijfsmigratie in Zaanstad

In tabel 8 wordt de bedrijfsmigratie van de jaren 2010 tot en met 2013 weergegeven. Per sector is het aantal vestigingen te zien dat Zaanstad in deze jaren heeft verlaten en het aantal dat juist naar Zaanstad toe is verhuisd. Zaanstad kent over deze periode in totaal een positief migratiesaldo van 58.

Tabel 8: Bedrijfsmigratie per sector 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo | Dynamiek% |
|---------------------------------------|---------------|--------------|-----------|-------------|
| Landbouw, Bosbouw en Visserij | 4 | 4 | 0 | 4,4% |
| Winning Delfstoffen | 1 | 0 | 1 | 25% |
| Industrie | 47 | 41 | 6 | 6,3% |
| Waterbedrijven en afvalbeheer | 3 | 1 | 2 | 9,1% |
| Bouwnijverheid | 141 | 159 | -18 | 8,6% |
| Groot- en Detailhandel | 149 | 133 | 16 | 6,5% |
| Vervoer en Opslag | 47 | 29 | 18 | 9,7% |
| Horeca | 23 | 13 | 10 | 5,2% |
| Informatie en Communicatie | 71 | 62 | 9 | 10,5% |
| Financiële Dienstverlening | 25 | 28 | -3 | 4,5% |
| Verhuur en Handel Onroerend Goed | 13 | 13 | 0 | 6,7% |
| Specialistische Zakelijke Diensten | 173 | 163 | 10 | 8,1% |
| Verhuur en overige Zakelijke Diensten | 65 | 75 | -10 | 10,4% |
| Onderwijs | 29 | 33 | -4 | 5,3% |
| Gezondheids- en Welzijnszorg | 49 | 40 | 9 | 7,6% |
| Cultuur, Sport en Recreatie | 81 | 62 | 19 | 7,0% |
| Overige Dienstverlening | 36 | 43 | -7 | 6,4% |
| Eindtotaal | 957 | 899 | 58 | 7,4% |

Bron: Dynamiek Gemeente Zaanstad, 2010 - 2013

Het is logisch dat in de grootste sectoren in absolute zin ook de meeste migratiedynamiek te zien is. Om er achter komen welke sectoren in relatieve zin de meeste dynamiek kennen, is een percentage berekend. Hiervoor is per sector het aantal vertrokken en het aantal naar Zaanstad toe verhuisde vestigingen bij elkaar opgeteld en gedeeld door twee. Zo is per

sector een gemiddelde ontstaan. Deze gemiddeldes zijn als percentages van het totale aantal vestigingen in de betreffende sector in het jaar 2013 uitgedrukt. Ook deze percentages zijn te zien in tabel 2. Wanneer de kleinste sectoren even buiten beschouwing gelaten worden, kennen de sectoren Informatie en communicatie, verhuur en overige zakelijke diensten en vervoer en opslag de meeste migratiedynamiek in relatieve zin. Sectoren met opvallend weinig migratiedynamiek zijn financiële dienstverlening, horeca en onderwijs.

In tabel 9 zijn voor de jaren 2010 tot en met 2013 de migratiesaldi naast elkaar gezet. Zo kunnen mogelijke trends worden ontdekt. Wat opvalt is dat alleen horeca en cultuur, sport en recreatie ieder jaar een positief migratiesaldo hebben gehad. De enige sector die ieder jaar een negatief saldo noteerde is bouwnijverheid. Het totale migratiesaldo is ieder jaar positief. De laatste drie jaar lijkt echter een aflopende trend zichtbaar. De reeks loopt in de laatste drie jaar van 33, naar 10 en vervolgens naar 2. Wanneer deze trend zich zo blijft doorzetten, kan in het volgende jaar wellicht een negatief migratiesaldo worden verwacht.

Tabel 9: Trends in bedrijfsmigratie per sector 2010 - 2013

| | Saldo 2010 | Saldo 2011 | Saldo 2012 | Saldo 2013 | Totaal Saldo |
|---------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|
| Landbouw, Bosbouw en Visserij | 1 | 1 | -3 | 1 | 0 |
| Winning Delfstoffen | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Industrie | -4 | 4 | 9 | -3 | 6 |
| Waterbedrijven en afvalbeheer | 1 | 1 | 1 | -1 | 2 |
| Bouwnijverheid | -3 | -4 | -7 | -4 | -18 |
| Groot- en Detailhandel | -4 | 17 | 7 | -4 | 16 |
| Vervoer en Opslag | 9 | 4 | 6 | -1 | 18 |
| Horeca | 3 | 2 | 1 | 4 | 10 |
| Informatie en Communicatie | -2 | 5 | 9 | -3 | 9 |
| Financiële Dienstverlening | 0 | -1 | -5 | 3 | -3 |
| Verhuur en Handel Onroerend Goed | 0 | -1 | 1 | 0 | 0 |
| Specialistische Zakelijke Diensten | 15 | -5 | -9 | 9 | 10 |
| Verhuur en overige Zakelijke Diensten | -8 | 0 | 3 | -5 | -10 |
| Onderwijs | -4 | 0 | 0 | 0 | -4 |
| Gezondheids- en Welzijnszorg | 2 | 6 | -1 | 2 | 9 |
| Cultuur, Sport en Recreatie | 7 | 7 | 2 | 3 | 19 |
| Overige Dienstverlening | 0 | -4 | -4 | 1 | -7 |
| Eindtotaal | 13 | 33 | 10 | 2 | 58 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

4.4 Gedetailleerde Bedrijfsmigratie Opvallende Sectoren

Wanneer de tabellen 7 tot en met 9 worden bekeken, zijn er verschillende opvallende uitkomsten te zien. Zo kent één van de grootste sectoren bouwnijverheid ieder jaar een negatief migratiesaldo. Toch is de sector in het totaal aantal vestigingen nog licht gegroeid over de laatste jaren. In tabel 10 is een meer gedetailleerd beeld zichtbaar van de bedrijfsmigratie in deze sector. Ook bij alle drie de deelsectoren is het migratiesaldo negatief. Vooral bij de gespecialiseerde werkzaamheden in de bouw, verlaten er beduidend meer vestigingen de gemeente Zaanstad dan dat er vestigingen binnen komen.

Tabel 10: Bedrijfsmigratie sector Bouwnijverheid 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|--|------------------|-----------------|------------|
| Algemene, burgerlijke en utiliteitsbouw en projectontwikkeling | 81 | 87 | -6 |
| Grond-, water- en wegenbouw (geen grondverzet) | 4 | 5 | -1 |
| Gespecialiseerde werkzaamheden in de bouw | 56 | 67 | -11 |
| Eindtotaal | 141 | 159 | -18 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Bij het bekijken van tabellen 7 tot en met 9 valt verder op dat de grootste sector groot- en detailhandel de laatste jaren maar blijft groeien in het totaal aantal vestigingen. Ook het migratiesaldo in deze sector is positief. De sector heeft echter niet ieder jaar een positief migratiesaldo gehad. In tabel 11 is een meer gedetailleerd beeld te zien van de bedrijfsmigratie in deze sector. Wat opvalt is dat niet alle deelsectoren een positief migratiesaldo hebben. Er zijn in de laatste jaren veel meer vestigingen van groothandel en handelsbemiddeling Zaanstad ingekomen, dan dat er uit zijn gegaan. De andere twee sectoren kennen juist een negatief migratiesaldo. Bij meer gedetailleerde kijk op deze deelsectoren viel op dat van veel verschillende typen groothandels, inderdaad meer bedrijven naar Zaanstad gekomen zijn dan dat er zijn vertrokken. Bij detailhandel viel op dat bedrijven in detailhandel via postorder en internet, wel beduidend meer naar Zaanstad verhuizen dan dat er uit Zaanstad vertrekken.

Tabel 11: Bedrijfsmigratie sector Groot- en Detailhandel 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|--|------------------|-----------------|-----------|
| Handel in en reparatie van auto's, motorfietsen en aanhangers | 12 | 14 | -2 |
| Groothandel en handelsbemiddeling (niet in auto's en motorfietsen) | 74 | 49 | 25 |
| Detailhandel (niet in auto's) | 63 | 70 | -7 |
| Eindtotaal | 149 | 133 | 16 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Verder valt aan tabellen 7 tot en met 9 op dat de sector specialistische zakelijke diensten sterk is gegroeid in het aantal vestigingen. Deze sector behoort tot één van de grootste. Over de jaren 2010 tot en met 2014 kent deze sector ook een positief migratiesaldo. Toch is niet in ieder jaar het migratiesaldo positief geweest. Het saldo schommelt nog al per jaar. In tabel 12 is een meer gedetailleerde weergave van de bedrijfsmigratie in deze sector te zien. Alleen de deelsector rechtskundige dienstverlening, accountancy, belastingadviesgeving en administratie kent een negatief migratiesaldo. Vooral organisatie adviesbureaus zijn hiervoor verantwoordelijk. Van dit type bedrijven zijn er een aantal van 35 Zaanstad binnengekomen terwijl er 48 vertrokken. De overige migratiesaldi in de sector zijn positief. Dit op veterinaire dienstverlening na. In deelsector industrieel ontwerp en vormgeving, fotografie, vertaling en overige consultancy, is het verschil tussen binnenkomende en verlatende bedrijven het grootst in positieve zin.

Tabel 12: Bedrijfsmigratie sector Specialistische Zakelijke Diensten 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|---|------------------|-----------------|-----------|
| Rechtskundige dienstverlening, accountancy, belastingadviesgeving en administratie | 16 | 23 | -7 |
| Holdings (geen financiële), conerndiensten binnen eigen concern en managementadviesgeving | 56 | 54 | 2 |
| Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies; keuring en controle | 22 | 18 | 4 |
| Speur- en ontwikkelingswerk | 3 | 1 | 2 |
| Reclame en marktonderzoek | 39 | 36 | 3 |
| Industrieel ontwerp en vormgeving, fotografie, vertaling en overige consultancy | 37 | 30 | 7 |
| Veterinaire dienstverlening | 0 | 1 | -1 |
| Eindtotaal | 173 | 163 | 10 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

De sector Informatie en communicatie kent in relatieve zin de meeste migratiedynamiek. Deze sector is in de afgelopen jaren ook sterk gegroeid in het totale aantal vestigingen. Het migratiesaldo van de afgelopen jaren is positief. Dit was echter niet ieder jaar het geval. Tabel 13 geeft een meer gedetailleerde weergave van de bedrijfsmigratie binnen deze sector. Te zien is dat vooral voor de deelsector dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatietechnologie geldt dat er meer van dit type bedrijven naar Zaanstad verhuizen dan dat er uit Zaanstad vertrekken. Vooral bedrijven in ontwikkelen, produceren en uitgeven van software en bedrijven in adviesgeving op gebied van informatietechnologie, komen in grotere aantallen Zaanstad binnen, dan dat er Zaanstad verlaten.

Tabel 13: Bedrijfsmigratie sector Informatie en Communicatie 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|--|------------------|-----------------|----------|
| Uitgeverijen | 4 | 4 | 0 |
| Productie en distributie van films en televisieprogramma's; maken en uitgeven van geluidsopnamen | 15 | 12 | 3 |
| Telecommunicatie | 2 | 3 | -1 |
| Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatietechnologie | 45 | 38 | 7 |
| Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatie | 5 | 5 | 0 |
| Eindtotaal | 71 | 62 | 9 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

De sector financiële dienstverlening is ook een opvallende, wanneer gekeken wordt naar tabellen 7 tot en met 9. Te zien is dat het totaal aantal vestigingen in deze sector zeer sterk is gedaald de afgelopen jaren. Het migratiesaldo is dan ook negatief. Het gaat echter om een klein saldo van slechts -3. Ook valt op dat deze sector relatief gezien een lage dynamiek kent. Tabel 14 geeft een meer gedetailleerde weergave van de bedrijfsmigratie in deze sector. Opvallend is dat er nog al verschil te zien is in de migratie in deze twee deelsectoren. Van financiële instellingen (geen verzekeringen en pensioenfondsen), vertrekken er beduidend meer uit Zaanstad dan dat er binnen komen. Voor bedrijven in overige financiële dienstverlening is dit andersom.

Tabel 14: Bedrijfsmigratie sector Financiële Dienstverlening 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|---|------------------|-----------------|-----------|
| Financiële instellingen (geen verzekeringen en pensioenfondsen) | 16 | 23 | -7 |
| Overige financiële dienstverlening | 9 | 5 | 4 |
| Eindtotaal | 25 | 28 | -3 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 - 2013

Uit de tabellen 7 tot en met 9 valt nog op te maken dat de sector verhuur roerend goed en overige zakelijke diensten in relatieve zin een grote dynamiek heeft. Ook is te zien dat de sector een negatief migratiesaldo kent en qua totaal aantal vestigingen toch is gegroeid. Tabel 15 geeft een meer gedetailleerd beeld van de bedrijfsmigratie in deze sector. Te zien is dat de meeste dynamiek in de deelsector facility management, reiniging en landschapsverzorging zit. Op deze deelsector is nog dieper ingegaan. Gebleken is dat bedrijven in interieurreiniging van gebouwen voornamelijk voor dit negatieve saldo zorgen. Hiervan zijn er 18 Zaanstad binnengekomen terwijl er 30 de gemeente hebben verlaten.

Tabel 15: Bedrijfsmigratie sector Verhuur roerend goed en Overige zakelijke diensten 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo | |
|--|------------------|-----------------|-----------|------------|
| Verhuur en lease van auto's, consumentenartikelen, machines en overige roerende goederen | | 6 | 6 | 0 |
| Arbeidsbemiddeling, uitzendbureaus en personeelsbeheer | | 15 | 14 | 1 |
| Reisbemiddeling, reisorganisatie, toeristische informatie en reserveringsbureaus | | 7 | 4 | 3 |
| Beveiliging en opsporing | | 4 | 3 | 1 |
| Facility management, reiniging en landschapsverzorging | | 28 | 41 | -13 |
| Overige zakelijke dienstverlening | | 5 | 7 | -2 |
| Eindtotaal | | 65 | 75 | -10 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Uit de tabellen 7 tot en met 9 kan nog worden opgemaakt dat de sector gezondheids- en welzijnszorg gegroeid is in het totaal aantal vestigingen. Ook kent de sector in de afgelopen jaren een positief migratiesaldo. De dynamiek in de sector is gemiddeld. Tabel 16 geeft een meer gedetailleerd beeld van de migratiedynamiek in deze sector. Te zien is dat vooral bedrijven in de deelsector maatschappelijke dienstverlening zonder overnachting zich meer in Zaanstad vestigen dan dat er uit Zaanstad verhuizen. Deze deelsector is in grote mate verantwoordelijk voor het positieve migratiesaldo.

Tabel 16: Bedrijfsmigratie sector Gezondheids- en Welzijnszorg 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|--|------------------|-----------------|----------|
| Gezondheidszorg | 34 | 32 | 2 |
| Verpleging, verzorging en begeleiding met overnachting | 1 | 1 | 0 |
| Maatschappelijke dienstverlening zonder overnachting | 14 | 7 | 7 |
| Eindtotaal | 49 | 40 | 9 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Tot slot valt in de tabellen 7 tot en met 9 nog één opvallende sector te zien. Namelijk de sector overige dienstverlening. Het totaal aantal vestigingen in deze sector is de afgelopen jaren gegroeid. Het migratiesaldo over dezelfde jaren is echter negatief. De dynamiek in deze sector is relatief gezien aan de lage kant. Tabel 17 geeft een meer gedetailleerde weergave van de bedrijfsmigratie in deze sector. Te zien is dat wellness en overige dienstverlening; uitvaartbranche, de meeste dynamiek kent. In de laatste jaren zijn er meer bedrijven in deze sector vertrokken uit Zaanstad dan dat er naar Zaanstad toe verhuisd zijn. Voor bedrijven in reparatie van computers en consumentenartikelen is dit andersom. De migratiedynamiek in deze deelsector is wel een stuk lager.

Tabel 17: Bedrijfsmigratie sector Overige Dienstverlening

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|--|------------------|-----------------|-----------|
| Levensbeschouwelijke en politieke organisaties, belangen- en ideële organisaties, hobbyclubs | 0 | 3 | -3 |
| Reparatie van computers en consumentenartikelen | 8 | 3 | 5 |
| Wellness en overige dienstverlening; uitvaartbranche | 28 | 37 | -9 |
| Eindtotaal | 36 | 43 | -7 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad

4.5 Gedetailleerde Bedrijfsmigratie Speerpunten Gemeente

De voedingsmiddelen- en maakindustrie worden als motor van de Zaanse economie beschreven (ESV Gemeente Zaanstad, 2012). In de tabellen 7 tot en met 9 is te zien dat deze sector de laatste jaren licht is gegroeid in het aantal vestigingen, dat het in deze periode een positief migratiesaldo kent en dat de migratiedynamiek relatief laag is. In tabel 18 wordt er dieper ingegaan op de migratiedynamiek binnen deze belangrijke sector. Te zien is dat de deelsector voedingsmiddelen in balans is qua bedrijfsmigraties. In de jaren 2010 tot en met 2013 zijn er 3 bedrijven in deze sector vertrokken, terwijl er ook drie naar Zaanstad zijn verhuisd. Eén van de doelen binnen het speerpunt is het aantrekken van nieuwe werkgelegenheid (ESV Gemeente Zaanstad, 2012). Een positief migratiesaldo binnen deze sector is dan ook gewenst. Dit is in de afgelopen jaren echter nog niet het geval. Verder valt op dat twee bedrijven in houtbewerking en artikelen van hout zijn vertrokken, terwijl er geen nieuwe bedrijven van dit type gekomen zijn. Ook zijn er acht bedrijven in producten van metaal vertrokken en kwamen daar slechts vijf bedrijven voor terug.

Tabel 18: Bedrijfsmigratie sector Industrie 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|---|------------------|-----------------|----------|
| Voedingsmiddelen | 3 | 3 | 0 |
| Dranken | 1 | 1 | 0 |
| Textiel | 1 | 0 | 1 |
| Kleding | 1 | 0 | 1 |
| Houtbewerking en artikelen van hout | 0 | 2 | -2 |
| Drukkerijen en reproductie van oude media | 8 | 8 | 0 |
| Chemische producten | 1 | 0 | 1 |
| Rubber en Kunststof | 0 | 1 | -1 |
| Overige niet-metaalhoudende minerale producten | 2 | 1 | 1 |
| producten van metaal | 5 | 8 | -3 |
| computers en elektronische en optische apparatuur | 2 | 1 | 1 |
| elektrische apparatuur | 2 | 1 | 1 |
| overige machines en apparaten | 2 | 2 | 0 |
| overige transportmiddelen | 1 | 1 | 0 |
| meubels | 10 | 9 | 1 |
| overige goederen | 5 | 1 | 4 |
| reparatie installatie machines en apparaten | 3 | 2 | 1 |
| Eindtotaal | 47 | 41 | 6 |

Bron: Dynamiek Gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Eén van de andere speerpunten is de logistieke sector. Ook hier is het aantrekken van meer werkgelegenheid een doel in het beleid (ESV Gemeente Zaanstad, 2012). In de tabellen 7 tot en met 9 is te zien dat de sector vervoer en opslag in de laatste jaren is gegroeid qua totaal aantal vestigingen. Ook heeft de sector een positief migratiesaldo over de periode 2010 tot en met 2013. Vervoer en opslag kent ook een hoge migratiedynamiek. In tabel 19 wordt meer gedetailleerd ingegaan op de bedrijfsmigratie in deze sector. Te zien is dat de sector opslag en dienstverlening voor vervoer en de sector post en koeriers een positief migratiesaldo kennen. Bij post en koeriers kan dit verklaard worden door 23 koeriers naar Zaanstad verhuisd zijn terwijl er 10 vertrokken. Bij opslag en dienstverlening voor vervoer kan dit voornamelijk verklaard worden door het vestigen van vier expediteurs, cargodoors, bevrachters en andere tussenpersonen in het goederenvervoer.

Tabel 19: Bedrijfsmigratie sector Vervoer en opslag 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|--|------------------|-----------------|-----------|
| Vervoer over land | 17 | 17 | 0 |
| Vervoer over water | 2 | 2 | 0 |
| Opslag en dienstverlening voor vervoer | 5 | 0 | 5 |
| Post en Koeriers | 23 | 10 | 13 |
| Eindtotaal | 47 | 29 | 18 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 - 2013

Binnen het speerpunt toerisme is het aantrekken van meer toeristische en zakelijke bezoekers één van de doelen. Het stimuleren van vestiging en ontwikkeling van toeristische voorzieningen is hier aan van de middelen (ESV Gemeente Zaanstad, 2012). Horeca kan hier een belangrijke rol in spelen. In tabel 20 is een meer gedetailleerd beeld te zien van de bedrijfsmigratie in de sector horeca. Te zien is dat logiesverstrekking weinig dynamiek kent. Het migratiesaldo is in balans. De deelsector eet- en drinkgelegenheden kent een grotere dynamiek en heeft een positief migratiesaldo van 10. Bij een nog diepere blik in de sector is duidelijk geworden dat vooral bedrijven als cafetaria's, lunchrooms, snackbars en eetkramen en dergelijke verantwoordelijk zijn voor het positieve saldo. Een aantal van 10 van dit soort bedrijven verhuisde naar Zaanstad terwijl er slechts 3 vertrokken.

Tabel 20: Bedrijfsmigratie sector Horeca 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|---------------------------|------------------|-----------------|-----------|
| Logiesverstrekking | 2 | 2 | 0 |
| Eet- en drinkgelegenheden | 21 | 11 | 10 |
| Eindtotaal | 23 | 13 | 10 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 - 2013

Het laatste speerpunt van de gemeente Zaanstad is de creatieve sector (ESV Gemeente Zaanstad, 2012). Creatieve bedrijvigheid kan onder verschillende sectoren vallen. Het is daarom moeilijk om ontwikkeling hierin in kaart te brengen. Bij de sector cultuur, sport en recreatie viel echter iets op. In meer gedetailleerd beeld van de bedrijfsmigratie in deze sector is te zien in tabel 21. Bedrijven in de deelsector kunst verhuisde in veel grotere mate naar de gemeente Zaanstad, dan dat er uit de gemeente vertrokken. Nu is kunst slechts een onderdeel van de creatieve sector. Veel creatieve bedrijvigheid valt namelijk onder zakelijke dienstverlening.

Tabel 21: Bedrijfsmigratie sector Cultuur, sport en recreatie

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|--|------------------|-----------------|-----------|
| Kunst | 74 | 48 | 26 |
| Culturele uitleencentra, openbare archieven, musea, dieren- en plantentuinen, natuurbehoud | 0 | 1 | -1 |
| Loterijen en kansspelen | 3 | 2 | 1 |
| Sport en recreatie | 4 | 11 | -7 |
| Eindtotaal | 81 | 62 | 19 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 - 2013

4.6 Bedrijfsmigratie Eénpitters, MKB en Grote bedrijven

Eerder is al duidelijk geworden dat in de jaren 2010 tot en met 2013 een aantal van 957 bedrijven naar Zaanstad toe is verhuisd, terwijl er in deze jaren een aantal van 899 bedrijven is vertrokken. Een positief migratiesaldo van 58. In tabel 22 is te zien dat veruit het grootste deel van de migrerende vestigingen, bedrijven zijn met één werkplaats. Deze worden als éénpitter beschreven. De bedrijven met werkplaatsen tussen de twee en vijftig worden als MKB beschreven. Deze kennen na de éénpitters de meeste migratie. De laatste groep is de groep met 51 of meer werkplaatsen. Deze wordt als groot beschreven en kent de minste migratie.

Tabel 22: Bedrijfsmigratie naar aantal wp 2010 - 2013

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo | Dynamiek% |
|---------------|---------------|--------------|-----------|-------------|
| 1 wp | 734 | 683 | 51 | 10,3% |
| 2-50 wp | 218 | 214 | 4 | 5,9% |
| 51+ wp | 5 | 2 | 3 | 2,6% |
| Totaal | 957 | 899 | 58 | 8,7% |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

In tabel 23 is het totale aantal vestigingen in het jaar 2013 te zien. Dit in dezelfde onderverdeling van éénpitters, MKB en grote bedrijven. Om een beeld te krijgen van de relatieve omvang van de migratiedynamiek voor de verschillende bedrijfsklassen, is een extra kolom toegevoegd in tabel 22. Hierin is voor elk van de drie klassen het aantal uit Zaanstad vertrokken en naar Zaanstad verhuisde vestigingen bij elkaar opgeteld en gedeeld door twee. Deze gemiddeldes zijn als percentage van het totaal aantal vestigingen in de betreffende klasse in het jaar 2013 uitgedrukt. Te zien is dat relatief gezien de éénpitters de meeste migratiedynamiek kennen, gevolgd door de Midden- en kleinbedrijven en tot slot de grote bedrijven.

Tabel 23: Bedrijfsvestigingen naar aantal wp 2013

| | Vestigingen | Percentage van totaal |
|------------------|--------------|-----------------------|
| 1 wp | 6869 | 64,6% |
| 2-50 wp | 3633 | 34,1% |
| 51+ wp | 133 | 1,3% |
| Totaal wp | 10635 | 100% |

Bron: Vestigingsregister gemeente Zaanstad, 2013

In tabel 24 is voor zowel de éénpitters, de midden- en kleinbedrijven als de grote bedrijven, de migratiesaldi voor de verschillende sectoren weergegeven. Deze zijn in de tabel naast elkaar gezet. Zo kan per sector duidelijk worden in welke mate de éénpitters, midden- en kleinbedrijven en grote bedrijven, verantwoordelijk zijn voor het totale migratiesaldo.

Tabel 24: Bedrijfsmigratiesaldi per wp-klasse 2010 - 2013

| | 1 wp | 2-50 wp | 50+ wp | Totaal |
|---------------------------------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Landbouw, Bosbouw en Visserij | 1 | -1 | 0 | 0 |
| Winning Delfstoffen | 1 | 0 | 0 | 1 |
| Industrie | 3 | 3 | 0 | 6 |
| Waterbedrijven en afvalbeheer | 1 | 1 | 0 | 2 |
| Bouwnijverheid | -9 | -8 | -1 | -18 |
| Groot- en Detailhandel | 26 | -10 | 0 | 16 |
| Vervoer en Opslag | 12 | 6 | 0 | 18 |
| Horeca | 4 | 6 | 0 | 10 |
| Informatie en Communicatie | 6 | 3 | 0 | 9 |
| Financiële Dienstverlening | -9 | 6 | 0 | -3 |
| Verhuur en Handel Onroerend Goed | 1 | -1 | 0 | 0 |
| Specialistische Zakelijke Diensten | -8 | 14 | 4 | 10 |
| Verhuur en overige Zakelijke Diensten | -5 | -5 | 0 | -10 |
| Onderwijs | -4 | 0 | 0 | -4 |
| Gezondheids- en Welzijnszorg | 4 | 5 | 0 | 9 |
| Cultuur, Sport en Recreatie | 26 | -7 | 0 | 19 |
| Overige Dienstverlening | 1 | -8 | 0 | -7 |
| Eindtotaal | 51 | 4 | 3 | 58 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Een opvallende sector is groot en detailhandel. In deze sector komen beduidend meer éénpitters Zaanstad binnen dan dat er Zaanstad uit gaan. Terwijl dit bij midden- en kleinbedrijven andersom is. Voor de sector cultuur, sport en recreatie geldt hetzelfde. Bij de sectoren financiële dienstverlening en specialistische zakelijke diensten is het omgekeerde het geval. Beduidend meer éénpitters in deze sector verlaten Zaanstad, dan dat er Zaanstad binnen komen, terwijl bij midden- en kleinbedrijven dit andersom geldt. Verder is bij specialistische zakelijke diensten het migratiesaldo van grote bedrijven opvallend. Met een positief saldo van 4, is deze veruit de grootste.

4.7 Bedrijfsmigratie per terrein/locatie

In tabel 25 is per bedrijventerrein of bedrijvenlocatie te zien hoe de bedrijfsmigratiesaldi er uit zien voor de jaren 2007 tot en met 2012. De locaties met de meeste migratiedynamiek zijn Achtersluispolder, Molletjesveer, Noorderveld, Westerspoor-Zuid en Zaandam-Centrum. Naar de drie eerstgenoemde locaties verplaatsen beduidend meer bedrijven dan dat er vanaf die locaties vertrekken. Voor Westerspoor-Zuid en Zaandam-Centrum geldt het omgekeerde. Vooral bij Westerspoor-Zuid is dit negatieve migratiesaldo erg hoog.

Tabel 25: Bedrijfsmigratie per bedrijventerrein/locatie 2007 - 2012

| | Naar Zaanstad | Uit Zaanstad | Saldo |
|----------------------------------|---------------|--------------|------------|
| Achtersluispolder | 76 | 56 | 20 |
| Aris van Broekweg | 1 | 1 | 0 |
| Assendelft-Noord | 5 | 7 | -2 |
| Breedweer | 3 | 2 | 1 |
| Diederik Sonoyweg | 0 | 2 | -2 |
| Hembrugterrein | 6 | 3 | 3 |
| Honig | 2 | 0 | 2 |
| Hoogtij | 3 | 0 | 3 |
| Houthavenkade | 1 | 0 | 1 |
| Inverdand-West | 8 | 9 | -1 |
| Kogerveld-midden | 14 | 10 | 4 |
| Kogerveld-noord | 0 | 1 | -1 |
| Kogerveld-zuid | 18 | 14 | 4 |
| Krommenieerpad | 0 | 2 | -2 |
| Krommenie-oost | 6 | 3 | 3 |
| Molletjesveer | 40 | 28 | 12 |
| Noorddijk | 4 | 4 | 0 |
| Noordeinde | 3 | 0 | 3 |
| Noordervaartdijk | 2 | 2 | 0 |
| Noorderveld | 76 | 55 | 21 |
| Oostzijde | 2 | 3 | -1 |
| Overtuinen | 1 | 1 | 0 |
| Stationsstraat Koog a/d Zaan | 4 | 5 | -1 |
| Tate & Lyle | 10 | 14 | -4 |
| Touwslagerstraat / Prinsenstraat | 2 | 1 | 1 |
| Vennenbuurt | 1 | 1 | 0 |
| Verkade | 6 | 4 | 2 |
| Westerspoor - Zuid | 56 | 90 | -34 |
| Wormerveer-zuid | 5 | 9 | -4 |
| Zaandam-Centrum | 70 | 84 | -14 |
| Zaandammerweg | 1 | 0 | 1 |
| Zuideinde Westzaan | 4 | 6 | -2 |
| Zuiderhout | 24 | 21 | 3 |
| (leeg) | 816 | 849 | -33 |
| Eindtotaal | 1270 | 1287 | -17 |

Bron: Migratieonderzoek gemeente Zaanstad, 2007 – 2012

4.8 Conclusie

De sectoren groot- en detailhandel, specialistische zakelijke diensten en bouwnijverheid zijn veruit de grootste sectoren qua aantal vestigingen in Zaanstad. Ook de gezondheids- en welzijnszorg is vrij groot. Vooral de gezondheidszorg en specialistische zakelijke diensten zijn erg snel gegroeid de afgelopen jaren in het aantal vestigingen. Een sector die ook een opvallend snelle groei in aantal vestigingen kende is informatie en communicatie.

Op het gebied van bedrijfsmigratie presteren veel sectoren goed in Zaanstad. De meeste sectoren kennen een positief migratiesaldo. Informatie en communicatie en specialistische zakelijke diensten presteren ook op dit gebied weer goed. Dit geldt ook de sector vervoer en opslag. De bouwnijverheid en de sector verhuur en overige zakelijke diensten presteren juist slecht op dit gebied. In deze sectoren zijn de laatste jaren beduidend meer bedrijven vertrokken uit Zaanstad dan dat er binnen zijn gekomen. Wanneer gekeken wordt naar de speerpunten van de gemeente lijkt vooral het speerpunt logistiek goed te presteren qua bedrijfsmigratie. Zowel de sector vervoer en opslag als de deelsector groothandel kennen flinke positieve migratiesaldi.

Opvallend is verder dat een zeer groot deel van het totale positieve migratiesaldo verklaard kan worden vanuit de éénpitters. Het migratiesaldo onder deze zelfstandigen is 51. Voor midden- en kleinbedrijven (2-50 werkplaatsen) is dit saldo slechts 4 en voor de grotere bedrijven is het saldo 3. Het migratiesaldo is dus wel voor iedere klasse positief, maar de éénpitters presteren op het gebied van bedrijfsmigratie beduidend beter.

Verder zijn er nog bepaalde locaties binnen Zaanstad die opvallende bedrijfsmigratiesaldi kennen. Perifere bedrijventerreinen als Molletjesveer en Noorderveld kennen grote positieve bedrijfsmigratiesaldi. Ditzelfde geldt voor Achtersluispolder. Het bedrijventerrein Westerspoor-Zuid kent juist een sterk negatief bedrijfsmigratiesaldo. Ook het bedrijfsmigratiesaldo van Zaandam-centrum is sterk negatief.

5 Resultaten: De bedrijfsmigratie van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad in geografische zin voor de jaren 2010 tot en met 2013

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk in kaart gebracht welke buurten de laatste jaren een positief migratiesaldo kennen onder midden- en kleinbedrijven en welke buurten hier juist een negatief migratiesaldo kennen. Ook is duidelijk gemaakt op welke regionale schaal midden- en kleinbedrijven uit en naar Zaanstad vooral verplaatsen. Het type locatie dat een bedrijf verlaat en het type locatie waarop een bedrijf zich nieuw vestigt, zijn hierin ook meegenomen. Voordat hier verder op in wordt gegaan, wordt eerst duidelijk gemaakt om welke redenen het onderzoek zich verder op midden- en kleinbedrijven richt.

5.2 Focus op midden- en kleinbedrijven (2-50 werkplaatsen)

In het theoretisch kader is naar voren gekomen dat de vestigingswensen van éénpitters, ofwel zzp'ers, vaak direct gekoppeld zijn aan de woonwensen van deze mensen. De bedrijfsgerelateerde motieven achter een bedrijfsverplaatsing spelen voor dit type meestal geen rol. Ook is in het theoretisch kader naar voren gekomen dat grote bedrijven vaak veel minder verhuis geneigd zijn. Dit komt overeen met de bevindingen uit hoofdstuk 4. De bedrijven met meer dan vijftig werkplaatsen kenden tussen 2010 en 2013 veruit de minste relatieve dynamiek (tabel 22). Bovendien bevat maar iets meer dan één procent van het totaal aantal vestigingen in Zaanstad, meer dan vijftig werkplaatsen (tabel 23). Mede om deze reden wordt in het verdere onderzoek alleen nog naar midden- en kleinbedrijven gekeken (2 tot 50 werkplaatsen).

In de casebeschrijving in hoofdstuk 3 is duidelijk geworden dat de werkgelegenheid in het MKB de laatste jaren sterk is afgenomen in Zaanstad. Dit terwijl het aantal éénpitters juist een zeer sterke toename kende. De werkgelegenheid onder de grote bedrijven kende slechts een kleine afname (tabel 5). Ook het migratiesaldo in het MKB is voor de jaren 2010 tot en met 2013 beduidend lager dan het saldo bij de éénpitters. Het migratiesaldo van het MKB is wel positief, maar telt slechts 4. Terwijl onder éénpitters een positief migratiesaldo van 51 bestaat voor dezelfde periode (tabel 22). Het MKB presteert in Zaanstad dus beduidend minder. Ook om deze reden is het goed om het verdere onderzoek alleen op het MKB te richten. De éénpitters ontwikkelen zich immers al sterk en bovendien valt daarop weinig invloed uit te oefenen omdat hun vestigingseisen vaak aan de woonwensen gekoppeld zijn. De grote bedrijven zijn vaak heel honkvast omdat deze doorgaans al veel geïnvesteerd hebben in hun locatie. Bovendien bestaat onder deze bedrijven in Zaanstad weinig migratiedynamiek en is slecht 1,3 procent van de bedrijfsvestigingen in Zaanstad een groot bedrijf (meer dan 50 werkplaatsen). Dit blijkt uit tabel 23. Wanneer het onderzoek zich verder op midden- en kleinbedrijven richt, kan uiteindelijk een advies ontstaan over hoe deze bedrijven beter te behouden en beter aan te trekken. Zo kan de afnemende werkgelegenheid in deze klasse wellicht tegen worden gegaan.

Ook is het zo dat bedrijven met twee tot vijftig werkplaatsen bovengemiddeld conjunctuurgevoelig zijn. Dit blijkt uit onderzoek van McKinsey & Company (2014), die zij in samenwerking met het Ministerie van Economische Zaken hebben uitgevoerd. Volgens dit onderzoek is in tijden van recessie, zowel het eigen als het vreemd vermogen zeer beperkt voor bedrijven van dit formaat. In tijden van hoogconjunctuur is dit niet het geval waardoor deze bedrijven dan juist sterk kunnen groeien. In 2015 wordt door het Centraal Planbureau en door de Nederlandsche Bank een economische groei van twee procent verwacht. Voor 2016 wordt zelfs een nog iets hogere groei verwacht. Dit blijkt uit een artikel in de Telegraaf (2015). Deze verwachte economische groei biedt kansen voor de ontwikkeling van de werkgelegenheid voor midden- en kleinbedrijven in Zaanstad. Wellicht ook voor het beter aantrekken en behouden van deze bedrijven.

5.3 Migratiesaldi MKB per buurt in Zaanstad

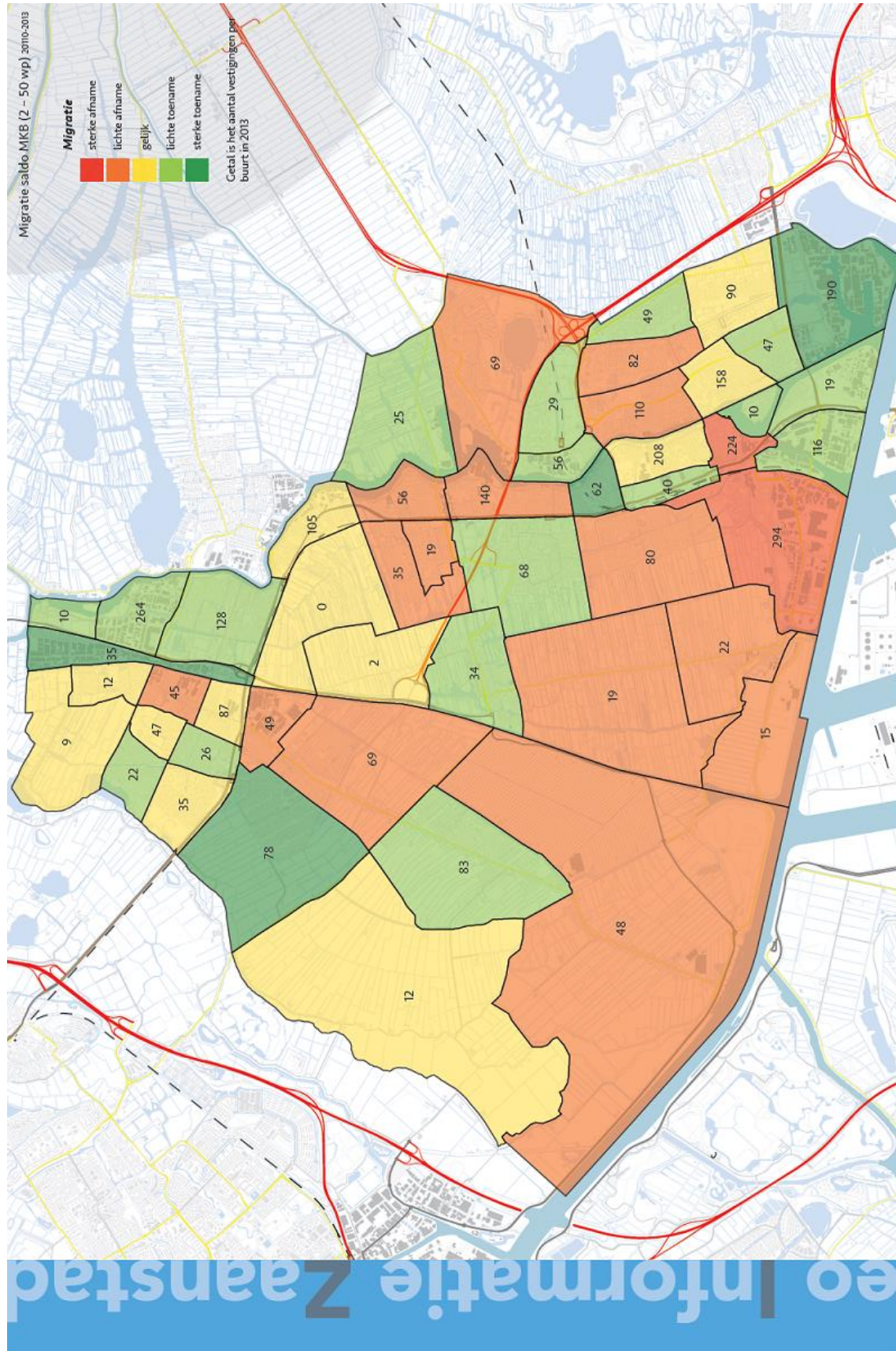
Eerst wordt ingegaan op de migratiesaldi van midden- en kleinbedrijven per buurt in Zaanstad. Hierbij gaat het om de periode 2010 tot en met 2013. Het gemiddelde migratiesaldo voor deze periode is ongeveer nul met een standaardafwijking van 4,6. Hierdoor is een positief migratiesaldo tussen de één en vier als een lichte toename beschreven en een positief saldo van vijf of meer als sterke toename. Een negatief migratiesaldo tussen de -1 en -4 is als een lichte afname beschreven en een negatief saldo van -5 of lager als een sterke afname. Op de het figuur op de volgende pagina (figuur 2) is dit alles zichtbaar. De absolute aantallen geven per buurt het totaal aantal vestigingen aan in het jaar 2013. Zo wordt duidelijk in welke buurten veel bedrijven zitten en in welke niet. De kleur geeft per buurt aan of er sprake is van positief of negatief migratiesaldo voor de periode 2010 tot en met 2013. Te zien is dat vier buurten een sterke groei kende als gevolg van bedrijfsmigratie. Deze hebben een positief migratiesaldo van vijf of meer. In tabel 26 zijn de migratiesaldi en de namen van deze buurten weergegeven. Ook de locatie op de kaart is gemeld.

Tabel 26: Buurten met sterk positief migratiesaldo 2010 t/m 2013

| Buurtnaam | Migratiesaldo 2010 - 2013 | Totaal aantal vestigingen 2013 | Locatie op kaart |
|--------------------------------|---------------------------|--------------------------------|------------------|
| Achtersluispolder | 13 | 190 | meest zuidelijk |
| Industriebuurt (Molletjesveer) | 12 | 135 | meest noordelijk |
| Schilders- en waddenbuurt | 7 | 62 | meest centraal |
| Parkrijk (West-Saendelft) | 6 | 78 | meest westelijk |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 - 2013

Figuur 2: Migratiesaldi MKB per buurt in Zaanstad, 2010 t/m 2013



Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Verder is te zien dat slechts twee buurten een sterk negatief migratiesaldo kende voor de periode 2010 tot en met 2013. Deze kende een negatief migratiesaldo van vijf of lager. In tabel 27 zijn de migratiesaldi en namen van de buurten te zien. Ook wordt de locatie op de kaart beschreven.

Tabel 27: Buurten met sterk negatief migratiesaldo 2010 t/m 2013

| Buurtnaam | Migratiesaldo 2010 - 2013 | Totaal aantal vestigingen 2013 | Locatie op kaart |
|-----------------|---------------------------|--------------------------------|----------------------------|
| Westerspoor | -23 | 294 | meest zuidelijk |
| Russische buurt | -5 | 224 | ten oosten van Westerspoor |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 - 2013

Opvallend is dat een perifeer bedrijventerreinen als Industriebuurt (molletjesveer) goed presteert wat betreft migratiesaldo onder midden en kleinbedrijven. Ook Achtersluispolder presteert opvallend goed. Dit terrein heeft echter een afslag van de snelweg vlakbij, wat wellicht de verklaring kan zijn. In tabel 25 in hoofdstuk 4 is te zien dat wanneer alle bedrijven worden meegenomen deze beide terreinen ook een sterk positief migratiesaldo kennen. Al gaat het bij tabel 25 wel om de periode 2007 tot en met 2012. Blijkbaar zijn dit aantrekkelijke terreinen voor bedrijven om naar toe te verplaatsen. Dat Parkrijk (West-Saendelft) een sterk positief migratiesaldo kent was van te voren te verwachten. Dit gaat om een jonge wijk, waarin de laatste jaren nog steeds veel gebouwd wordt (Gemeente Zaanstad, z.j.). Het is logisch dat er daardoor beduidend meer vestigingen naar de wijk verplaatsen dan dat er uit vertrekken. De wijk is immers groeiende. De schilders- en waddenbuurt is een veel oudere woonwijk. Het is daarom opvallend dat deze een sterk positief migratiesaldo kent.

Het grootste negatieve migratiesaldo voor midden- kleinbedrijven in de periode 2010 tot en met 2013 bestaat in de buurt Westerspoor. In deze buurt zijn in 2013 nog steeds wel de meeste bedrijfsvestigingen te vinden. Toch is de afname met een aantal van 23 als gevolg van bedrijfsmigratie bijna acht procent. Ook in tabel 25 in hoofdstuk 4 kent het bedrijventerrein Westerspoor-Zuid een sterk negatief migratiesaldo. Al gaat het in dat geval om alle bedrijfsvestigingen (niet alleen MKB) en om de periode 2007 tot en met 2012. Toch is zo duidelijk dat van Westerspoor beduidend meer bedrijven vertrekken dan dat er naar toe verplaatsen de laatste jaren. Dit geldt ook zo voor de Russische buurt. Dit is opvallend omdat dit een buurt midden in het centrum van Zaandam betreft. Dit negatieve migratiesaldo valt echter te relativiseren. Het gaat om een afname van vijf. Op een totaal aantal vestigingen in het jaar 2013 van 224, is dit slechts een afname van iets meer dan twee procent als gevolg van bedrijfsverplaatsingen.

5.4 Regionale verplaatsing MKB Zaanstad

Niet alleen is nu duidelijk welke factoren in Zaanstad van invloed zijn op de kans voor bedrijven om te verplaatsen. Ook is in kaart gebracht welke buurten in Zaanstad de afgelopen jaren een migratieoverschot of juist een migratietekort gekend hebben. Het is echter ook belangrijk om te weten waarnaar toe de vertrekkende bedrijven uit Zaanstad verplaatsen en waar de naar Zaanstad toegekomen bedrijven vandaan komen. Zo kan wellicht duidelijk worden op welke regionale schaal Zaanstad zich moet richten bij het aantrekken van bedrijven. Ook kan zo duidelijk worden op welke regionale schaal bepaalde

gemeenten nog als concurrenten van Zaanstad kunnen worden gezien. In het theoretisch kader is al naar voren gekomen dat bedrijven zich doorgaans verplaatsen over korte afstand. In tabel 28 is te zien dat dit ook voor de vertrekkende bedrijven uit Zaanstad zo geldt. Tussen 2010 en 2013 zijn bijna driekwart van de vertrokken bedrijven binnen de metropoolregio Amsterdam gebleven. Ongeveer 37 procent van het totaal betrokken bedrijven vertrok naar Amsterdam zelf. Amsterdam is als gemeente daarmee veruit de grootste bestemming van de betrokken bedrijven. Iets meer dan negentig procent van de betrokken bedrijven bleef binnen de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Flevoland en Utrecht en slechts een kleine tien procent verplaatste over een nog grotere regionale schaal. De gemeente Zaanstad moet dus Amsterdam als de grootste concurrent zien. Ook de gemeenten binnen de metropoolregio Amsterdam zijn sterke concurrenten.

Tabel 28: Verplaatsingen van MKB naar buiten Zaanstad 2010 t/m 2013

| Bestemming | Percentage van totaal | Cumulatief |
|---------------------------------|-----------------------|------------|
| naar Amsterdam | 37,1% | 37,1 |
| Binnen Metropoolregio Amsterdam | 36,1% | 73,2 |
| Binnen NH, ZH, UT, FL | 17,0% | 90,2 |
| naar overig Nederland | 9,8% | 100 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad, 2010 – 2013

Van de midden- en kleinbedrijven die in 2010 tot en met 2013 naar Zaanstad zijn toe verplaatst, is niet bekend in welke gemeente deze bedrijven vóór de verplaatsing gevestigd waren. Dit met uitzondering voor de bedrijven die vanuit Amsterdam naar Zaanstad verplaatst zijn. In de jaren 2010 tot en met 2013 zijn in totaal 218 midden- en kleinbedrijven naar Zaanstad verplaatst. Een aantal van 73 bedrijven daarvan was afkomstig uit Amsterdam. Dit gaat om 33 procent van het totaal aantal naar Zaanstad verplaatste midden- en kleinbedrijven voor die periode. Amsterdam is in die zin dus niet alleen een grote concurrent. Het is ook een belangrijke gemeente waar Zaanstad zich op kan richten bij het aantrekken van bedrijven.

Niet alleen is het belangrijk om duidelijk te maken op welke regionale schaal bedrijven uit Zaanstad vooral verplaatsen, ook is het goed om te zien naar welke typen locaties deze bedrijven vooral vertrekken. Het kan immers denkbaar zijn dat wanneer Zaanstad meer van deze typen locaties binnen de gemeente aanbiedt, het aantal bedrijfsverplaatsingen uit Zaanstad kan worden tegengegaan. Om dit duidelijk te maken zijn databestanden van migratiedynamiek van de gemeente Zaanstad gebruikt. Hierin staan voor de jaren 2012 en 2013 de postcodes van de locaties waarnaartoe de bedrijven verhuisd zijn vanuit Zaanstad genoteerd. Met behulp van Google Maps, is vervolgens gekeken om wat voor type locatie dit voor ieder geval ging. Hierin is geen onderscheid gemaakt tussen bedrijventerreinen en kantorenlocaties. Deze worden beiden als bedrijventerrein gezien. In tabel 29 zijn de uitkomsten weergegeven.

Tabel 29: oude en nieuwe locatie van verplaatste MKB in Zaanstad in 2012 en 2013

| locatie | Aantal vertrokken uit Zaanstad | Aantal gevestigd buiten Zaanstad | |
|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------|
| | | | Zaanstad |
| informele locatie/woonwijk | 50 | | 56 |
| bedrijventerrein langs snelweg | 10 | | 19 |
| bedrijventerrein | 31 | | 11 |
| stadscentrum | 7 | | 7 |
| winkelgebied | 4 | | 7 |
| havengebied | 0 | | 2 |
| Totaal | 102 | | 102 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad 2012 en 2013 + Google Maps

Te zien is dat de meeste bedrijven die uit Zaanstad vertrokken zijn op informele locatie gevestigd waren. Dit is ook logisch omdat veruit het grootste gedeelte van de bedrijven in Zaanstad ook op een informele locatie gevestigd zijn. De opvallende verschillen zijn te zien bij de bedrijventerreinen. Een aantal van 31 van de vertrokken bedrijven in 2012 en 2013 waren gevestigd op een bedrijventerrein in Zaanstad, terwijl van de vertrokken bedrijven zich er slechts 11 op een bedrijventerrein vestigden. Ook vestigden 19 van de vertrokken bedrijven zich op bedrijventerrein langs een snelweg terwijl er slechts 10 bedrijven gevestigd langs een snelweg uit Zaanstad vertrokken. In tabel 30 is per locatie te zien op wat voor nieuwe locatie de verplaatste bedrijven terecht zijn gekomen. Daar valt op dat van de 31 bedrijven vertrokken van een bedrijventerrein in Zaanstad, er slechts 5 op een bedrijventerrein elders terecht zijn gekomen. Negen bedrijven daarvan vertrokken naar een terrein langs een snelweg en 16 daarvan vertrokken naar informele locatie elders. Ook van de bedrijven die op een informele locatie gevestigd waren in Zaanstad, verplaatste er 8 naar een bedrijventerrein langs een snelweg. Dit is blijkbaar een populaire locatie die in Zaanstad wellicht wordt gemist. Voor Zaanstad is in dit geval alleen Achtersluispolder als terrein langs een snelweg gerekend. De overige terreinen liggen immers op meer dan vijf kilometer van de afrit van een snelweg.

Tabel 30: Herkomstlocatie en nieuwe locatie verplaatste MKB in Zaanstad 2012 en 2013

| vertrek locatie in Zaanstad | totaal vertrokken | bestemming buiten Zaanstad | | | | | |
|--------------------------------|-------------------|----------------------------|-------------|--------------------|------------|------------|-----------|
| | | inform loc | Bedrijv ter | bedrijvter snelweg | Stads cent | Winkel geb | Haven geb |
| informele locatie | 50 | 29 | 4 | 8 | 4 | 3 | 2 |
| bedrijventerrein | 31 | 16 | 5 | 9 | 0 | 1 | 0 |
| bedrijventerrein langs snelweg | 10 | 4 | 1 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| stadscentrum | 7 | 6 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| winkelgebied | 4 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3 | 0 |
| havengebied | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Totaal | | 56 | 11 | 19 | 7 | 7 | 2 |

Bron: Dynamiek gemeente Zaanstad 2012 en 2013 + Google Maps

5.5 Conclusie

Als het gaat om de migratiesaldi van midden- en kleinbedrijven per buurt dan is het saldo van Industriebuurt(Molletjesveer) misschien wel de meest opvallende. Deze heeft voor de jaren 2010 tot en met 2013 een positief migratiesaldo van 12 op een totaal van 135 in het jaar 2013. Dit terwijl dit om een zeer perifeer en enigszins verouderd bedrijventerrein gaat. Ook Achtersluispolder kent een opvallend hoog migratiesaldo in deze periode. Dit is echter een veel minder perifeer terrein. Er is daar bovendien een afslag van de snelweg relatief dichtbij. Verder is opvallend dat het terrein waar in 2013 veruit de meeste midden- en kleinbedrijven gevestigd zijn, ook veruit het grootste negatieve migratiesaldo kent. Westerspoor noteert een negatief saldo van 23 op een totaal aantal vestigingen van 294. Deze bevindingen komen overeen met eerder bevindingen uit hoofdstuk 4. Daar ging het weliswaar om de migratiesaldi voor het totaal aantal bedrijven, maar ook daar presteerde Molletjesveer, Achtersluispolder en ook Noorderveld goed, terwijl Westerspoor-Zuid daar ook een groot negatief saldo noteerde.

Een andere conclusie is dat ruim 90 procent van de midden- en kleinbedrijven die Zaanstad de laatste jaren heeft verlaten, binnen de grenzen van de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Flevoland en Utrecht is gebleven. Ruim 73 procent bleef zelfs binnen de metropoolregio Amsterdam. De vertrekkende bedrijven verplaatsen dus doorgaans niet over grote afstand. Dit komt overeen met wat Van Dijk en Pellenburg (2000) stellen in hun studie. Zij stellen dat bedrijven doorgaans verplaatsen over korte afstand omdat ze op die manier hun personeel kunnen behouden. Van de betrokken midden- en kleinbedrijven had 37 procent Amsterdam als bestemming. De gemeente Amsterdam is in die zin een zeer grote concurrent voor de gemeente Zaanstad. Veruit het grootste deel van de midden- en kleinbedrijven die uit Zaanstad vertrokken, vertrokken naar de gemeente Amsterdam. Ook de gemeenten binnen de metropoolregio Amsterdam kunnen als belangrijk concurrenten worden gezien. Slechts een kleine 27 procent verplaatste immers over een grotere afstand.

Tot slot kan geconcludeerd worden dat bedrijventerreinen langs een snelweg een populaire bestemming lijkt te zijn voor midden- en kleinbedrijven die Zaanstad hebben verlaten de laatste jaren. Van de 31 bedrijven die in Zaanstad gevestigd waren op een bedrijventerrein vertrokken er 5 naar een bedrijventerrein buiten Zaanstad en maar liefst 9 naar een terrein buiten Zaanstad langs een snelweg. Ook van de 50 bedrijven die gevestigd waren op een informele locatie in Zaanstad, vertrokken er 8 naar een bedrijventerrein langs een snelweg buiten Zaanstad.

6 Resultaten: factoren van invloed op vertrekkans van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad

6.1 Inleiding

Om goed een advies te kunnen opstellen over het beter behouden of beter aantrekken van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad, moet eerst duidelijk worden of de factoren die volgens de literatuur van invloed zijn op bedrijfsverplaatsingen ook in Zaanstad zo gelden. Hiervoor zijn in het theoretisch kader al hypothesen opgesteld. In hoofdstuk 3 is een operationalisatie weergegeven. Duidelijk is daar geworden hoe de hypothesen getest kunnen worden. De resultaten hiervan worden nu verder gepresenteerd. De hypothesen luiden als volgt:

H1: Er bestaat een negatieve relatie tussen de grootte van een bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad.

H2: Er bestaat een negatieve relatie tussen de leeftijd van een bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad.

H3: Bedrijven in de zakelijke dienstverlening hebben een grotere kans om te vertrekken uit Zaanstad dan bedrijven in overige sectoren.

H4: Bedrijven gevestigd op een informele locatie hebben een grotere kans om te vertrekken uit Zaanstad dan bedrijven gevestigd op een formele locatie.

In hoofdstuk 3 is uitgelegd dat een Cox-regressie gebruikt wordt om de invloed van de verschillende factoren op de vertrekkans voor midden- en kleinbedrijven in Zaanstad te meten. Hierbij gaat het om de periode 2010 tot en met 2013. De uitkomsten van het model zijn te zien in tabel 31. Met behulp van SPSS is de Cox regressie uitgevoerd. De volledige output is te vinden in bijlage 2. In de output is te zien dat 4694 midden- en kleinbedrijven tussen 2010 en 2013 gevestigd zijn geweest in Zaanstad. In die periode zijn in totaal 179 van deze bedrijven uit Zaanstad vertrokken. Vervolgens wordt in de output eerst Block 0 weergegeven. Hierin zijn de variabelen, waarvan verwacht wordt dat deze de vertrekkans beïnvloeden, nog niet toegevoegd. In Block 1 is dit wel het geval. Te zien is dat hierdoor een het model significant is veranderd. De *-2 Log Likelihood* is beduidend lager geworden. Volgens Walters (2009) kunnen de uitkomsten van het model alleen dan geïnterpreteerd worden. Wanneer geen significante verandering had opgetreden was dit niet het geval. De variabelen hadden dan geen of te kort invloed op de vertrekkans van de midden- en kleinbedrijven. In dit geval hebben de variabelen dus wel invloed en kan het model worden geïnterpreteerd.

6.2 Uitkomsten Cox-regressie

6.2.1 Interpretatie van B-waarde en Sig.

Tabel 31, op de volgende pagina, geeft de uitkomsten van de Cox-regressie weer. Allereerst zijn de B-waarden te zien. Volgens Walters (2009) geeft een positieve B-waarde een grotere vertrekans weer en een negatieve B-waarde duidt op een kleinere vertrekans. De Sig. maakt duidelijk of er sprake is van significante invloed. Alleen bij significante invloed kunnen er conclusies worden getrokken over de invloed van de factoren. De significante factoren zijn in te tabel in het groen gemarkeerd. De factoren leeftijd en grootte hebben beide een negatieve B-waarde en hebben ook beide significante invloed. Dit wil zeggen dat wanneer leeftijd toeneemt de vertrekans afneemt. Wanneer de grootte van het bedrijf toeneemt neemt de vertrekans dus ook af.

Bij de factoren sector en locatie geldt dit iets anders. Dit zijn immers categorische variabelen en deze hebben een referentieklassse. In het geval van deze categorische variabelen betekent een negatieve B-waarde een kleinere vertrekans dan de referentieklassse en een positieve B-waarde betekent een grotere vertrekans ten opzichte van de referentieklassse (Walters, 2009). De midden- en kleinbedrijven in de sectoren Informatie en communicatie en specialistische zakelijke diensten hebben dus een grotere kans om te vertrekken dan midden- en kleinbedrijven in de groot- en detailhandel. Midden- en kleinbedrijven in de horeca en gezondheidszorg hebben juist een kleinere kans om te vertrekken dan de midden- en kleinbedrijven in groot- en detailhandel. Bij de factor locatie is te zien dat alleen terreinen kanaalzone significante invloed heeft. Midden- en kleinbedrijven gevestigd in dit gebied hebben een grotere vertrekans dan bedrijven gevestigd op informele locaties in Zaanstad. De B-waarde is immers positief en informele locaties Zaanstad is de referentieklassse.

6.2.2 Interpretatie van Exp(B)

In tabel 31 zijn verder nog de waardes van Exp(B) te zien. Dit kan geïnterpreteerd worden als de voorspelde verandering in de kans op bedrijfsverplaatsing wanneer de factor toeneemt met 1 (Hui Bian, 2014). De Exp(B) van leeftijd is 0,901. Wanneer leeftijd van een midden- en kleinbedrijf in Zaanstad toeneemt met 1 jaar wordt de vertrekans vermenigvuldigd met 0,901. Dat betekent een afname. Deze afname valt volgens Hui Bian (2014) om te rekenen in een percentage. $100 - (100 * \text{Exp}(B))$. In dit geval is dat: $100 - (100 * 0,901) = 9,9\%$. Dit betekent dat wanneer de leeftijd van midden- en kleinbedrijven toeneemt met een jaar, de kans op vertrek afneemt met 9,9%. Hypothese 2 kan daarom worden aangenomen. Er bestaat immers een negatieve relatie tussen de leeftijd van het bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad. In de studie van Brouwer e.a. (2004) werd een licht bewijs gevonden voor een negatief verband tussen leeftijd en de waarschijnlijkheid om te verplaatsen. Ook in dit onderzoek is dit bewijs gevonden. In dit geval zelfs een sterk bewijs.

Tabel 31: Uitkomsten Cox-regressie

| Factor | 95% CI for Exp(B) | | | | |
|---|-------------------|------------------|--------------|--------------|--------------|
| | B | Sig. | Exp(B) | lower | upper |
| Leeftijd | -0,105 | 0,000 *** | 0,901 | 0,875 | 0,927 |
| Grootte (aantal wp) | -0,033 | 0,027 ** | 0,967 | 0,939 | 0,996 |
| Sector (referentie = groot en detailhandel) | | | | | |
| landbouw, bosbouw, visserij | -0,622 | 0,540 | 0,537 | 0,073 | 3,928 |
| industrie, energie, water en afval | 0,142 | 0,660 | 1,152 | 0,613 | 2,166 |
| Bouwnijverheid | 0,426 | 0,105 | 1,532 | 0,915 | 2,565 |
| vervoer en opslag | 0,233 | 0,569 | 1,236 | 0,566 | 2,817 |
| Horeca | -1,441 | 0,047 ** | 0,237 | 0,057 | 0,982 |
| informatie en communicatie | 0,823 | 0,016 ** | 2,277 | 1,169 | 4,438 |
| financiële instellingen | 0,336 | 0,386 | 1,399 | 0,655 | 2,989 |
| verhuur en handel onroerend goed | 0,371 | 0,536 | 1,449 | 0,448 | 4,687 |
| specialistische zakelijke diensten | 0,610 | 0,008 *** | 1,841 | 1,169 | 2,898 |
| verhuur en overige zakelijke diensten | 0,299 | 0,324 | 1,349 | 0,744 | 2,444 |
| openbaar bestuur, overheid en onderwijs | -1,460 | 0,151 | 0,232 | 0,032 | 1,704 |
| gezondheidszorg | -1,078 | 0,024 ** | 0,340 | 0,133 | 0,869 |
| cultuur, sport en recreatie | 0,642 | 0,082 | 1,901 | 0,921 | 3,925 |
| overige dienstverlening | 0,106 | 0,823 | 1,112 | 0,437 | 2,828 |
| Locatie (referentie= Informele locatie Zaanstad) | | | | | |
| Terreinen kanaalzone | 0,543 | 0,004 *** | 1,721 | 1,191 | 2,487 |
| Terreinen Zaanstad-Noord | 0,202 | 0,392 | 1,224 | 0,770 | 1,945 |
| Inverdan (Zaandam centrum) | 0,387 | 0,129 | 1,473 | 0,893 | 2,428 |

Bron: Vestigingenregister en Dynamiek gemeente Zaanstad 2010 t/m 2013 + Bewerking via SPSS

** Significant met een betrouwbaarheid van 95% (Sig.<0.05)

*** Significant met een betrouwbaarheid van 99% (Sig.<0.01)

Ditzelfde percentage kan ook worden berekend voor de factor grootte. Ook in dit geval neemt de vertrekans af, wanneer het aantal werkplaatsen toeneemt. Het percentage waarmee de kans afneemt is: $100 - (100 * 0,967) = 3,3\%$. Dit betekent dat wanneer het aantal werkplaatsen van een midden- en kleinbedrijf toeneemt met één, de kans op vertrek afneemt met 3,3%. Hypothese 1 kan daarom worden aangenomen. Er bestaat immers een negatieve relatie tussen de grootte van het bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad. In de studie van Brouwer e.a. (2004) werd al een significant negatief verband gevonden tussen de grootte van een bedrijf en de waarschijnlijkheid om te verplaatsen. Ook in dit onderzoek is dit verband dus aangetoond.

Omdat de factoren sector en locatie categorische variabelen zijn moet ook de Exp(B) hier anders worden geïnterpreteerd. Hier geldt dat de Exp(B)-waarde van een bepaalde klasse aangeeft hoe veel maal de vertrekans groter of kleiner is dan de referentieklass. Wanneer de Exp(B)-waarde lager ligt dan 1 is deze kans kleiner en wanneer de Exp(B)-waarde hoger ligt dan 1 is de kans groter (Hui Bian, 2014).

Kijkende naar de factor sector valt op dat slechts vier van alle onderscheiden sectoren significant zijn. Alleen over deze sectoren kunnen dan ook conclusies worden getrokken over het verschil in vertrekans ten opzichte van de referentieklassse. De vertrekans voor midden- en kleinbedrijven in de sector horeca is 0,237 maal de vertrekans voor midden- en kleinbedrijven in groot- en detailhandel. De Exp(B)-waarde is immers 0,237. De vertrekans voor midden- en kleinbedrijven in de horeca ligt dus beduidend lager. De vertrekans voor midden- en kleinbedrijven in de gezondheidszorg is 0,340 maal de vertrekans van midden- en kleinbedrijven in de groot- en detailhandel. Ook bedrijven in deze sector hebben dus een beduidend lagere kans te vertrekken dan bedrijven in de referentieklassse. De kans is wel iets minder klein dan die voor midden- en kleinbedrijven in de horeca.

De vertrekans voor midden- en kleinbedrijven in de sector specialistische zakelijke diensten is 1,841 maal de vertrekans van midden- en kleinbedrijven in de sector groot- en detailhandel. De vertrekans voor bedrijven in de zakelijke dienstverlening ligt dus beduidend hoger. Er is echter één sector die een nog grotere vertrekans heeft ten opzichte van de referentieklassse. Dit is de sector informatie en communicatie. De vertrekans van midden- en kleinbedrijven in deze sector is 2,278 maal de vertrekans van midden- en kleinbedrijven in de groot- en detailhandel. In de studie van RPB (2007) werd aangetoond dat bedrijven in de zakelijke dienstverlening de grootste kans hebben te verplaatsen. Ook in dit onderzoek is dit bewijs gevonden. Midden- en kleinbedrijven in de specialistische zakelijke diensten hebben een grotere vertrekans dan alle andere onderscheiden sectoren. Dit op de sector informatie en communicatie na. Hypothese 3 kan echter wel worden aangenomen. Dit met de kanttekening dat midden- en kleinbedrijven in de sector informatie en communicatie en nog hogere vertrekans hebben.

Kijkende naar de factor locatie valt op dat slechts één van de onderscheiden klassen significant is. Dit is terreinen kanaalzone. De vertrekans voor midden- en kleinbedrijven gevestigd op deze terreinen is 1,715 maal de vertrekans van midden- en kleinbedrijven gevestigd op een informele locatie in Zaanstad. De bedrijven gevestigd op deze terreinen hebben dus een grotere kans te verplaatsen dan de bedrijven gevestigd op informele locaties in Zaanstad. Ook bij de overige onderscheiden klassen voor de factor locatie zijn de Exp(B)-waarden boven 1. Dit duidt op een grotere kans op verplaatsing dan de referentieklassse. Deze zijn echter niet significant. Hier zijn dan ook geen conclusies aan verbonden. Wel is duidelijk dat hypothese 4 moet worden verworpen. Alleen voor de formele locatie terreinen kanaalzone is een significante invloed gevonden. Hier is het echter zo dat juist de bedrijven gevestigd op de formele locatie een grotere kans hebben om te verplaatsen en niet andersom zoals verwacht werd. Uit de studies van Olden (2010) en van Louw e.a. (2004) bleek immers dat bedrijven gevestigd op een formele locatie een lagere waarschijnlijkheid hebben om te verplaatsen dan bedrijven gevestigd op een informele locatie. In dit onderzoek is deze uitkomst niet gevonden. Het tegenovergestelde is juist gevonden voor midden- en kleinbedrijven gevestigd op de terreinen in de kanaalzone. Deze hebben een grotere vertrekans dan bedrijven gevestigd op een informele locatie in Zaanstad.

6.3 Conclusie

Voor alle midden- en kleinbedrijven die tussen 2010 en 2013 gevestigd zijn geweest in Zaanstad geldt dat leeftijd de meeste invloed heeft gehad op vertrekans van deze bedrijven. Hoe ouder het bedrijf des te kleiner de vertrekans. Wanneer leeftijd toeneemt met één jaar geldt immers een afname in de vertrekans van 9,9%. Ook de factor grootte heeft invloed op de vertrekans. Ook hier geldt een negatieve relatie. Des te groter het bedrijf, des te kleiner de vertrekans. Deze invloed is echter beduidend minder dan bij de factor leeftijd. Wanneer grootte van het bedrijf toeneemt met één werkplaats, neemt de vertrekans immers af met 3,3%. Hypothesen 1 en 2 zijn om deze redenen aangenomen.

Bij de factor sector zijn vier sectoren met significante invloed gevonden. Midden- en kleinbedrijven in de gezondheidszorg en horeca hebben een beduidend lagere vertrekans dan midden- en kleinbedrijven in groot- en detailhandel. Midden- en kleinbedrijven in de specialistische zakelijke diensten hebben een beduidend grotere vertrekans. Hypothese 3 is dan ook aangenomen. Daarbij moet echter vermeld worden dat midden- en kleinbedrijven in de informatie en communicatie een nog grotere vertrekans hebben dan midden- en kleinbedrijven in groot- en detailhandel.

Bij de factor locatie is alleen gevonden dat midden- en kleinbedrijven gevestigd op de terreinen in de kanaalzone een grotere vertrekans hebben dan midden- en kleinbedrijven gevestigd op informele locaties in Zaanstad. Verwacht werd echter dat bedrijven gevestigd op formele locaties een kleinere vertrekans hebben. Dit werd niet gevonden en hypothese 4 is daarom verworpen. De andere onderscheiden klassen in de factor locatie zijn niet significant. Hierover kunnen dus geen uitspraken worden gedaan over het verschil in vertrekans.

Tabel 32: Aangenomen en verworpen Hypothesen

| | |
|---|------------|
| <i>H1: Er bestaat een negatieve relatie tussen de grootte van een bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad.</i> | Aangenomen |
| <i>H2: Er bestaat een negatieve relatie tussen de leeftijd van een bedrijf en de kans op vertrek uit Zaanstad.</i> | Aangenomen |
| <i>H3: Bedrijven in de zakelijke dienstverlening hebben een grotere kans om te vertrekken uit Zaanstad dan bedrijven in overige sectoren.</i> | Aangenomen |
| <i>H4: Bedrijven gevestigd op een informele locatie hebben een grotere kans om te vertrekken uit Zaanstad dan bedrijven gevestigd op een formele locatie.</i> | Verworpen |

Bron: Voorliggend onderzoek, 2015

7 Resultaten: Vertrek-, vestigings- en blijfmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad

7.1 Inleiding

Voordat in wordt gegaan op de vertrek-, vestigings- en blijfmotieven van de geïnterviewde midden- en kleinbedrijven, wordt eerst duidelijk gemaakt hoe tot de selectie van bedrijven is gekomen die zijn benaderd voor een interview. Uit de conclusies in hoofdstuk 4 is gebleken dat vooral de sectoren specialistische zakelijke diensten en informatie en communicatie sterke positieve migratiesaldo noteerden de laatste jaren. Ook is daar gebleken dat deze sectoren de laatste jaren sterk zijn gegroeid in de werkgelegenheid. Deze twee sectoren lijken daarom kansrijke sectoren voor Zaanstad. In de casebeschrijving is naar voren gekomen dat de industriële sector in Zaanstad nogal oververtegenwoordigd is en de zakelijke dienstensector juist ondervertegenwoordigd. De groei van kennisintensieve bedrijvigheid blijft in Zaanstad achter op de gemiddelde groei hiervan in de metropoolregio Amsterdam. Verder is in Hoofdstuk 6 geconcludeerd dat midden- en kleinbedrijven in de specialistische zakelijke diensten en informatie en communicatie een grotere vertrek kans hebben dan deze bedrijven in andere sectoren. Ook hieruit blijkt dat in deze sectoren veel dynamiek bestaat. Zaanstad wil een meer gedifferentieerde economie creëren. Het aantrekken en/of beter behouden van kennisintensieve bedrijvigheid kan hierbij helpen. Om al deze redenen zijn voor de interviews voornamelijk bedrijven benaderd uit de specialistische zakelijke dienstensector en uit de sector informatie en communicatie. Ook zijn nog bedrijven uit de maakindustrie en de logistieke sector benaderd. In de casebeschrijving komt immers ook naar voren dat de maakindustrie van origine en nog steeds de motor van de Zaanse economie is. Deze sector blijft daarom ook kansen bieden. De logistieke sector is sterk aan de deze industrie gekoppeld, waardoor ook deze belangrijk blijft. Bovendien valt in hoofdstuk 4 te zien dat ook in de sector vervoer en opslag en in de deelsector groothandel, sterk positieve migratiesaldo bestaan in Zaanstad. Vandaar dat ook bedrijven in deze sectoren nog mee worden genomen in de selectie van midden- en kleinbedrijven die zijn benaderd voor een interview. Zo kunnen de resultaten van interviews wellicht bijdragen aan het meer differentiëren van de Zaanse economie en tegelijk ook aan het blijven ontwikkelen van de bestaande sterke punten van deze economie.

7.2 Vertrekmotieven van Midden- en kleinbedrijven in Zaanstad

In deze paragraaf wordt eerst ingegaan op de vertrekmotieven van uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven. De vestigings- en blijfmotieven worden later behandeld. De belangrijkste vertrekmotieven voor midden- en kleinbedrijven die betrokken zijn uit Zaanstad hebben te maken met ruimtegebrek. Meerdere respondenten hebben aangegeven de oude locatie te hebben moeten verlaten omdat deze te klein werd. Onderstaande citaten zijn hier voorbeelden van:

“Bedrijf is in Assendelft opgestart, gewoon in een woning aan huis. Wegens succes groeide het bedrijf steeds meer, vooral in het aantal klanten. Het kantoor vanuit de woning werd veel te klein.”
(Respondent 10)

“Wij zijn vertrokken omdat het pand niet meer voldeed aan de huidige eisen die je als ondernemer stelt aan je pand en omgeving. Het pand werd te klein en was oud.” (Respondent 12)

Een ander vertrekmotief dat vaker genoemd is heeft te maken met bereikbaarheid. Eén respondent gaf aan dat de slechte bereikbaarheid één van de redenen was om de huidige locatie te verlaten. Ook het gebrek aan parkeergelegenheid was hierin belangrijk. Deze respondent gaf ook duidelijk aan dat bij het zoeken naar nieuwe locatie er sterk gelet werd op bereikbaarheid. Onderstaand citaat geeft dit alles weer:

Het kantoor is bovendien niet goed bereikbaar en dan vooral ook gebrek aan parkeerruimte. Het bedrijf is toen op zoek gegaan naar een nieuwe en vooral beter bereikbare locatie. Omdat de klanten uit het hele land ongeveer komen, was een locatie goed bereikbaar via de snelweg belangrijk. Er zijn toen meerdere locaties bekeken. Ook binnen Zaanstad zijn locaties bezocht. Maar de bereikbaarheid van de Trompet in Heemskerk heeft uiteindelijk de doorslag gegeven. Het ligt direct langs een afslag van de A9, dat is voor ons erg prettig.” (Respondent 10)

Duidelijk is dat voor dit bedrijf bereikbaarheid via de snelweg erg belangrijk is. Hiervoor is ook binnen Zaanstad naar een locatie gezocht. Toch is het bedrijf in Heemskerk terecht gekomen. Blijkbaar is in Zaanstad geen goede locatie met nabijheid van de snelweg gevonden. Dit is opvallend. In hoofdstuk 5 is immers al naar voren gekomen dat veel van de uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven op bedrijventerreinen langs een snelweg zijn terecht gekomen. De reden is wellicht omdat dit soort locaties in Zaanstad te weinig bestaan. Dit bedrijf had wellicht behouden kunnen blijven wanneer dit wel het geval was.

Afbeelding 2: De Trompet in Heemskerk (afslag snelweg te zie op de achtergrond)



Bron: Teleplaza.nl, z.j.

Nog een derde type vertrekmotief voor uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven heeft te maken met woonwerkafstand en tegelijk met veranderingen in de directie van een bedrijf. Bij twee respondenten was dit het geval. In het eerste geval is het zo dat de eigenaar van het bedrijf gestopt is. Deze eigenaar en oprichter was woonachtig in West-Knollendam in Zaanstad. Om die reden was het bedrijf daar ook gevestigd. Zijn overige twee collega's zijn

echter woonachtig in Amsterdam. Toen de oprichter met pensioen is gegaan is het bedrijf daarom verplaatst naar Amsterdam. Dit simpel om de woonwerkafstand te verkleinen. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“De motieven om uit Zaanstad te verhuizen naar Amsterdam zijn dat ikzelf en mijn collega in Amsterdam woonachtig zijn. De oprichter van het bedrijf woonde voorheen in West-Knollendam. Het bedrijf was daarom in Zaanstad gevestigd. Inmiddels is hij met pensioen. Om de woonwerkafstand voor ons te verkleinen is het bedrijf daarna naar Amsterdam verhuisd. Meer redenen zijn daarvoor eigenlijk niet.” (Respondent 11)

In het tweede geval was het kantoor voor de verplaatsing gevestigd aan huis. Eén van de compagnons stopte echter met het bedrijf. Dit kantoor was gevestigd in de woning van de gestopte compagnon. Om die reden moest het bedrijf verplaatsen. Het bedrijf is toen opnieuw in een kantoor aan huis getrokken. Dit keer in de woning van de andere compagnon. Het bedrijf heeft klanten door het hele land. Om die reden maakt de locatie niet heel veel uit. Deze is in dit geval dus simpel gekoppeld aan de woonwens van de ondernemer. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Wij hadden tot die tijd kantoor aan huis bij mijn compagnon. Vanwege het feit dat zij vanwege leeftijd is gestopt met werken, was ik tevens genoodzaakt om het bedrijf elders voort te zetten. Dat doe ik nu eveneens vanuit huis maar dan in Spaarndam, regio Haarlem. Ons werkgebied is zeer verspreid in Nederland, dus het maakt niet zoveel uit waar de onderneming is gevestigd en dit is voor mij het meest praktisch.” (Respondent 13)

Ook de ligging ten opzichte van de werknemers is voor één van de geïnterviewde bedrijven een vertrekmotief geweest. Veel van de werknemers van dit bedrijf zijn woonachtig in de regio Castricum en Beverwijk. Het bedrijf is uiteindelijk verplaatst naar een bedrijventerrein in Heemskerk. Daar ligt het meer centraal tussen Castricum en Beverwijk. Ook dit vertrekmotief heeft met woonwerkafstand te maken. Voor het merendeel van de werknemers is de woonwerkafstand waarschijnlijk verkleind na de verplaatsing. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“Wij wilden wat meer centraal zitten en het merendeel van het personeel komt uit de omgeving van Castricum en Beverwijk. Heemskerk zit daar wat meer tussenin. Tevens vonden we daar een energiearm en duurzaam pand. Ook dat is voor ons belangrijk.” (Respondent 12)

Uit dit citaat blijkt dat ook de kwaliteit of duurzaamheid van het pand belangrijk is voor dit bedrijf. Dit blijkt ook wel uit nog een tweede vertrekmotief van dit bedrijf. Dit bedrijf is immers ook vertrokken omdat het pand en de omgeving waar het bedrijf gevestigd was in verval is volgens de respondent. Dit bedrijf was hiervoor gevestigd in Molletjesveer. Deze respondent is ontevreden over de uitstraling van dit terrein. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Ten tweede, het verval trad in bij de omgeving van het kantoor. Oude panden, slecht onderhouden wegdek, problemen met infrastructuur, noem het maar op” (Respondent 12)

Afbeelding 3: Eerste fase van bedrijventerrein Molletjesveer



Bron: Zaanstreek.nl, z.j.

7.3 Vestigingsmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad

In deze paragraaf worden de vestigingsmotieven van midden- en kleinbedrijven die naar Zaanstad zijn toegekomen besproken. Hierbij gaat het om meer (parkeer)ruimte voor minder geld, ligging ten opzichte van de markt en werknemers, verandering in bestuur van het bedrijf en verdere opvallendheden. Later in dit hoofdstuk wordt nog ingegaan op de blijfmotieven.

Meer (parkeer)ruimte voor minder geld

De belangrijkste vestigingsmotieven van midden- en kleinbedrijven die van buiten Zaanstad naar Zaanstad verplaatst zijn hebben te maken met meer ruimte voor minder geld. Ruimte en groeimogelijkheden op de nieuwe locatie zijn veel genoemd als vestigingsmotief. Nog vaker is aangegeven dat de nieuwe locatie in Zaanstad goedkoper is dan de locatie waar het bedrijf daarvoor gevestigd was. Al ging het daar in de meeste gevallen wel om een verplaatsing vanuit Amsterdam naar Zaanstad. Onderstaande citaten maken dit duidelijk:

“Nou, we hadden een groter pand nodig. We wilden graag kopen omdat een betere investering leek dan huren en dat was in Zaanstad dan een stuk betaalbaarder dan in Amsterdam.” (Respondent 2)

“Nou ja, we zijn een keer gaan kijken en de ruimte die leende zich heel goed voor wat wij wilden. Plus het feit dat we nu op de helft van de huur zitten als dat we in Amsterdam hadden. Het is ook nog een financiële beslissing.” (Respondent 1)

Niet alleen bestaat volgens veel respondenten een groot prijsverschil tussen Amsterdam en Zaanstad. Ook binnen Zaanstad kan dit volgens een respondent nog erg verschillen. Respondent 3 gaf aan eigenlijk op zoek te zijn naar een A-locatie in Zaanstad. Een zichtlocatie was eigenlijk ook gewenst. Mede door de veel lagere prijs op een minder aantrekkelijke locatie in Zaanstad is uiteindelijk voor die locatie gekozen. Het volgende citaat geeft dit weer:

“Ik had een heel lijstje gemaakt van bedrijven of kantoorpanden die pasten in het profiel van zichtlocatie en aantal vierkante meters en de prijs. Maar zeker door de prijs was het heel moeilijk een betaalbare goede locatie te vinden. Dus ja, hier hebben we veel meer ruimte en we zitten voor veel minder. Het is best prijzig in het centrum van Zaandam.” (Respondent 3)

Buiten ruimte, ofwel mogelijkheid om te groeien, wordt ook het bestaan van parkeerruimte als vestigingsmotief gegeven. Eén keer wordt daarin ook weer een vergelijking met Amsterdam gemaakt. Hierbij gaat het weer om het verschil in prijs. Onderstaande citaten geven dit weer:

“Parkeerruimte hebben we hier nu op eigen terrein, daar zijn we ook blij mee.” (Respondent 2)

“Je hebt hier en de grote ruimte die je graag wilde en je hebt beschikking hier over veertig parkeerplekken toen we hier kwamen. We waren toen nog de enige huurder, er zijn er nu twee, maar nog steeds veel parkeerruimte.” (Respondent 1)

“De ruimte om te parkeren ook. Dat heb je in Amsterdam-Noord niet. Daar kan je zeshonderd vierkante meter huren, maar geen parkeerplaatsen. Of 2500 euro per parkeerplaats en dan heb je er vier. Daar kan je niks mee.” (Respondent 1)

Ligging ten opzichte van markt en werknemers

De ligging ten opzichte van de markt wordt enkele keren ook als vestigingsmotief genoemd. Een bedrijf is dan verplaatst omdat deze dichtbij de klanten wil zitten of meer centraler ten opzichte van de klanten. Een bedrijf actief in het maken van verpakkingen voor botanische producten, waaronder bloembollen, zat gevestigd in Heemstede. Het bedrijf verplaatste naar Wormerveer. Eén van de redenen hiervoor was dat de klanten niet alleen in de bollenstreek rond Heemstede gevestigd zijn, maar ook in de Kop van Noord-Holland. Wormerveer was in die zin een meer centrale locatie. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Bovendien bestaat de bollenstreek niet alleen rond Hillegom/Lisse in de buurt dus van Heemstede, maar ook in de kop van Noord-Holland. Wormerveer is in dat opzicht een veel meer centrale locatie dan Heemstede.” (Respondent 4)

Een ander bedrijf, werkzaam in de zakelijke dienstverlening, gaf aan dat het voor het werk van het bedrijf noodzakelijk was dichtbij de klanten te zitten. Dit bedrijf zag Zaanstad als een kansrijke markt voor hun werkzaamheden. Deze werkzaamheden konden volgens het bedrijf niet uitgevoerd worden vanaf een locatie buiten Zaanstad. Om die reden heeft een verplaatsing naar Zaanstad plaatsgevonden. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“Er is toen wel een bewuste keuze gemaakt om in Zaanstad gevestigd te zijn. Het is een heel bedrijvig gebied. Er is heel veel ondernemerschap. Die moeten toch op een bepaalde manier bediend worden. Je kan Zaanstaders, zoals ze die hier dan noemen, die kan je niet bedienen vanuit Amsterdam. Wormer staat er eigenlijk al buiten. Dan is het al lastig om iemand uit Zaanstad als klant te hebben. Om echt Zaanse klanten te hebben en te kunnen bedienen moet je echt in Zaanstad zitten. Anders krijgen we de klanten niet.” (Respondent 3)

Nabij de klanten of centraal ten opzichte van de klanten gevestigd zijn, kan dus ook een belangrijk vestigingsmotief zijn. Ditzelfde kan echter ook gelden voor het personeel. Een bedrijf dat eerst in Amsterdam gevestigd zat, heeft veel werknemers die woonachtig zijn in de kop van Noord-Holland. De mindere reistijd die de verplaatsing naar Wormerveer voor veel werknemers opleverde is in één van de vestigingsmotieven geweest voor dit bedrijf. Dit blijkt uit het volgende citaat:

“Het is voor een groot deel van ons bedrijf die hier binnen zit veel handiger om hier te komen in plaatst van in Amsterdam, omdat ze in de kop van Noord-Holland wonen.” (Respondent 1)

Het verkleinen van de woonwerkafstand door dichterbij de werknemers te zitten kan dus ook een belangrijk vestigingsmotief zijn. Nog enkele voorbeelden zijn hiervan te geven. Hierbij ging het echter niet zo zeer om dichterbij de werknemers te zitten, maar meer om de woonwerkafstand van de eigenaren van de bedrijven te verkleinen. Onderstaande citaten geven dit weer:

“Bedrijf was gevestigd in Baarn. Was toen eigenlijk ander type bedrijf. Er werd iets nieuws gestart. Dat ontwikkelde zich snel waardoor het kantoor daar te klein was. Voor de nieuwe activiteit was het niet meer noodzakelijk in Baarn gevestigd te zijn. De twee compagnons die toen dit nieuw gestart hadden waren allebei woonachtig in Zaanstad. Vandaar dat Zaanstad de eerste keuze was.” (Respondent 6)

“Ik kan heel kort en bondig zijn over de reden dat wij naar Zaandam zijn gekomen. Mijn compagnon woont in West-Zaan en hij zit iedere dag op kantoor. Hij reisde daarvoor iedere dag naar Eindhoven en dat was gekkenwerk. Ons bedrijf bestond op dat moment uit twee medewerkers en konden we dus nog eenvoudig verhuizen. We zijn dus naar Zaandam gekomen, vanwege de woonsituatie van mijn compagnon. Verder zijn er geen overwegingen geweest.” (Respondent 7)

Verandering in bestuur van bedrijf

In sommige gevallen is de verandering in het bestuur van een bedrijf de aanleiding geweest voor een bedrijfsverplaatsing. Een overname of een directiewisseling zijn door sommige van de geïnterviewde bedrijven als aanleiding genoemd. Een nieuw bestuur of een nieuwe eigenaar kan immers een ander beeld hebben van de beste vestigingslocatie voor het bedrijf en kan dan ook het besluit nemen te verplaatsen. Onderstaand citaat geeft hiervan een voorbeeld:

“Na een directiewisseling is het bedrijf verplaatst naar Wormerveer. In Wormerveer is de eigenaar, een drukkerij, eigenlijk een zusterbedrijf en 100% aandeelhouder, al gevestigd. Dit is de drukkerij die voor ons al het drukwerk verzorgt. Hiervoor werd veel heen en weer gereisd van Heemstede naar Wormerveer. Dit was toch wel ongeveer drie kwartier rijden. Dit was na de verplaatsing niet meer nodig. Er kan nu dagelijks bij elkaar gemakkelijk in en uit worden gelopen. Bovendien bestaat de bollenstreek niet alleen rond Hillegom/Lisse in de buurt dus van Heemstede, maar ook in de kop van Noord-Holland. Wormerveer is in dat opzicht een veel meer centrale locatie dan Heemstede.” (respondent 4)

Duidelijk is dat de directiewisseling de aanleiding was voor de verplaatsing. De nieuwe directie vond het heen en weer reizen tussen Heemstede en Wormerveer, plus het feit dat daar een meer centrale positie ten opzichte van de klanten kon worden ingenomen, blijkbaar reden genoeg om over te gaan tot een verplaatsing. De vorige directie had hierover wellicht een andere mening.

Voor twee bedrijven is het vestigingsmotief om naar Zaanstad te verplaatsen nog simpeler. Een overname is in deze gevallen de aanleiding. De bedrijven die de overnames hebben gedaan waren in beide gevallen al gevestigd in Zaandam. Het was daarom makkelijker voor de overgenomen bedrijven om zich ook in Zaandam te vestigen om zo alles bijeen te brengen. Onderstaande citaten geven dit weer:

“Bedrijf is recent overgenomen. De eigenaar van het bedrijf dat de overname deed was met zijn bedrijf al gevestigd in Zaandam. Vond het daarom prettiger om alles bij één te hebben.”
(Respondent 5)

“De werkelijke reden om naar Zaandam te komen is redelijk eenvoudig. Onze ‘moeder’ heeft ons bedrijf een aantal jaren geleden overgenomen en we zijn nog altijd een losstaande unit maar maken gebruik van alle backoffice mogelijkheden die in Zaandam bij onze ‘moeder’ gevestigd zijn. De meest directe lijn was om ons hier te vestigen met ons sales en marketing kantoor. De productie van artikelen en ons DC vinden elders plaats en dat combineren we met onze moeder.” (Respondent 8)

Verdere opvallendheden

Opvallend was dat het aantal vestigingsmotieven nogal verschilde per bedrijf. Sommige bedrijven konden slechts één duidelijk motief noemen, terwijl andere veel meer over een combinatie van verschillende motieven spraken. Vaak waren het de iets grotere bedrijven die meerdere motieven te noemen wisten en ook duidelijk konden maken welke afwegingen daarin gemaakt zijn. Onderstaande citaten zijn daar voorbeelden van:

“En het feit dat het relatief snel kon hier, omdat de vergunning en dergelijke al geregeld waren. In combinatie met het voordeel dat het hier nieuwbouw is, die je helemaal naar je eigen smaak kunt inrichten. Plus dat dit gewoon goed gelokaliseerd is ten opzichte van de snelweg. We hebben naar een ander pand gekeken wat hier een soortgelijke ligging had. Dat was dan bestaande bouw. Dus dan moet je weer kijken van hoe gaan we dit hierin passen en hoe gaan we dat daarin passen. Een andere locatie was weer wel nieuwbouw, maar weer verder weg op dat andere industrie terrein. Dat was weer een kwartier langer van de snelweg. Dus ten opzichte van het éne was de nabijheid van de snelweg van doorslag en ten opzichte van het ander gaf het nieuwbouw de doorslag.” (Respondent 2)

“Weet je, er zijn altijd allerlei factoren bij elkaar. Zo wekt het bij ons wel. Je hebt hier én de grote ruimte die je graag wilde én je hebt beschikking hier over veertig parkeerplekken toen we hier kwamen. We waren toen nog de enige huurder, er zijn er nu twee, maar nog steeds veel parkeerruimte. Het is voor een groot deel van ons bedrijf die hier binnen zit veel handiger om hier te komen, omdat ze in de kop van Noord-Holland wonen. Dan heb je nog bijna duizend euro per jaar minder kosten en dat betekent ook dat je daar minder voor hoeft te werken, weet je wel. Zo simpel is het. Het is alles bij elkaar. Het gaat nooit om één factor.” (Respondent 1)

Op basis van het bovenstaande citaat van respondent 2 valt te concluderen dat ook de mogelijkheid tot nieuwbouw een belangrijk vestigingsmotief is geweest. Verder valt daar op dat wordt gesproken over ‘dat andere industrieterrein dat verder weg ligt.’ Hiermee wordt Molletjesveer en Noorderveld in Wormerveer bedoeld. Deze respondent verkiest zijn huidige locatie, in Achtersluispolder, boven de terreinen in Zaanstad-Noord. De betere nabijheid van de snelweg in Achtersluispolder heeft hierin de doorslag gegeven blijkt uit het

citaat. Ook noemt de respondent nog een voordeel in Achtersluispolder ten opzichte van de terreinen in Wormerveer. Hierbij gaat het om de bereikbaarheid met het openbaar vervoer en de meer centrale ligging in Zaanstad. Onderstaande citaten geven dit weer:

“Klanten niet. Leveranciers wel met vrachtwagens. De nabijheid van de snelweg is voor ons daarom belangrijk. Voor de bereikbaarheid. De werknemers moeten snel kunnen komen, maar ook voor de leveranciers moet het makkelijk zijn.” (Respondent 2)

“Wormerveer vond ik nog wel iets meer in de middle of nowhere dan dit. Wat dat betreft vind ik dit hier wel een voordeel. Het is iets centraler. Het openbaarvervoer hier naartoe is even wat makkelijker voor mensen die via Amsterdam reizen. Dat vind ik wel een voordeel hier.” (Respondent 2)

Respondent 2 is dus een stuk positiever over de Achtersluispolder dan over de terreinen in Zaanstad-Noord. Uit de conclusies van hoofdstuk 4 en 5 blijkt ook dat Achtersluispolder de laatste jaren goed heeft gepresteerd op het gebied van bedrijfsmigratie. Ditzelfde geldt echter voor Industriebuurt (Molletjesveer) en Noorderveld in Wormerveer. Het is daarom opvallend dat deze respondent van die terreinen een veel negatiever beeld heeft. Voor zowel Noorderveld als Molletjesveer bestaat in dit onderzoek echter ook een respondent onder de naar Zaanstad toe verhuisde bedrijven. Een bedrijf dat naar Molletjesveer verplaatst is, schiepte ongeveer een gelijk beeld van het terrein als dat respondent 2 dit zo beschreef. Dit blijkt uit onderstaand citaat:

“We waren eigenlijk op zoek naar een a-locatie, maar we zijn op een c- of d-locatie of hoe ver die schaal nog loopt, terecht gekomen. Er zitten heel veel nadelen aan. De bereikbaarheid, de zichtbaarheid, niemand ziet je hier. De voordelen zijn dat de huur hier echt veel goedkoper is. Plus, we zitten hier echt midden tussen de klanten. Wat dat betreft is het een goede plek om te zitten, om toch ook maar een pluspunt te noemen.” (Respondent 3)

Ook respondent 3 spreekt van een slechte bereikbaarheid en noemt het zelfs een c- of d-locatie. Dit komt overeen met de beschrijving ‘middle of nowhere’ die respondent 2 van het terrein gaf. Het grote voordeel die respondent 3 noemt is echter dat de huur op het terrein echt veel goedkoper is. Dit kan wellicht een reden zijn waarom dit bedrijventerrein de laatste jaren toch goed gepresteerd heeft op het gebied van bedrijfsmigratie. De huren liggen er wellicht dusdanig laag dat het voor bedrijven aantrekkelijk is zich daar te vestigen vanwege de lage kosten.

Afbeelding 4: Tweede fase van bedrijventerrein Molletjesveer



Bron: Zaanstreek.nl, z.j.

Twee pagina's terug is een citaat van respondent 1 te zien. Dit bedrijf is naar Zaanstad verplaatst en heeft zich gevestigd op Noorderveld in Wormerveer. De ruimte, parkeerruimte en het feit dat het daar veel goedkoper is dan in Amsterdam, hebben ook daar weer een belangrijke rol gespeeld in de beslissing. Dit kan wellicht verklaren waarom Achtersluispolder, Molletjesveer en Noorderveld goed presteren op het gebied van bedrijfsmigratie de laatste jaren. De ruimte en parkeerruimte worden telkens genoemd en ook de lagere prijs ten opzichte van Amsterdam. In Achtersluispolder wordt ook nog de nabijheid van de snelweg genoemd en de redelijke bereikbaarheid met het openbaarvervoer. Respondent 1 noemt verder nog een motief om zich op de locatie in Noorderveld te vestigen. Deze heeft met de aantrekkelijkheid van het gebouw te maken. Dit motief is bij de andere respondenten verder niet genoemd. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Dit gebouw heeft best een aantrekkingskracht. Je bent hier deelhuurder. Maar als je buiten staat heb je die indruk niet. je kan hier je identiteit mooi aan aflenzen.” (Respondent 1)

“Nouja, je wilt ook een zichtlocatie. We zitten hier dicht langs de provinciale weg. Ook dat is belangrijk. Het gebouw moet zwoelen. Het staat ook op onze website. Het maakt deel uit van onze identiteit. Dat waren wel de voorwaarden. Deze plek voldeed daar aan, dus verder zijn we niet wezen kijken.” (Respondent 1)

Afbeelding 5: Bedrijventerrein Noorderveld (op de voorgrond nog een deel van Mollejesveer)



Bron: Zaanstreek.nl, z.j.

7.4 Blijfmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad

In deze paragraaf worden de blijfmotieven van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad beschreven. Hierbij gaat het zowel om bedrijven die recent binnen Zaanstad verplaatst zijn als om bedrijven die al langer in Zaanstad gevestigd zijn. In het theoretisch kader is al naar voren gekomen dat het belangrijkste blijfmotief te maken heeft met arbeidsmarkt. Bedrijven blijven vaak in dezelfde regio zitten, omdat ze op die manier gebruik kunnen blijven maken van het bestaande personeel. Hieraan wordt veel waarde gehecht. Om die reden zijn verplaatsingen doorgaans over korte afstand (Van Dijk & Pellenburg, 2000). Ook uit de interviews is dit gebleken. Eén respondent gaf aan dat het bedrijf al lang in Zaanstad gevestigd was en al het personeel ook in Zaanstad woonachtig is. Toen de oude locatie niet meer aan de eisen voldeed is daarom alleen naar nieuwe locaties binnen Zaanstad gezocht. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Ja, maar wel allemaal weer binnen Zaanstad. Ik geloof niet dat we Amsterdam-Noord overwogen hebben. We zijn een echt Zaans bedrijf met eigenlijk alleen maar werknemers uit Zaanstad, vandaar.” (Respondent 14)

Opvallend is dat de respondent toch even twijfelt of ook Amsterdam-Noord overwogen is. Dit geeft aan dat ondanks bij het bedrijf alle werknemers in Zaanstad woonachtig zijn, een andere locatie in een nabijgelegen gemeente ook nog een optie is.

Bij een bedrijf waarvan het personeel volledig woonachtig is Zaanstad, kan vermoedelijk niet verwacht worden dat dit bedrijf daarom altijd in Zaanstad gelokaliseerd gaat blijven. Een interview met een uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijf bevestigt dit. Deze respondent gaf aan dat alle werknemers van het bedrijf woonachtig zijn in Zaanstad. Bij het zoeken naar een nieuwe locatie is daarom binnen Zaanstad gezocht, maar ook binnen de omliggende gemeenten. Uiteindelijk is het bedrijf in Heemskerk terecht gekomen. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Alle mensen die werken in Heemskerk zijn wel allemaal woonachtig in Zaanstad. Qua klanten maakt het dus niet uit waar het bedrijf gevestigd is, deze zitten door heel Nederland, maar voor de werknemers maakt dit wel uit. Er is in de zoektocht naar nieuwe locaties daarom inderdaad ook in Zaanstad zelf gekeken en in de buurgemeentes om Zaanstad heen. Verder eigenlijk niet omdat alle werknemers in Zaanstad woonachtig zijn.” (Respondent 10)

Een andere respondent geeft aan dat zijn personeel verspreid is over een grotere regio. Verspreid over Noord-Holland en deels ook Zuid-Holland. Zaanstad is daarin een centrale locatie. Toch geeft ook deze respondent aan dat wanneer het bedrijf moet gaan verplaatsen niet per se Zaanstad weer de locatie gaat zijn. Van echte binding met Zaanstad is volgens de respondent geen sprake. Om die reden is voor het bedrijf niet belangrijk per se in Zaanstad te blijven. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

Op zich heb je wel dat iedereen is gewend aan de vestigingsplaats die je nu hebt en op zich zijn we wel heel tevreden met het personeel wat we hebben nu. Er moeten dan wel hele goede argumenten zijn om een vestigingsplaats te kiezen die de reistijd van veel werknemers negatief zal beïnvloeden. Maar nee, een echte binding is er niet. Er gaan vast dan locaties in Zaanstad bekeken worden. Dit kan

echter ook Amsterdam Noord zijn of Amsterdam West misschien of Landsmeer bijvoorbeeld. Nee, van een echte binding is in die zin geen sprake.” (Respondent 2)

Behalve gehecht zijn aan het personeel, geven enkele respondenten ook aan gehecht te zijn aan het pand waarin het bedrijf gevestigd is. Ook dit kan een rol spelen in het vormen van blijfmotieven. Enkele respondenten geven aan gehecht te zijn aan het pand, mede omdat zij zelf verantwoordelijk zijn geweest voor de inrichting en/of het ontwerp van het pand. Dit kan er blijkbaar voor zorgen dat een bedrijf gehecht raakt aan het pand en die locatie daardoor niet zomaar wil verlaten. Onderstaande citaten zijn hiervan de voorbeelden:

We zijn wel gehecht aan het pand zelf. We hebben het door een eigen architect, een vriend van mij, laten doen, de binnenkant dan. Op zich vinden we het een hele mooie uitstraling, wat een positief effect heeft op de mensen die hier over de vloer komen. Om die reden zouden we graag zo lang mogelijk hier blijven.” (Respondent 2)

“Het is gewoon een prima plek. We hebben zelf de inrichting mogen maken en daarom is het hier helemaal naar ons zin, dus prima.” (Respondent 1)

Niet alleen kunnen bedrijven gehecht zijn aan het pand waarin het gevestigd is. Ook de omgeving en de voordelen die deze omgeving met zich mee brengt kunnen belangrijk zijn in de motieven om op een locatie te blijven. Eén respondent geeft aan erg blij te zijn met de mooie mix van alles in de omgeving van het bedrijf. De respondent geeft aan dat dit alles goed bevalt en dat het bedrijf om die reden deze locatie ook niet zomaar wilt verlaten. De nabijheid van een park, voldoende parkeerplekken, nabijheid van de snelweg en de kleinschaligheid van het terrein beschouwt deze respondent allemaal als positieve punten van de omgeving van het bedrijf. Dit bedrijf is gevestigd op een klein terrein in Achtersluispolder. De pluspunten van de omgeving zijn volgens de respondent de redenen om deze locatie niet zomaar te verlaten. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“Het is wel een redelijk mooie mix hier van alles. Er zijn een aantal werknemers die lopen ’s middags hier graag even het park in. Ook heb je op het industrieterrein nog wel genoeg parkeerplekken, wanneer onze eigen plekken vol staan. Het is dichtbij de snelweg. Dus we zijn wel aan de plek gehecht denk ik. Het is een mooie balans tussen dichtbij het centrum zitten en de kleine schaal van het terrein hier heeft ook wel wat. Het is niet zo’n heel groot en droevig industrieterrein, maar klein en compact. Ons kent ons heb je hier ook een beetje. Dat bevalt wel heel goed. We willen hier dan ook niet zomaar weg” (Respondent 2)

Afbeelding 6: het Vijfhoekpark (gelegen nabij Achtersluispolder)



Bron: Flickr.com, 2010

Tot slot worden groeimogelijkheden op de huidige locatie als een belangrijk blijfmotief beschreven door twee respondenten. Een bedrijf dat binnen Zaanstad is verhuisd geeft aan dat de mogelijkheid tot groei ook meegenomen is, bij de zoektocht naar een nieuwe locatie. Daarbij is ook aangegeven dat dit er voor zorgt dat het bedrijf de nieuwe locatie niet weer snel hoeft te verlaten, wanneer het bedrijf snel groeit. Dit is volgens de respondent erg gewenst. Een andere respondent geeft aan dat er nabij de huidige locatie van het bedrijf een stuk grond braak ligt en ook een pand te koop staat. De respondent geeft aan dat wanneer er binnen het bedrijf ruimtegebrek gaat ontstaan, als eerst onderzocht gaat worden of er iets met het lege pand of het stuk grond kan worden gedaan. Op die manier kan het bedrijf immers blijven zitten waar het nu zit en dat is wat de respondent het liefst wil. Het moet dan echter wel financieel haalbaar zijn. Onderstaande citaten geven dit weer:

“Ja, hier kunnen we nog wel groeien. Dat gebouw hiernaast. Dat zouden we er weer bij kunnen nemen. Dit hier nu, is een gedeelte van een loods. Daar is nu een open doorgang naartoe. Als we echt in nood zouden komen, zouden we daar naartoe gewoon kunnen groeien. Het is hier wel op groei gericht. Daar is wel rekening mee gehouden van te voren. Dat was op de vorige locatie overigens ook zo. Daar hadden we ook groeimogelijkheid. Je kunt nu ook gemakkelijker dan vroeger minder vierkante meter huren en later weer uitbreiden. Op elke locaties is gekeken of er mogelijkheid tot groei was, omdat dit echt de bedoeling is. Dit zorgt er natuurlijk voor dat je een nieuwe locatie ook niet zomaar weer hoeft te verlaten.” (Respondent 3)

“Op zich wel. Er ligt hier een stukje braak. Volgens mij staat er een pand hier verder te koop. In die zin zijn er wel mogelijkheden. Dat zal wel onze voorkeur hebben om dat als eerste te onderzoeken. Op die manier zouden we hier weer kunnen blijven.”(Respondent 2)

7.5 Conclusie vertrek-, vestigings- en blijfmotieven

Conclusie vertrekmotieven

Het belangrijkste vertrekmotief voor uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven is het gebrek aan ruimte geweest. Dit werd het vaakst als reden aangegeven. Ook bereikbaarheid heeft meerdere keren een rol gespeeld. Hierbij was telkens het geval dat de locatie waarnaar het bedrijf vertrokken is, een bedrijventerrein langs een snelweg betreft. Deze nieuwe locaties zijn veel beter bereikbaar dan de locaties waar de bedrijven in Zaanstad daarvoor gevestigd waren. Eén respondent gaf zelfs aan binnen Zaanstad naar goed via de snelweg bereikbare locaties te hebben gezocht, maar deze niet heeft kunnen vinden. Zo is het bedrijf toch in Heemskerk uitgekomen. Ruimtegebrek, gevolgd door bereikbaarheid als belangrijkste vertrekmotieven, komen sterk overeen met de vertrekmotieven die in het theoretisch kader beschreven staan. Beernink e.a. (1998) stellen ook dat ruimtegebrek de belangrijkste push-factor is. Bereikbaarheid/ligging is samen met bedrijfseconomische redenen daarna de meest voorkomende push-factor. In vergelijking met de theorie is er in Zaanstad dus niets bijzonders aan de hand.

Ook de overige genoemde vertrekmotieven zijn terug te vinden in de door Beernink e.a. (1998) opgestelde lijst van veel voorkomende vertrekmotieven. Gebrek aan parkeergelegenheid en de woonwerkafstand worden in het theoretisch kader genoemd. Ook representativiteit is genoemd. Dit komt overeen met het vertrekmotief van respondent 12

die het pand en de omgeving in verval vond raken. Een pand en omgeving in verval heeft vermoedelijk geen goede representativiteit. Veranderingen in het bestuur van het bedrijf wordt door Beernink e.a. (1998) niet duidelijk genoemd als vertrekmotief. Een overname of fusie echter wel. Dit kan ook als verandering in het bestuur van het bedrijf worden gezien. Ook hierdoor kan het bedrijf ineens een ander beeld hebben van de optimale locatie voor het bedrijf. Dit kan daarom worden vergeleken met de veranderingen in het bestuur doordat mensen met pensioen gaan of stoppen met het bedrijf, zoals dit hier bij sommige geïnterviewde bedrijven het geval is geweest. Al was deze bestuurswisseling in deze gevallen meer de aanleiding voor de verplaatsing. Het uiteindelijke motief zat hem daarna vaak meer in het verkleinen van de woon-werkafstand.

Conclusie vestigingsmotieven

Geconcludeerd kan worden dat de belangrijkste motieven voor midden- en kleinbedrijven om naar Zaanstad te verplaatsen te maken hebben met de grote ruimte die er bestaat en het feit dat de prijs daarvan beduidend lager is dan in het nabijgelegen Amsterdam. Meer ruimte voor minder geld lijkt de belangrijkste reden. Ook de vele parkeerruimte die in Zaanstad vaak aanwezig is, wordt meerde malen als vestigingsmotief genoemd. Deze conclusies komen deels overeen met de uitkomsten van het onderzoek van Beernink e.a. (1998) die in het theoretisch kader is besproken. Ruimte/groeimogelijkheden wordt daar als het meest voorkomende vestigingsmotief beschreven en is daarom de belangrijkste pull-factor. Dit komt overeen met bevindingen uit dit onderzoek. In de studie van Beernink e.a. (1998) worden ook prijs/kwaliteitverhouding en parkeermogelijkheden als vestigingsmotieven genoemd. Deze staan echter veel lager op de lijst en horen daar niet bij de belangrijke vestigingsmotieven. In het onderzoek van Beernink e.a. (1998) behoren echter verplaatste bedrijven verspreid over heel Nederland tot de respondenten. In dit onderzoek gaat het enkel om bedrijven die verplaatst zijn naar Zaanstad. Bij verplaatsingen naar Zaanstad zijn vestigingsmotieven als goedkope ruimte en veel parkeerruimte dus vaker voorkomend dan bij bedrijfsverplaatsingen in het algemeen in Nederland. Een verklaring hiervoor is dat veel van de midden- en kleinbedrijven die naar Zaanstad toekomen uit Amsterdam afkomstig zijn. Dit is in hoofdstuk 5 al aan het licht gebracht.

Ook de ligging ten opzichte van de markt of ten opzichte van de werknemers heeft bij het vormen van enkele vestigingsmotieven een rol gespeeld. Ook deze bevinding komen overeen met de uitkomsten van de studie van Beernink e.a. (1998). Marktligging wordt daar als belangrijk vestigingsmotief beschreven. Woon-werkafstand komt relatief iets minder vaak voor.

Verder wordt bij de verplaatsingen van midden- en kleinbedrijven naar Zaanstad soms simpel een overname of een directiewisseling als belangrijkste reden achter de verplaatsing genoemd. Een nieuwe eigenaar of een nieuwe directie kan een andere blik hebben op de beste locatie voor het bedrijf. Ook was het in twee gevallen zo dat het bedrijf, dat de overname deed, al gevestigd was in Zaanstad en deze bedrijven simpel bijeen wilde brengen. Ook dit type vestigingsmotief is te vinden in de studie van Beernink e.a. (1998). Fusie, afsplitsing of overname wordt daar als een vaak voorkomend vestigingsmotief beschreven.

Tot slot zijn er nog veel verschillende vestigingsmotieven die slechts één keer naar voren zijn gekomen. Dit zijn representativiteit/zichtlocatie, mogelijkheid tot nieuwbouw, bereikbaarheid via snelweg en bereikbaarheid met openbaar vervoer. Mogelijkheid tot nieuwbouw is het enige vestigingsmotief die niet in het onderzoek van Beernink e.a. (1998) genoemd is. Opvallend is dat bereikbaarheid via de snelweg in dit onderzoek slechts eenmaal genoemd is als vestigingsmotief. In de studie van Beernink e.a. is deze immers als één van de meest voorkomende beschreven. Midden- en kleinbedrijven die naar Zaanstad verplaatsen hebben vermoedelijk minder vaak bereikbaarheid via de snelweg als vestigingsmotief dan dat verplaatsende bedrijven in Nederland in het algemeen dit als motief hebben. Bij de uit Zaanstad vertrokken bedrijven is slechte bereikbaarheid via de snelweg wel meerdere keren als vertrekmotief genoemd. Blijkbaar heeft Zaanstad onvoldoende locaties met een goede bereikbaarheid via de snelweg.

Conclusie blijfmotieven

Het belangrijkste blijfmotief voor midden- en kleinbedrijven in Zaanstad heeft te maken met het personeel. Bedrijven blijken vaak gehecht aan hun personeel en willen bij een verplaatsing dit personeel niet kwijt raken. Het is dan ook niet gewenst dat de reistijd van het personeel negatief wordt beïnvloed als gevolg van een verplaatsing. Deze bevindingen komen overeen met die van Van Dijk en Pellenburg (2000). Zij stellen dat bedrijven doorgaans verplaatsen over korte afstand, omdat zo gebruik kan worden blijven gemaakt van het bestaande personeel. Bedrijven hechten hier veel waarde aan wordt gesteld.

Dit wil echter niet zeggen dat Zaanse bedrijven met uitsluitend personeel woonachtig in Zaanstad dan ook per se in Zaanstad gevestigd willen blijven. Eén respondent gaf aan ook Amsterdam-Noord misschien nog te hebben overwogen als nieuwe locatie. Een andere respondent overwoog tijdens een verplaatsing locaties binnen Zaanstad, maar ook in de omliggende gemeenten. Uiteindelijk vertrok dit bedrijf naar Heemskerk vanwege de nabijheid van de snelweg daar. Dit terwijl alle werknemers van dit bedrijf in Zaanstad woonachtig zijn.

Nog een respondent gaf aan dat Zaanstad een centrale locatie was voor de werknemers. Deze werknemers zitten immers verspreid door Noord- en Zuid-Holland. Dit wilde echter niet zeggen dat bij een verplaatsing de nieuwe locatie weer per se binnen Zaanstad moet zijn. Amsterdam-Noord of West of Landsmeer kunnen dan ook een optie zijn volgens deze respondent.

Duidelijk is dat de woonlocaties van werknemers een belangrijke rol spelen in locatiebeslissingen. Opvallend is echter dat wanneer al het personeel woonachtig is in Zaanstad dit nog niet hoeft te betekenen dat een bedrijf ook in Zaanstad gelokaliseerd blijft. Zaanstad moet zich om deze reden meer onderscheiden van omliggende buurgemeenten om dit soort bedrijven te behouden.

Buiten de woonlocaties van het personeel worden nog enkele andere blijfmotieven genoemd. De aantrekkelijkheid van het pand kan een rol spelen. Twee respondenten gaven aan erg gehecht te zijn aan hun huidige pand. Dit omdat deze het pand zelf hadden ingericht en/of ontworpen. Het pand voelt daardoor heel eigen en dat is iets wat deze respondenten niet zomaar achter wilden laten. Ook de omgeving waarin het bedrijf zich bevindt kan een belangrijk blijfmotief zijn. Eén respondent somde al de pluspunten van de omgeving op en gaf aan om deze reden de betreffende locatie niet zomaar te willen verlaten.

Tot slot is de mogelijkheid tot groei op de huidige locatie nog als blijfmotief beschreven. Twee respondenten hebben dit aangegeven. De respondenten maakten duidelijk dat mogelijkheid tot groei op een locatie er voor zorgt dat een bedrijf deze locatie niet snel hoeft te verlaten. Wanneer het bedrijf snel groeit kan dit immers op de huidige locatie worden opgevangen. Eén respondent gaf ook aan dat op het terrein waarop het bedrijf gevestigd is een stuk grond vrij is en een pand te koop staat. De respondent gaf aan dat deze locaties als eerst onderzocht gaan worden wanneer er ruimtegebrek zou bestaan. Op deze manier kan het bedrijf op de huidige locatie blijven en dat is volgens de respondent zeer gewenst.

8 Resultaten: Rol en mogelijke rol van gemeente Zaanstad bij het vormen van vertrek-, vestigings- en blijfmotieven

8.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de rol van de gemeente Zaanstad bij het vormen van de vertrek-, vestigings- en blijfmotieven besproken. Eerst wordt ingegaan op de rol die de gemeente hierin heeft gespeeld. Vervolgens wordt ook ingegaan op de rol die de gemeente mogelijk had kunnen spelen. De conclusies uit dit hoofdstuk moeten helpen bij het vormen van beleidsaanbevelingen. Deze moeten de gemeente beter in staat stellen bij het aantrekken en behouden van midden- en kleinbedrijven in Zaanstad. Als eerste wordt ingegaan op de rol die de gemeente, volgens de respondenten, heeft gespeeld bij het vormen van vertrek-, vestigings- en blijfmotieven.

8.2 Rol die de gemeente Zaanstad heeft gespeeld

Opvallend resultaat uit de interviews is dat in veruit de meeste gevallen gesteld werd dat de gemeente Zaanstad geen enkele rol heeft gespeeld binnen het verplaatsingsproces. De meeste bedrijven gaven aan autonoom te handelen bij het zoeken naar een nieuwe locatie. Vaak zijn wel makelaars betrokken geweest bij het proces. Ook werd vaak aangegeven dat met behulp van het internet een zoekproces eigenlijk zeer gemakkelijk zelf kan worden gedaan door bedrijven. Volgende citaten illustreren deze bevindingen:

“De voormalige eigenaar heeft al dat voorwerk eigenlijk gedaan en heeft ook met makelaars overleg gehad en zijn wensen aangegeven. Dus toen kreeg hij daar af en toe tips van. Voor de rest gewoon zelf veel op internet zoeken. Die combinatie eigenlijk. Een beetje weten hoe veel vierkante meter je wilt en dan goed kijken wat de opties zijn. In Wormerveer hebben we op hetzelfde industrieterrein nog een stukje grond overwogen. Ook nog bestaande bouw die we daar overwogen hebben. De gemeente heeft daar alleen geen enkele rol in gespeeld, nee.” (Respondent 2)

“Nee, we hebben dat zelf gedaan. We wisten wat we zochten. Ik kende al heel veel plekken en kantoorpanden. We zijn gewoon een rondje gaan rijden. Uiteindelijk is wel een makelaar ingeschakeld om echt de keuzes die we hadden, waar we meer verder wilden, daar te gaan kijken. Maar we hebben niet een makelaar laten zoeken voor ons. Ook is de gemeente daarvoor niet benaderd.” (respondent 3)

“De gemeente heeft geen rol gespeeld in het zoeken naar een nieuwe locatie. Wij hebben daarin geen contact met ze gezocht. Hebben dit op onze eigen manier uitgezocht. Andersom hebben we eigenlijk ook geen contact gehad met de gemeente. We zijn qua werknemers ook maar een klein bedrijf. Zeker op het moment toen we het kantoor vanuit dat woonhuis verlieten. Ik weet ook niet of de gemeente er wat aan had kunnen doen qua bereikbaarheid van hun bedrijventerreinen. Op dat moment was de locatie in Heemskerk voor ons de beste.” (Respondent 9)

Enkele respondenten gaven wel een duidelijke rol van de gemeente aan binnen het verplaatsingsproces. Eén respondent was hierin negatief over de rol die de gemeente Zaanstad speelde binnen dit proces. Dit bedrijf was op zoek naar een nieuwe locatie in Zaanstad. De gemeente heeft dit bedrijf proberen te verleiden tot nieuwbouw, terwijl het

bedrijf naar een bestaand pand op zoek was, omdat verwacht werd dat dit veel goedkoper was. In de ogen van deze respondent moet een gemeente juist bezig zijn met het tegengaan van leegstand en moet het zorgen dat oude panden weer in gebruik worden genomen. Het verleiden tot nieuwbouw werd door de respondent als vreemd beleid van de gemeente Zaanstad beschreven. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Er zijn toen wel meerdere locaties overwogen binnen Zaanstad. Hierin is vrij autonoom gehandeld. Geen makelaars of dergelijke zijn hier aan te pas gekomen. De gemeente heeft hier wel een rol in gespeeld. Zij probeerden het bedrijf te verleiden tot nieuwbouw. Waarschijnlijk zodat ze dan grond konden verkopen. In de ogen van ons voerde de gemeente hier een vreemd beleid. Zij zouden bezig moeten zijn met leegstand tegengaan. Oude panden weer in gebruik laten nemen, maar ze wilde juist dat het bedrijf overging op nieuwbouw. Uiteindelijk is er voor een bestaand pand gekozen, omdat dit voor het bedrijf veel goedkoper was. In vergelijking met andere locaties die zijn overwogen had deze locatie in de ogen van het bedrijf de beste prijs-kwaliteit verhouding.” (Respondent 6)

Een andere respondent was juist positief over de rol van de gemeente in het verplaatsingsproces. Deze respondent had het vermoeden dat de gemeente een snelle bestemmingswijziging op het pand, waarvan de respondent nu huurder is, heeft gedaan. Het pand is snel veranderd van een productiebedrijf naar een kantoor. Volgens de respondent heeft dit het mogelijk gemaakt dat het bedrijf zich hier snel kon vestigen. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“Maar hier huren we het pand. Dus ik weet niet of de eigenaar hierin problemen heeft gehad. Het was hiervoor wel een productiebedrijf en nu een kantoor. Hoe hij dat gedaan heeft weet ik niet. Ik kan me wel voorstellen dat hij contact heeft gehad met de gemeente om dit te kunne realiseren. Het moest ook vrij snel gedaan worden. Kennelijk is dat wel gelukt. Toen ik hier vorig jaar in oktober kwam was het hier nog productie. In november/december was het kantoor, dus ja. Dat vind ik dan wel mooi. Blijkbaar is er toch een nieuwe bestemming gegeven.” (Respondent 3)

Deze zelfde respondent was ook positief over een subsidieregeling van de gemeente Zaanstad. Dit bedrijf heeft gebruik gemaakt van subsidie om de gevels te verfraaien. Het pand heeft daardoor een veel betere uitstraling gekregen. De respondent heeft ook het vermoeden dat dit soort subsidies het terrein aantrekkelijker maken voor bedrijven om zich daar te vestigen. Het gaat hierbij om bedrijventerrein Molletjesveer. De respondent denkt dat bedrijven door dat soort subsidies het vermoeden kunnen hebben dat het er in de toekomst beter uit gaat zien. Omdat de prijzen op het terrein nog zeer laag liggen, is het terrein volgens de respondent daarom aantrekkelijk. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Het meeste hier om heen op het terrein ziet er niet al te fraai uit. Al hoor ik wel van de bedrijvenvereniging Molletjesveer dat ze subsidie geven nu ook. Volgens mij is dat vanuit de gemeente. Subsidie om de gevels te verfraaien. Dat het aan de openbare weg wat beter uit komt te zien. Ik weet niet of de eigenaar dat wist voordat hij hier aan begon. Er wordt wel wat aan gedaan om het hier te verbeteren. We hoorde ook van onze burens hier verderop. Het is hier goedkoop om te kopen of huren en ik hoop dat dit vanzelf daarom een beter gebied wordt. De meeste komen hier met de intentie van het wordt hier wel beter en nu kan ik het nog goedkoop aankopen of goedkoop huren. Door het bestaan van de subsidies denken bedrijven ook van het gaat hier wel beter uit zien in de toekomst. Ze vinden het dan niet zo erg dat het nu nog niet zo mooi uitziet.” (Respondent 3)

Tot slot geeft één respondent nog aan dat de gemeente Zaanstad wel betrokken is geweest bij het verplaatsingsproces. Hierbij ging het echter niet om een rol die volgens de respondenten verder veel invloed heeft gehad of in de toekomst gaat hebben. Het bezoek van de wethouder en het invullen van een jaarlijkse vragenlijst zijn hierbij als voorbeeld gegeven. Dit heeft echter geen rol gespeeld in het verplaatsen naar Zaanstad en is ook geen reden geweest om in Zaanstad te blijven. Onderstaande citaten geven deze voorbeelden weer:

“De vorige eigenaar heeft bij de opening wel de wethouder gevraagd om het lintje te knippen en dat heeft ze toen gedaan. Daarna hebben we eigenlijk geen relaties meer met de gemeente gehad.”
(Respondent 2)

“Ik geloof niet dat ik zelf iets van de gemeente heb gemerkt. Ik moet ieder jaar een vragenlijst invullen over werkgelegenheid vanuit Zaanstad. Ja, verder, die wethouder had wel aangeboden van je kan mij altijd bellen als er iets is.” (Respondent 2)

8.3 Rol die de gemeente Zaanstad had kunnen of kan gaan spelen

In de interviews is duidelijk geworden dat in de meeste gevallen de gemeente geen rol heeft gespeeld binnen het proces van de bedrijfsverplaatsing. Iedere respondent geeft ook aan dat de gemeente Zaanstad in hun ogen eigenlijk geen rol had kunnen spelen of dat dit niet gewenst was. Dit geldt zowel voor de uit Zaanstad vertrokken als voor de naar Zaanstad verhuisde midden- en klein bedrijven. Ook de respondenten van binnen Zaanstad verplaatste midden- en klein bedrijven zagen geen rol voor de gemeente binnen het verplaatsingsproces weggelegd. Het is echter zo dat enkele respondenten wel een mogelijke rol voor de gemeente in toekomst weggelegd zien. Ook geven sommige respondenten voorbeelden van een rol die de gemeente zou kunnen hebben wanneer een bedrijf naar een nieuwe locatie zoekt. Hierbij gaat het vooral om activiteiten van de gemeente die er voor kunnen zorgen dat bedrijven beter behouden blijven en makkelijker kunnen worden aangetrokken.

8.3.1 Rol voor de gemeente genoemd door respondenten

Eerst wordt ingegaan op een mogelijke rol voor de gemeente die de respondenten zelf noemen. Op basis van sommige antwoorden van respondenten kan echter ook een rol voor de gemeente bedacht worden, zonder dat de respondenten dit zelf ook genoemd hebben. Op deze gevallen wordt later ingegaan. Snellere procedures van vergunningen verlenen of bestemmingsplanwijzigingen worden door twee respondenten genoemd als een mogelijke rol van de gemeente Zaanstad. Deze respondenten gaven aan dat ondernemers vaak weinig tijd hebben om op zoiets te wachten. Zij kunnen hun bedrijfsvoering niet plannen op onzekerheid. De respondenten stellen zo dat wanneer dit soort procedures in Zaanstad snel kunnen, Zaanstad zich op die manier kan onderscheiden van andere gemeentes op dit gebied. Dit kan volgens de respondenten goed helpen bij het aantrekken van bedrijven en zeker ook bij het behouden van bedrijven. De volgende citaten geven dit weer:

“De enige rol die ze bij ons kunnen spelen zit hem denk ik in vergunningstrajecten. Hier kan misschien meer mogelijk zijn dan in andere gemeenten, of dingen kunnen hier sneller geregeld worden dan in andere gemeenten. Dat zou kunnen helpen. Bijvoorbeeld wanneer het nodig is een bestemming te

wijzigen, kan dit een hele lange periode duren of zelfs niet mogelijk zijn. Als zoiets hier wel snel kan, dat zou kunnen helpen. Stel dat je een stuk grond wilt hebben, maar daar zit kantoorbestemming op en je wilt dat als magazijn hebben. Als je dan zegt van daar zijn mogelijkheden, dan zou Zaanstad een voordeel hebben als ze dat binnen een korte termijn kunne wijzigen. Dat zou kunnen voorkomen dat je verder gaat zoeken.” (Respondent 2)

Uiteindelijk komt alles wel, maar het duurt wat lang. Het is niet zo als ondernemers. Die zijn snel. Als ze iets bedenken willen ze het en dan niet nog één jaar wachten. Een bedrijf kan bijvoorbeeld een kleine wijziging in het bestemmingsplan nodig hebben en dit kan dan enorm lang duren. Daar kun je je bedrijfsvoering dan niet op pijlen. Dus dan laat je het maar een beetje. Dan ga je het nog niet eens bespreken. Dan lossen we het wel op een andere manier op.” (Respondent 3)

Eerder is al duidelijk gemaakt dat één van de respondenten positief gestemd was over subsidie voor het opknappen van de voorgevel. Hierin is ook een rol voor de gemeente in de toekomst weggelegd. Deze zelfde respondent gaf immers ook aan dat het potje van deze subsidie te klein is. Veel te klein om echt goed te werken. Wanneer dit potje groter is kunnen veel meer bedrijven op het terrein daarvan profiteren en dan is de kans veel groter dat het terrein verbetert qua uitstraling. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Ik vind het ook mooi dat die subsidie gegeven is, maar als je ziet wat voor potje dat is. Dan is het maar voor vijf bedrijven ofzo. Als vijf bedrijven er gebruik van maken is het potje al weer leeg. Dat is dan weer jammer.” (Respondent 3)

Dit soort subsidies kunnen volgens respondent 3 dus helpen bij het aantrekkelijker maken van een bedrijventerrein. Het bedrijf van respondent 3 is gevestigd op Molletjesveer. Dit bedrijventerrein heeft de subsidies wellicht hard nodig. Eén respondent is daarvandaan immers vertrokken, omdat de locatie daar niet meer aan de eisen voldeed. Het kantoor en de omgeving van het bedrijf daar waren in verval getreden. Dit was de reden voor een vertrek naar een relatief nieuw bedrijventerrein in Heemskerk. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“Ten tweede, het verval trad in bij de omgeving van het kantoor. Oude panden slecht onderhouden wegdek, problemen infrastructuur, noem het maar op” (Respondent 12)

Een andere respondent klaagt over de bereikbaarheid van Molletjesveer. Hierbij gaat het vooral om de bereikbaarheid met het openbaarvervoer. Vanaf de dichtstbijzijnde bushalte moet nog twintig minuten per voet worden afgelegd voordat men bij het bedrijf is aangekomen. De respondent vermoedt dat meer bedrijven op het terrein dit als vervelend ervaren. De respondent geeft hiervoor zelf een oplossing. Een buslijn die Molletjesveer aandoet, maakt het terrein een stuk aantrekkelijker. Ook al gebeurt dit alleen in de spitsuren. Dit kan al helpen bij het meer aantrekkelijk maken van het terrein en zo bij het behouden en aantrekken van bedrijven op Molletjesveer. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“De bereikbaarheid is wel een groot nadeel. Zeker wat betreft openbaar vervoer. Wij hebben een werknemer die in Amsterdam woont en hier vaak moet werken. Die man is in de vijftig en moet vanaf de dichtstbijzijnde bushalte nog 20 minuten lopen om hier te komen uiteindelijk. Dat wil je natuurlijk

eigenlijk niet. Hij woont in Amsterdam dus je kunt hem ook niet dwingen een auto te kopen en met de fiets is te ver. Ik denk dat wel meer bedrijven hier, dit als zeer vervelend ervaren. De bereikbaarheid qua openbaarvervoer is hier gewoon hopeloos. Misschien toch nog iets waar de gemeente dan weer een taak in kan hebben. Een buslijn die dit terrein ook aandoet bijvoorbeeld. Al is het alleen maar in de spitsuren. Dat zal dit terrein wel een stuk aantrekkelijker maken.” (Respondent 3)

Respondent 3 geeft verder aan dat de communicatie van de gemeente richting de bedrijven veel beter kan. Hierbij gaat het om het duidelijk maken dat bijvoorbeeld de eerder genoemde subsidies überhaupt bestaan. Volgens deze respondent weten veel bedrijven dat soort dingen niet. De respondent vermoedt dat de gemeente voor veel bedrijven in Zaanstad iets kunnen betekenen, maar dat veel bedrijven daar simpel niet van af weten. De communicatie moet daarin beter volgens de respondent. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Je moet alleen wel weten dat het er is. De communicatie kan daarin beter. Dat was hier ook. Ik heb het nog aan de eigenaar doorgegeven van wist je dat er subsidie was. Maar je moet er echt zelf achter komen. Dan moet je al bij de bedrijvenvereniging aangesloten zijn en dan moet je toevallig bij die bijeenkomst aanwezig zijn om dat dan te horen. Dus het zijn altijd alleen de bedrijven die heel actief zijn met zelf opzoeken, want anders mis je dat soort dingen. Misschien had de gemeente van alles kunnen betekenen bij onze vestiging, maar je weet het niet. Je weet niet zo goed wat de gemeente kan betekenen voor de bedrijven. Dat kwam op de bijeenkomst bij de gemeente er ook uit. Communicatie is nog een groot dingetje. Ik denk dat dit bij elk bedrijf wel speelt.” (Respondent 3)

Deze zelfde respondent heeft echter al het vermoeden dat dit in de toekomst beter gaat verlopen. Dit vanwege het oprichten van het ondernemersfonds. De respondent is positief over het ondernemersfonds en heeft daar hoge verwachtingen van. De respondent vermoedt ook dat dit een rol kan spelen voor bedrijven die een vestiging in Zaanstad overwegen. Weten dat er geld is om een locatie te verbeteren of op te knappen kan helpen in de keuze volgens de respondent. Onderstaand citaat maakt dit duidelijk:

“Maar straks wordt een deel van de WOZ bijdrage en onroerend zaak belasting, dat dat in een pot komt per bedrijventerrein of bedrijvenclustering. Daar dan ook een deel van de gemeente bij. Dat potje kan je dan besteden op welke manier dan ook. Zo betalen ook alle bedrijven er aan mee en niet alleen degene die zijn aangesloten bij de verenigingen. Daar hebben wij op zich wel hoge verwachtingen van. (...) Dat vind ik nu goede ontwikkelingen. Zo pratende denk ik dat is wel iets waar de gemeente goed mee bezig is. Dat is ook voor de vestiging in Zaanstad wel belangrijk. Dat je weet van er is geld voor, er wordt wat aan de bedrijvigheid gedaan op welke manier dan ook. Dat kan toch meespelen.” (Respondent 3)

8.3.2 Overige mogelijke rollen voor de gemeente

Enkele respondenten hebben uitspraken gedaan waarbij niet specifiek over een rol voor de gemeente gesproken werd, maar waar deze rol wel denkbaar is. Zo gaven meerder respondenten aan de het gemiddelde opleidingsniveau in Zaanstad laag is. Onderstaand citaat is hiervan een voorbeeld:

“Ik denk niet dat er heel veel HBO-geschoolde zitten. Het aanbod daarin is niet hoog.” (Respondent 1)

De meeste respondenten hebben aangegeven het eigenlijk niet een probleem te vinden dat het gemiddelde opleidingsniveau in Zaanstad lager ligt. Hierbij ging het echter iedere keer om bedrijven met werknemers die over een veel grotere regio dan alleen Zaanstad verspreid zijn. Eén respondent gaf echter aan het tekort aan hooggeschoolden wel een probleem te vinden. Dit bedrijf wil het liefst hoog opgeleide mensen uit Zaanstad als werknemers. Hierbij gaat het om een bedrijf in de zakelijke dienstverlening. Dit bedrijf heeft al haar klanten in Zaanstad en vind het daarom belangrijk dat de werknemers ook uit Zaanstad afkomstig zijn. Voor het werk dat het bedrijf uitvoert is het zeer handig om bekend te zijn in de regio. De respondent geeft echter aan dat het voor het bedrijf heel moeilijk is om geschikt personeel te vinden. Deze respondent vroeg zich daarbij ook af of dit te kort aan hooggeschoolde wel goed bekend is bij de gemeente. De bouw en de industrie zijn in Zaanstad groot en daarom vermoedt de respondent dat meer hoger opgeleiden misschien niet als noodzakelijk wordt geacht. Onderstaande citaten geven dit weer:

“Door de veranderende vraag van onze klanten hebben we veel meer hbo’ers nodig. We nemen eigenlijk geen mbo’ers meer aan. Dat zullen we niet snel meer doen. Omdat al dat mbo werk, dat wordt geautomatiseerd. We hebben hier eigenlijk niet zo veel hbo of universitair geschoolden. Het aanbod van werknemers sluit hier niet zo erg aan met wat we nodig hebben. We hebben hier in Zaanstad ook geen HBO. Ik heb zelf ook in Amsterdam gestudeerd en in Leiden. Je moet buiten de Zaanstreek opgeleid zijn om vervolgens hier werk te zoeken. Ook vraag ik me af of het wel zo bekend is dat we hier meer hoger opgeleiden nodig hebben omdat de industrie en de bouw zo groot zijn in Zaanstad. Er wordt waarschijnlijk verwacht dat je dit ook snel buiten Zaanstad zoekt, in Amsterdam bijvoorbeeld.” (Respondent 3)

“Wij hebben het liefst hoogopgeleide mensen uit Zaanstad. Echt de mensen uit de Zaanstreek, omdat dat het beste aansluit bij ons werk. Omdat je een adviseur bent die dichtbij klanten moet staan en je moet ook naar netwerkbijeenkomsten of ook naar de klant. Dan is het handig als je bekend bent in de regio en makkelijk overal aansluit. Het is voor ons alleen niet makkelijk om die mensen te vinden.” (Respondent 3)

Hierin is mogelijk een rol voor de gemeente weggelegd. Automatisering is iets wat in de toekomst vermoedelijk door blijft gaan. Hierdoor kan MBO-werk steeds meer worden vervangen. De vraag naar hoger opgeleiden in Zaanstad kan daarom alleen maar gaan toenemen. Voor de bedrijven die écht op zoek zijn naar werknemers uit Zaanstad kan dit een probleem zijn. De gemeente kan om deze reden beleid opstellen om meer hoger opgeleiden in Zaanstad te krijgen. Een hogeschool in Zaanstad kan hierbij helpen. Mensen die in Zaanstad zijn opgegroeid kunnen op die manier in Zaanstad blijven wonen wanneer zij gaan studeren. Dit kan er wellicht voor zorgen dat deze mensen minder snel uit Zaanstad vertrekken, wanneer deze zich op de arbeidsmarkt gaan betrekken. Ook het realiseren van studentenwoningen is dan noodzakelijk. Door studentenwoningen in Zaanstad aan te bieden kunnen mensen die opgegroeid zijn in Zaanstad daar gemakkelijk blijven wonen in hun studietijd. Dit kan er voor zorgen dat deze mensen ook in de toekomst in Zaanstad woonachtig willen blijven. Ook kan dit helpen bij het aantrekken van studenten uit omliggende regio’s. Studenten kunnen er dan voor kiezen niet in Amsterdam, maar in Zaanstad te gaan studeren. Een deel van deze studenten blijft dan wellicht ook na hun studiercarrière woonachtig in Zaanstad. Op deze manieren kan het aanbod van hooggeschoolde in Zaanstad sterk toenemen in de toekomst.

Enkele respondenten hebben ook uitspraken gedaan over het algemene karakter van mensen in Zaanstad. Vaak werden Zaankanters beschreven als nuchtere mensen en harde werkers. Onderstaand citaat is hiervan een voorbeeld:

“Nou, ik denk dat hier wel veel geschikte mensen zijn. Ik heb zelf op een middelbare school in Zaandam gezeten. Het is wel een slag mensen die goed bij ons past. Wij zijn veel nuchtere Noord-Hollanders, harde werkers met het hart op de tong. Dat zijn Zaankanters over het algemeen genomen ook wel.” (Respondent 1)

Een andere respondent vertelde iets opvallends over mensen in Zaanstad. Deze respondent beweert dat er veel clubjes van ondernemers zijn in Zaanstad. Er zijn veel hechte gemeenschappen tussen Zaankanters onderling. Om deze reden is het moeilijk voor bedrijven die niet uit Zaanstad afkomstig zijn, om daar tussen te komen. De respondent beweert dat wanneer een bedrijf van buiten Zaanstad naar Zaanstad komt en daar ook Zaanse klanten wil hebben, dit bedrijf echt met iets unieks moet komen om te slagen. Onderstaande citaten geven dit weer:

“Er zijn heel veel clubjes voor ondernemers. Ik vind het ook wel leuk. Ik weet niet of het in andere steden zo is. Maar al die bedrijventerreinen die allemaal weer hun eigen ondernemingsverenigingen hebben en ook zo hecht. Dat iedereen elkaar kent.” (Respondent 3)

“Ik denk wel dat als bedrijven die zich hier gaan vestigen in Zaanstad, die hier niet vandaan komen en geen werknemers uit Zaanstad hebben, dat die echt iets unieks moeten hebben om hier te slagen.” (Respondent 3)

“Want als je Zaanse klanten wilt hebben dan moet je echt in Zaanstad gevestigd zijn eigenlijk. Het liefst ook Zaankanter zijn of in ieder geval een aantal Zaanse mensen in dienst hebben. Dan heb je sneller business, om het zo maar te zeggen, dan wanneer dit allemaal niet het geval is. Dan is dat veel lastiger. Ik vind dat wel bijzonder aan de Zaanstreek.” (Respondent 3)

Enkele bedrijven hebben in de interviews erkend wat respondent 3 hier beweert. Deze bedrijven gaven echter aan dit niet als een probleem te ervaren, omdat hun klanten verspreid zitten over een veel grotere regio dan alleen Zaanstad. Ook het nuchtere karakter en het harde werken werd door veel respondenten erkend. Dit laatste is iets waar de gemeente blij mee moet zijn. Dit kan ook door de gemeente worden gepromoot. Respondent 1 geeft bijvoorbeeld aan dat het karakter van mensen in Zaanstad goed aansluit bij die van mensen uit de kop van Noord-Holland. Dit kan goed helpen bij het aantrekken van bedrijven uit deze regio. Dit eerste moet de gemeente niet blij mee zijn. Dit moet ook niet worden gepromoot. Dat zou het immers niet aantrekkelijk maken voor bedrijven die naar Zaanstad toe willen komen en daar ook Zaanse klanten willen hebben. Bij het aantrekken van bedrijven moet daarom wellicht op bedrijven worden gericht die iets unieks hebben. Dit vergroot immers de kans van slagen volgens respondent 3. Voor Zaanse bedrijven die al in Zaanstad zitten is deze hechte gemeenschap misschien wel gewenst. Dit zorgt er immers voor dat deze bedrijven niet zomaar Zaanstad verlaten. Dit maakt dit alles een complex probleem. Aan de ene kant moet deze mentaliteit bestaan blijven om bedrijven in Zaanstad vast te houden en aan de andere kant moet deze mentaliteit verdwijnen om zo

aantrekkelijker te worden voor bedrijven buiten Zaanstad. Een juiste wisselwerking hiertussen is waarschijnlijk gewenst.

Tot slot noemt één respondent nog het ontbreken van veel mooie zichtlocaties in Zaanstad. Hierin kan een rol voor de gemeente zijn weggelegd, ook al stelt de respondent zelf dit niet. Onderstaand citaat geeft dit weer:

“Er zijn heel weinig mooie zichtlocaties in Zaanstad. Het is hier allemaal best wel industriematig. Nu zijn we ook wel een industriegericht bedrijf, maar we zijn ook een bedrijf dat in bouw en architectuur zit, dus we zullen wel altijd naar zichtlocaties zoeken. Ik weet het niet goed. Ik heb daar niet veel zicht op, maar ik denk niet dat er heel veel andere zichtlocaties als deze in Zaanstad zijn.” (Respondent 1)

Dit citaat is opvallend omdat in hoofdstuk 5 naar voren is gekomen dat veel bedrijven uit Zaanstad de afgelopen jaren hun locatie in Zaanstad hebben verlaten om zich te vestigen op een bedrijventerrein langs een snelweg buiten Zaanstad. Dit is een populaire nieuwe locatie gebleken voor uit Zaanstad vertrokken bedrijven. Zo een type locatie wordt in Zaanstad wellicht gemist. Zichtlocatie heeft hierin mogelijk een rol gespeeld. Om bedrijven beter te behouden kan het voor de gemeente Zaanstad wellicht belangrijk zijn om meer zichtlocaties te realiseren. Meer bedrijventerreinen langs een afslag van de snelweg. Dit is niet alleen goed voor het creëren van zichtlocaties. Bedrijventerreinen langs een snelweg zijn immers ook goed bereikbaar. Uit de interviews is immers ook gebleken dat enkele bedrijven zijn vertrokken vanwege een veel beter via de snelweg bereikbare locatie buiten Zaanstad.

Afbeelding 7: Voorbeeld van een zichtlocatie langs een snelweg



Bron: Blauwhoed.nl, z.j.

8.4 Conclusie rol gemeente

De belangrijkste conclusie is misschien wel dat veruit de meeste respondenten aan hebben gegeven dat de gemeente geen enkele rol heeft gespeeld binnen het bedrijfsverplaatsingsproces. Alle bedrijven handelen eigenlijk heel autonoom bij het zoeken van een nieuwe locatie. Alleen makelaars worden nog wel eens ingeschakeld. De digitalisering heeft er voor gezorgd dat op internet heel makkelijk kan worden gezocht naar mogelijke locaties.

Slechts enkele respondenten hebben aangegeven dat de gemeente wel een rol heeft gespeeld. Eén maal ging het er om dat de gemeente probeerde een bedrijf te verleiden tot nieuwbouw, terwijl dit voor het bedrijf niet gewenst was. Het bedrijf wilde een bestaand pand. Het tegengaan van leegstand door bestaande panden weer in gebruik te laten nemen moet in de ogen van deze respondent juist een taak zijn van de gemeente. Een gemeente moet goed luisteren naar de wensen van de ondernemer om te voorkomen dat het bedrijf toch voor een andere locatie buiten Zaanstad kiest. Volgens Beernink e.a. (1998) is beleid van de gemeente immers ook een belangrijke *push-factor*. Dit had wellicht in dit geval ook zo kunnen zijn.

Twee andere respondenten waren positief over de rol van de gemeente. In één geval had de gemeente een snelle bestemmingswijziging toegelaten. Waardoor een pand waar eerst productiewerk gedaan werd, binnen zeer korte periode als kantoor kon worden gebruikt. Zoiets snel voor elkaar krijgen kan goed helpen bij het aantrekken en behouden van bedrijven. Snel beschikbaar is volgens Beernink e.a. (1998) immers een belangrijke *pull-factor*. Een andere respondent was positief over een subsidieregeling van de gemeente. Subsidie voor het opknappen van de gevel. In dit geval ging het om Molletjesveer. Dit terrein wordt als aantrekkelijk beschreven omdat de prijzen er laag liggen en door dit soort subsidies verwacht kan worden dat het er in de toekomst beter uitziet. Dit kan helpen bij het aantrekken en behouden van bedrijven. Niet ieder bedrijf deelt echter deze gedachte. Een bedrijf verliet juist de locatie in Molletjesveer, vanwege het verval van het pand en de omgeving. Ook over de bereikbaarheid middels openbaarvervoer van dit terrein werd geklaagd. Eén respondent gaf aan dat een buslijn die dit terrein aandoet al goed zou kunnen helpen bij het aantrekkelijker maken van het terrein. Ook al is dit alleen maar in de spitsuren.

Verder zijn er nog rollen voor de gemeente die in het verplaatsingsproces niet hebben gespeeld, maar volgens de respondenten wel denkbaar zijn. Het sneller verlenen van vergunningen of bestemmingswijzigingen wordt hier weer genoemd. Bedrijven kunnen hun bedrijfsvoering niet plannen, wanneer zoiets zo lang moet duren volgens de respondenten. Wanneer dit in Zaanstad wel snel kan, kan de gemeente zich hierin onderscheiden van anderen. Dit helpt bij het aantrekken en behouden van bedrijven.

Ook wordt gesteld dat veel meer subsidie moet worden gegeven voor opknappwerkzaamheden op oudere bedrijventerreinen. Pas dan kan het echt goed werken, wanneer het grootste deel van het terrein ook meedoet. Het oprichten van het ondernemersfonds kan hier wellicht een rol in gaan spelen. Eén respondent is hierover zeer positief en heeft daar hoge verwachtingen van. Deze zelfde respondent stelt nog dat de

communicatie van de gemeente richting de ondernemers veel beter moet. Vaak weten ondernemers niet eens van het bestaan van subsidies af. Door betere communicatie kan de gemeente voor veel bedrijven misschien veel meer betekenen. Dit kan helpen bij het behouden van bedrijven.

Tot slot zijn er nog rollen voor de gemeente die de respondenten niet concreet genoemd hebben, maar die op basis van hun uitspraken wel denkbaar zijn. Eén daarvan is het realiseren van een hogeschool en het realiseren van veel studentenwoningen in Zaanstad. Op deze manier kunnen mensen die vóór hun studie al in Zaanstad woonden, ook in Zaanstad blijven wonen. Dit kan er voor zorgen dat deze ook in Zaanstad woonachtig blijven wanneer ze afgestudeerd zijn. Ook kunnen studenten van buiten Zaanstad dan worden aangetrokken. Een deel daarvan kan na zijn studie wellicht ook in Zaanstad woonachtig blijven. Zo kan het aanbod hoogopgeleiden toenemen. Eén respondent gaf immers aan dat het op dit moment zeer lastig is om geschikte hoger opgeleiden uit Zaanstad te vinden als werknemer. Voor veel bedrijven geldt dit probleem echter veel minder, omdat deze hun werknemers zoeken in een veel grotere regio dan alleen Zaanstad.

Mensen uit Zaanstad zijn door enkele respondenten als nuchter mensen en harde werkers beschreven. Ook is gesteld dat dit goed past bij mensen uit de kop van Noord-Holland. Dit is iets wat de gemeente moet promoten. Dit kan helpen bij het aantrekken van bedrijven. Vooral bij het aantrekken van bedrijven uit de kop van Noord-Holland. Eén respondent geeft echter ook aan dat het voor bedrijven van buiten Zaanstad lastig is om in Zaanstad iets te beginnen en tegelijk ook Zaanse klanten willen hebben. Mensen uit Zaanstad zitten vaak in hechte gemeenschappen. Als buitenstaander is het moeilijk daar tussen te komen. Er moet met iets unieks worden gekomen om goede kans van slagen te hebben. Dit is niet iets wat de gemeente moet promoten. Dat gaat het aantrekken van bedrijven niet bevorderen. Aan de andere kant is het ook iets wat de gemeente niet kwijt moet willen. Zulke hechte Zaanse gemeenschappen kunnen echter wel goed helpen bij het behoud van bedrijven. Dit maakt dit alles een complex probleem.

Als laatste is nog opvallend dat één respondent het gebrek aan zichtlocaties in Zaanstad noemt. Dit is opvallend omdat in hoofdstuk 5 al bleek dat veel vertrokken bedrijven op bedrijventerreinen langs een snelweg terecht zijn gekomen. Zichtlocatie heeft hierin wellicht een rol gespeeld. De gemeente kan wellicht meer bedrijventerreinen langs een snelweg realiseren om bedrijven zo beter te behouden. Voordeel is dat dit soort terreinen ook goed bereikbaar zijn. Bereikbaarheid is volgens Beernink e.a. (1998) een zeer belangrijke *pull-factor*.

9 Conclusie, aanbevelingen & discussie

9.1 Conclusie

In dit hoofdstuk wordt de eindconclusie van dit onderzoek duidelijk gemaakt. Het doel van dit onderzoek was om vertrekmotieven van uit Zaanstad vertrokken bedrijven in kaart te brengen, ditzelfde geldt voor de vestigingsmotieven van bedrijven die naar Zaanstad toe zijn verplaatst. Ook was het hierin een belangrijk om duidelijk te maken wat de motieven van bedrijven gevestigd in Zaanstad zijn om in Zaanstad gevestigd te blijven. Op basis daarvan zijn aanbevelingen ontstaan. Beleidsaanbevelingen aan de gemeente Zaanstad. Deze geven aan op welke manier de gemeente beter in staat kan zijn bedrijven te behouden en op welke manier de gemeente beter in staat kan zijn om bedrijven aan te trekken. Ook het doen van deze aanbevelingen was een doel van dit onderzoek. De hoofdvraag van dit onderzoek ziet er uit als volgt:

Wat zijn de vestigings- en vertrekmotieven van bedrijven in de gemeente Zaanstad en op welke manier kan de gemeente Zaanstad bedrijven beter aantrekken en behouden?

Bedrijfsmigratiedynamiek

Om goed antwoord te kunnen geven op deze hoofdvraag is allereerst een beschrijving gemaakt van de bedrijfsmigratiedynamiek in Zaanstad voor de jaren 2010 tot en met 2013. Hierin zijn verschillende bevindingen gedaan. Duidelijk is geworden dat de sectoren specialistische zakelijke diensten en ook gezondheidszorg de laatste jaren sterk gegroeid zijn qua aantal vestigingen. Verder heeft de wat kleinere sector informatie en communicatie en zeer sterke groei doorgemaakt de afgelopen jaren. Ook is opgevallen dat de sectoren specialistische zakelijke diensten en informatie en communicatie, ook op het gebied van bedrijfsmigratie sterk hebben gepresteerd. In deze sector komen beduidend meer bedrijven naar Zaanstad toe, dan dat er uit Zaanstad vertrekken de afgelopen jaren. Wanneer gekeken wordt naar de speerpunten van de gemeente Zaanstad valt op dat het speerpunt logistiek het best presteert qua bedrijfsmigratie. De sector vervoer en opslag en deelsector groothandel kennen sterk positieve migratiesaldi. Bepaalde bedrijventerreinen lijken ook beter te presteren op het gebied van bedrijfsmigratie dan andere. Achtersluispolder, Molletjesveer en Noorderveld kennen opvallend sterk positieve migratiesaldi. Westerspoor-Zuid kent juist een sterk negatief migratiesaldo. Ook het migratiesaldo van Zaandam-Centrum is sterk negatief. Tot slot is nog opgevallen dat er nogal een verschil bestaat tussen éénpitters, MKB en grote bedrijven. De éénpitters presteren qua bedrijfsmigratiesaldi beduidend het best. Veruit het grootste deel van het totale positieve bedrijfsmigratiesaldo van Zaanstad, valt te verklaren uit de éénpitters. Midden- en kleinbedrijven presteren hierin beduidend minder. Ook het migratiesaldo van grote bedrijven is klein, maar hiervan bestaan dan ook weinig bedrijven in Zaanstad.

Focus op MKB

In de casebeschrijving was al naar voren gekomen dat de werkgelegenheid in het MKB in Zaanstad de afgelopen jaren zeer sterk is afgenomen. Verder is gebleken dat het MKB op het gebied van bedrijfsmigratie ook het minst presteert. Bovendien is in het theoretisch kader naar voren gekomen dat vestigingswensen van éénpitters vaak direct gekoppeld zijn aan de woonwensen. Als gemeente kan hier daarom weinig invloed op worden uitgeoefend. Ook werd in het theoretisch kader duidelijk, dat grote bedrijven een veel kleinere kans hebben om te verplaatsen. Om deze redenen heeft het onderzoek zich verder alleen op midden- en kleinbedrijven gericht.

Bij de bedrijfsmigratie van midden- en kleinbedrijven valt op dat wederom Achtersluispolder, Molletjesveer en ook Noorderveld (in iets mindere mate) weer goed presteren. Westerspoor heeft onder midden- en kleinbedrijven juist een sterk negatief migratiesaldo. Ook dit komt overeen met de eerdere bevindingen. Verder is duidelijk geworden dat midden- en kleinbedrijven in Zaanstad doorgaans over korte afstand verplaatsen. Ruim zeventig procent van de vertrokken midden en klein bedrijven bleef binnen de metropoolregio Amsterdam. Zevenendertig procent had zelfs Amsterdam als bestemming. Amsterdam en de andere omliggende gemeenten in de metropoolregio zijn in die zin dus belangrijke concurrenten voor Zaanstad. Tot slot is geconcludeerd dat bedrijventerreinen langs een snelweg een populaire locatie is gebleken voor uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven.

Verskillende factoren van invloed op vertrekkans

Om goed een advies te kunnen opstellen over het beter behouden en beter aantrekken van midden- en kleinbedrijven, moet eerst duidelijk worden of de factoren die volgens de literatuur van invloed zijn op bedrijfsverplaatsingen ook in Zaanstad zo gelden. Hiervoor is een Cox regressie uitgevoerd. De invloed van leeftijd, bedrijfsgrootte, sector en locatietype op de vertrekkans is hiermee getest. Geconcludeerd is dat leeftijd een sterke invloed heeft op de verplaatsingskans. Deze relatie is negatief. Dat wil zeggen dat wanneer de leeftijd van een midden- en kleinbedrijf in Zaanstad toeneemt, de kans op vertrek van dit bedrijf afneemt. Ditzelfde geldt voor grootte van het bedrijf. Deze invloed is echter minder sterk. Toch geldt hier ook dat wanneer het aantal werkplaatsen van een midden- en kleinbedrijf toeneemt dat de vertrekkans van het bedrijf afneemt. Verder is gebleken dat midden- en kleinbedrijven in de specialistische zakelijke diensten een grotere vertrekkans hebben dan deze bedrijven in de groot- en detailhandel. Midden en kleinbedrijven in de informatie en communicatie hebben een nog grotere kans om te vertrekken dan deze bedrijven in de groot en detailhandel. Alleen midden- en kleinbedrijven in deze twee sectoren hadden een significant grotere vertrekkans dan de referentieklassse. Midden- en kleinbedrijven in de sectoren gezondheidszorg en horeca hadden een significant kleinere vertrekkans dan de referentieklassse. Verder is nog gebleken dat midden- en kleinbedrijven op de terreinen kanaalzone een significant grotere vertrekkans hadden dan midden- en kleinbedrijven in overig Zaanstad. Dit is opvallend omdat verwacht werd dat bedrijven op een formele locatie juist een kleinere vertrekkans hebben, dan bedrijven op een informele locatie. Voor de midden- en kleinbedrijven op deze terreinen geldt dit dus niet.

Selectie van bedrijven

Alle tot nu toe besproken conclusies hebben geholpen bij selecteren van bedrijven die zijn benaderd voor een interview. Eerst is gebleken dat de sectoren specialistische zakelijke diensten en informatie en communicatie de laatste jaren sterk zijn gegroeid en ook sterk positieve migratiesaldi hebben gehad. Ook is gebleken dat midden- en kleinbedrijven in deze sector een grotere vertrekans hebben dan andere sectoren. Blijkbaar is er veel dynamiek binnen deze sectoren. Deze zijn om die reden als kansrijke sectoren voor de gemeente Zaanstad gezien. Ook is het zo dat de gemeente naar een meer gedifferentieerde economie streeft. Het aantrekken en beter behouden van deze kennisintensieve bedrijven kan daarbij helpen. De industrie en bouw zijn in Zaanstad van oudsher al groot. Vandaar dat bedrijven in de zakelijke diensten en in de informatie en communicatie kunnen bijdragen aan de differentiatie. Toch zijn voor de interviews ook nog bedrijven in de logistieke en industriële sector geselecteerd. De maakindustrie is van oudsher en nog steeds de motor van de Zaanse economie. Deze sector blijft daarom kansen bieden. Ook is naar voren gekomen dat de sector vervoer en opslag en de deelsector groothandel sterke positieve migratiesaldi kennen in Zaanstad. Bovendien is de logistieke sector een speerpunt van de gemeente. Om die reden zijn ook bedrijven in deze sector nog benaderd voor een interview.

Vertrekmotieven

Op basis van de resultaten uit de interviews zijn allereerst de vertrekmotieven van uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven beschreven. Het belangrijkste vertrekmotief is ruimtegebrek op de huidige locatie. Ook slechte bereikbaarheid was een belangrijk vertrekmotief. Opvallend hieraan was dat twee respondenten die aangaven te zijn vertrokken vanwege slechte bereikbaarheid, allebei op een bedrijventerrein nabij een afslag van een snelweg terecht zijn gekomen. Eén respondent gaf aan ook zo een locatie binnen Zaanstad te hebben gezocht, maar dit niet heeft gevonden. Ruimtegebrek en slechte bereikbaarheid zijn als belangrijkste vertrekmotieven niet bijzonder. Ook in de studie van Beernink e.a. (1998) zijn deze motieven als de belangrijkste omschreven. Overige vertrekmotieven die respondenten hebben gegeven zijn nog het gebrek aan parkeerruimte, woon-werkafstand verkleinen, slechte representativiteit van omgeving en pand en verandering in het bestuur van het bedrijf.

Vestigingsmotieven

Ook de vestigingsmotieven van midden- en kleinbedrijven die naar Zaanstad toegekomen zijn, zijn op basis van de resultaten uit de interviews aan het licht gebracht. Daar is gebleken dat meer ruimte voor minder geld het meest voorkomende vestigingsmotief is geweest. Ruimte staat in de studie van Beernink e.a. (1998) ook als belangrijkste vestigingsmotief genoteerd. Goedkoop echter niet. Prijs-kwaliteitverhouding komt wel op de lijst voor maar is geen veel voorkomende. Een verklaring hiervoor is dat enkele van de ondervraagde respondenten van Amsterdam afkomstig waren. Ten opzichte van Amsterdam kan een bedrijf in Zaanstad grotere ruimtes huren of kopen en dat voor veel minder geld dan in Amsterdam. Ook het bestaan van veel parkeerruimte wordt als een groot voordeel in Zaanstad beschreven, dat in Amsterdam veel minder bestaat. Verder is de ligging ten opzichte van de markt en ten opzichte van de werknemers nog een veel voorkomend

vestigingsmotief. Woon-werkafstand speelt ook hierin weer een rol. Ook een simpele overname of directiewisseling wordt soms als vestigingsmotief gegeven. Al lijkt het er in die gevallen echter vaak op dat de directiewisseling of overname de aanleiding achter de verplaatsing is geweest en dat er toch andere motieven spelen. Tot slot zijn er nog een aantal vestigingsmotieven die slechts één keer genoemd zijn. Hierbij gaat het om representativiteit/zichtlocatie, mogelijkheid tot nieuwbouw, bereikbaarheid via snelweg en bereikbaarheid via openbaar vervoer. Opvallend is dat bereikbaarheid via snelweg slechts één keer genoemd is. In het onderzoek van Beernink e.a. (1998) blijkt dat bereikbaarheid één van de meest voorkomende vestigingsmotieven is. Midden- en kleinbedrijven verplaatsen over het algemeen blijkbaar niet naar Zaanstad vanwege de goede bereikbaarheid via de snelweg.

Blijfmotieven

Het belangrijkste blijfmotief voor midden- en kleinbedrijven in Zaanstad heeft te maken met het personeel. Volgens Van Dijk en Pellenbarg (2000) verplaatsen bedrijven zich vaak over korte afstand. Dit omdat bedrijven vaak gehecht zijn aan hun personeel. Bij een verplaatsing over korte afstand hoeft een bedrijf geen nieuw personeel te vinden. Ook in Zaanstad geldt dit dus. Midden- en kleinbedrijven verplaatsen over korte afstand om zo hun personeel te behouden en hun reistijd niet negatief te beïnvloeden. Ook woonwerkafstand speelt hierin dus weer een rol. Het is echter niet zo dat om deze reden bedrijven met alleen maar personeel woonachtig in Zaanstad, per se in Zaanstad gelokaliseerd willen zijn. Eén van de respondenten gaf aan alleen maar personeel woonachtig in Zaanstad te hebben, maar dit bedrijf was toch verplaatst naar Heemskerk. Dit bedrijf zocht een locatie goed bereikbaar via de snelweg en zocht hiervoor binnen Zaanstad, maar ook in de omliggende gemeenten. Ook gaf een respondent aan in Zaanstad te zitten, omdat dit centraal ligt tussen de woonlocaties van zijn werknemers. Dit wil niet zeggen dat dit bedrijf daarom altijd in Zaanstad blijft. Amsterdam-Noord of Landsmeer is volgens de respondent net zo centraal voor dit bedrijf. Buiten de woonlocaties van het personeel spelen nog enkele andere blijfmotieven een rol. De aantrekkelijkheid van het pand kan belangrijk zijn. Twee respondenten gaven aan hun pand zelf te hebben ingericht en ontworpen. Dit zorgt ervoor dat een bedrijf dat pand niet zomaar wil verlaten. Ook gehechtheid aan de omgeving van het pand wordt als blijfmotief genoemd. Tot slot is de mogelijkheid tot groei op de huidige locatie nog een belangrijk blijfmotief. Dit kan er immers voor zorgen dat bij ruimtegebrek een bedrijf niet snel naar andere locaties kijkt, maar op zijn huidige locatie gaat uitbreiden.

Rol van de gemeente

De resultaten uit de interviews geven ook een beeld van de rol die de gemeente heeft gespeeld bij het vormen van de vertrek-, vestigings- en blijfmotieven. Duidelijk is geworden dat in veruit de meeste gevallen gesteld wordt, dat de gemeente geen enkele rol heeft gespeeld binnen het verplaatsingsproces van de midden- en kleinbedrijven. Deze bedrijven handelen heel autonoom in het zoeken naar een nieuwe locatie. Tegenwoordig kan dit ook heel makkelijk door de ontwikkeling van het internet. Alleen makelaars worden nog wel eens bij dit proces betrokken. Slechts in twee gevallen had de gemeente wel een rol gespeeld. In één geval probeerde de gemeente een bedrijf te verleiden om tot nieuwbouw over te gaan, terwijl dit bedrijf juist een bestaand pand wilde. De respondent was negatief over de

gemeente en vond juist dat een gemeente bezig moet zijn met leegstand tegen gaan en daarom blij moest zijn dat het bedrijf naar een bestaand leeg pand op zoek was. In het andere geval was de rol van de gemeente wel positief, in de ogen van de respondent. De gemeente had daar heel snel iets toegestaan wat op basis van de bestemming niet kon. In een pand waar productie plaatsvond, kon binnen enkele maanden een kantoor worden geopend. Dit snelle handelen werd als positief ervaren. Snel beschikbaar is ook een van de vestigingsmotieven in het onderzoek van Beernink e.a. (1998). Nog een andere respondent was positief over de subsidieregeling die op Molletjesveer bestaat. Bedrijven kunnen daar subsidie krijgen voor het opknappen van de gevel. De koop- en huurprijzen in Molletjesveer zijn heel laag en door dit soort subsidies kunnen bedrijven wel het idee krijgen dat het er in de toekomst daar beter uit gaat zien. Volgens de respondent is dit terrein daarom aantrekkelijk. Kanttekening daarbij is dat het potje volgens de respondent veel te klein is, waardoor veel te weinig bedrijven hiervan kunnen profiteren. Verder zijn er nog rollen voor de gemeente genoemd die de gemeente niet heeft gespeeld, maar die volgens de respondenten wel denkbaar zijn. Snellere procedures van vergunningen verlenen en bestemmingen wijzigen is hiervan een voorbeeld. Bedrijven geven aan dat dit altijd heel lang moet duren. Een bedrijfsvoering kan daarop niet gepland worden. Wanneer dit in Zaanstad wel snel kan, dan kan de gemeente zich onderscheiden van andere. Dit kan volgens enkele respondenten zeer goed helpen bij het aantrekken en ook behouden van bedrijven. Ook de communicatie naar bedrijven toe moet veel beter. Eerder werd al aangegeven dat subsidies belangrijk kunnen zijn. Vaak is het alleen zo dat bedrijven niet eens van het bestaan van subsidies afweten. Bij betere communicatie kan de gemeente wellicht voor veel meer bedrijven iets betekenen. Dit kan helpen bij het behoud van bedrijven.

9.2 Aanbevelingen

Bij het aantrekken van bedrijven moet de gemeente Zaanstad zich vooral richten op midden- en kleinbedrijven in de zakelijke dienstverlening en informatie en communicatie. Gebleken is al dat de laatste jaren beduidend meer bedrijven in deze sector Zaanstad binnen komen dan dat er uit Zaanstad vertrekken. Bovendien heeft de gemeente de wens om een meer gedifferentieerde economie te realiseren. De industrie en bouw zijn van oudsher al groot in Zaanstad. Het aantrekken van deze bedrijven kan daarom goed helpen bij het differentiëren. Ook is gebleken dat midden- en kleinbedrijven in deze sectoren een grotere verplaatsingskans hebben dan bedrijven in de overige sectoren. Dit kan betekenen dat er veel dynamiek is in deze sector. Het is immers denkbaar dat niet alleen in Zaanstad deze sectoren een grotere vertrek kans hebben, maar dat dit ook in vergelijkbare omliggende gemeenten het geval is. Er bestaat in die zin vermoedelijk een grote vijver om uit te vissen voor deze sectoren. Bij het vissen moet vooral op jonge bedrijven gericht worden. Deze bedrijven hebben een veel grotere kans om te verplaatsen is gebleken. Ook moet er op gepast worden dat er niet op te grote bedrijven gericht wordt. In Zaanstad geldt immers dat hoe groter een bedrijf is, hoe kleiner de verplaatsingskans van het bedrijf is. Het is daarom beter om op meerdere kleine bedrijven te mikken, dan op één grote. Dat heeft een grotere kans van slagen.

Ook is gebleken dat bedrijven zich vooral over korte afstand verplaatsen. Van de uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven is immers meer dan 70 procent binnen de metropoolregio Amsterdam gebleven. Daarvan vertrok 37 procent naar Amsterdam zelf. Van

de midden- en kleinbedrijven die naar Zaanstad zijn toegekomen was 33 procent afkomstig uit Amsterdam. De gemeente Amsterdam is zo een grote concurrent. Tegelijk ook een grote vijver om uit te vissen. Het is immers duidelijk geworden dat in Zaanstad veel meer ruimte bestaat, veel meer parkeerruimte en dit tegen een veel lagere prijs in vergelijking met Amsterdam. Zaanstad kan daarom aantrekkelijk zijn voor bedrijven uit Amsterdam. Bij het aantrekken van bedrijven moet dus vooral op gemeenten in de buurt van Zaanstad worden gericht.

Zaanstad is vermoedelijk echter niet de enige gemeente in de buurt van Amsterdam waar meer ruimte voor minder geld bestaat. Zaanstad moet zich daarom gaan onderscheiden ten opzichte van andere nabijgelegen gemeenten. Dit kan met behulp van fysieke maatregelen en niet-fysieke maatregelen. Een belangrijke fysieke maatregel kan zijn het aanleggen van bedrijventerreinen nabij de afslag van een snelweg. Er is immers gebleken dat veel uit Zaanstad vertrokken midden- en kleinbedrijven, op zo een type locatie buiten Zaanstad terecht zijn gekomen. Eén bedrijf vertrok zelfs naar zo een type terrein in Heemskerk, terwijl alle werknemers van dat bedrijf in Zaanstad woonachtig zijn. Deze gaf ook aan binnen Zaanstad naar dit type locatie te hebben gezocht, maar geen geschikte heeft kunnen vinden. Ook gaf een bedrijf een keer aan dat er eigenlijk nauwelijks zichtlocaties zijn in Zaanstad. Deze kunnen bij het aanleggen van een bedrijventerrein langs een snelweg makkelijk gecreëerd worden. Belangrijk bij het aanleggen van nieuwe bedrijventerreinen is dat de kavels ruim moeten zijn. Niet alles kavels moeten in eerste instantie volledig bebouwd worden. Op die manier bestaat er in de toekomst op iedere kavel nog ruimte om uit te breiden. Groeimogelijkheden op de huidige locatie is immers een belangrijk blijfmotief gebleken. Ook moet daarbij de mogelijkheid worden geboden om het pand of de inrichting van het pand, te laten ontwerpen en inrichten door de huurder of koper. Uit de interviews is gebleken dat wanneer een bedrijf in een pand zit dat het bedrijf zelf heeft ontworpen en/of ingericht, dit een sterke band creëert met de locatie. Dit zorgt er voor dat een bedrijf deze locatie niet zomaar wilt verlaten. Het zelf ontwerpen en inrichten van het pand is een belangrijke blijfmotief. Verder is het goed om het aanleggen van nieuwe bedrijventerreinen in kleine deelplanen te verdelen. Dit kan de kleinschaligheid van de terreinen bevorderen, waardoor er een hechte sfeer kan ontstaan. Eén respondent gaf immers aan de kleinschaligheid van het terrein zeer te waarderen. Hierdoor kennen alle bedrijven elkaar en is er sociale controle. Hierdoor willen bedrijven zo een locatie wellicht niet zomaar verlaten. Ook de nabijheid van een park kan bedrijventerreinen helpen. Eén respondent gaf aan dat zijn personeel daar veel waarde aan hechtte. In de pauze liep het personeel graag door het park. Daarom is het personeel erg aan de locatie gehecht. Ook dat kan helpen bij het behoud van bedrijven. Het aanleggen van parken kan overigens ook nabij bestaande bedrijventerreinen worden gedaan.

Nog een fysieke maatregel is het oprichten van een hogeschool in Zaanstad. Veel respondenten gaven aan dat het gemiddelde opleidingsniveau laag ligt in Zaanstad. Veel bedrijven ervaren dit niet echt als een probleem, omdat hun werknemers uit een veel grotere regio dan alleen Zaanstad komen. Eén respondent gaf echter duidelijk aan dat het bedrijf vaak hoger opgeleiden uit Zaanstad zelf zocht, maar dat dit erg moeilijk is gebleken. Bovendien is aanbevolen dat Zaanstad zich moet richten op de specialistische zakelijke dienstverlening en informatie en communicatie. In deze sectoren zijn doorgaans ook veel hoger opgeleiden nodig. Door een hogeschool in Zaanstad op te richten, gaan wellicht veel

minder mensen in Amsterdam studeren en blijven er daardoor veel meer studenten woonachtig in Zaanstad. Het is dan ook goed denkbaar dat deze mensen na hun studie in Zaanstad woonachtig willen blijven. Het oprichten van een Zaanse hoge school kan zo van grote waarde zijn voor Zaanstad. Ook het realiseren van studentenwoningen is hierin belangrijk. Zo kunnen ook mensen van buiten Zaanstad er voor kiezen in Zaanstad te gaan studeren. Deze kunnen wellicht na de studie ook in Zaanstad woonachtig blijven. Zo worden niet alleen hoger opgeleiden uit Zaanstad behouden, maar kunnen ook hoger opgeleiden uit andere regio's worden aangetrokken. Alleen een hogeschool en studentenwoningen is echter nog niet voldoende. Meer horecagelegenheden zijn dan ook noodzakelijk. Horecagelegenheden die goed inspelen op wat studenten vragen.

Niet-fysieke maatregelen kunnen bijvoorbeeld te maken hebben met promotie en marketing. Veel respondenten beschrijven mensen uit Zaanstad als nuchtere mensen en harde werkers. Dit kan belangrijk zijn bij het aantrekken van bedrijven. Ook is aangegeven dat de Zaanse cultuur goed aansluit bij mensen uit de kop van Noord-Holland. Wellicht kan daarom ook goed op die regio gericht worden, bij het aantrekken van bedrijven. Wat respondenten echter ook aangegeven is dat mensen in Zaanstad nogal hecht zijn met elkaar en daardoor gesloten tegen buitenstaanders. Wanneer een bedrijf van buiten Zaanstad iets in Zaanstad wilt beginnen en daar Zaanse klanten wilt hebben is dit heel lastig. Dit is uiteraard niet iets wat moet worden gepromoot bij het aantrekken van bedrijven. Dit is wel iets wat er voor kan zorgen dat bedrijven goed behouden kunnen blijven in Zaanstad. Dit maakt dit een complex probleem. Een rol van de gemeente kan misschien het introduceren van nieuwe bedrijven in Zaanstad zijn. De gemeente kan een nieuw bedrijf steunen en het bedrijf voorstellen bij de vele ondernemersverenigingen die er bestaan. Zo is er meteen een vorm van kennismaking, wat de geslotenheid van de Zaanse bedrijven wellicht kan tegengaan. Een kanttekening hierbij is dat dit voornamelijk een probleem is voor bedrijven die naar Zaanstad komen en daar ook Zaanse klanten willen hebben. Veel bedrijven hebben immers ook aangegeven niet eens van het bestaan van dit probleem af te weten, omdat zij klanten hebben zitten over een veel grotere regio dan alleen Zaanstad. Wat kan helpen is dat de gemeente bij het aantrekken van bedrijven zich meer op dit soort bedrijven richt.

Een andere niet-fysieke maatregel kan nog zijn het promoten van de bedrijventerreinen in Zaanstad. De terreinen Achtersluispolder, Noorderveld en Molletjesveer lijken de laatste jaren goed te presteren. Eén respondent heeft een verklaring voor Molletjesveer. De prijzen liggen er zeer laag. Veel bedrijven hebben echter het idee dat het er in de toekomst wel beter uit komt te zien. Dit ook vanwege de subsidie die er bestaat voor het opknappen van de gevels. Tegelijk wordt echter aangegeven dat het potje van deze subsidie veel te klein is. Zaanstad moet meer van deze subsidie mogelijk maken. Wanneer nog meer bedrijven hier gebruik van maken, komt het er daadwerkelijk beter uit te zien op Molletjesveer. Dit is ook zeker nodig. Eén respondent gaf immers ook aan dit terrein te hebben verlaten vanwege het verval van het pand en de omgeving. Ook gaf een bedrijf aan vertrouwen te hebben in het ondernemersfonds. Dit kan ook een rol gaan spelen in het opwaarderen van bedrijventerreinen. Hiermee moet de gemeente Zaanstad dus verder gaan. Noorderveld is veel minder oud en heeft in die zin dus veel minder een opknapbeurt nodig. Dit bedrijf kan net als Molletjesveer wel goed worden gepromoot. Veel ruimte (parkeerimte), voor weinig geld moet dan de gedachte zijn. Vooral voor bedrijven uit Amsterdam is dit aantrekkelijk gebleken. In Molletjesveer en Noorderveld is de bereikbaarheid met het openbaarvervoer

overigens slecht. Eén respondent stelde dat wanneer alleen in de spitsuren er een buslijn is die deze terreinen aandoet, dit de aantrekkelijkheid al sterk doet verbeteren. Ook Achtersluispolder heeft de laatste jaren goed gepresteerd op het gebied van bedrijfsmigratie. De nabijheid van de snelweg en de bereikbaarheid met het openbaarvervoer zijn hiervoor wellicht een verklaring. Eén respondent is echter ook positief over de omgeving. Er is een park in de buurt, waar het personeel vaak even doorheen loopt. Dit soort feiten moeten worden meegenomen in de promotie van dit terrein. Dit kan helpen bij het aantrekken van bedrijven. Een terrein dat de laatste jaren juist heel slecht heeft gepresteerd, als het gaat om bedrijfsmigratie, is Westerspoor. Wellicht kunnen ook hier subsidieregelingen een rol spelen. Subsidies die er voor kunnen zorgen dat de panden en de omgeving er daar beter uit gaan zien. Eén respondent gaf immers aan dat dit soort subsidies hebben bijgedragen aan de aantrekkelijkheid van Molletjesveer. Er is gebleken dat dit goed kan werken. Er moet uiteraard niet alleen maar subsidie worden verleend op Molletjesveer en Westerspoor. Op alle wat oudere terreinen moet dit mogelijk zijn. Ook moet de communicatie daarin veel beter. Eén respondent gaf aan dat veel bedrijven vaak niet eens van het bestaan van subsidies afweten. Veel bedrijven weten niet eens wat de gemeente voor ze kan betekenen. Wanneer beter gecommuniceerd wordt, kunnen betere relaties ontstaan tussen de gemeente en de ondernemers. Dit kan belangrijk zijn voor het behoud van bedrijven.

9.3 Discussie

Veel van de bevindingen van dit onderzoek komen overeen met wat van te voren verwacht werd op basis van de theorie en literatuur. Drie van vier hypothesen, die op basis van de theorie en literatuur zijn opgesteld, zijn in dit onderzoek dan ook aangenomen. Ook bijna alle vertrek-, vestigings- en blijfmotieven die door de respondenten genoemd zijn, zijn in het theoretisch kader al beschreven. In de recente jaren is in de literatuur niet veel aandacht meer aan de motieven achter bedrijfsverplaatsingen. Dit onderzoek toont aan dat hierin nog niet veel is veranderd. De veel voorkomende vertrek-, vestigings- en blijfmotieven zijn nog grotendeels dezelfde als deze die al in de jaren negentig in de literatuur zijn beschreven door bijvoorbeeld Beernink e.a. (1998). In dit geval gaat het echter wel om de motieven van midden- en kleinbedrijven. Om deze reden onderscheidt dit onderzoek zich van vele anderen.

De bevindingen van dit onderzoek zijn verder van grote waarde voor de gemeente Zaanstad. De aanbevelingen tonen aan op welke manier de gemeente beter in staat kan zijn om midden- en kleinbedrijven aan te trekken en te behouden. Dit kan leiden tot de groei van werkgelegenheid in Zaanstad. De resultaten uit dit onderzoek kunnen zo bijdragen aan een sterkere economische ontwikkeling van de gemeente Zaanstad.

Ingegaan wordt nu op de zwakkere punten van dit onderzoek en de mogelijkheden voor vervolgonderzoek. Eerder is al aangegeven dat het tijdens dit onderzoek lastig is gebleken om veel bedrijven te vinden, die bereid zijn om mee te werken aan het onderzoek. Veel bedrijven gaven aan geen tijd te hebben om mee te werken of er geen interesse in te hebben. Vooral voor bedrijven die uit Zaanstad vertrokken zijn is het moeilijk gebleken om veel respondenten te vinden, die bereid waren om mee te werken. Zo is er geen enkel gesprek geweest met een bedrijf dat vanuit Zaanstad naar Amsterdam is vertrokken. Dit terwijl meer dan een derde van de midden- en kleinbedrijven, die de laatste jaren uit

Zaanstad vertrokken zijn, in Amsterdam zijn terecht gekomen. Het kan daarom zo zijn dat wanneer ditzelfde onderzoek wordt uitgevoerd, met medewerking van veel meer respondenten, de resultaten er heel anders uitzien. Aan de andere kant werden er, ondanks het wellicht lage aantal respondenten, toch veel dezelfde antwoorden gegeven door de respondenten. Veel dezelfde vertrek- en vestigings-, en blijfmotieven kwamen aan het licht. Het is daarom ook denkbaar dat het aantal respondenten helemaal niet dusdanig laag is geweest en dat hetzelfde onderzoek, uitgevoerd met medewerking van veel meer respondenten, dezelfde resultaten oplevert. Vervolgonderzoek, waaraan veel meer respondenten hun medewerking verlenen, kan uitwijzen of dit daadwerkelijk andere resultaten oplevert.

Verder gaven veel respondenten aan niet mee te willen werken aan een interview, maar wel via de telefoon of email de vragen te willen beantwoorden. Veel van de interviews zijn daarom via de telefoon of zelfs via de mail afgehandeld. Slechts vier interviews zijn *face to face* afgenomen. Dit kan als een zwak punt dan dit onderzoek worden gezien. Gebleken is dat uit de telefonische interviews vaak veel minder gehaald werd dan uit de *face to face* interviews. In deze echte interviews hebben bedrijven immers tijd beschikbaar gesteld om alle vragen te beantwoorden. Hierdoor ontstond tijdens de interviews ook veel mogelijkheid om gericht door te vragen. Tijdens een telefoongesprek is dit doorvragen veel lastiger gebleken. Veel kortere antwoorden werden daarin gegeven. Ook is een telefoongesprek veel makkelijker af te kappen dan een *face to face* interview. Het voeren van veel telefonische interviews en het verkrijgen van antwoorden via email kan daarom de resultaten van het onderzoek hebben beïnvloed. Vervolgonderzoek waarin wel uitsluitend *face to face* interviews worden afgenomen, kan uitwijzen of dit tot andere resultaten leidt.

Tot slot is duidelijk geworden dat één van de hypothesen van dit onderzoek niet is aangenomen. Verwacht werd dat bedrijven op informele locaties in Zaanstad een grotere vertrek kans hebben, dan bedrijven gevestigd op formele locaties. Alleen voor terreinen kanaalzone werd significantie gevonden. Hierbij was echter het tegenovergestelde gaande. Midden- en kleinbedrijven op deze terreinen hebben een grotere kans te vertrekken, dan de midden- en kleinbedrijven gevestigd op een informele locatie in Zaanstad. Het is echter zo dat alleen de grote bedrijventerreinen in dit geval als formele locaties zijn gerekend. In Zaanstad zijn echter ook nog een groot aantal binnenstedelijke terreinen. Voor dit onderzoek is het te arbeidsintensief gebleken om uit te zoeken welke midden- en kleinbedrijven er allemaal gevestigd zijn op deze binnenstedelijke terreinen. Om die reden zijn alle midden- en kleinbedrijven die niet op de terreinen kanaalzone, op de terreinen Zaanstad-Noord of op Inverdan gevestigd waren, als bedrijf gevestigd op een informele locatie gerekend. Dit heeft mogelijk de resultaten van dit onderzoek beïnvloed. Vervolgonderzoek waarin wel tijd genoeg is om onderscheid te maken in grote bedrijventerreinen, binnenstedelijke terreinen, Inverdan en informele locaties, kan uitwijzen of dit tot andere resultaten leidt. De hypothese kan dan mogelijk wel worden aangenomen.

10 Literatuur

- Abler, R., Adams, R.S. & Gould, P. (1971). *Spatial Organization: the geographers view of the world*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Auty, R.M. (1975). Scale economies and plant vintage; toward a factory classification. *Economic Geography*, 51(2), 150-162.
- Aydalot, P. (1978). La Mobilité des Activités et de l'Emploi. *Revue d'Economie régionale et Urbaine*, 1(3), 299-328.
- Bade, F.J. (1979). *Die Mobilität von Industriebetrieben*. Schriftenreihe des Wissenschaftszentrums Berlin IIMV, Band 6. Berlin: Meisenheim.
- Bade, F.J. (1983). Locational behaviour and the mobility of firms in West Germany. *Urban Studies*, 20(3), 279-297.
- Beernink, B., Hagens, J. & Buck, R. (1998). *Locatievoorkeur en ruimtegebruik van verhuisde bedrijven*. Den Haag: Ministerie Economische Zaken. Onderzoek verricht door Buck Consultants International BV. In opdracht van Centraal Planbureau.
- Blaauw, K. (2007). *Zuinig op Ruimte? Een Provinciale Vergelijking van Bedrijventerreinen*, Utrecht: Stichting Natuur en Milieu.
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (4rd ed.). New York: Oxford University Press Inc.
- Boschma, R.A. & Frenken, K. (2006). Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography. *Journal of Economic Geography*, 6(3), 273–302.
- Camagni, R. (1976). La struttura settoriale della bilancia commerciale del Mezzogiorno: una indagine quantitativa. *Giornale degli Economisti*, 35(7/8), 477-496.
- Cameron, G.C. & Clark, B.D. (1966). *Industrial Movement and the Regional Problem*. University of Glasgow Social and Economic Studies, Occasional Paper No. 5. Edinburgh: Oliver & Boyd.
- Christiansen, U. (1978). *Moves of firms 1961-1976 between Danish functional urban regions*. IASA, Laxenburg (seminar paper).
- Dijk, J. van & Pellenbarg, P.H. (2000). Firm relocation decision in the Netherlands: an ordered logit approach. *Papers in Regional Science*, 79(2), 191–219.
- Dosi, G. (1997). Opportunities, incentives and the collective patterns of technological change. *The Economic Journal*, 107(444), 1530-1547.
- Erickson, R.A. & Wasylenko, M.J. (1981). Relocation consideration by central city manufacturing firms. *Review of Regional Studies*, 11, 42-55.
- Field, A. (2014). *Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics* (4rd ed.). London: SAGE Publications Ltd.

- Fujita, M., Krugman P.R. & Venables, A.J. (1999). *The spatial economy: cities, regions and international trade*. Cambridge, MA: MIT-Press.
- Gemeente Zaanstad (2012). *Economische structuurvisie 2030, Zaanstad: stad van durvers, denkers en doeners*. Verkregen van de website van de gemeente Zaanstad:
<https://www.zaanstad.nl/mozard/MozardDocumentNr?mDcnr=72146>
- Hamers, D. & Nabliek, K. (2006). *Bloeiende Bermen; Verstedelijking Langs de Snelweg*. Rotterdam/Den Haag: Nai Uitgevers/Ruimtelijke Planbureau.
- Hayter, R. (1997). *The dynamics of industrial location. The factory, the firm and the production system*. New York: Wiley.
- Hodgson, G.M. (1998). The approach of institutional economics. *Journal of Economic Literature*, 36(1), 166-192.
- Hui Bian (2014). *Survival Analysis using SPSS*. Office for Faculty Excellence.
 Verkregen van de website:
<http://core.ecu.edu/ofe/StatisticsResearch/Survival%20Analysis%20Using%20SPSS.pdf>
- Janssen, L.H.J.M., Okker, V.R. & Schuur, J. (2006). *Welvaart en Leefomgeving; Een Scenariostudie voor Nederland in 2040*, Den Haag/Bilthoven: CPB/MNP/RPB.
- Keeble, D. (1976). *Industrial Location and Planning in the United Kingdom*. London: Methuen.
- Kronenberg, K. (2011). Firm relocations in the Netherlands: Why do firms move, and where do they go? *Papers in Regional Science*, 92(4), 691-713.
- Krugman, P. (1995). *Development, economic geography and economic theory*. Cambridge, Mass: MIT-Press.
- Laan, I. (2013, 25 september). . *Noord-Hollands Dagblad, Dagblad Zaanstreek*.
- Lloyd, P.E. & Dicken, P. (1977). *Location in space*. London: Harper & Row.
- Louw, E. (1996). *Kantoorgebouw en vestigingsplaats: een geografisch onderzoek naar de rol van huisvesting bij locatiebeslissingen van kantoorhoudende organisaties*. Delft, Nederland: Delftse Universitaire Pers.
- Louw, E., Needham, B. Olden, H. & Pen, C.J. (2004). *Planning van bedrijventerreinen*. Den Haag: Sdu Uitgeverij.
- Luttrell, W.F. (1962). *Factory Location and Industrial Movement: a study of recent experience in Great Britain*. London: National Institute for Economic and Social Research.
- Martin, R. (1999). The new 'geographical turn' in economics: some critical reflections. *Cambridge Journal of Economics*, 23(1), 65-91.
- Martin, R. & Sunley, P. (2006). Path dependence and regional economic evolution. *Journal of Economic Geography*, 6(4), 395-437.
- McCann, P. (2001). *Urban and Regional Economics*. Oxford: University Press.

McKinsey & Company & Ministerie van Economische Zaken (2014). *Het kleinbedrijf grote motor van Nederland*. Verkregen van de website van de Rijksoverheid:
<http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2014/06/20/het-kleinbedrijf-grote-motor-van-nederland.html>

McLaughlin, G.E. & Robock, S. (1949). *Why industry moves South: a study of factors influencing the recent location of manufacturing plants in the South*. Kingsport: Kingsport Press, National Planning Association.

Metropoolregio Amsterdam (z.j.). *Deelnemers*. Verkregen van de website van Metropoolregio Amsterdam:
<http://www.metropoolregioamsterdam.nl/over-mra/deelnemers>

MKB Nederland (2014). *Overlevingskans beginnend ondernemer moet omhoog*. Verkregen van de website van MKB Nederland:
<http://www.mkb.nl/index.php?pageID=4&messageID=9823>

Nakosteen, R.A. & Zimmer, M.A. (1987). Determinants of regional migration by manufacturing firms. *Economic Inquiry*, 25(2), 351-362.

Olden, H. (2007). *Remmende Factoren bij het Herstructureren van Bedrijventerreinen*. Utrecht: Stogo.

Olden, H. (2010). *Uit voorraad leverbaar: de overgewaardeerde rol van bouwrijpe grond als vestigingsfactor bij de planning van bedrijventerreinen*. Proefschrift, Utrecht: Universiteit Utrecht.

Pellenbarg, P.H. (1985). *Bedrijfsrelokatie en ruimtelijke cognitie* (Firm relocation and spatial cognition). Sociaal-geografische Reeks 33, FRW/RUG, Groningen. (PhD thesis University of Groningen).

Pellenbarg, P.H. (1995). Lokale Dynamik in den Niederlanden. Motive, Ursprünge und Ziele von Firmenwanderungen und deren Beitrag zur Veränderung der niederländischen Wirtschaftslandschaft. In : *Jahrbuch 1994/95* (p. 263-288), Münster: Zentrum für Niederlande-Studien, Verlag Regensberg Münster.

Pellenbarg, P.H. (2005). *Firm Migration in the Netherlands*. Paper for the 45th ERSA congress, August 2005, Amsterdam.

Pellenbarg, P.H., Van Wissen, L.J.G. & Van Dijk, J. (2002). Firm Migration. In: P. McCann (ed.), *Industrial Location Economics* (pp. 110-148). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Pellenbarg, P. H., Van Wissen, L.J.G. & Van Dijk, J. (2002). Firm relocation: state of the art and research projects. *SOM-Theme D: Regional Science*, Universiteit Groningen.

Pen, C.J. (1999). *Improving behavioural location theory; preliminary results of a written questionnaire about strategic decision making on firm relocations*. Paper presented to the ERSA Congress, Dublin.

Pen, C.J. (2002). *Wat beweegt bedrijven. Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*. Netherlands Geographical Studies 297. Groningen: Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen Rijksuniversiteit Groningen.

Pred, A.R. (1967). *Behavior and location: foundations for a geographic and dynamic location theory: Part 1*. University of Lund: Lund Studies in Geography B, 27.

Pred, A.R. (1969). *Behavior and location: foundations for a geographic and dynamic location theory: Part 2*. University of Lund, Lund Studies in Geography B, 28.

Ruimtelijk Planbureau (2007). *Verhuizingen van bedrijven en groei werkgelegenheid* (Rapport RPB). Verkregen van de website van Ruimtelijk Planbureau:
http://www.pbl.nl/sites/default/files/cms/publicaties/Verhuizingen_van_bedrijven_en_groei_van_werkgelegenheid_01.pdf

Schmenner, R.W. (1982). *Making business location decisions*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Schutjens, V. A. J. M., Van Kempen, R. & Wiendels, B. (1998). *Werk-geïnduceerde migratie over lange afstand: een vooronderzoek*. Utrecht: Elinkwijk.

Scott, A.J. (1995). The electric vehicle industry and local economic development: prospects and policies for southern California. *Environment and Planning A*, 27(6), 863-875.

Scott, A.J. (2000). Economic geography: the great half-century. *Cambridge Journal of Economics*, 24(4), 483-504.

Söderman, S. (1975). *Industrial location planning*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Stam, E. (2003). *Why Butterflies Don't Leave. Locational Evolution of Evolving Enterprises*. Dissertation, Utrecht University.

Steen, P. van (2005). Bedrijvendynamiek onder het vergrootglas. In: P.H. Pellenburg, P.J.M. Van

Steen, L.J.G & Van Wissen (Eds.), *Ruimtelijke Aspecten van de Bedrijvendynamiek in Nederland* (pp. 101-125). Assen: Van Gorcum.

Telegraaf (2015, 10 juni). CPN: Economische groei versnelt. *De Telegraaf*.

Townroe, P.M. (1972). Some behavioural considerations in the industrial location decision. *Regional Studies*, 6(3), 261-272.

Townroe, P.M. (1973). Industrial location search behaviour and regional planning. In: J. Rees and P. Newby (eds.) *Behavioural perspectives in geography: a symposium* (pp. 44-58). Enfield: Middlesex Polytechnic.

Townroe, P.M. (1979). *Industrial Movement; Experience in the US and the UK*. Westmead: Saxon House.

Verhaak, W. (2007). *Herstructurering een Fiasco; Bouwstenen voor een Nieuw Bedrijventerreinenbeleid*, Amsterdam: Milieudefensie.

Vocht, A. de (2014). *Statistiek Syllabus versie 2014 – 2015*. Utrecht: Faculteit Geowetenschappen, Sociale Geografie en Planologie, Universiteit Utrecht.

Walters, S.J. (2009) What is a Cox model? (Hayward medical communications).
Verkregen van de website van Whatisseries:
http://www.medicine.ox.ac.uk/bandolier/painres/download/whatis/cox_model.pdf

Weltevreden, J.W.J., Van Oort, F.G., Van Vliet, J., Pellenbarg, P.H., Van Amsterdam, H. & Traa, M.R.M.J. (2007). *Firm relocation and regional employment development in the Netherlands*. Den Haag: Nederlands Instituut voor Ruimtelijke Ordening en Volkshuisvesting – NIROV.

Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

11 Bijlagen

11.1 Bijlage 1: Interview guides

Interviewvragen bedrijven verplaatst naar Zaanstad:

Wat zijn de redenen voor de verplaatsing/opening van uw bedrijf naar de gemeente Zaanstad?

Wat is aantrekkelijk aan de nieuwe locatie?

Wat kan beter op de nieuwe locatie?

Zijn er nog andere locaties overwogen behalve deze huidige locatie?

Zo ja, zaten hier ook locaties buiten Zaanstad bij?

Wat waren de sterke en minder sterke punten van de andere overwogen locaties?

Wat heeft de doorslag gegeven om voor deze locatie te kiezen ten opzichte van de andere overwogen locaties?

Op welke manier bent u op zoek gegaan naar een nieuwe locatie? Makelaars? Internet?

Heeft de gemeente Zaanstad nog een rol gespeeld in de zoektocht naar een locatie?

Hoe kijkt u aan tegen de gemeentelijke organisatie Zaanstad?

Heeft de gemeente een rol gespeeld in de keuze om naar Zaanstad te verplaatsen?

Had de gemeente een rol kunnen spelen in de keuze om naar Zaanstad te verplaatsen?

Bent u tevreden over Zaanstad als vestigingsregio?

Zijn er bepaalde dingen in de regio of uw locatie die door de gemeente verbeterd kunnen worden?

Doorvragen op punten van acquisitiebeleid:

- Bereikbaarheid
- Arbeidsethos
- Maatschappelijk ondernemen
- Nabijheid toeleveranciers en markt
- Opleidingsniveau, arbeidsaanbod

Interviewvragen bedrijven vertrokken uit Zaanstad:

Wat zijn de redenen voor het vertrek van uw bedrijf uit Zaanstad?

Wat is aantrekkelijk aan de nieuwe locatie?

Wat miste de locatie in Zaanstad dat de nieuwe locatie wel heeft?

Heeft u behalve de nieuwe locatie nog andere locaties overwogen? Mogelijk binnen Zaanstad?

Welke locatie is van het meest doorslaggevende belang geweest in de keuze om te vertrekken? De oude locatie in Zaanstad of de nieuwe locatie elders?

Op welke manier bent u op zoek gegaan naar een nieuwe locatie? Makelaars? Internet?

Heeft de gemeente Zaanstad nog een rol gespeeld in de zoektocht naar een locatie?

Hoe kijkt u aan tegen de gemeentelijke organisatie Zaanstad?

Heeft de gemeente een rol gespeeld in de keuze om te vertrekken?

Had de gemeente een rol kunnen spelen in de keuze om te vertrekken?

Wat was er aan Zaanstad wel aantrekkelijk?

Doorvragen op punten van acquisitiebeleid:

- Bereikbaarheid
- Arbeidsethos
- Maatschappelijk ondernemen
- Nabijheid toeleveranciers en markt
- Opleidingsniveau, arbeidsaanbod

Interviewvragen bedrijven verplaatst binnen Zaanstad:

Wat zijn de redenen voor de verplaatsing uw bedrijf?

Wat is aantrekkelijk aan de nieuwe locatie?

Wat kan beter op de nieuwe locatie?

Zijn er nog andere locaties overwogen behalve deze huidige locatie?

Zo ja, zaten hier ook locaties buiten Zaanstad bij?

Wat waren de sterke en minder sterke punten van de andere overwogen locaties?

Wat heeft de doorslag gegeven om voor deze locatie te kiezen ten opzichte van de andere overwogen locaties?

Wat zijn de belangrijkste redenen geweest om binnen Zaanstad te blijven?

Op welke manier bent u op zoek gegaan naar een nieuwe locatie? Makelaars? Internet?

Heeft de gemeente Zaanstad nog een rol gespeeld in de zoektocht naar een locatie?

Hoe kijkt u aan tegen de gemeentelijke organisatie Zaanstad?

Heeft de gemeente een rol gespeeld in de keuze om in Zaanstad te blijven?

Had de gemeente een rol kunnen spelen in de keuze om in Zaanstad te blijven?

Bent u tevreden over Zaanstad als vestigingsregio?

Zijn er bepaalde dingen in de regio of uw locatie die door de gemeente verbeterd kunnen worden?

Doorvragen op punten van acquisitiebeleid:

- Bereikbaarheid
- Arbeidsethos
- Maatschappelijk ondernemen
- Nabijheid toeleveranciers en markt
- Opleidingsniveau, arbeidsaanbod

11.2 Bijlage 2: Output Cox-regressie

Cox Regression

Case Processing Summary

| | | N | Percent |
|-----------------------------|---|------|---------|
| Cases available in analysis | Event ^a | 179 | 3,8% |
| | Censored | 4515 | 96,2% |
| | Total | 4694 | 100,0% |
| Cases dropped | Cases with missing values | 0 | 0,0% |
| | Cases with negative time | 0 | 0,0% |
| | Censored cases before the earliest event in a stratum | 0 | 0,0% |
| | Total | 0 | 0,0% |
| Total | | 4694 | 100,0% |

a. Dependent Variable: tijd

Categorical Variable Codings^{a,c}

| | | Frequency | |
|-------------------------------|------------------------------|--------------------|---------------------|
| locatie_zaanstad ^b | 1=informele locatie Zaanstad | 2918 | Referentie |
| | 2=terreinen_kanaalzone | 797 | Locatie_Zaanstad(1) |
| | 3=terreinen_Zaanstad-N | 520 | Locatie_Zaanstad(2) |
| | 4=Inverdan | 459 | Locatie_Zaanstad(3) |
| sector_letters ^b | 1=G | 1264 | Referentie |
| | 2=A | 60 | Sector_letters(1) |
| | 3=C, D, E | 388 | Sector_letters(2) |
| | 4=F | 450 | Sector_letters(3) |
| | 5=H | 166 | Sector_letters(4) |
| | 6=I | 254 | Sector_letters(5) |
| | 7=J | 142 | Sector_letters(6) |
| | 8=K | 181 | Sector_letters(7) |
| | 9=L | 66 | Sector_letters(8) |
| | 10=M | 529 | Sector_letters(9) |
| | 11=N | 329 | Sector_letters(10) |
| | 12=O, P | 162 | Sector_letters(11) |
| | 13=Q | 416 | Sector_letters(12) |
| | 14=R | 127 | Sector_letters(13) |
| 15=S | 160 | Sector_letters(14) | |

a. Category variable: locatie_zaanstad

b. Indicator Parameter Coding

c. Category variable: sector_letters

Block 0: Beginning Block

Omnibus Tests of Model Coefficients

| |
|-------------------|
| -2 Log Likelihood |
| 2956,374 |

Block 1: Method = Enter

Omnibus Tests of Model Coefficients^a

| -2 Log Likelihood | Overall (score) | | | Change From Previous Step | | | Change From Previous Block | | |
|-------------------|-----------------|----|------|---------------------------|----|------|----------------------------|----|------|
| | Chi-square | df | Sig. | Chi-square | df | Sig. | Chi-square | df | Sig. |
| 2822,876 | 107,676 | 19 | ,000 | 133,498 | 19 | ,000 | 133,498 | 19 | ,000 |

a. Beginning Block Number 1. Method = Enter

Variables in the Equation

| | B | SE | Wald | df | Sig. | Exp(B) | 95,0% CI for Exp(B) | |
|---------------------|--------|-------|--------|----|------|--------|---------------------|-------|
| | | | | | | | Lower | Upper |
| leeftijd | -,105 | ,015 | 48,677 | 1 | ,000 | ,901 | ,875 | ,927 |
| wptot | -,033 | ,015 | 4,862 | 1 | ,027 | ,967 | ,939 | ,996 |
| sector_letters | | | 30,855 | 14 | ,006 | | | |
| sector_letters(1) | -,622 | 1,016 | ,376 | 1 | ,540 | ,537 | ,073 | 3,928 |
| sector_letters(2) | ,142 | ,322 | ,194 | 1 | ,660 | 1,152 | ,613 | 2,166 |
| sector_letters(3) | ,426 | ,263 | 2,627 | 1 | ,105 | 1,532 | ,915 | 2,565 |
| sector_letters(4) | ,233 | ,409 | ,325 | 1 | ,569 | 1,263 | ,566 | 2,817 |
| sector_letters(5) | -1,441 | ,726 | 3,942 | 1 | ,047 | ,237 | ,057 | ,982 |
| sector_letters(6) | ,823 | ,340 | 5,844 | 1 | ,016 | 2,277 | 1,169 | 4,438 |
| sector_letters(7) | ,336 | ,387 | ,753 | 1 | ,386 | 1,399 | ,655 | 2,989 |
| sector_letters(8) | ,371 | ,599 | ,383 | 1 | ,536 | 1,449 | ,448 | 4,687 |
| sector_letters(9) | ,610 | ,232 | 6,947 | 1 | ,008 | 1,841 | 1,169 | 2,898 |
| sector_letters(10) | ,299 | ,303 | ,973 | 1 | ,324 | 1,349 | ,744 | 2,444 |
| sector_letters(11) | -1,460 | 1,017 | 2,061 | 1 | ,151 | ,232 | ,032 | 1,704 |
| sector_letters(12) | -1,078 | ,478 | 5,073 | 1 | ,024 | ,340 | ,133 | ,869 |
| sector_letters(13) | ,642 | ,370 | 3,017 | 1 | ,082 | 1,901 | ,921 | 3,925 |
| sector_letters(14) | ,106 | ,476 | ,050 | 1 | ,823 | 1,112 | ,437 | 2,828 |
| locatie_zaanstad | | | 9,079 | 3 | ,028 | | | |
| locatie_zaanstad(1) | ,543 | ,188 | 8,340 | 1 | ,004 | 1,721 | 1,191 | 2,487 |
| locatie_zaanstad(2) | ,202 | ,236 | ,733 | 1 | ,392 | 1,224 | ,770 | 1,945 |
| locatie_zaanstad(3) | ,387 | ,255 | 2,304 | 1 | ,129 | 1,473 | ,893 | 2,428 |

Covariate Means

| | Mean |
|---------------------|--------|
| leeftijd | 10,547 |
| wptot | 6,369 |
| sector_letters(1) | ,013 |
| sector_letters(2) | ,083 |
| sector_letters(3) | ,096 |
| sector_letters(4) | ,035 |
| sector_letters(5) | ,054 |
| sector_letters(6) | ,030 |
| sector_letters(7) | ,039 |
| sector_letters(8) | ,014 |
| sector_letters(9) | ,113 |
| sector_letters(10) | ,070 |
| sector_letters(11) | ,035 |
| sector_letters(12) | ,089 |
| sector_letters(13) | ,027 |
| sector_letters(14) | ,034 |
| locatie_zaanstad(1) | ,170 |
| locatie_zaanstad(2) | ,111 |
| locatie_zaanstad(3) | ,098 |