

## De lokale multiplier; een illusie of werkelijkheid?



**De bijdrage van ondernemers uit Rotterdam-Zuid aan de lokale doorwerking van een plaatselijke bestedingsimpuls.**

Naam student: Kim Tempelaars  
Studentnr: 3192555  
Begeleider: Mevr. Dr. V. Schutjens  
Versie: Masterthesis

E-mail: kimtempelaars@live.com  
Universiteit: Universiteit Utrecht  
Tweede lezer: Dhr. Dr. B. Spierings  
Datum: 17 maart 2010

# De lokale multiplier; een illusie of werkelijkheid?

De bijdrage van ondernemers uit Rotterdam-Zuid aan de lokale doorwerking  
van een plaatselijke bestedingsimpuls.

## -Masterthesis-

|                      |                                     |
|----------------------|-------------------------------------|
| <b>Naam student</b>  | <b>Kim Tempelaars</b>               |
| <b>Studentnummer</b> | <b>3192555</b>                      |
| <b>E-mail</b>        | <b>kimtempelaars@live.com</b>       |
| <b>Begeleider</b>    | <b>Mevr. Dr. V. Schutjens</b>       |
| <b>Tweede lezer</b>  | <b>Dhr. Dr. B. Spierings</b>        |
| <b>Datum</b>         | <b>17 maart 2010</b>                |
| <b>Opleiding</b>     | <b>Master Economische Geografie</b> |
| <b>Faculteit</b>     | <b>Geowetenschappen</b>             |
| <b>Universiteit</b>  | <b>Universiteit Utrecht</b>         |
| <b>Adres</b>         | <b>Heidelberglaan 2</b>             |
|                      | <b>Postbus 80140</b>                |
|                      | <b>3508 TC Utrecht</b>              |
| <b>Versie</b>        | <b>Masterthesis van 22,5 ECTS</b>   |

© 2009 Kim Tempelaars

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of vermenigvuldigd door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de auteur.

**Plato wrote that “..any city however small, is in fact divided into two, one the city of the poor, the other of the rich..” (Glaeser et al., 2008, pp. 1).**

# Inhoudsopgave

|  | <b>Pagina</b> |
|--|---------------|
| <b>Voorwoord</b>   | 1             |
| <b>1 Inleiding.</b>  | 2             |
| 1.1 Introductie.   | 2             |
| 1.2 De aanleiding tot dit onderzoek; de evaluatie van Kansenzones Rotterdam. | 4             |
| 1.2.1 De onderzoeksstage voor het OBR.                                       | 6             |
| 1.3 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek.      | 7             |
| 1.4 Probleemstelling en onderzoeksvragen.                                    | 8             |
| 1.5 De opbouw van dit onderzoek.   | 9             |
| <b>2 Overheidsbestedingen en multipliereffecten.</b>                         | <b>10</b>     |
| 2.1 Inleiding.   | 10            |
| 2.2 De definitie van de economische multiplier.                              | 11            |
| 2.2.1 De Keynesiaanse multiplier.  | 12            |
| 2.3 Overheidsbestedingen.  | 12            |
| 2.3.1 Investerings in de infrastructuur.                                     | 14            |
| 2.3.2 De Enterprise Zones.   | 15            |
| 2.4 Multipliereffecten.  | 16            |
| 2.4.1 Negatieve multipliereffecten.  | 16            |
| 2.4.2 De sterkte van de lokale multiplier.                                   | 17            |
| 2.5 Conclusie.   | 19            |
| <b>3 Lokale netwerken en lokale bedrijfsinvesteringen.</b>                   | <b>20</b>     |
| 3.1 Inleiding.   | 20            |
| 3.2 De betekenis van het netwerk voor ondernemers.                           | 20            |
| 3.2.1 De lokale context van relaties.  | 22            |
| 3.3 Het zakelijke netwerk van ondernemers en lokale bedrijfsinvesteringen.   | 22            |
| 3.4 Het sociale netwerk van ondernemers en lokale bedrijfsinvesteringen.     | 24            |
| 3.5 Conclusie.   | 26            |
| <b>4 Het lokale investeringsgedrag van ondernemers en hun bedrijven.</b>     | <b>27</b>     |
| 4.1 Inleiding.   | 27            |
| 4.2 Het lokale investeringsgedrag van ondernemers en hun bedrijven.          | 28            |
| 4.3 Bedrijfskenmerken.   | 29            |
| 4.3.1 Sector.  | 30            |
| 4.3.2 Bedrijfs grootte in aantal personen.                                   | 30            |
| 4.3.2.1 Bedrijfs grootte in winst.   | 31            |

|          |   |           |
|----------|---|-----------|
| 4.4      | Kenmerken van de ondernemer.  | 31        |
| 4.4.1    | Woonplaats van de ondernemer.   | 32        |
| 4.4.2    | Nationaliteit van de ondernemer.  | 32        |
| 4.4.3    | Het opleidingsniveau van de ondernemer.   | 33        |
| 4.5      | Conclusie.  | 34        |
| <b>5</b> | <b>De onderzoeksopzet.</b>  | <b>36</b> |
| 5.1      | Inleiding.  | 36        |
| 5.2      | Het conceptueel model.  | 36        |
| 5.3      | De gekozen onderzoeksvorm.  | 38        |
| 5.4      | De onderzoekspopulatie.   | 38        |
| 5.4.1    | De adresgegevens van de ondernemers uit de steekproef.  | 40        |
| 5.4.2    | Incentives.   | 40        |
| 5.4.3    | Het afgeven van de enquêtes bij de ondernemers.   | 41        |
| 5.5      | De uiteindelijke response.  | 42        |
| 5.6      | De representativiteit van de responsegroep.   | 43        |
| 5.6.1    | Nationaliteit.  | 43        |
| 5.6.2    | Bedrijfsomvang.   | 44        |
| 5.6.3    | Sector.   | 44        |
| 5.6.3.1  | De weegfactoren voor sector.  | 45        |
| <b>6</b> | <b>Resultaten; OKR en lokaal investeringsgedrag van de ondernemers uit de Kansenzone.</b>               | <b>46</b> |
| 6.1      | Introductie.  | 46        |
| 6.2      | Omvang van alle bedrijfsinvesteringen door alle ondernemers uit de Kansenzones in de periode 2005-2008. | 46        |
| 6.2.1    | De omvang van de bedrijfsinvesteringen met de subsidieregeling OKR.                                     | 48        |
| 6.2.2    | De bijdrage van de OKR aan de investeringsgeneigdheid van de ondernemers.                               | 49        |
| 6.2.3    | Stand van zaken.  | 50        |
| 6.3      | De lokale bedrijfsinvesteringen van ondernemers in Rotterdam-Zuid.                                      | 50        |
| 6.3.1.   | De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.   | 51        |
| 6.3.2    | Bestedingen bij bedrijven voor hun diensten bij onderhoud/verbouwing van het bedrijfspand.              | 52        |
| 6.3.3    | Conclusie.  | 53        |
| <b>7</b> | <b>Resultaten; kenmerken van ondernemers, hun bedrijven en netwerken.</b>                               | <b>55</b> |
| 7.1      | Inleiding.  | 55        |
| 7.2      | Bedrijfskenmerken.  | 55        |
| 7.2.1    | De sector waarin een bedrijf actief is.   | 55        |
| 7.2.2    | Bedrijfsomvang naar aantal werknemers.  | 57        |

|            |   |           |
|------------|---|-----------|
| 7.2.3      | Bedrijfsgrootte naar jaarlijkse netto winst.                                      | 58        |
| 7.2.4      | Conclusie.  | 59        |
| 7.3        | Persoonlijke kenmerken van de ondernemer.   | 60        |
| 7.3.1      | Nationaliteit van de ondernemer.  | 60        |
| 7.3.2      | Het opleidingsniveau van de ondernemer.   | 61        |
| 7.3.3      | De woonplaats van de ondernemer.  | 63        |
| 7.3.4      | Conclusie.  | 63        |
| 7.4        | Lokale netwerken van de ondernemers in Rotterdam-Zuid.                            | 64        |
| 7.4.1      | Het zakelijke netwerk van de ondernemers.   | 64        |
| 7.4.2      | Het sociale netwerk van de ondernemers.   | 65        |
| 7.4.2.1    | Familie van de ondernemer.  | 66        |
| 7.4.2.2    | Vrienden en kennissen van de ondernemer.  | 67        |
| 7.4.3      | Conclusie   | 67        |
| <b>8</b>   | <b>Conclusie, lessen en aanbevelingen.</b>  | <b>69</b> |
| 8.1        | Terugblik op het theoretisch kader.   | 69        |
| 8.1.1      | Multipliereffecten en overheidsbestedingen.                                       | 69        |
| 8.1.2      | Ondernemers en hun netwerken.   | 70        |
| 8.1.3      | Het lokale investeringsgedrag van ondernemers en hun bedrijven.                   | 70        |
| 8.2        | De uitkomsten van het empirisch onderzoek.  | 71        |
| 8.2.1      | De OKR.   | 71        |
| 8.2.2      | Bedrijfskenmerken   | 72        |
| 8.2.3      | Kenmerken van de ondernemer.  | 72        |
| 8.2.4      | Kenmerken van de netwerken.   | 73        |
| 8.2.5      | Eindconclusie   | 73        |
| 8.3        | Lessen ten aanzien van het onderzoeksproces.                                      | 74        |
| 8.4        | Aanbevelingen.  | 75        |
|            | <b>Samenvatting</b>   | <b>78</b> |
|            | <b>Summary</b>  | <b>80</b> |
|            | <b>Literatuurlijst</b>  | <b>82</b> |
|            | <b>Bijlagen</b>   | <b>91</b> |
| Bijlage 1a | Enquête voor de ondernemers die wel gebruik hebben gemaakt van de OKR.            | 91        |
| Bijlage 1b | Enquête voor de ondernemers waarvan de OKR was afgewezen of ingetrokken.          | 97        |
| Bijlage 1c | Enquête voor de ondernemers die geen gebruik hebben gemaakt van de OKR            | 104       |
| Bijlage 2a | Enquête in het Turks voor ondernemers die wel gebruik hebben gemaakt van de OKR.  | 110       |
| Bijlage 2b | Enquête in het Turks voor ondernemers die geen gebruik hebben gemaakt van de OKR. | 117       |
| Bijlage 3a | Aankondigingsbrief aan ondernemers die gebruik hebben gemaakt van de OKR.         | 123       |

|                 |   |     |
|-----------------|---|-----|
| Bijlage 3b      | Aankondigingsbrief aan ondernemers waarvan de OKR-aanvraag is afgewezen en/of ingetrokken.  | 125 |
| Bijlage 3c      | Aankondigingsbrief aan ondernemers die nooit een OKR-aanvraag hebben ingediend.   | 127 |
| Bijlage 4       | Begeleidende brief bij alle enquêtes.   | 129 |
| Bijlage 5       | Het verband tussen de jaarlijkse netto winst en de omvang van de bedrijfsinvestering(en).   | 130 |
| Bijlage 6       | Omvang van de bedrijfsinvesteringen naar nationaliteit.   | 130 |
| Bijlage 7a      | Verband tussen het aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid en de samenwerking met bedrijven in Rotterdam-Zuid.                                    | 130 |
| Bijlage 7b      | Verband tussen de samenwerking met bedrijven uit Rotterdam-Zuid en het aandeel ingehuurde diensten bij bedrijven Rotterdam-Zuid.                                  | 131 |
| <b>Figuren</b>  |   |     |
| Figuur 3.3:     | De drie dimensies van een zakelijke relatie.  | 23  |
| Figuur 4.4.3:   | Het kenmerk opleidingsniveau als tussenvariabele.   | 34  |
| Figuur 5.2a:    | Het conceptueel model.  | 37  |
| Figuur 5.2b:    | Het eerste, tweede en derde orde-effect.  | 37  |
| Figuur 5.4:     | De onderzoekspopulatie onderverdeeld in drie groepen ondernemers.   | 49  |
| <b>Kaart</b>    |   |     |
| Kaart 1.2:      | Topografisch kaart van Rotterdam met de Kansenzones aangegeven in roze.   | 5   |
| <b>Kader</b>    |   |     |
| Kader 1:        | Het rapport van Nicis over Kansenzones Rotterdam.   | 6   |
| <b>Tabellen</b> |   |     |
| Tabel 2.3:      | Strategieën en initiatieven die overheden aanwenden om een economie te stimuleren.  | 13  |
| Tabel 5.5a:     | Response in absolute getallen (en in percentages).  | 42  |
| Tabel 5.5b:     | Type ondernemers en bedrijven van de groepen 'OKR succes' en 'Geen OKR.'  | 43  |
| Tabel 5.6.3:    | Verdeling het aantal bedrijven uit de Kansenzones naar sector.  | 45  |
| Tabel 5.6.3.1:  | De weegfactoren voor het corrigeren van de representativiteit voor sector.  | 45  |
| Tabel 6.2a:     | Omvang van de bedrijfsinvesteringen door alle groepen ondernemers in de periode 2005-2008.  | 47  |
| Tabel 6.2b:     | Waarom zeggen de ondernemers de afgelopen vier jaar te hebben geïnvesteerd?   | 47  |
| Tabel 6.2.1a:   | Omvang van de bedrijfsinvesteringen die door de ondernemers 'OKR succes' alleen met de OKR zijn geïnvesteerd.   | 49  |
| Tabel 6.2.1b:   | Omvang van alle bedrijfsinvesteringen door de ondernemers 'OKR succes.'   | 49  |
| Tabel 6.2.2:    | Verband tussen de geplande omvang van de investering en uiteindelijk méér, minder of evenveel investeren.   | 49  |
| Tabel 6.3.1:    | Percentage aangeschafte bedrijfsmiddelen per locatie waar het product is aangeschaft.   | 52  |
| Tabel 6.3.2:    | Percentage aangeschafte diensten per locatie van aanschaf.  | 53  |
| Tabel 7.2.1a:   | Gemiddelde besteding aan bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid naar sector.  | 56  |
| Tabel 7.2.1b:   | Gemiddelde besteding aan dienste in Rotterdam-Zuid naar sector.   | 57  |
| Tabel 7.2.3a:   | Het verschil in jaarlijkse netto winst van de ondernemers die bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid hebben aangeschaft.  | 58  |
| Tabel 7.2.3b:   | Verband tussen de jaarlijkse netto winst van ondernemers en het inschakelen van bedrijven uit Rotterdam-Zuid voor hun diensten.                                   | 59  |
| Tabel 7.2.3c:   | Verband tussen de jaarlijkse netto winst van ondernemers en het inschakelen van bedrijven uit Rotterdam-Zuid voor hun diensten, voor de ondernemers 'OKR succes.' | 59  |

|                |  |    |
|----------------|--|----|
| Tabel 7.2.4:   | De onderzochte verbanden tussen bedrijfskenmerken en lokale bedrijfsinvesteringen.                     | 60 |
| Tabel 7.3.1:   | Bedrijfsinvesteringen van autochtone en allochtone ondernemers in Rotterdam-Zuid.                      | 61 |
| Tabel 7.3.2a:  | Verband tussen de woonplaats van de ondernemers en de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen.            | 62 |
| Tabel 7.3.2b:  | Verband tussen de woonplaats van de ondernemers en de lokale aankoop van diensten.                     | 63 |
| Tabel 7.3.4:   | De onderzochte verbanden tussen kenmerken van de ondernemer en lokale bedrijfsinvesteringen.           | 64 |
| Tabel 7.4.2.1: | De aanwezigheid van familie in Rotterdam-Zuid en de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen.              | 66 |
| Tabel 7.4.3:   | De onderzochte verbanden tussen het lokale netwerk van de ondernemers en lokale bedrijfsinvesteringen. | 68 |



## Voorwoord

Om mijn studie Economische Geografie te kunnen afronden heb ik een afstudeerstage gedaan en deze masterthesis geschreven. Het liefst wilde ik de afstudeerstage kunnen combineren met het schrijven van de thesis. André de Groot van Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam (OBR) bood mij deze mogelijkheid. Het OBR is een onderdeel van Gemeente Rotterdam en André de Groot is daar projectleider van het project Kansenzones Rotterdam. Voor het OBR heb ik voor mijn afstudeerstage onderzoek gedaan naar de lokale multipliereffecten in de Kansenzones via ondernemers. Dat onderzoek vormde het uitgangspunt voor deze masterthesis.

Toen de opdracht mij in januari 2009 werd voorgelegd schrok ik een beetje omdat de opdracht mij moeilijk leek. Er zijn namelijk zeer weinig studies over lokale multipliereffecten en over het lokale investeringsgedrag van ondernemers voor handen. Daarnaast verwachtte ik dat het bereiken van de onderzoekspopulatie en het verkrijgen van voldoende response een flinke opgave zou worden. Toch wilde ik dit onderzoek graag gaan doen. In de eerste plaats omdat ik affiniteit heb met het betreffende onderzoeksgebied. Ik woon op de Kop van Zuid in Rotterdam waardoor ontwikkelingen in Rotterdam-Zuid mij niet onopgemerkt voorbij gaan. In de tweede plaats omdat ik de inhoud van het onderzoek interessant vond en omdat het project goed aansluit op mijn studie. Daarnaast vond ik het leuk om een klein onderdeel uit te kunnen maken van een project dat inhoudelijk nieuw is in Nederland en dat landelijke bekendheid heeft verworven.

Het schrijven van de thesis heeft veel tijd en inspanning gekost, maar het was de moeite waard. Het onderzoek heeft interessante resultaten opgeleverd en de uitvoering ervan is voor mij erg leerzaam geweest. De ervaringen die ik met het uitvoeren van het onderzoek en het schrijven van de thesis heb opgedaan zullen in de loop van mijn carrière zeker nog van pas komen.

Graag wil ik in dit voorwoord van de gelegenheid gebruik maken om een aantal mensen te bedanken voor hun hulp en vertrouwen bij de totstandkoming van deze masterthesis. Mijn dank gaat uit naar Veronique Schutjens en André de Groot in het bijzonder. Zij hebben mij de nodige handvatten toegereikt om dit onderzoek te kunnen uitvoeren en om mij scherp te houden. Ik heb ontzettend veel geleerd van hun adviezen. Daarnaast wil ik graag Cynthia Erwich-Reijman en alle andere collega's van de afdeling economie van het OBR bedanken voor hun hulp en de gezelligheid die ik met hun op de afdeling heb ervaren. Maar zeker ook mijn vriendinnen en familie verdienen een dankwoord. Tijdens het schrijven van de thesis kwam ik er achter dat het schrijven van een thesis een proces is van vallen en opstaan. Ik wil mijn familie en vriendinnen bedanken voor hun steun en interesse gedurende het schrijfproces.

Kim Tempelaars, 17 maart 2010, Rotterdam.

# 1 Inleiding.

## 1.1 Introductie.

De zogenaamde Vogelaarwijk is sinds 2007 een bekende aanduiding voor bepaalde wijken in Nederland waar de fysieke en sociaal-economische achterstand groter is dan in andere wijken. Dat wil zeggen dat er in de Vogelaarwijken relatief vaker sprake is van onder andere overlast, werkloosheid, een gemiddeld lager inkomensniveau en de wijken kampen met een slecht imago. Er heersen meerdere fysieke problemen en de leefbaarheid is overwegend van slechtere kwaliteit dan elders (KEI, 2007). Wellicht dat de term Vogelaarwijk in de samenleving heeft bijgedragen aan meer aandacht voor wijken, en achterstandswijken in het bijzonder. Toch is er onder wetenschappers en beleidsmakers al veel langer aandacht voor de economische situatie in stedelijke wijken en buurten (Welter et al., 2007; Florida, 2004; Jacobs, 1974; Van Dijk & Schutjens, 2007; Leitner, 1990). Gebiedsgericht werken speelt in Nederland sinds de jaren negentig maar is de laatste jaren vaak het uitgangspunt van gemeentelijk beleid. Het voeren van lokaal beleid voor verbetering van de sociaal-economische situatie van buurten wordt door beleidsmakers steeds meer aangemoedigd, zij worden ook wel 'place sharpeners' genoemd (OECD, 2003; Turok & Robson, 2007).

Met de aandacht voor de lokale gebiedsgerichte aanpak komt ondernemerschap in stedelijke wijken en buurten steeds vaker op de agenda te staan (Welter et al. 2007; Leitner 1990; Malecki, 1994; Taylor & Plummer, 2003). Ondernemers worden gezien als de motor achter de lokale economie (Wennekers et al., 2008; Minniti & Lévesque, 2008; Van Praag & Versloot, 2007). Bedrijven voorzien een buurt van werkgelegenheid, voorzieningen, nieuwe sectoren en een lokaal netwerk waarbij contacten regionaal, nationaal of internationaal reiken (Minniti & Lévesque, 2008; Welter et al., 2007). Daarnaast dragen bedrijven bij aan de sociale leefbaarheid van een wijk door problemen aan te pakken, door het bijwonen van inspraakavonden en door met partijen mee te denken over oplossingen voor de buurt (Rabobank et al., 2008). Ondernemers hebben invloed op hun omgeving. Dit komt ook duidelijk naar voren in de volgende omschrijving van de ondernemer door Hébert en Link (1989); '„The entrepreneur is someone who specializes in taking responsibility for and making judgemental decisions that affect the location, form, and the use of goods, resources, or institutions..' (Hébert & Link, 1989, pp. 47). Er kan vanuit gegaan worden dat ondernemers een belangrijke bijdrage kunnen leveren aan verbetering van de sociaal-economische situatie van een gebied.

Voornamelijk de overheden, maar soms ook private partijen als woningbouwcorporaties en het bedrijfsleven, financieren de projecten voor de aanpak van gebieden (Ouweland & Van Meijeren, 2006). Het is belangrijk dat de investeringen voor een gebied productief zijn. Met productieve investeringen kan tenslotte meer waarde voor een gebied gegenereerd worden dan investeringen die na een korte tijd 'uitgewerkt' zijn. De meerwaarde van een investering na verloop van tijd wordt een **multipliereffect** genoemd (Johnston et al., 2000). Om een economie te stimuleren is het dus zinvol om te investeren in factoren die economische potenties bieden waardoor een investering kan leiden tot een zelfversterkend economisch proces. Het is daarom vooraf belangrijk om goed na te gaan wat een gebied aan kansen biedt. Kansen kunnen bijvoorbeeld liggen in een bepaalde sector die sterk kan worden. Gemeenten hebben zo hun eigen projecten om sociaal-economische probleemgebieden aan te pakken omdat wijken en buurten specifieke problemen kennen (KEI, 2007). Overheden vervullen met hun keuze voor bepaalde projecten dus een belangrijke rol in de sociaal-economische aanpak van stedelijke wijken en buurten.

In de economische literatuur is veel onderzoek verricht naar overheidsbestedingen en de effecten ervan op nationaal en regionaal schaalniveau (Eijgenraam et al., 2000; Aschauer, 1989; Haughwout, 2002; Bondonio & Greenbaum, 2007; Blakely & Bradshaw, 2002). Toch is er nog weinig onderzoek verricht naar de lokale multipliereffecten van lokaalgerichte kapitaalinjecties voor (achterstands)gebieden, en dan met name op buurt- en wijkniveau. Zo geeft bijvoorbeeld het onderzoek van Mikelbank en Jackson (2000) aan dat de economische multiplier en haar relatie met de geografie in de wetenschappelijke literatuur voornamelijk wordt gekoppeld aan het nationale of regionale niveau. Aandacht voor het lokale aspect mist dus (Mikelbank & Jackson, 2000, pp. 252). Waar vandaag de dag beleidsmakers zoeken naar oplossingen voor de sociaal-economische achterstand in stadsdelen en -wijken, is er dus nog weinig bekend over de lokale (multiplier)effecten van overheidsinvesteringen in die gebieden (Bartik, 2003). Net zo min is er onderzoek verricht naar het verband tussen lokaal ondernemerschap en de lokale, economische stimuleringsprojecten van overheden. Ondernemers worden gezien als de motor achter de lokale economie van een gebied maar over de manier waarop zij via een lokale bestedingsimpuls kunnen bijdragen aan een lokaal multipliereffect, is zeer weinig bekend. In dit onderzoek is daarom behalve de gebiedsgerichte benadering ook aandacht voor de persoonsgerichte benadering. Bij de persoonsgerichte benadering, in dit geval ook wel de behaviorale of actor benadering genoemd, staat de ondernemer centraal. Het onderzoek richt zich op het niveau van de actor/persoon waarvan de belangrijkste kenmerken onderzocht worden om het lokale investeringsgedrag van de ondernemers te kunnen verklaren. Zoals De Pater & Van der Wusten (1996) de behavioristische benadering omschrijven: 'Behavioristen zijn er van overtuigd dat gedrag begrepen moet worden als min of meer een automatische reacties op externe prikkels die de mens uit zijn omgeving ontvangt (pp. 178).' Die externe prikkel is te vertalen naar de initiële, lokale bestedingsimpuls vanuit de overheid. Het gedrag is de vertaling van lokale handelingen en investeringen van ondernemers.

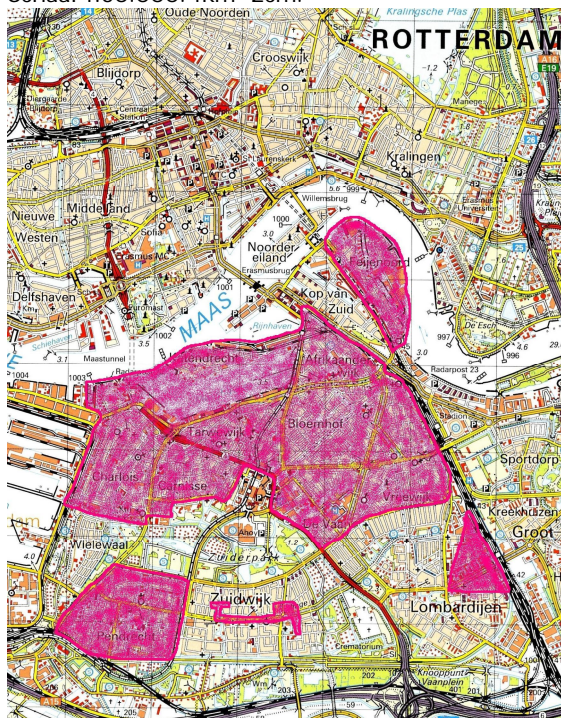
Met dit onderzoek moet duidelijk worden in hoeverre ondernemers (bewust, dan wel onbewust) bijdragen aan lokale multipliereffecten na een lokale externe bestedingsimpuls. Het doel van dit onderzoek is om meer te weten te komen over het bestaan van lokale multipliereffecten en de invloed van ondernemers daarop. Factoren die onder de loep worden genomen zijn kenmerken van de ondernemer, kenmerken van de bedrijven en kenmerken van de netwerken waarbinnen ondernemers opereren. Over deze kenmerken is met betrekking tot lokale multipliereffecten nog geen onderzoek verricht. In dit onderzoek worden daarom geen hypothesen geformuleerd. Hypothesen worden geformuleerd om een verband of verklaring te toetsen. In dit onderzoek wordt echter naar verbanden en verklaringen gezocht. Er zal meer bekend moeten worden over het verband van deze factoren op lokale bestedingen voordat er getoetst kan worden. Dit onderzoek is daarom deels deductief (vanuit de literatuur redenerend) en deels exploratief van aard. Met dit onderzoek wordt gezocht naar een antwoord op de volgende vraag. *In hoeverre beïnvloedt een initiële lokale kapitaalinjectie, lokale multipliereffecten van bedrijven in Rotterdam-Zuid, en door welke factoren wordt dit verklaard?*

## **1.2 De aanleiding tot dit onderzoek; de evaluatie van Kansenzones Rotterdam.**

In deze paragraaf wordt eerst de algemene aanleiding tot dit onderzoek besproken. In paragraaf 1.2.1 wordt hier dieper op ingegaan door de inhoud van de onderzoeksstage preciezer te beschrijven.

De aanleiding tot dit onderzoek is de evaluatie van het project Kansenzones Rotterdam. Kansenzones Rotterdam is opgezet en uitgevoerd door Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam (in het vervolg zal Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam afgekort worden tot OBR). Het OBR is een onderdeel van Gemeente Rotterdam en een uitvoerend orgaan dat zich inzet voor de economie, het vastgoed en de gebiedsontwikkeling van de stad. Met Kansenzones Rotterdam is gestart om de sociaal-economische achterstand in een aantal Rotterdamse achterstandswijken aan te pakken. Het project Kansenzones is volgens het OBR '...Een gebiedsgericht, economisch stimuleringsproject dat zich specifiek richt op de deelgebieden Feijenoord en Charlois in Rotterdam-Zuid...' (OBR, 2007). Met het project Kansenzones Rotterdam is gestart in april 2005 en eindigde op 31 december 2008. Over deze periode van vier jaar is in totaal 48 miljoen Euro geïnvesteerd in het project. Het Rijk en het OBR hebben beide 24 miljoen Euro beschikbaar gesteld. De aangewezen Kansenzones zijn de wijken: Feijenoord, Afrikaanderwijk, Katendrecht, Oud Charlois, Carnisse, Tarwewijk, Bloemhof, Hillesluis, Strevelswijk, Pendrecht en Slinge Zuidwijk (OBR, 2005). In kaart 1.2 is een topografische kaart opgenomen waarin de Kansenzones zijn aangegeven. De roze geselecteerde gebieden vallen onder het Project Kansenzones Rotterdam.

Kaart 1.2: Topografisch kaart van Rotterdam met de Kansenzones aangegeven in roze.  
Schaal 1:50.000. 1km=2cm.



Bron: Kadaster, 2007.

Onder het project Kansenzones zijn meerdere deelprojecten opgesteld zoals het project 'jonge starters,' beroepsoriënterende praktijkvorming voor jongeren in Rotterdam-Zuid (BOP) en de herontwikkeling van vastgoed (OBR, 2005). Het meeste geld en de meeste aandacht is echter uitgegaan naar een deelproject genaamd 'De Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam.' Veel mensen beschouwen de Ondernemersregeling Kansenzones synoniem aan het project Kansenzones. De Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam (in het vervolg afgekort tot **OKR**) was het belangrijkste instrument van het project Kansenzones en is ingezet voor de ondernemers<sup>1</sup> die tussen 1 april 2005 en 31 december 2008 gevestigd waren, of zich gingen vestigen, in de Kansenzone, én voor vastgoedeigenaren van commercieel vastgoed in de Kansenzone. De OKR is een investeringspremiereregeling waarmee de ondernemers en eigenaren van commercieel vastgoed uit de Kansenzone 50% van hun bedrijfsinvesteringen (alleen investeringen in bedrijfsmiddelen of het bedrijfspand) door het OBR gesubsidieerd konden krijgen, met een maximaal te subsidiëren bedrag van 100.000 Euro en een minimaal inlegbedrag van 4.000 Euro.

Zowel het budget als de aanpak van Kansenzones Rotterdam was destijds voor Nederlandse begrippen relatief nieuw en groots. Daarom zijn de resultaten en de evaluevaluatie interessant voor het Rijk en gemeenten. Als blijkt dat Kansenzones Rotterdam heeft geleid tot de gewenste resultaten, is de kans groot dat Kansenzones in andere gemeenten ingevoerd wordt, zie kader 1.2.

---

<sup>1</sup> Alleen de ondernemers met een midden- of kleinbedrijf (dus de MKB-ondernemers) uit de aangewezen Kansenzones, konden in aanmerking komen voor de OKR.

Voor het evalueren van project Kansenzones Rotterdam zijn door het OBR meerdere onderzoeksbureaus ingeschakeld. Door Ernst & Young (2007) is onderzocht of Kansenzones Rotterdam effectief en doeltreffend is geweest. Uit het onderzoek van Ernst & Young (2007) is naar voren gekomen dat het na twee jaar nog te vroeg was om te stellen dat de OKR tot de gewenste, maatschappelijke effecten heeft geleid. De belangrijkste bevinding was dat de OKR effectief is geweest in het aanzetten van ondernemers tot het doen van bedrijfsinvesteringen. Van de ondernemers gaf 40% aan dat ze zonder de OKR minder zouden hebben geïnvesteerd (Ernst & Young, 2007). Nicis (2009b) heeft een evaluatierapport uitgebracht over de resultaten van vier jaar economische Kansenzones in Rotterdam. Nicis omschrijft het doel van de Kansenzones als: ‘..Het uiteindelijke doel van de economische Kansenzones is een beter vestigingsklimaat voor ondernemers om zo een economisch gezonde wijk te creëren waar mensen graag willen wonen en werken.’ (Nicis, 2009b, pp. 32). De OKR is wel effectief gebleken in het aanzetten van ondernemers om te investeren en is effectief gebleken in het stimuleren van ondernemerschap. Er kon nog niet gesteld worden dat de OKR doeltreffend en effectief is geweest in het creëren van werkgelegenheid en in een toename van het aantal ondernemingen (Nicis 2009b). Volgens Nicis waren de directe effecten niet goed aantoonbaar omdat er geen vergelijking is gemaakt met ondernemers uit de Kansenzones die geen gebruik hadden gemaakt van de OKR, of met vergelijkbare ondernemers in een ander achterstandgebied in Nederland. Juist door een vergelijking te maken kan de ontwikkeling van investeringsniveaus, winstgevendheid en tevredenheid over de vestigingsomgeving geanalyseerd worden (Nicis, 2009b). Daarnaast zouden harde gegevens over het type ondernemer dat gebruik heeft gemaakt van de OKR ontbreken.

Kader 1.2: Het rapport van Nicis over Kansenzones Rotterdam.

**‘Maak Kansenzones mogelijk in alle Vogelaarwijken.’**

De ‘Kansenzone-aanpak’ in Rotterdam-Zuid is een sterk voorbeeld van succesvol investeren in de economie van achterstandswijken. Dit concludeert het Nicis institute in het rapport ‘Doorzettingskracht in de economische Kansenzones, lessen uit Rotterdam’. Wethouder Dominic Schrijer overhandigde het rapport namens Rotterdam en Nicis Institute (Werk, Sociale Zaken & Grotestedenbeleid) aan Minister Van der Laan (Wonen en Wijken). Daarbij riep de wethouder de minister op om de succesvolle subsidieregeling Kansenzones mogelijk te maken in alle Vogelaarwijken in Nederland.

Bron: Nicis, 2009a.

### 1.2.1 De onderzoeksstage voor het OBR.

Het beoogde doel van de OKR was het bevorderen van de bedrijfsinvesteringen onder de ondernemers in de Kansenzone. Het OBR wilde (bedrijfs)investeringen onder ondernemers en/of vastgoedeigenaren uitlokken om de levensvatbaarheid van bedrijven en het aanzicht van de bedrijfspanden te verbeteren. Het OBR hoopte hiermee tevens een positief indirect effect te creëren door met de uitgelokte bedrijfsinvesteringen, lokale multipliereffecten te bewerkstelligen waardoor de regeling uiteindelijk niet alleen voor de ondernemers, maar voor de hele wijk draagvlak kon bieden. Voor het OBR heb ik daarom, in de vorm van een onderzoeksstage, onderzoek gedaan naar het (mogelijke) lokale ‘doorsijpeleffect’ dat in de Kansenzones naar aanleiding van de OKR tot stand is gekomen.

Voor het OBR heb ik onderzocht of de bedrijfsinvesteringen van de ondernemers een meerwaarde voor het gebied hebben opgeleverd. Door te onderzoeken of de ondernemers hun bedrijfsmiddelen en – diensten **lokaal** hebben aangeschaft, kan meer gezegd worden over de multiplier van de initiële investering voor het gebied. Er is tevens een vergelijking gemaakt met de ondernemers die géén gebruik van de regeling hebben gemaakt (wat Nicis aanbeveelde in het evaluatierapport), zodat de rol van de OKR op het lokale investeringsgedrag van de ondernemers binnen eenzelfde gebied duidelijk kan worden. Het lokale investeringsgedrag van de ondernemers is onderzocht zodat hun (eventuele) rol in de doorwerking van een lokale bestedingsimpuls duidelijk zou worden. Er is onderzocht welke kenmerken van ondernemers en hun bedrijven van invloed zijn geweest op de hoogte en plaats van de bedrijfsinvesteringen. Ook de eventuele invloed van hun zakelijke- en sociale netwerken op lokale bedrijfsinvesteringen is onder de loep genomen. Omdat bij het uitvoeren van het onderzoek voor het OBR al snel bleek dat er nog zeer weinig onderzoek is verricht naar het bestaan en het effect van **lokale** multipliers en **lokaal** investeringsgedrag van ondernemers, zijn deze onderzoeksonderwerpen onderzocht in deze thesis. De resultaten van de onderzoeksstage zijn gebruikt voor het empirisch deel van deze thesis. Er is voorafgaand aan het onderzoek voor gekozen om vastgoedeigenaren van commercieel vastgoed niet mee te nemen in het onderzoek. De verwachting is namelijk dat de organisaties die alleen bedrijfspanden in Rotterdam-Zuid bezitten, een veel kleinere binding met het gebied hebben dan de ondernemers in het gebied. Om te kunnen onderzoeken in hoeverre een kapitaalinjectie op buurtniveau een lokaal multipliereffect veroorzaakt heeft, zijn gegevens over de werkelijke lokale spelers en hun binding met het gebied juist belangrijk. De ondernemers uit de Kansenzones die tevens eigenaar zijn van hun pand zijn daarom wel opgenomen in het onderzoek.

### **1.3 Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie van dit onderzoek.**

Over de effecten van een bestedingsimpuls op het lokale geografische schaalniveau is vooralsnog weinig onderzoek verricht, terwijl de sociaal-economische situatie van wijken en gemeenschappen de laatste jaren steeds meer in de aandacht is komen te staan (Conway & Konvitz, 2000; Mikelbank & Jackson, 2000). Juist in achterstandsgebieden, waar de sociaal-economische situatie achterblijft bij de overige stedelijke gebieden, is een positieve, economische stimulans nodig. In Nederland zijn een aantal stedelijke wijken waar de sociale, fysieke en economische leefsituatie achter blijft. Mensen die wonen in deze wijken hebben over het algemeen minder kansen op sociaal-economische vlak dan mensen die in goede wijken wonen (Rabobank et al., 2008). Maar is een kapitaalinjectie via ondernemers in een dergelijk gebied zinvol? Met dit onderzoek moet meer duidelijk worden of een lokale bestedingsimpuls via ondernemers een lokaal multipliereffect kan opleveren. Het onderzoek is maatschappelijk relevant omdat de uitkomsten uiteindelijk van belang kunnen zijn voor de bewoners en werkende in achterstandswijken in Nederland. Als met behulp van de uitkomsten beter beleid te voeren is op het gebied van lokaal economisch stimuleringsbeleid, gaat dat natuurlijk alle mensen in achterstandswijken aan.

Dit onderzoek is ook wetenschappelijk relevant. De economische ontwikkeling van steden is in de economie, sociologie en economische geografie al jaren een studieobject. De laatste jaren is er een toenemende interesse voor de lokale aspecten van een economie, zowel onder beleidsmakers als wetenschappelijk onderzoekers (Florida, 2004; Jacobs, 1974; Van Dijk & Schutjens, 2007; Bartik, 2003). Zoals eerder aangegeven is er nog weinig onderzoek verricht naar de multipliereffecten van een bestedingsimpuls (kapitaalinjectie) op (zeer) lokaal niveau (Mikelbank & Jackson, 2000). Maar ook naar het gedrag van ondernemers in relatie met hun omgeving is nauwelijks onderzoek gedaan. De studies naar ondernemerschap zijn vaak gericht óf op het individu óf op de omgeving. Het gedrag van de ondernemer wordt nauwelijks in relatie gebracht met de uitkomsten voor de (lokale) omgeving (Thornton & Flyn, 2003; Welter et al., 2007). In dit onderzoek wordt daarom onderzocht of er een verband bestaat tussen het gedrag van ondernemers (als belangrijke schakels in een lokale economie) en een lokale, economische stimulans na een lokale bestedingsimpuls. Hierdoor kan duidelijk worden wat de bestedingsimpuls via ondernemers uiteindelijk heeft bijgedragen aan een gebied. Dit onderzoek levert een bijdrage, voor wetenschappers en beleidsmakers, aan verder onderzoek en beleidsinitiatieven. Dit onderzoek kan de aanzet geven tot verdieping en verbreding van de hedendaagse wetenschappelijke kennis over lokale, economische effecten na een lokale kapitaalinjectie en de invloed van lokaal ondernemerschap daarop.

#### **1.4 Probleemstelling en onderzoeksvragen.**

In dit onderzoek staat het multipliereffect van een lokale kapitaalinjectie (vanuit de overheid) via ondernemers centraal. Voor de Kansenzones in Rotterdam wordt onderzocht hoe investeringen (vanuit de overheid) gericht op ondernemers kunnen bijdragen aan een toename van bedrijfsinvesteringen in het gebied. Leiden overheidsinvesteringen via ondernemers tot een lokaal multipliereffect of doen ondernemers hun bedrijfsinvesteringen eerder buiten de buurt? En welke kenmerken van de ondernemers, hun bedrijven, en hun netwerken zijn verklarend voor het lokale investeringsgedrag? De gestelde probleemstelling, of centrale vraag, van dit onderzoek was: *In hoeverre beïnvloedt een initiële lokale kapitaalinjectie, lokale multipliereffecten van bedrijven in Rotterdam-Zuid, en door welke factoren wordt dit verklaard?*

Om de centrale vraag te kunnen beantwoorden zijn vijf deelvragen opgesteld. De eerste drie deelvragen zijn opgesteld om de bestaande literatuur over multipliers, lokale netwerken en het lokale investeringsgedrag (voor zover literatuur aanwezig) van ondernemers te analyseren. De laatste twee deelvragen zijn opgesteld om met het empirisch onderzoeksdeel een antwoord op de centrale vraag te kunnen geven.



### **Literatuurvragen.**

1. Wat is er bekend over lokale, economische bestedingsimpulsen vanuit overheden en de daaruit voortvloeiende (lokale) multipliereffecten?
2. Wat is volgens de literatuur de invloed van lokale netwerken op het doen van lokale bedrijfsinvesteringen door ondernemers?
3. In hoeverre zijn kenmerken van ondernemers en hun bedrijven van invloed op het lokale investeringsgedrag van de ondernemers?

### **Empirische onderzoeksvragen.**

4. In hoeverre draagt een bestedingsimpuls als de OKR bij aan een toename van lokale bedrijfsinvesteringen?
5. In hoeverre zijn kenmerken van ondernemers, kenmerken van hun bedrijven en hun lokale netwerken van invloed op het lokale investeringsgedrag van ondernemers die, al dan niet via de OKR regeling?

### **1.5 De opbouw van dit onderzoek.**

Dit onderzoek is deels deductief en deels exploratief van opzet. In hoofdstuk twee en drie wordt vanuit de wetenschappelijke literatuur (deductief) gezocht naar een antwoord op de deelvragen. In hoofdstuk vier wordt deels op de deductieve wijze, deels op exploratieve wijze, een antwoord op de deelvraag gegeven. Hoofdstuk twee tot en met vier vormen het theoretisch kader.

Hoofdstuk twee is gericht op de literatuur over multipliers en overheidsbestedingen. Aan het eind van dit hoofdstuk moet duidelijk zijn of overheidsbestedingen effectief bijdragen aan lokale economische multipliers. In hoofdstuk drie wordt de literatuur geanalyseerd met betrekking tot de netwerken van ondernemers en de invloed daarvan op lokale bedrijfsinvesteringen. In hoofdstuk vier komen de kenmerken van ondernemers en hun bedrijven, die mogelijk van invloed zijn op het lokale investeringsgedrag, aan bod. Hoofdstuk vijf geeft het conceptueel model weer en wordt de opzet en uitvoering van het empirisch onderzoeksgedeelte beschreven. De resultaten worden besproken in hoofdstuk zes en zeven. In hoofdstuk zes wordt een antwoord gegeven op onderzoeksvraag vier en in hoofdstuk zeven komt onderzoeksvraag vijf aan bod. Hoofdstuk acht geeft de conclusie en aanbevelingen die interessant zijn voor verder onderzoek en voor beleidsmakers.

## 2 Overheidsbestedingen en multipliereffecten.

### 2.1 Inleiding.

De rol die lokale overheden de laatste jaren innemen bij het stimuleren van de lokale economie wordt steeds belangrijker. De gedachte achter de voorkeur voor decentralisatie is dat lokale overheden beter kunnen inschatten naar welke lokale bronnen behoefte is en voorkeur uit gaat, dan een overheid op regionaal of nationaal schaalniveau (Alfonso & Fernandes, 2006; Bartik, 2003; Strumpf, 1998). Het voornaamste doel van economische aanmoedigingsprojecten is om de capaciteit van een lokale economie te versterken waardoor de welvaart (sociaal en economisch) voor alle partijen in een gebied toeneemt. Vanwege de hernieuwde aandacht voor achterstandsgebieden en oude stadsdelen, maar ook door de toename in de bedragen die worden ingezet voor het stimuleren van een lokale economie, is er steeds meer aandacht voor de manier waarop overheden met lokale stimuleringsprojecten omgaan. Men wil weten wat de geïmplementeerde initiatieven voor een lokaal gebied teweeg brengen (Strumpf, 1998; Pereira, 2000). Alleen al in Amerika wordt volgens Bartik (2003) meer dan \$14 miljard per jaar besteed aan lokale economische stimuleringsprojecten (de gemeentebelastingen meegerekend). Volgens Peters & Fisher (2004) zou dit bedrag nog veel hoger liggen, namelijk rond de \$50 miljard. Ongeveer 75% van de bedragen zou besteed worden aan lokale (financiële) investeringsprojecten. Ongeveer 16-25% van de bedragen wordt besteed aan het verbeteren van de lokale arbeidsmarkt en het tegengaan van werkloosheid (Bartik, 2003).

In steeds meer studies wordt onderzocht in hoeverre investeringsregelingen effectief bijdragen aan de stimulans van een lokale economie (Bartik, 2003; Peters & Fisher, 2004; Toole & Turvey, 2009; Deliktas et al., 2009). Men vraagt zich af wat de werkelijke lokale multipliereffecten voor een gebied zijn om daar het beleid op te kunnen aanpassen. Pas sinds enkele jaren is er de techniek en voldoende data om de waardevermeerdering van een kapitaalinjectie nauwkeurig te onderzoeken (Peters & Fisher, 2004; Bartik, 2003; Biles, 2003). Onderzoekers blijven echter kritisch over de werkelijke multipliereffecten van lokale economische stimuleringsprojecten in een gebied.

Met dit hoofdstuk moet duidelijk worden wat de betekenis van een multiplier is en op welke manier overheden inspelen op het verkrijgen van (lokale) economische multipliereffecten. Ook komt aan bod hoe en wanneer een multipliereffect daadwerkelijk een waardevermeerdering voor een gebied kan betekenen. De deelvraag die in dit hoofdstuk wordt beantwoord is: *Wat is er bekend over lokale, economische bestedingsimpulsen vanuit overheden en de daaruit voortvloeiende (lokale) multipliereffecten?*

## 2.2 De definitie van de economische multiplier.

De letterlijke vertaling van het Engelse woord multiplier is 'vermenigvuldiger.' Als de multiplier wordt toegepast in de economie gaat het om een toename in geld of om een toename in werkgelegenheid. Zo is er de werkgelegenheids-, inkomens-, en de incrementele multiplier (Johnston et al., 2000). In feite is een multiplier een getal, of een ratio. De multiplier geeft namelijk de waarde weer van een initiële investering na verloop van tijd. De multiplier is als het ware een maatstaf om de sterkte van een economische doorwerking te meten (Johnston et al., 2000). Met die doorwerking wordt bedoeld dat een economische activiteit leidt tot een additionele economische activiteit, of activiteiten, in een gebied (Van Leeuwen et al., 2001). Een duidelijke omschrijving van een multipliereffect, is de omschrijving van Olfert & Stabler (1994): '...The multiplier will be a reflection of the amount of spending and re-spending of local value-added that follows an initial increase in autonomous expenditure...' (Olfert & Stabler, 1994, pp. 483).

De grootste multipliereffecten zouden in Nederland teweeg worden gebracht door investeringen in de bouwnijverheid en bouwinstallatiebedrijven (Van Leeuwen et al., 2001). De bouwnijverheid zou volgens Van Leeuwen et al. (2001) een multiplier van 1.75 hebben. De effecten zouden het sterkst zijn binnen de eigen regio, dus bijvoorbeeld de bouwsector in Flevoland of Limburg. De gedachtegang achter een multipliereffect is dat investeringen in een sector of regio voor een deel doorvloeien naar andere sectoren en regio's. Zo ontstaat bijvoorbeeld door de bouw van extra woningen (één grote investering) een toename in de vraag naar bedrijven uit de bouw zoals aannemersbedrijven en machinisten, maar ontstaat daarmee ook werk voor planologen, beleidsmakers en ingenieurs. Op deze manier wordt er werkgelegenheid gecreëerd en nemen consumptieve bestedingen toe. Er wordt meer geld uit gegeven, bijvoorbeeld bij de plaatselijke supermarkt, de kapper of het reisbureau (Mikelbank & Jackson, 2000; Van Leeuwen et al., 2001). Door de toename in werkgelegenheid en de toename in consumptieve uitgaven raakt de initiële investering ook andere sectoren dan de sector waarin in eerste instantie is geïnvesteerd. Een multipliereffect wordt daarom ook wel tweede-orde-effect, uitstralingseffect, spill-over effect (Van Leeuwen et al., 2001), doorsijpeleffect, acceleratie-effect (Nicis, 2009b) of in de volksmond sneeuwbaaleffect of kettingreactie genoemd.

Onderzoeken naar multipliers gaan vrijwel altijd samen met analyses en berekeningen om het effect duidelijk in een getal te kunnen uitdrukken. Zo kan bijvoorbeeld met de Leontief input-output analyse berekend worden wat de uiteindelijke multiplier van een bepaalde investering is geweest. De Leontief input-output analyse wordt gebruikt om te berekenen hoe een toename in de vraag van een regio van invloed is op de verschillende sectoren. Ook kan er met de Leontief input-output analyse berekend worden welk deel van een investering terecht komt in andere gebieden (Hanink, 2007; Pavía et al., 2006). Over de toepassing van de verschillende analyses heerst discussie onder onderzoekers. Een kleine discrepantie in een analyse kan al gauw leiden tot een onjuiste berekening van een multipliereffect wat weer gevolgen kan hebben voor beleid en investeringsprojecten (Johnston, 2000).

### **2.2.1 De Keynesiaanse multiplier.**

De multiplier is een bekend begrip in de economie. Al zeker 80 jaar geleden is dit begrip in de economische literatuur geïntroduceerd (Wright, 1956). In feite waren er eind 19<sup>e</sup> eeuw al verschillende economen, waaronder bijvoorbeeld Bagehot (1880), die theorieën ontwikkelden die niet ver van de theorie over de hedendaagse multiplier afwijken. Zo ontwikkelde Bagehot een theorie genaamd Multipliers (1880). De gedachte achter deze theorie was dat een economische depressie in één sector snel zou doorwerken naar andere sectoren (Wright, 1956). De gedachte dat verschillende sectoren in een economie met elkaar in verbinding staan is ook het uitgangspunt van de Keynesiaanse multiplier. John Maynard Keynes (1883-1946) was een Britse econoom wiens ideeën over de werking van de economie tot op de dag van vandaag nog invloed hebben op economische theorieën, modellen en het onderwijs van nu (James & Ahiakpor, 2001). Keynes ziet de consumptieve bestedingen als één van de belangrijkste factoren achter de toename van investeringen en heeft met deze theorie in feite verder gebouwd op de oorspronkelijke theorie over de multiplier van professor R. Kahn (1931). In een notendop houdt de Keynesiaanse theorie in dat investeringen op macro-niveau doorwerken tot het micro-niveau van een economie. Bestedingen van overheden leiden tot extra inkomen, bedrijven kunnen het zich dan veroorloven om meer mensen in dienst te nemen. Er ontstaat een toename van de werkgelegenheid en daardoor een toename van het consumptieniveau. Als het consumptieniveau daadwerkelijk toe neemt leidt dat opnieuw tot extra investeringen. De toename van investeringen, en de doorwerking van die investeringen tot in verschillende sectoren, wordt het multipliereffect genoemd (James & Ahiakpor, 2001).

### **2.3 Overheidsbestedingen.**

Vaak zijn vooral overheden geïnteresseerd in de multipliereffecten van economische stimuleringsprojecten. Overheden zijn in Nederland vaak de partijen die het initiatief nemen om een project te realiseren, en in veel gevallen de grootste financier. Het directe of indirecte doel van een overheidproject, of semi-overheidsproject, is meestal om een waardevermeerdering van het initiële investeringsbedrag te bereiken en om de (lokale) economie naar een hoger economisch niveau te brengen (Deliktas et al., 2009; Mikelbank & Jackson, 2000). De focus om een verbetering van de economische situatie te bereiken verschilt per overheid. Zo kan een overheid zich bijvoorbeeld concentreren op het verbeteren van de werkgelegenheid of op het aantrekken van meer bedrijvigheid. Er is dan ook een grote variatie aan initiatieven die door overheden worden genomen om een lokale economie te stimuleren. Er is geen beste strategie omdat elk gebied anders is. Volgens Bartik (2003) is een strategie pas succesvol als men weet in te spelen op verbreding van de sterke punten, en vermindering van de zwakke punten van een gebied (Bartik, 2003). Volgens Bartik (2003), met zijn studie naar de lokale economische ontwikkelingsprogramma's in Amerika,

moet er met betrekking tot lokale overheidsinitiatieven onderscheid gemaakt moet worden in twee hoofdzakelijke activiteiten, namelijk:

1. Het bieden van (financiële) steun aan bedrijven die de lokale, economische ontwikkeling moeten kunnen stimuleren. Met dit eerste punt wordt de aandacht dus op het lokale bedrijfsleven gericht (Bartik, 2003).
2. Strategische initiatieven waarbij overheden algemene maatregelen als belastingverlaging, investeringen en beleid inzetten ter bevordering van de lokale, economische ontwikkeling (Bartik, 2003).

In tabel 2.3 is een overzicht opgenomen met een zestal internationale initiatieven die door overheden worden aangewend om de economische ontwikkeling van een gebied te stimuleren. Deze overheidsinitiatieven zijn initiatieven die in de wetenschappelijke literatuur veel voorkomen en waarnaar relatief veel onderzoek is gedaan. Initiatief 1,2 en 3 vallen onder zojuist genoemd punt twee van Bartik (2003). Initiatieven 4,5 en 6 vallen onder punt één van Bartik (2003). De volgorde van de strategieën/initiatieven zoals in tabel 2.3 weergegeven is willekeurig.

Omdat er relatief veel onderzoek is verricht naar investeringen in infrastructurele projecten en transportverbindingen voor het creëren van multipliereffecten zal in paragraaf 2.3.1 worden ingegaan op de effectiviteit van infrastructurele projecten voor een lokale economie. Ook zal worden ingegaan op de internationale literatuur over de Enterprise Zones omdat het empirisch deel van dit onderzoek uitgevoerd is in een Enterprise Zone, namelijk de Kansenzones van Rotterdam.

Tabel 2.3 : Strategieën en initiatieven die overheden aanwenden om een economie te stimuleren.

| <b>Strategie/initiatief vanuit de overheid</b>                            | <b>Voorbeeld</b>  | <b>Auteur/onderzoeker</b>  |
|---|---|--|
| 1. Belastingvoordelen   | Verlaging van de belastingen op de aanschaf van machines, land of de aanschaf van kapitaal om bijvoorbeeld de concurrentiepositie van een bedrijf of regio te verbeteren.   | Bondonio & Greenbaum, 2007; Hanson, 2009; Peters & Fisher, 2004. |
| 2. Verbetering/vernieuwing van de infrastructuur en transportverbindingen | De aanleg van een weg kan een regio aantrekkelijker maken doordat bedrijven zich bijvoorbeeld graag in de buurt van een infrastructureel punt willen vestigen.  | Pereira & Roca-Sagalés, 2003 ; Moreno & López-Barro, 2007        |
| 3. Werken aan de sociale pijlers binnen de gemeenschap                    | Te denken valt aan investeringen in de arbeidsmarkt, het onderwijs en veiligheid. Overheden zetten bijvoorbeeld programma's op om langdurig werklozen weer aan het werk te krijgen. In een sociaal instabiele omgeving zouden economische initiatieven veel moeilijker succes hebben dan in een sociaal stabiele omgeving. Sociale en economische problemen hangen nauw met elkaar samen. | Blakely & Bradshaw 2002; Oakly & Tsao, 2006; Nicis, 2009b.       |
| 4. Stimuleren van lokaal ondernemerschap                                  | Ondernemers begeleiden en het bieden van faciliteiten zoals een mooie vestigingslocatie en het verminderen van administratieve lasten.  | Audretsch et al., 2006; Bertens & Lantink, 2008,                 |
| 5. Enterprise Zone  | Bij een Enterprise Zone is de aandacht gevestigd op de economie van een specifiek lokaal gebied. Verschillende initiatieven kunnen worden ingezet zoals bijvoorbeeld belastingverlaging.  | Potter & Moore, 2000; Elvery, 2004                               |
| 6. Stimuleren van de high-technology sectoren                             | Overheden verstrekken subsidies voor bedrijven actief in high-technology sectoren en R&D.   | Dohse, 2000  |

### 2.3.1 Investerings in infrastructuur.

Overheidsinvesteringen in de infrastructuur is in de literatuur een veelbesproken onderwerp om multiplier-effecten te analyseren en om de effectiviteit van overheidsbestedingen ter discussie te stellen. Met investeringen in de infrastructuur moet bijvoorbeeld gedacht worden aan de aanleg van het wegen- en spoorwiel, watersystemen, de aanleg van bruggen, straten, vliegvelden, maar ook de bouw van gas- en elektriciteitsfaciliteiten. De hoeveelheid literatuur over overheidsinvesteringen in infrastructuur en economische effecten voor (achterstands)gebieden is groot (Eijgenraam et al., 2000; Pereira & Roca-Sagalés, 2003; Haughwout, 2002; Moreno & López-Barro, 2007). Zeker in de jaren '80-'90 is er veel onderzoek naar gedaan (Aschauer, 1989; Holtz-Eakin, 1994; Boarnet, 1998; CPB 1995; CPB, 1997).

De gedachtegang achter investeringen in de infrastructuur is dat de betreffende investeringen leiden tot voordelen voor het betreffende gebied. Door de investering, vaak de aangelegde transportverbinding met een ander gebied, ontstaat toegang tot (nieuwe) bronnen als arbeid, kennis en diensten elders. Maar ook kan als gevolg van de initiële investering de aantrekkelijkheid van een gebied toenemen waardoor er bedrijvigheid en werkgelegenheid aangetrokken wordt. Toch zetten onderzoekers hun vraagtekens bij het idee dat investeringen in de infrastructuur automatisch leiden tot grote, positieve economische effecten voor de omgeving. De kosten van de investering zouden meestal niet opwegen tegen de uiteindelijke effecten (Eijgenraam, 2001; Zerbe & Dively, 1994). Daarnaast zijn de werkelijke effecten moeilijk meetbaar door de complexiteit van een economie, het geografisch schaalniveau van analyse, het type infrastructuur waarin geïnvesteerd wordt, de regio zelf, de tijd, en de politieke cultuur (Moreno & López-Barro, 2007; Haughwout, 2000; Kemmerling & Stephan 2001; Button, 1998). Toch blijkt bijvoorbeeld uit onderzoek van Moreno & López-Barro (2007) naar investeringen in infrastructurele projecten in Spaanse regio's tussen 1980-2000, dat de investeringen in lokale infrastructurele projecten wel degelijk productief waren. Mikelbank & Jackson (2000) omschrijven de studies naar de productiviteit van investeringen in de infrastructuur dan ook als. '...The impacts of public capital across these specifications have ranged from negative and significant, to no role, to positive and significant. Studies have increased in their specification complexity and are now beginning to investigate the geographical relationship that may hold the key, or at least one of the keys, to the multifaceted roles of public capital in the spatial economy...' (Mikelbank & Jackson, 2000, pp. 244). De populariteit van onderzoeken naar de effecten van infrastructurele overheidsprojecten voor (lokale) spillovers lijkt af te nemen. Waar tegenwoordig veel aandacht voor is, als het gaat om het stimuleren van een lokale economie, zijn de zogeheten Enterprise Zones.

### 2.3.2 De Enterprise Zones.

Bestedingsimpulsen vanuit lokale overheden zijn al decennia lang een strategie om economische groei te stimuleren, maar in de Enterprise Zones is de aanpak anders. Enterprise Zones zijn achterstandsgebieden waar vanuit lokale overheden aandacht is voor klein ondernemerschap en de sociale problematiek in een gebied. In Enterprise Zones wordt voordelige regelgeving voor een specifiek gebied ingesteld (Peters & Fisher, 2002; Nicis, 2009b). Enterprise Zones verschillen van andere economische stimuleringsmaatregelen omdat de aanpak zeer lokaal gericht is, omdat de aanpak gericht is op ondernemers en ondernemerschap, en op het stimuleren van investeringen (Peters & Fisher, 2002; Nicis, 2009b; Blair, 2002). Een duidelijke definitie van een Enterprise Zone is de volgende omschrijving van Blair: '...Enterprise zones employ specific delivery mechanisms to reach the economic development policy goals of increased private investment and business activity and the creation of employment opportunities...' (Blair, 2002, pp. 167).

De Enterprise Zone kent veel andere benamingen, zoals Renaissance Zone, Program Area en Development Zone, maar het principe van de Enterprise Zone blijft hetzelfde. De Enterprise Zone is in de jaren '80 geïntroduceerd in Amerika, maar kent voorlopers zoals de Selectieve Investerings Regeling. Deze regeling is in Nederland in de jaren zeventig geïntroduceerd om de economische groei in de Randstad door te zetten naar andere regio's in Nederland (Nicis, 2009b). Inmiddels is de Enterprise Zone internationaal een bekend concept. De meeste Enterprise Zones zijn ingezet in Amerika en Engeland, maar er zijn ook een aantal aangewezen Enterprise Zones in Nederland, Frankrijk en Polen.

In de internationale studies over Enterprise Zones zijn onderzoekers overwegend negatief over de effectiviteit ervan. In Amerika wordt in relatief veel studies het onderzoek van Peter & Fisher (2002) aangehaald. Uit een onderzoek van Peters & Fisher (2002) naar de effectiviteit van Enterprise Zones onder dertien verschillende Amerikaanse staten (op basis van toename in werkgelegenheid, winst van de bedrijven en het aantrekken van bedrijven), blijkt dat de Enterprise Zones nauwelijks effectief zijn. De effectiviteit zou wel verschillen per gebied. Zo zouden de economische effecten vooral voor kleine Enterprise Zones (in geografische omvang), en de Zones waar relatief kleine bedragen geïnvesteerd worden, gering zijn. Onderzoek van Bondonio & Engberg (2000) en Neumark & Kolko (2008) naar de werkgelegenheidseffecten in Enterprise Zones, en onderzoek van Greenbaum & Engberg (2000) naar de huizenprijzen, huizenbezitters en het economisch welzijn van de bewoners in de Enterprise Zones, laat eveneens zien dat de economische effecten nihil zijn. Beck (2001) is echter veel positiever. Volgens het onderzoek van Beck naar 51 Enterprise Zones in Amerika (2001) zou het totaal van initiatieven in de Enterprise Zones hebben geleid tot een toename van het aantal bedrijven en banen in alle Zones. Niet alleen de financiële maatregelen maar juist de niet-financiële initiatieven zoals het bieden van service en aandacht voor de sociale pijlers zouden een belangrijke bijdrage hebben geleverd aan de verbetering van de economische situatie (Beck, 2001).

Maar ook in Engeland zijn de geluiden over het succes van de Enterprise Zones overwegend negatief. Zo zouden de Enterprise Zones niet hebben bijgedragen aan economische versterking van de gebieden volgens Jones et al. (2003) in hun onderzoek naar de vastgoedmarkt van Britse Enterprise Zones. En zo staat in het artikel 'De valse verlokkingen van de Kansenzone' van de Nederlandse onderzoekers Kloosterman et al. (1997), dat het beleid van de Enterprise Zones in Engeland op een laag pitje is gezet begin jaren negentig vanwege uitblijvend succes. Onderzoek van Potter & Moore (2000) naar de bijdrage van investeerders in een Enterprise Zone in de U.K. wijst echter uit dat het aantrekken van investeerders (door lokale overheden) bijdraagt aan verbetering van de economische situatie in de Enterprise Zone.

## **2.4 Multipliereffecten.**

In vorige paragraaf kwam aan bod waarom sommige overheidsinitiatieven zouden leiden tot het stimuleren van een lokale economie. Verschillende studies zijn de revue gepasseerd om aan te geven dat overheidsinvesteringen kunnen leiden tot positieve, economische uitkomsten voor een gebied, maar dat dit zeker niet altijd het geval is. In deze paragraaf wordt verder ingegaan op het uitgangspunt dat er wel degelijk economische effecten na een initiële bestedingsimpuls optreden maar dat daarin onderscheid te maken is in negatieve effecten en de sterkte van de effecten.

### **2.4.1 Negatieve multipliereffecten.**

Tot nu toe is uitgegaan van een positief effect of geen effect na een bestedingsimpuls, maar zo zwart-wit is het in werkelijkheid niet (Deliktas et al., 2008). Na een bestedingsimpuls kunnen namelijk ook effecten optreden die niet ten goede komen aan het gebied. Zo omschrijven bijvoorbeeld Van Leeuwen et al., (2001) in hun onderzoek naar de multipliereffecten in de Nederlandse provincies en sectoren, een multipliereffect als: '...Een exogene verandering, zoals een investering in een regio...heeft een bepaald economisch effect op deze regio en mogelijk ook op andere regio's. Dit tweedeorde-effect staat in een bepaalde verhouding tot de initiële investering en kan positief of negatief zijn' (Van Leeuwen et al., 2001, p. 21). Wat zijn negatieve multipliereffecten en hoe kan een negatief effect tot stand komen?

Een multiplier kan een negatieve en/of onbedoelde uitwerking hebben op een regio na een bestedingsimpuls. Zo kan het geval zijn dat het ene gebied meer kapitaal aantrekt dan een ander gebied. Lokale gebieden kunnen gezien worden als polen waarbij het ene gebied, meestal de economische sterke gebieden, meer kennis en kapitaal naar zich toe te trekken dan de andere gebieden in de regio (Capello, 2009; Deliktas et al, 2009). Een overheidsbesteding op nationaal niveau zou de



lokaal economisch zwakke gebieden dan ook niet gauw bereiken. Die gebieden zijn niet sterk genoeg om het kapitaal (in de vorm van bedrijvigheid en arbeid) naar zich toe trekken.

Boarnet (1998) gaat met zijn onderzoek in op de lokale impact voor een gebied na een overheidsinvestering in de lokale infrastructuur. Volgens hem zou dit een negatief effect teweeg brengen omdat een investering in één plaats de productie en werkgelegenheid van een andere plaats wegtrekt. Bedrijven en arbeid zouden wegtrekken naar de gebieden waar de investeringen aanslaan, hierdoor zal een bepaald deel van de regio haar bedrijvigheid verliezen (Boarnet, 1998). Sommige onderzoekers zien overheidsinvesteringen voor de economische versterking van een gebied dan ook eerder als 'kapitaalverplaatsingen' dan als middel om de economie van een gebied te versterken (Moreno & Lopez-Barro, 2007; Chandra & Thompson, 2000; Boarnet, 1998).

Met het onderzoek van Pavía et al.(2006) komt een onbedoeld multipliereffect naar voren na bestedingsimpulsen in een regio. Volgens Pavía et al. (2006) kan met behulp van overheidsinvesteringen de economie van een regio gestimuleerd worden. Maar omdat er bronnen nodig zijn om te kunnen produceren, en niet elke regio alle bronnen zit, moeten de bronnen van buitenaf aangetrokken of gekocht worden. De multipliereffecten zullen dus niet alleen van toepassing zijn op de regio waar de investering plaatsvond maar ook in de regio's waarmee de commerciële handelsrelaties onderhouden worden. De vraag rest dan welk gebied uiteindelijk de (grootste) multipliereffecten weet te generen naar aanleiding van de initiële investering (Pavía et al., 2006).

Een belangrijk punt dat nogal eens over het hoofd wordt gezien, en waar in veel onderzoeken niet voor gecorrigeerd wordt, is de externe omgeving zoals instituties, en de eigenschappen van de bedrijven (Kemmerling & Stephan, 2001). Zo zou de kracht van een multiplier ook worden bepaald door factoren van de regio zelf, en niet alleen door die ene overheidsinvestering (Deliktas et al., 2009). Het gebied, of de omgeving, moeten niet worden gezien als puur en alleen een ruimte. Zo zou volgens Capello (2009) ruimte moeten worden gezien als een relationele ruimte waar functionele en hiërarchische, economische en sociale interacties plaatsvinden binnen een geografische ruimte. Elke gebied kent haar structuren en functies (Capello, 2009, pp. 640).

#### **2.4.2 De sterkte van de (lokale) multiplier.**

De effecten van een multiplier kunnen verschillen per gebied, afhankelijk van bijvoorbeeld de handelsrelaties met andere gebieden, of de aanwezige economische bronnen. In verschillende studies naar multipliereffecten worden analyses uitgevoerd om de sterkte van een multipliereffect duidelijk uit te drukken in een cijfer, maar wat zijn die verschillende multipliers voor bepaalde plaatsen? In deze deelparagraaf wordt nader gekeken naar studies waarin lokale multipliereffecten en hun sterkte onderzocht zijn.

Olfert & Stabler (1994) hebben onderzoek gedaan naar de sterkte van multipliereffecten in zes dorpen in een dunbevolkt gebied in Canada. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat kleine plaatsen kleinere multipliereffecten genereren dan grote plaatsen. Het spenderen van geld binnen eenzelfde gebied zou beetje bij beetje uit het gebied verdwijnen omdat mensen bijvoorbeeld geld opzij zetten om te sparen en omdat er belastingen worden ingehouden. Maar ook met het importeren van goederen verdwijnt er geld naar andere gebieden. Juist de kleine plaatsen zouden afhankelijk zijn van de import omdat daar minder bronnen aanwezig zijn om een eindproduct te fabriceren. Kleinere plaatsen zouden daarom eerder last hebben van zogenaamde 'economische lekkages,' waardoor de sterkte van een multipliereffect af neemt. De grotere steden in de buurt profiteren van die 'lekkages.' Zo trekt arbeid bijvoorbeeld als snel weg naar gebieden waar de prijzen voor arbeid hoger liggen (Olfert & Stabler, 1994).

Het effect van een multiplier is afhankelijk van de locatie maar ook van de omvang van een gebied. Zo zouden kleine regio's standaard een kleiner multipliereffect hebben dan grotere regio's (Johnston, 2000; Olfert & Stabler, 1994; Biles, 2003). De sterkte van multipliers in kleinere steden zou ongeveer 1.5 tot 2.0 zijn, in grote steden zou een multiplier meer dan 2.0 moeten zijn en in wereldsteden zijn multipliereffecten het hoogst met 3.0 (Johnston et al., 2000). Bij een multiplier van 1.5 zou een investering van bijvoorbeeld 10 miljoen Euro na verloop van tijd 15 miljoen Euro waard zijn. Deze cijfers zijn gebaseerd op een Amerikaanse studie. Helaas wordt door Johnston et al. (2000) niet vermeld om welke Amerikaanse studie het gaat. Aangezien de steden in Europa gemiddeld kleiner zijn dan in de V.S. kan het betekenen dat de multipliers voor Europese begrippen lager liggen. Volgens Hannon & Chaplin (2003) kan het echter wel zeven tot acht jaar duren voordat multipliereffecten na een investering meetbaar zijn.

Als verder wordt ingezoomd op het geografisch schaalniveau en we bekijken multipliereffecten op lokaal niveau, dus op buurt- of wijkniveau, zijn er weinig (internationale) onderzoeken voor handen. Mikelbank en Jackson (2000) geven in hun onderzoek het belang aan voor meer onderzoek naar economische effecten op lokaal niveau omdat de economie van lokale gebieden bepalend is voor de economische groei van regio's. Ook Hanink (2007) geeft in zijn onderzoek naar lokale multipliereffecten in de staat New England in Amerika aan, dat de ruimtelijke en geografische dimensie van lokale multipliers nauwelijks onderzocht is. De uitkomst van het onderzoek van Hanink (2007) is dat de geografische en lokale context belangrijk is om mee te nemen in multiplieranalyses omdat de uitkomsten zonder die context een vertekend beeld geven (Hanink, 2007).

## 2.5 Conclusie.

De deelvraag die centraal staat in dit hoofdstuk is: *Wat is er bekend over lokale, economische bestedingsimpulsen vanuit overheden en de daaruit voortvloeiende (lokale) multipliereffecten?*

Er is een grote variatie aan initiatieven die door overheden worden genomen om een (lokale) economie te stimuleren. Zo wordt er bijvoorbeeld geïnvesteerd in infrastructurele projecten, worden er zogenaamde Enterprise Zones gestart of worden er belastingvoordelen voor bedrijven ingesteld. De uiteindelijke economische effecten van die investeringen variëren van geen effect, een negatief effect, of een positief effect. De effecten zijn op voorhand moeilijk te sturen en ook nog altijd moeilijk te meten omdat een economie complex is en omdat de werking van een multiplier afhankelijk is van zeer veel factoren zoals het type investering, de omgeving en de tijd waarover het is gemeten. De multiplier is de zogenaamde maatstaf om de meerwaarde van een initiële investering weer te geven. Een investering die uiteindelijk leidt tot een veel grotere economische waarde dan het bedrag dat in eerste instantie is geïnvesteerd, heeft dus een hoge multiplier. De multipliereffecten zouden voor kleinere steden en regio's kleiner zijn dan voor grote steden en regio's omdat grotere plaatsen meer bronnen (arbeid, kapitaal en kennis) bezitten om lokaal door te investeren. Meer onderzoek is nodig om de effecten van lokale bestedingsimpulsen op zeer lokaal niveau (buurt- en wijkniveau) te bestuderen.

Nu duidelijk is wat een multiplier en een multipliereffect inhoudt en hoe multipliereffecten voor een gebied kunnen verschillen, wordt verder gekeken naar de bijdrage van ondernemers op een lokaal multipliereffect. Hoe kunnen ondernemers bijdragen aan de lokale waardevermeerdering van een lokale overheidsinvestering? In het volgende hoofdstuk wordt ingegaan op de lokale netwerken van ondernemers en de invloed daarvan op de lokale bedrijfsinvesteringen.

# **3 Lokale netwerken en lokale bedrijfsinvesteringen.**

## **3.1 Inleiding.**

De meeste bedrijven hebben elkaar en hun omgeving nodig om te kunnen (over)leven. Die omgeving bestaat uit individuen, bedrijven, organisaties en overheden (Boschma, 2005). Het is voor een ondernemer onmogelijk om enkel en alleen, en om zonder interactie met de omgeving, te functioneren (Thornton & Flynn, 2003; Schoonhoven & Romanelli, 2001; Schutjens & Stam, 2003). Die interactie tussen spelers is vastgelegd in relaties. Het geheel van relaties binnen een groep (ondernemers) wordt een netwerk of ook wel een relationeel netwerk genoemd (Thornton & Flynn, 2003). Netwerken kunnen bestaan op alle denkbare geografische schaalniveaus zoals op lokaal, regionaal of internationaal schaalniveau of binnen bedrijvensclusters. Hoewel er steeds meer onderzoek wordt verricht naar netwerken op het lokale schaalniveau, is er nog weinig onderzoek gedaan naar de invloed van lokale netwerken onder ondernemers (Thornton & Flynn, 2003; Lechner & Dowling, 2003). Zo zijn er volgens Thornton & Flynn (2003) bijvoorbeeld nog weinig studies naar de ruimtelijke locatie die ondernemers binnen een netwerk innemen en de microprocessen die binnen dat netwerk plaatsvinden.

In dit hoofdstuk wordt aan de hand van een literatuurstudie onderzocht in hoeverre een lokaal netwerk van ondernemers kan bijdragen aan lokale bedrijfsinvesteringen. Investeren ondernemers met lokale contacten vaker in de buurt dan ondernemers met contacten buiten de buurt? Hoe dragen relaties bij aan lokale bedrijfsinvesteringen? De aandacht gaat in dit hoofdstuk uit naar de (lokale) relaties van ondernemers en de invloed van die relaties op het economisch handelen in de lokale bedrijfsomgeving. De deelvraag van dit hoofdstuk is. *Wat is volgens de literatuur de invloed van lokale netwerken op het doen van lokale bedrijfsinvesteringen door ondernemers?*

## **3.2 De betekenis van het netwerk voor ondernemers.**

Een netwerk kan worden gezien als een totaal van relaties tussen individuen. Relaties zijn in het geheel van een netwerk met elkaar verbonden en van elkaar afhankelijk. De verbondenheid van relaties komt tot stand door de onderlinge contacten. Mensen kennen elkaar of leren elkaar via personen uit het netwerk kennen waardoor relaties met elkaar in verbinding staan. Men is van elkaar afhankelijk door de informatie dat binnen een netwerk gedeeld wordt. Zonder toegang tot informatie of andere bronnen zoals diensten of goederen, zou een bedrijf in de problemen komen. Daarbij verandert de context van een netwerk steeds omdat een netwerk onderhevig is aan sociale en economische veranderingen (Hite, 2005). De context van een netwerk kan bijvoorbeeld veranderen door de komst of het vertrek van een

bedrijf, maar ook door een geschil met een zakelijke klant kan het netwerk een andere vorm krijgen. Als door het geschil geen contact meer is tussen personen kunnen de connecties die met één schakel verweven waren komen te vervallen. De omvang en de inhoud van een netwerk verandert continu, daarom wordt een netwerk ook wel gezien als een proces (Johanisson, 2008).

Een netwerk is een abstract en breed concept. Netwerken bestaan op verschillende geografische schaalniveaus en tussen verschillende eenheden waardoor een netwerk niet tastbaar en moeilijk meetbaar is. Netwerken worden dan ook vanuit verschillende invalshoeken onderzocht. Als het gaat om de netwerken van ondernemers wordt het netwerk vaak bestudeerd vanuit de sociale en de zakelijke context. Bij de sociale context moet gedacht worden aan sociale relaties; de banden met bekenden zoals oud-collega's, vrienden, en familie (Greve & Salaff, 2003). Sociale relaties zijn dus voornamelijk informele relaties. De zakelijke relaties zijn de directe handelsrelaties met klanten, afnemers en andere bedrijven (Möller & Halinen, 1999). Zakelijke relaties kunnen na verloop van tijd over gaan tot sociale relaties maar sociale relaties kunnen ook bijdragen aan de totstandkoming van zakelijke relaties (Schutjens & Stam, 2003; Jack, 2008).

Relaties tussen ondernemers zijn nodig om te kunnen handelen en om bedrijfsmogelijkheden te kunnen creëren. Zo kan door communicatie en interactie bijvoorbeeld de transactie- en zoekkosten voor een bedrijf minimaal gehouden worden. Dit kan de nodige voordelen voor een bedrijf bieden zoals een sterkere concurrentiepositie of een betere continuïteit (Uzzi, 1997; Flora et al., 1997; Combes et al., 2005). Een positief verband tussen netwerken en economische uitkomsten (zoals de toegang tot financiële bronnen, kennis, minder risico door verschillende contacten, lagere kosten, toegang tot een markt, winst, of controlevoordelen) is in verschillende literatuurstudies aangetoond (Street & Cameron, 2007; Jenssen, 2001; Jack & Anderson, 2002; Johanisson, 2008; Johanisson et al, 2002; Van Oort, 2006). Ook Schutjens & Stam (2003) benadrukken het belang van relaties voor bedrijven. '„Firms act in relational spaces rather than anonymous market spaces..’ (Schutjens & Stam, 2003, pp. 115). Ondernemers willen zo min mogelijk risico lopen, daarom zouden ze de voorkeur geven aan samenwerking en contact met bedrijven die ze kennen. Er is dan ook onderling vertrouwen nodig bij het voorzetten van bedrijfsrelaties. Door vertrouwen ontstaat een cultuur van behulpzaamheid en collectieve ondersteuning in elkaars bedrijven (Knack & Keefer, 1996). Behalve vertrouwen moet het belang van de geografische afstand tussen bedrijven met een sociale of zakelijke relaties niet onderschat worden. Hier wordt in de volgende paragraaf verder op ingegaan.

### **3.2.1 De lokale context van relaties.**

Inmiddels hebben meerdere onderzoeken uitgewezen dat ondernemerschap en geografie onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden in netwerken (Jack, 2008; Thornton & Fynn, 2003; Van Oort et al., 2006; Durlauf, 2004). Dit houdt in dat daar waar relaties tussen ondernemers bestaan ook gehandeld wordt. Ondanks alle communicatiemogelijkheden van tegenwoordig is fysieke nabijheid tussen mensen nog steeds een belangrijke factor voor het onderhouden van relaties. Relaties worden sterker door fysieke ontmoetingen (Green & Naughton, 2000). Geografische nabijheid maakt het namelijk makkelijker om contacten met partijen te onderhouden, bijvoorbeeld door toevallige of frequente ontmoetingen bij sportclubs of uitgaansgelegenheden. Behalve het beter kunnen onderhouden van relaties door geografische nabijheid, biedt nabijheid ook een ander voordeel. Door geografische nabijheid is kennis beter overdraagbaar. Kennis is soms alleen over te dragen door één en ander in een persoon zijn/haar nabijheid uit te leggen en te laten zien. Zo is bijvoorbeeld face-to-face contact soms nodig om bepaalde kennis te kunnen begrijpen, automatische of routineuze werkzaamheden zijn alleen over te dragen door mee te kijken, denk bijvoorbeeld aan het leren fietsen en zwemmen (Boschma, 2005). Overigens zou te véél sociale en zakelijke nabijheid niet goed zijn voor ondernemers. Door te veel nabijheid, voornamelijk van dezelfde mensen en bedrijven, zou de kans tot nieuwe, innovatieve mogelijkheden afnemen. Men blijft bij het oude, terwijl vernieuwing voor bedrijven nodig is om verder te komen (Boschma, 2005).

### **3.3 Het zakelijke netwerk van ondernemers en lokale bedrijfsinvesteringen.**

Bedrijven moeten concurreren maar ook samenwerken om inkomsten te kunnen verwerven, tenminste, als er van uit wordt gegaan dat bedrijven streven naar winst en continuïteit. Bij het ene bedrijf wordt bijvoorbeeld ingekocht, aan het andere bedrijf (en consument) wordt verkocht, en met een overheidsinstelling kan bijvoorbeeld gesproken worden over betere faciliteiten rondom het bedrijf. De overheden, instituties en de cultuur die heerst binnen een bepaald gebied zijn bepalend voor de manier van handelen. Bijvoorbeeld door beperkingen die door een overheid worden opgelegd of bepaalde sectoren die juist worden gestimuleerd. Deze macro-omgeving wordt ook wel institutionele nabijheid genoemd (Boschma, 2009; Thornton & Flynn, 2003). Een bedrijf is dus zowel afhankelijk van de acties van de personen in haar omgeving als van de structuur van die omgeving (Schoonhoven & Romanelli, 2001).

De omgeving waarbinnen de handelsnetwerken van bedrijven reiken, kan worden gezien als de grens waarbinnen bedrijfsactiviteiten zich afspelen. Binnen die grenzen zijn namelijk de marktspelers gevestigd waarmee communicatie en economische uitwisseling plaatsvindt (Johanisson et al., 2002).

Om meer te weten te komen over lokale bedrijfsinvesteringen is het belangrijk om te weten met welke afnemers, uitbestedings- en toeleveranciers wordt gehandeld en waar deze bedrijven gevestigd zijn (Van Oort et al., 2006). Zo zouden bedrijven actief in de sector horeca/hotels over het algemeen een relatief groot lokaal netwerk hebben (Schutjens & Völker, 2009). De kans is groot dat hun klanten en belangrijkste leveranciers in de lokale omgeving gevestigd zijn waardoor er lokaal besteed en geïnvesteerd wordt. Uit een onderzoek van Glas (1996) naar de toeleverings- en uitbestedingsrelaties tussen Nederlandse bedrijven is gebleken dat voornamelijk de dure en specialistische aankopen buiten de eigen regio worden aangeschaft omdat deze producten vaak niet in de bedrijfsomgeving verkrijgbaar zijn. De niet-uitzonderlijke aankopen worden meestal wel in de omgeving ingekocht. Volgens Figueiredo et al. (2001) vinden de meeste investeringen van ondernemers plaats in de omgeving waar de ondernemer zijn/haar handelsactiviteiten uitvoert vanwege de bekendheid met de bedrijfsomgeving (Figueiredo et al., 2001). Geografische nabijheid van zakelijke relaties is daarom een belangrijke factor voor het verklaren van lokale investeringen (Pavia et al., 2006; Figueiredo et al., 2001; Van Oort et al., 2006).

Volgens de literatuurstudie van Holmlund & Törnroos (1997) naar de elementen van een zakenrelatie zou een zakenrelatie bestaan uit een sociale, een structurele en een economische dimensie, zie figuur 3.3. De economische dimensie bestaat uit contracten en investeringen. Met contracten worden de financiële regelingen tussen zakenpartners bedoeld. De dimensie 'investeringen' heeft volgens Holmlund & Törnroos (1997) meerdere betekenissen. Investeringen hebben waardevermeerdering tot doel. Dit geldt voor de winst, het aanboren van markten, maar ook voor gezamenlijke belangen zoals wederzijdse verplichtingen en vertrouwen (Holmlund & Törnroos, 1997).

Figuur 3.3: De drie dimensies van een zakelijke relatie.

|  | <i>DIMENSION</i> | <i>RELATIONAL CONCEPTS</i>                                      |
|--|------------------|---|
| <b>R<br/>E<br/>L<br/>A<br/>T<br/>I<br/>O<br/>N<br/>S<br/>H<br/>I<br/>P<br/>S</b> | Structural       | Links<br>Ties<br>Connections<br>Institutional bonds             |
|  | Economic         | Investments<br>Economic bonds                                   |
|  | Social           | Commitment<br>Trust<br>Atmosphere<br>Attraction<br>Social bonds |

Bron: Holmlund & Törnroos, 1997.

In Westlund's boek (2006) 'Social capital in the knowledge economy' worden theorieën en onderzoeken op het gebied van sociaal kapitaal onder de loep genomen. Hierin wordt onder andere uitgegaan van het standpunt van Burt (1992) dat relaties in en om het bedrijf gebaseerd zijn op sociaal kapitaal. Hiermee wordt bedoeld dat er altijd sociale en economische elementen aanwezig zijn in de verschillende relaties waar bedrijven mee te maken hebben.

Volgens Westlund (2006) moet er een onderscheid gemaakt worden in intern en extern sociaal kapitaal van bedrijven om de relatie tot de omgeving weer te geven. Onder intern kapitaal worden de sociale relaties binnen het bedrijf verstaan. Het externe sociaal kapitaal van een bedrijf bestaat uit drie componenten; 1. kapitaal productie-gerelateerd (relaties binnen de waardeketen), 2. markt-gerelateerd (relaties met de klanten) en 3. gerelateerd aan de bedrijfsomgeving (relaties met overheden en andere bedrijven). De plaats van de drie genoemde soorten zakenrelaties is een belangrijke factor voor de plaats van de uiteindelijke bedrijfsinvestering(en). De vestigingsplaats van de zakenrelaties is dus een belangrijk gegeven om meer te weten over de locatie van de bedrijfsinvesteringen van een ondernemer.

### **3.4 Het sociale netwerk van ondernemers en lokale bedrijfsinvesteringen.**

De betekenis van sociaal kapitaal is vastgelegd in de social capital theorie (Putnam, 1995). Putnam heeft een grote bijdrage geleverd aan de ontwikkeling van de social capital theorie en definieert social capital als; '...Social capital refers to features of social organisation such as networks, norms and trust that facilitate co-ordination and co-operation for mutual benefit. Social capital enhances the benefits of investment in physical and human capital..' (Putnam, 1995, pp. 65). Sociaal kapitaal is een allesomvattende aanduiding voor de sociale relaties waarmee ontwikkeling en (economische) voordelen kunnen worden verworven. Hoewel er in de literatuur discussie is over de exacte betekenis van sociaal kapitaal is men het erover eens dat sociaal kapitaal voordelen biedt voor ondernemers. De zogenaamde 'goodwill, de onderlinge sympathie en vertrouwen, leidt tot (toekomstige) bedrijfsvoordelen (Adler & Kwon, 2002; Westlund & Bolton, 2003; Flap 1999; Shideler & Kraybil, 2009; Sorenson & Audia, 2000). Er zijn in de literatuur twee constatering over sociaal kapitaal. Ten eerste kunnen degenen met meer en beter sociaal kapitaal makkelijker hun doelen realiseren. Ten tweede investeren mensen alleen in relaties als ze weten dat die relaties nut opleveren (Flap & Völker, 2004; Lin, 2001). Uitgaande van deze constatering is het aannemelijk dat sociaal kapitaal onder ondernemers een belangrijk onderdeel is van handelsrelaties. Sociale relaties kunnen bijdragen aan het succes van een onderneming bijvoorbeeld doordat bepaalde informatie met behulp van sociale contacten is te krijgen, of doordat de juiste werknemers via sociale contacten gevonden kunnen worden (Sorenson & Audia, 2000; Paxton, 1999; Fafchamps & Minten, 2002).



Zonder sociale relaties kan een economie niet bestaan. Sociale structuren hebben invloed op het economisch leven. Een economische relatie bestaat altijd uit sociale componenten zoals sociale verplichtingen en sociale verbintenissen (Holmlund & Törnroos, 1997), maar sociaal kapitaal kan ook een belangrijke bijdrage leveren aan de bedrijfsprestaties. Net als dat een zakelijk netwerk lokaal georiënteerd kan zijn, is dit ook het geval voor het sociale netwerk van ondernemers. Het belang van **lokale** sociale relaties onder ondernemers is terug te vinden in het feit dat ondernemers waarde hechten aan nabijheid tot familie en vrienden (Dahl & Sorenson 2009). Uit het onderzoek van Dahl & Sorenson (2009) naar het locatiegedrag van Deense ondernemers is gebleken dat ondernemers nabijheid tot vrienden en familie overwegend belangrijker vinden dan de economische attractiviteit van een regio. Ondernemers hechten dus emotionele waarde aan de aanwezigheid van vrienden en familie om zich heen, maar die sociale relaties kunnen ook een lokale economische bijdrage leveren (Greve & Salaff, 2003; Sorenson & Audia, 2001; Thorne, 1996; Gilbert, 2005; Forrest & Kearns, 2001). Persoonlijke relaties kunnen bijdragen aan kapitaal zoals mogelijke werknemers, klanten en financierders. Vanwege het gemak, vertrouwen, bekendheid met de omgeving en de nabijheid van contacten is de kans op lokale, sociale interacties groot waardoor ook handel- en geldstromen tussen ondernemers lokaal plaatsvinden. Ook zouden klanten, werknemers en kredietverstrekkers liever in bedrijven investeren die een sterke binding met de omgeving hebben (Sorenson & Audia, 200).

Er is dus een onderscheid te maken in sociale relaties en emotionele sociale relaties. Naast het feit dat een zakelijke relatie altijd uit sociale elementen bestaat zoals gezamenlijke belangen en vertrouwen, zijn sociale relaties ook waardevol voor een bedrijf. Een lokaal sociaal netwerk van een ondernemer kan ook leiden tot lokale bestedingen en investeringen. Volgens Dahl & Sorenson (2009) zouden ondernemers zich in de nabijheid van hun sociale relaties vestigen vanwege de emotionele band (gehechtheid) met bepaalde personen. Ondernemers hebben in dat geval een sociale binding met een bepaald gebied.

Hoewel meerdere studies de aanwezigheid van sociale relaties tussen mensen in stedelijke buurten aantonen, geldt natuurlijk niet voor alle ondernemers dat de sociale relaties in de directe bedrijfsomgeving gevestigd zijn en dat de ondernemers zich verbonden voelen met die omgeving (Guest & Wierzbivki, 1999). De ondernemers die nauwelijks betrokken zijn met hun bedrijfsomgeving, hebben waarschijnlijk ook weinig sociale contacten in die buurt. De kans is groot dat het aantal lokale bedrijfsinvesteringen onder deze ondernemers veel lager ligt dan de ondernemers die wel zich wel verbonden voelen met de lokale bedrijfsomgeving.

### 3.5 Conclusie.

De deelvraag die in dit hoofdstuk centraal staat is: *Wat is volgens de literatuur de invloed van lokale netwerken op het doen van lokale bedrijfsinvesteringen door ondernemers?*

Er is binnen de literatuur over netwerken nog relatief weinig onderzoek verricht naar de invloed van lokale netwerken op lokale bedrijfsinvesteringen door ondernemers. De studies over netwerken onder ondernemers zijn vooral gericht op de sociale en zakelijke relaties van ondernemers. In de eerste plaats hangen deze relaties nauw met elkaar samen. Zo bestaat een zakelijke relatie altijd uit sociale elementen zoals wederzijdse (sociale) verplichtingen en vertrouwen, en kan een sociale relatie overgaan in een zakelijk relatie.

De omgeving waarbinnen de zakelijke relaties gevestigd zijn, is bepalend voor de locatie van de bedrijfsinvesteringen. De meeste investeringen van ondernemers vinden plaats in de omgeving waar de ondernemer zijn/haar handelsactiviteiten uitvoert. Het is daarom aannemelijk dat de ondernemers met een lokaal zakelijk netwerk, eerder lokaal georiënteerd zijn met hun bedrijfsinvesteringen, dan de ondernemers met een zakelijk netwerk dat buiten de lokale bedrijfsomgeving reikt.

De sociale relaties van een ondernemer zijn de informele relaties met vrienden, familie en kennissen en kunnen bijdragen aan de bedrijfsprestaties. Bijvoorbeeld doordat vrienden kunnen helpen aan de juiste zakelijk informatie of contacten. De sociale binding van ondernemers met een gebied is vastgelegd in de emotionele sociale relaties. Ondernemers voelen zich emotioneel verbonden met de omgeving vanwege de sterke banden met sommige personen. Een sociaal netwerk van een ondernemer kan bijdragen aan lokale bedrijfsinvesteringen als de ondernemer zich verbonden voelt met de lokale bedrijfsomgeving en daar nuttige sociale relaties heeft. De kans op lokale bedrijfsinvesteringen zou daarom het grootst zijn onder de ondernemers met zowel een lokaal zakelijk als een lokaal sociaal netwerk, dan de ondernemers die geen lokale sociale en/of lokale zakelijke contacten hebben, en minder betrokken zijn met de lokale bedrijfsomgeving.

# 4 Het lokale investeringsgedrag van ondernemers en hun bedrijven.

## 4.1 Inleiding.

Bedrijven vervullen een belangrijke rol in een lokale economie. Dit komt onder andere door de werkgelegenheid die bedrijven creëren, maar ook door de bronnen, als informatie, goederen en diensten, die onderling worden uitgewisseld. Bij het stimuleren van een lokale economie komt de ondernemer en het bedrijf dan ook steeds vaker centraal te staan. In veel studies die tot nu toe aan bod zijn geweest, is er van uitgegaan dat alle ondernemers en bedrijven hetzelfde zijn. In werkelijkheid is dit natuurlijk niet zo. Er zijn dan ook genoeg andere studies waarin een onderscheid gemaakt wordt naar type ondernemer en type bedrijf om bijvoorbeeld uitkomsten als prestatie of bedrijfslevensduur te verklaren (Teece, 2007; Davidsson & Wiklund, 2001; Bartelsman et al., 2005). Er wordt gekeken naar kenmerken van bedrijven en ondernemers om het gedrag (of handelingen van de ondernemer) te kunnen verklaren. Door de 'mechanismen' achter het gedrag te achterhalen, is het gedrag beter te begrijpen en kan er beter op worden ingespeeld, bijvoorbeeld met beleid. In de studies naar lokale multiplier-effecten en lokale bestedingsimpulsen wordt het gedrag van de ondernemer en het bedrijf niet op dit microniveau bestudeerd.

Om de invloed van bedrijven en ondernemers op de lokale doorwerking van een plaatselijke bestedingsimpuls te achterhalen, zou de ondernemer en het bedrijf specifiekere dienen te worden onderzocht. In dit hoofdstuk wordt daarom onderzocht of er sprake kan zijn van een verband tussen de geografische locatie van bedrijfsinvesteringen en de kenmerken van ondernemer en bedrijf. De deelvraag van dit hoofdstuk is: *In hoeverre zijn kenmerken van ondernemers en hun bedrijven van invloed op het lokale investeringsgedrag van de ondernemers?*

Hoewel er relatief veel wetenschappelijke literatuur over ondernemers, hun gedrag en bedrijfsinvesteringen bestaat, is het investeringsgedrag van ondernemers een onderzoeksobject waar tot op heden nog zeer weinig aandacht voor is geweest, zeker als het gaat om het **lokale investeringsgedrag** van ondernemers. Er is vrijwel geen onderzoek verricht naar het investeringsgedrag van ondernemers op wat gedateerde onderzoeken van bijvoorbeeld Schotman (1984) en Kuh (1963) na. Wel is er literatuur over het investeringsgedrag van bedrijven. Dit betreft voornamelijk bedrijfseconomische en financieel-economische studies naar bijvoorbeeld het (financiële) vermogen van bedrijven om te investeren (Schiantarelli, 1996; Pollard, 2003; Grinblatt & Keloharju, 2000). De relatie tussen het investeringsgedrag van bedrijven en de locatie waar investeringen plaatsvinden, blijft onderbelicht. Alleen in de studies naar de zogeheten Business Angels wordt er

bijvoorbeeld wel aandacht besteed aan de plaats van investeringen (Fritsch & Schilder, 2006; Christensen, 2007; Martin et al., 2005). Business Angels zijn bedrijven/particulieren die investeren in andere bedrijven (Jones-Evans & Thompson, 2009).

Het onderzoeken van lokaal investeringsgedrag van ondernemers is pionierswerk. Om de deelvraag van dit hoofdstuk te kunnen beantwoorden worden de kenmerken deels verkend aan de hand van beschikbare literatuur en aanknopingspunten vanuit vorige hoofdstukken, maar is het hoofdstuk ook exploratief van karakter.

#### **4.2 Het lokale investeringsgedrag van ondernemers en hun bedrijven.**

Zoals in de inleiding naar voren kwam zijn er geen studies over het lokale investeringsgedrag van ondernemers. Om duidelijk te krijgen wat bedoeld wordt met lokaal investeringsgedrag, wordt eerst beschreven wat het investeringsgedrag van een ondernemer inhoudt, daarna wordt een beschrijving van het lokale investeringsgedrag van ondernemers gegeven.

Ondernemerschap is volgens Krueger et al. (2000) een manier van denken waarbij mogelijkheden afgewogen worden tegen bedreigingen. Die afweging verschilt per ondernemer omdat ondernemers mensen zijn met verschillende achtergronden, creativiteit, kennis, persoonlijkheden, voorkeuren, ambities en vaardigheden (Shane, 2003; Stam, 2009; Cuervo, 2005; Pollard, 2003). Alle ondernemers hebben in hun handelen altijd te maken met onzekerheid. Daarom zouden ondernemers zoeken naar 'bevredigende oplossingen' en vooral op de korte termijn beslissingen nemen (Lopez-Gracia & Aybar-Arias, 2000). De mate van onzekerheid en de afwegingen die genomen worden is per ondernemer verschillend en bepalend voor het gedrag van een ondernemer (Shane & Venkataraman, 2000; McMullen & Shepherd, 2006). Volgens Stam (2009), Cuervo (2005) en Schotman (1984) is ook de omgeving bepalend voor het gedrag van ondernemers, '..Entrepreneurship is the result of the interaction between individual attributes and the surrounding environment..' (Stam, 2009, pp. 2). Het gedrag van een ondernemer kan daarom omschreven worden als; de verschillende afwegingen die door een ondernemer gemaakt worden, onder een bepaalde onzekerheid, die mede worden bepaald door de omgeving. Om duidelijk te krijgen wat het investeringsgedrag van een ondernemer betekent, worden ook enkele onderzoeken aangehaald over bedrijfsinvesteringen.

Bij de omschrijving van een bedrijfinvestering door onderzoekers, komt ook het belang van de omgeving naar voren. Zo omschrijven Ericson & Pakes (1995) in hun studie naar het gedrag van bedrijven, een investering als: '...a firm explores its economic environment actively and invests to enhance its profitability under competitive pressure from both within and outside the industry. Its potential and actual profitability changes over time in response to the stochastic outcomes of the firm's

own investment, and those of other actors in the same market...' (pp. 54). Een investering wordt door Schotman in zijn onderzoek naar het investeringsgedrag van Nederlandse bedrijven omschreven als; 'een financiële verplichting die wordt aangegaan met het doel daardoor een duurzame opbrengst te kunnen verwerven.' Er wordt door beide onderzoekers van uitgegaan dat investeringen van bedrijven, bestedingen en uitgaven zijn (in geld), met als doel daarmee de bedrijfswinst en/of de continuïteit van de bedrijfsactiviteiten te handhaven. Nu de begrippen 'gedrag' en 'investering' omschreven zijn, moet ook duidelijk zijn wat verstaan wordt met het lokale investeringsgedrag. Het lokale investeringsgedrag van een ondernemer, of bedrijf, zijn de uitgaven (in geld) die gedaan worden in de overtuiging dat dit ten goede komt aan het bedrijf, waarbij per ondernemer en bedrijf de afwegingen om te investeren, en de locatie van de investering, verschilt.

Behalve de afweging die door een ondernemer of bedrijf genomen wordt om te investeren, blijft het de vraag waar er geïnvesteerd wordt. Een lokaal multipliereffect kan tenslotte alleen plaatsvinden als er lokaal geïnvesteerd wordt. Met lokale bedrijfsinvesteringen worden de bedrijfsinvesteringen bedoeld die in de lokale bedrijfsomgeving plaatsvinden. Besteden ondernemers regelmatig bij andere ondernemers in de buurt, worden diensten en producten bij leveranciers uit de bedrijfsomgeving afgenomen? Maar welk type bedrijf en welk type ondernemer investeert lokaal? In de volgende paragrafen worden een aantal kenmerken van de ondernemer en het bedrijf nader gespecificeerd om gericht te kunnen onderzoeken in hoeverre bedrijfskenmerken en kenmerken van ondernemers verband houden met lokaal investeringsgedrag.

#### **4.3 Bedrijfskenmerken.**

Het klinkt misschien wat vreemd, het investeringsgedrag van bedrijven. Een bedrijf is tenslotte geen persoon. Maar de directie van een bedrijf, dat bijvoorbeeld de besluiten neemt om investeringen uit te voeren, zijn wel personen. De laatste jaren is er binnen de studies naar ondernemerschap meer aandacht voor analyses op bedrijfsniveau (Davidsson & Wiklund, 2001). De invloed van kenmerken van ondernemers, zoals sector (Lopez-Garcia & Aybar-Arias, 2000) en bedrijfsgrootte (Audretsch & Elston, 2002), worden bijvoorbeeld onderzocht op verschillende bedrijfsprestaties. Maar welke kenmerken van een bedrijf zouden van invloed zijn op de lokale bedrijfsinvesteringen? Zoals eerder aangegeven is er nog nauwelijks onderzoek verricht naar verbanden tussen de kenmerken van een bedrijf en lokaal investeringsgedrag. Het is daarom handig om terug te schakelen naar voorgaande literatuurhoofdstukken. Zowel in het hoofdstuk over de multiplier als in het hoofdstuk over netwerken is het belang van de sector waarin een bedrijf actief is aan bod gekomen.

#### 4.3.1 Sector.

In hoofdstuk twee is het onderzoek van Van Leeuwen et al. (2001) aangehaald om aan te geven dat de sterkte van een multiplier kan verschillen per sector. Uit die studie is naar voren gekomen dat de multiplier in de Nederlandse bouwsector het hoogst is in vergelijking met andere sectoren. Vooral binnen de regio zouden de effecten het sterkst zijn. Hoe dit tot stand komt wordt in het onderzoek helaas niet beargumenteerd, maar hieruit valt wel op te maken dat de bedrijfsinvesteringen binnen bepaalde sectoren een geografische binding hebben. In hoofdstuk drie is met het onderzoek van Figueiredo et al., (2001) en Schutjens & Völker (2009) ook aangegeven dat de sector bepalend kan zijn voor het lokale zakelijke netwerk en de bedrijfsinvesteringen die daarmee lokaal plaatsvinden. De sector waarin een bedrijf actief is, is voor een groot deel bepalend voor de locatie van de handelscontacten en afzetmarkt en dus ook voor de locatie waar bedrijfsactiviteiten worden uitgevoerd (Figueiredo et al., 2001; Van Oort et al., 2006). Er is daarom voor gekozen om sector als kenmerk in het onderzoek op te nemen en de invloed van sector op het lokale investeringsgedrag van bedrijven te onderzoeken.

In veel studies over bedrijfsinvesteringen wordt bedrijfsgrootte als kenmerk gebruikt (Pollard, 2003; Kerste & Overweel, 2002; Lopez-Gracia & Aybar-Arias, 2000). De twee Nederlandse studies naar het investeringsgedrag van ondernemers (Schotman, 1984; Kerste & Overweel, 2002) gebruiken bedrijfsgrootte ook als kenmerk om onderscheid te maken in type bedrijven en investeringsgedrag. Helaas zijn de uitkomsten van deze onderzoeken niet gericht op het **lokale** investeringsgedrag van ondernemers en bedrijven, maar op het investeringsgedrag van de ondernemers en de invloed daarvan op het succes van een bedrijf.

#### 4.3.2 Bedrijfsgrootte in aantal personen.

In verschillende (internationale) studies wordt bedrijfsgrootte als onafhankelijke variabele gebruikt om verbanden te onderzoeken. Zo zouden er volgens Lopez-Gracia & Aybar-Arias (2000) wezenlijke verschillen bestaan in het financiële gedrag van kleine- en middelgrote bedrijven. Kleine bedrijven zouden vaker op korte termijn beslissingen nemen om te investeren dan grote bedrijven (Lopez-Gracia & Aybar-Arias, 2000). Uit Nederlands onderzoek van Kerste & Overweel (2002) naar het investeringsgedrag van jonge bedrijven in Nederland is gebleken dat 84 % van de bedrijven met tien tot twintig werknemers investeert, en dat van de bedrijven met één werknemer slechts 62% van de bedrijven investeert. Daarbij investeren grote bedrijven (in aantal werkzame personen) méér dan de bedrijven met enkele werknemers in dienst (Kerste & Overweel, 2002). Deze studies zeggen helaas nog niets over de locatie van de bedrijfsinvesteringen.

In hoofdstuk drie kwam de studie van Glas (1996) aan bod waarin werd gesteld dat de duurdere en specialistische aankopen door bedrijven eerder buiten de lokale bedrijfsomgeving aangekocht worden omdat dergelijke aankopen vaak niet in de lokale omgeving mogelijk zijn. Ook met de studie van Olfert & Stabel (1994) werd gesteld dat kleinere plaatsen over minder bronnen (kennis, goederen, diensten) beschikken dan grotere plaatsen. De kans dat een groot bedrijf eerder buiten de lokale bedrijfsomgeving een bedrijfsinvestering doet dan een klein bedrijf lijkt daarom aannemelijk. De kans is groot dat grotere bedrijven (in aantal personen) meer duurdere en specialistische aankopen doen dan kleine bedrijven. Kleine bedrijven kunnen moeilijker aan een lening komen en hebben relatief minder te besteden dan grote bedrijven (Pollard, 2003; Kerste & Overweel, 2002). Het zou daarom niet gek zijn om te verwachten dat grote bedrijven eerder zijn aangewezen op plaatsen buiten de lokale bedrijfsomgeving om bepaalde producten en diensten te kunnen aanschaffen, dan kleine bedrijven. Daarnaast is de verwachting dat grote bedrijven een bredere scope hebben, namelijk een afzetmarkt en zakenrelaties die verder reiken dan de lokale markt waardoor bestedingen en investeringen ook buiten de lokale bedrijfsomgeving plaatsvinden. De bedrijfsgrootte (in aantal personen) wordt als kenmerk opgenomen in het onderzoek omdat de verwachting is dat de grote bedrijven vaker bedrijfsinvesteringen buiten de lokale bedrijfsomgeving doen dan de kleine bedrijven.

#### **4.3.2.1 Bedrijfsgrootte in winst.**

Bedrijfsgrootte is behalve via aantal werkzame personen ook te meten via de winst van een bedrijf. De verwachting is dat de bedrijven met een grotere winst de mogelijkheid hebben om meer te besteden dan bedrijven met een kleinere winst. De bedrijven die meer kunnen besteden zouden eerder de kwaliteit van producten en diensten buiten de lokale bedrijfsomgeving opzoeken. Dus ook bedrijfsgrootte in winst wordt opgenomen als kenmerk omdat de verwachting is dat bedrijven met een hoge winst minder vaak lokale bedrijfsinvesteringen uitvoeren dan de bedrijven met een lage winst.

#### **4.4 Kenmerken van de ondernemer.**

Studies op het gebied van ondernemerschap zijn volgens de literatuurstudie van Davidsson & Wiklund (2001) relatief het meest gericht op micro-niveau en dan voornamelijk op het individu, de ondernemer. Er wordt in steeds meer onderzoeken een onderscheid gemaakt naar kenmerken en eigenschappen van ondernemers (Arenius & Minniti, 2005; Flores-Romero, 2004; Koellinger et al.; 2007; Altinay, 2008). Kenmerken van ondernemers, meestal uitgedrukt in sociaal-demografische variabelen zoals nationaliteit (Chaganti & Greene, 2002), opleidingsniveau, werkervaring (Lee & Tsang, 2001) en geslacht (Bruni et al, 2005) worden in onderzoeken gebruikt om het gedrag van ondernemers en bedrijfsprestaties te verklaren (Davidsson & Wiklund, 2001). Thornton & Flynn

(2003) beweren dan ook dat steeds meer onderzoekers aandacht hebben voor de kenmerken van ondernemers, maar zij benadrukken dat er geen rekening gehouden wordt met de context van de onderzoekssituaties. Er wordt namelijk geen aandacht besteed aan de tijd en plaats en ondernemers worden gezien als universele actoren: ‘..However, as the fields of sociology and economics evolved, researchers increasingly shifted their attention to examining the characteristics of the entrepreneur as an abstract and universal actor, independent of the particular time and place..’ (Thornton & Flynn, 2003, pp. 402). In de volgende deelparagrafen komen kenmerken van ondernemers aan bod die het lokale investeringsgedrag van ondernemers mogelijk beïnvloeden. Ondernemers worden in dit geval dus niet gezien als universele actoren.

#### **4.4.1 Woonplaats van de ondernemer.**

Het belang van nabijheid voor het onderhouden van de zakelijke, maar ook van de sociale relaties, is in hoofdstuk drie aan bod gekomen. Nabijheid is nodig om de banden te onderhouden en sommige ondernemers zouden zich graag in de nabijheid van hun sociale relaties vestigen omdat zij zich emotioneel verbonden voelen met personen uit de omgeving (Dahl & Sorenson, 2009). Vanwege de bekendheid, de vertrouwdheid en de lokale contacten in de omgeving, vinden ook handel- en geldstromen tussen mensen lokaal plaats (Thorne, 1996; Gilbert, 2005; Forrest & Kearns, 2001). De woonplaats van een ondernemer is in principe de plek waar men thuis komt, waar men zich op zijn/haar gemak hoort te voelen en waar men een groot deel van de vrije tijd doorbrengt. Het lijkt daarom aannemelijk om te stellen dat de kans op lokale bedrijfsinvesteringen groter zou zijn onder de ondernemers die in de bedrijfsomgeving wonen dan de ondernemers niet in de buurt van hun bedrijfsomgeving wonen en weinig lokale sociale binding hebben. De reden waarom de woonplaats van de ondernemer als kenmerk wordt opgenomen in het onderzoek is dat de combinatie van woon- en werkplek eerder zou leiden tot lokale bedrijfsinvesteringen dan de ondernemers waarvan de woonplaats (en de sociale relaties) veel verder van het bedrijf gelegen is.

#### **4.4.1 Nationaliteit van de ondernemer.**

Allochtone ondernemers houden vaak banden met familie, vrienden en bekenden in het land van herkomst (Deakins et al., 2003). De binding met het land van herkomst is niet alleen invloed op de mate waarin de ondernemer integreert maar ook op de geldstromen tussen Nederland en het land van herkomst (Kloosterman & Rath, 1999). De kans is groot dat allochtone ondernemers door de contacten met het land van herkomst, en de kennis van producten en diensten in het geboorteland eerder gefocust zijn op de aanschaf van een product en/of dienst uit het betreffende land. In dit geval wordt er van uit gegaan dat nationaliteit een rol speelt bij het lokale investeringsgedrag van ondernemers waarbij allochtone ondernemers eerder buiten de lokale bedrijfsomgeving zouden investeren dan autochtone ondernemers. Overigens moet er rekening mee gehouden worden dat de sterkte van de



binding met het land van afkomst kan verschillen per ondernemer. Levie (2007) benadrukt in zijn onderzoek naar etnisch ondernemerschap in de U.K. dat er wel degelijk een verschil is in de mate van integratie tussen allochtone ondernemers. Zij zouden moeten worden gezien als een heterogene groep omdat er een onderscheid te maken is in 'type' allochtone ondernemers waarbij de ene ondernemer veel meer geïntegreerd is tot de lokale omgeving dan de andere ondernemer (Levie, 2007).

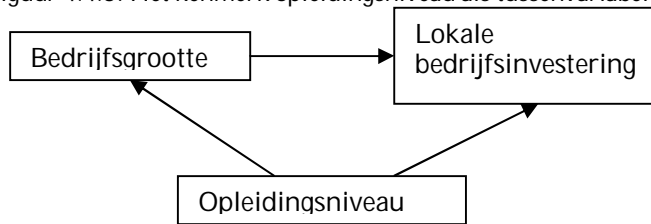
Ook is de structuur van de lokale bedrijfsomgeving een belangrijk gegeven. De samenstelling van de bedrijfsomgeving is bepalend voor de onderlinge relaties en handel (Johanisson et al., 2002). Zeker in achterstandsbuurten waar over het algemeen een relatief groot aandeel allochtone ondernemers gevestigd is, richten de ondernemers zich op hun eigen groep/gemeenschap (Basu & Altinay, 2004). Veel allochtone ondernemers zien hun onderneming als een sociaal middel en een bron van inkomsten. Dit type ondernemer heeft niet als doel om te groeien (in omzet en personeel) of om voor een breed publiek producten en diensten aan te bieden. De allochtone ondernemers zijn vooral gefocust op hun eigen groep, of gemeenschap, en hechten veel waarde aan solidariteit en onderling vertrouwen. De bedrijven zijn over het algemeen jong en vaker eenmanszaken (Chaganti & Greene, 2002). Hiermee is de tweede reden voor het opnemen van het kenmerk nationaliteit dat de concentratie van bepaalde groepen ondernemers in een gebied leidt tot investeringen onderling. In dit geval zou er wél sprake zijn van lokaal investeringsgedrag.

Er zijn dus twee redenen waarom nationaliteit als kenmerk wordt opgenomen in het onderzoek; 1. de binding met familie en bekenden in het land van herkomst waardoor de kans op bedrijfsinvesteringen in het betreffende land groot is. 2. De concentratie van allochtone ondernemers in bepaalde wijken/stadsdelen waardoor ondernemers lokaal hun bedrijfsactiviteiten uitvoeren.

#### **4.4.3 Het opleidingsniveau van de ondernemer.**

Volgens een studie van Lee & Tsang (2001) naar de invloed van karaktereigenschappen van ondernemers op het bedrijfssucces, hebben hoogopgeleide ondernemers gemiddeld meer in hun mars om hun onderneming tot een succes te brengen en om te kunnen groeien. De ondernemers die een goede opleiding hebben gehad beschikken over meer kennis en vaardigheden waardoor zij over het algemeen beter in staat zijn om problemen aan te pakken en om kansen te benutten. De eigenaren van succesvolle en grote bedrijven zijn dan ook relatief vaak hoogopgeleide ondernemers (Lee & Tsang 2001). Daarmee wordt de kans op een bedrijfsinvestering buiten de buurt groter omdat, zoals eerder is gesteld, grote bedrijven over het algemeen meer te besteden hebben en grote bedrijfsinvesteringen minder snel in de lokale bedrijfsomgeving doen. Hiervan uitgaande zou opleiding een 'tussenvariabele' zijn tussen het kenmerk bedrijfsgrootte en lokale bedrijfsinvestering, zie figuur 4.4.3 Het opleidingsniveau van de ondernemer is dus indirect van invloed op een lokale bedrijfsinvestering.

Figuur 4.4.3: Het kenmerk opleidingsniveau als tussenvariabele.



Een tweede reden voor het vermoeden dat het opleidingsniveau van een ondernemer van invloed kan zijn op het lokale investeringsgedrag is dat laagopgeleide ondernemers geremder zijn in het aangaan van nieuwe kansen (Reynolds, 1997). Daarom is er een kans dat zij minder snel over de grens stappen om kansen buiten de bedrijfsomgeving te benutten dan hoogopgeleide ondernemers.

Er zijn dus twee redenen aangevoerd om opleidingsniveau als kenmerk op te nemen. 1. Het opleidingsniveau van de ondernemer is indirect van invloed op lokale bedrijfsinvesteringen omdat opleidingsniveau samenhangt met het kenmerk bedrijfsmaat. 2. Laagopgeleide ondernemers nemen minder snel risico's en zullen daarom minder snel buiten hun lokale, vertrouwde omgeving naar kansen zoeken.

#### 4.5 Conclusie.

De deelvraag van dit hoofdstuk is: *In hoeverre zijn kenmerken van ondernemers en hun bedrijven van invloed op het lokale investeringsgedrag van de ondernemers?*

Zowel onder beleidsmakers als onderzoekers heerst de gedachtegang dat ondernemers een sleutelrol vervullen bij de stimulering van een lokale economie. Daarom staan ondernemers en bedrijven steeds vaker centraal in beleid dat ingezet wordt om de economie van een lokaal gebied aan te pakken. Om de bijdrage van ondernemers aan een lokaal multipliereffect na een bestedingimpuls te onderzoeken, dient specifiek naar ondernemers en bedrijven gekeken te worden. Want welke ondernemers en welke bedrijven investeren nu lokaal? Er is in dit hoofdstuk gekeken naar het lokale investeringsgedrag van ondernemers en de kenmerken van ondernemer en bedrijf die daarop van invloed zijn. Zowel het lokale investeringsgedrag als de kenmerken van ondernemer en bedrijf zijn, voor zover bekend, niet eerder in andere studies onderzocht. De motivatie die in dit hoofdstuk is gegeven om bepaalde bedrijfs- en persoonskenmerken te onderzoeken is dan ook deels op deductieve en deels op exploratieve wijze tot stand gekomen. Dit geldt ook voor het definiëren van lokaal investeringsgedrag. Lokaal investeringsgedrag van de ondernemer en het bedrijf is gedefinieerd als: de uitgaven (in geld) die gedaan worden in de overtuiging dat dit ten goede komt aan het bedrijf, waarbij per ondernemer

en bedrijf de afwegingen om te investeren, en de locatie van de investering, verschilt. De bedrijfs- en persoonskenmerken waarvan verwacht wordt dat het verband houdt met lokaal investeringsgedrag zijn; sector, bedrijfsgrootte in aantal personen, bedrijfsgrootte in winst, nationaliteit van de ondernemer, woonplaats van de ondernemer en het opleidingsniveau van de ondernemer.

# **5** De onderzoeksopzet.

## **5.1 Inleiding.**

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe het empirisch onderzoek is opgezet en uitgevoerd, welke obstakels daarbij kwamen kijken en voor welke oplossingen vervolgens is gekozen. In 5.1 wordt het eerst het conceptueel model toegelicht, in 5.2 komt aan bod voor welke onderzoeksvorm is gekozen en in 5.3 wordt de onderzoekspopulatie beschreven. Vervolgens komt in 5.4 aan bod hoe de ondernemers benaderd zijn en welke middelen daarvoor zijn ingezet waarna in 5.5 wordt beschreven hoe de uitvoering van het onderzoek is verlopen. In 5.6 komt naar voren wat de uiteindelijke response is en in hoeverre de respondenten uit de responsegroep een representatieve groep vormen voor alle ondernemers uit de Rotterdamse Kansenzone.

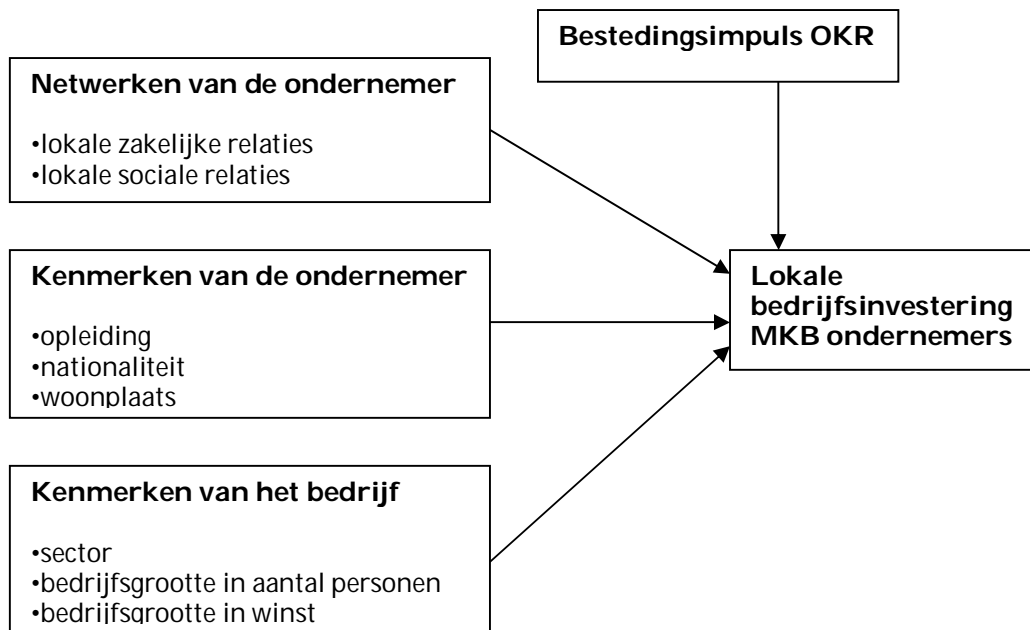
## **5.2 Het conceptueel model.**

Aan de hand van het conceptueel model, zie figuur 5.1a, is overzichtelijk te zien tussen welke variabelen een verband wordt verondersteld. In deze paragraaf zullen de onderlinge relaties toegelicht worden. Het conceptueel model is gebaseerd op de centrale vraag van dit onderzoek, deze was als volgt geformuleerd. *In hoeverre beïnvloedt een initiële lokale kapitaalinjectie, lokale multipliereffecten van bedrijven in Rotterdam-Zuid, en door welke factoren wordt dit verklaard?*

De initiële lokale kapitaalinjectie die onderzocht zou worden is de zogenaamde OKR-regeling. Ondernemers gevestigd in de Rotterdamse Kansenzones konden in de periode 2005-2008 een aanvraag doen voor de OKR en daarmee maximaal 50% van hun bedrijfsinvesteringen van het OBR terug krijgen met een maximaal te subsidiëren bedrag van 100.000 Euro. De bedrijfsinvesteringen dienden investeringen in bedrijfsmiddelen (zoals een oven, een kassa of een computer) of het bedrijfspand (zoals een uitbouw of een nieuwe gevel) te zijn, met een minimaal inlegbedrag van 4.000 Euro. Elke ondernemer die met zijn/haar bedrijf in de periode 2005-2008 in de Kansenzone gevestigd was, of zich er ging vestigen, kon zich aanmelden voor de OKR. Met dit onderzoek moet duidelijk worden of de bestedingsimpuls (OKR) effectief is geweest in het aanzetten van ondernemers tot het doen van **lokale** bedrijfsinvesteringen. Er wordt een direct verband tussen de bestedingimpuls OKR en lokale bedrijfsinvesteringen van MKB ondernemers verondersteld. Heeft de OKR direct geleid tot de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen en –diensten (een lokaal multipliereffect) en zo ja, welke ondernemers en welke bedrijven hebben lokale bedrijfsinvesteringen gedaan?

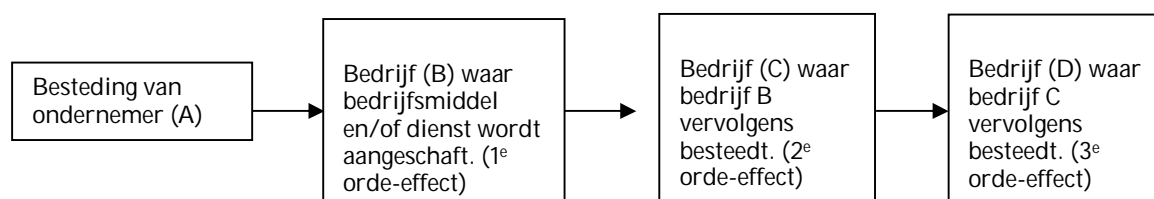
Om meer te kunnen zeggen over het type ondernemer en type bedrijf dat lokaal investeert, zijn in het theoretisch deel verschillende kenmerken van de netwerken en kenmerken van de ondernemer en het bedrijf aan bod gekomen. Zowel de netwerken van de ondernemer als de kenmerken van de ondernemer en het bedrijf, zijn naar verwachting direct van invloed op de lokale bedrijfsinvesteringen van de ondernemers in Rotterdam-Zuid.

Figuur 5.2a: Het conceptueel model.



Bij de interpretatie van de resultaten moet onthouden worden dat alleen het eerste orde-effect onderzocht wordt (zie figuur 5.1b). Er wordt onderzoek gedaan naar het directe effect van de besteding van de ondernemer tot de locatie waar een bedrijfsmiddel en/of dienst is aangeschaft. Het tweede- en derde orde-effect (C en D) wordt in dit onderzoek dus niet onderzocht.

Figuur 5.2b: Het eerste, tweede en derde orde-effect.



### **5.3 De gekozen onderzoeksvorm.**

Voor het uitvoeren van dit onderzoek is gekozen voor een kwantitatieve onderzoeksmethode. Er is niet zozeer diepgang nodig maar cijfermatig inzicht om verhoudingen te meten. Met kwantitatief onderzoek kan een groot aantal ondernemers bereikt worden en kunnen variabelen over het algemeen sneller en nauwkeuriger gemeten en geanalyseerd worden dan met kwalitatief onderzoek. De onderzoeksvorm die voor dit onderzoek is gebruikt is de enquête. Het voordeel van een enquête is dat een grote onderzoekspopulatie, zoals in dit onderzoek het geval is, snel kan worden bereikt. Ook kan de respondent zelf een goed moment uitkiezen om de enquête in te vullen, en kunnen de antwoorden snel ingevuld worden waardoor er niet veel tijd van een respondent gevraagd hoeft te worden. Een ander voordeel van de enquête is dat de antwoorden in te voeren zijn in het programma SPSS, waarmee analyses kunnen worden uitgevoerd. In de uitgestuurde enquêtes zijn vragen opgenomen over de bedrijfsinvesteringen van de ondernemers in de periode 2005-2009 en over de kenmerken van de ondernemers, hun bedrijven en hun zakelijke en sociale contacten. Daarnaast zijn er onder de ondernemers die bij hun bedrijfsinvesteringen gebruik hebben gemaakt van de OKR, vragen over de OKR opgenomen.

### **5.4 De onderzoekspopulatie.**

Er is bij het opstellen van dit onderzoek onderscheid gemaakt tussen de ondernemers uit de Kansenzones die gebruik hebben kunnen maken van de OKR regeling en ondernemers die geen gebruik hebben gemaakt van de OKR. Door de groepen ondernemers onderling te vergelijken kan de effectiviteit van de OKR en het verschil in (lokaal) investeringsgedrag tussen de ondernemers die wél en die géén subsidieregeling ontvangen hebben, onderzocht worden. De ondernemers zijn onderverdeeld in drie groepen. Zo bestaat de onderzoekspopulatie uit een groep ondernemers die gebruik hebben gemaakt van de OKR bij hun bedrijfsinvestering(en). Deze ondernemers hebben tussen 2005 en 2008 één of meerdere aanvragen voor de OKR ingediend en destijds is minimaal één aanvraag gehonoreerd. Deze groep ondernemers wordt in het vervolg de ondernemers 'OKR succes' genoemd. De ondernemers 'OKR succes' hebben in de periode 2005-2008 minaal één bedrijfsinvestering gedaan waarvan dus minimaal 50% door de ondernemers is gefinancierd en maximaal 50% is gefinancierd met de OKR subsidie.

Daarnaast is er nog een groep ondernemers die zich hebben aangemeld voor de OKR maar van deze groep is de aanvraag niet gehonoreerd. Het zou voor deze ondernemers het geval kunnen zijn geweest dat het OBR de aanvraag heeft afgewezen, bijvoorbeeld in het geval van een boekhouding die niet in orde was. Het kan ook zijn dat de ondernemers van deze groep hun aanvraag voor de OKR hebben ingetrokken, bijvoorbeeld omdat ze de investering uiteindelijk niet konden bekostigen. Deze groep ondernemers wordt in het vervolg de ondernemers 'OKR geen succes' genoemd.

De derde en laatste groep ondernemers zijn de ondernemers die in de periode 2005-2008 in de Kansenzone gevestigd waren en die nooit een aanvraag voor de OKR hebben ingediend. Deze groep ondernemers wordt in de analyses 'geen OKR' genoemd. Door de groepen ondernemers tegenover elkaar te zetten kan bijvoorbeeld onderzocht worden of de 'ondernemers OKR succes' gemiddeld vaker bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid kopen dan de ondernemers 'geen OKR.' Voor de duidelijkheid zijn de drie groepen ondernemers nog eens schematisch weergegeven in figuur 5.4.

Figuur 5.4: De onderzoekspopulatie onderverdeeld in drie groepen ondernemers.

| Ondernemers gevestigd in de Kansenzone                                   | Afkorting       |
|--|-----------------|
| Ondernemers waarvan de aanvraag voor de OKR is goedgekeurd.              | OKR succes      |
| Ondernemers waarvan de aanvraag voor de OKR is afgewezen of ingetrokken. | OKR geen succes |
| Ondernemers die nooit een aanvraag voor de OKR hebben ingediend.         | geen OKR        |

De enquêtes zijn afgestemd op de verschillende groepen ondernemers (zie bijlage 1a,b en c). Elke enquête is voorzien van een identiek cijfer. Dit cijfer is onderaan de laatste pagina van elke enquête te vinden. Aan de hand van dit kenmerk is te herleiden welk type ondernemer de enquête heeft ingevuld, dus of de ondernemer een aanvraag voor de OKR had ingediend en of de ondernemer daarin succesvol was.

#### 5.4 De uitvoering van het onderzoek.

Het versturen van enquêtes per post levert over het algemeen een lage response op (Bryman, 2004). Er is daarom in principe voor gekozen om de enquêtes persoonlijk bij de ondernemers af te geven. Door bij de ondernemers langs te gaan is het mogelijk om met een praatje de ondernemer te motiveren om de enquête in te vullen. Een ander voordeel van het langsbrengen van de enquêtes is dat de ondernemers een persoon zien waardoor er meer herkenning is. Wellicht dat dit ook helpt om de ondernemer over te streep te trekken voor deelname aan het onderzoek.

Er is voor gekozen om niet langs te gaan bij de ondernemers 'OKR niet succesvol.' De ondernemers van deze groep hebben de enquête via de post ontvangen. De reden voor het niet langsbrengen van de enquêtes bij deze ondernemers is dat zij over het algemeen, en waarschijnlijk, minder positief gestemd zijn over de OKR dan de andere ondernemers. Langsgaan bij deze ondernemers zou kunnen leiden tot vervelende situaties door eventuele frustraties over de afwijzing van de OKR-aanvraag.

#### **5.4.1 De adresgegevens van de ondernemers uit de steekproef.**

Om de enquêtes per post te versturen en langs te brengen, waren de adresgegevens van de ondernemers nodig. De gegevens van de ondernemers die bij het OBR een aanvraag voor de OKR hebben ingediend, waren bekend. Dit waren de ondernemers 'OKR succes' en 'OKR geen succes.' De bestanden met de adresgegevens van deze ondernemers zijn zorgvuldig gecontroleerd op onjuistheden. Uit het bestand van de ondernemers 'OKR succes' zijn 407 ondernemers overgebleven om aan te schrijven. Van de ondernemers 'OKR geen succes' zijn na het controleren van het bestand 233 ondernemers overgebleven.

Het OBR had geen contactgegevens van de ondernemers 'geen OKR'. Om de adresgegevens van deze ondernemers te achterhalen is het volgende gedaan. Er is een lijst met de postcodes van alle wijken die vallen onder de Kansenzone naar het Centrum voor Onderzoek en Statistiek Rotterdam (COS) gestuurd. Het COS heeft bij de Kamer van Koophandel en fabrieken te Rotterdam (KVK) de adresgegevens opgevraagd van alle ondernemers die in 2008 gevestigd waren binnen de opgegeven postcodes. Uit dit bestand zijn de ondernemers die al bekend waren bij het OBR ('OKR succes' en 'OKR geen succes') uit gehaald. Hierdoor bleef een selectie over van de ondernemers die bij het OBR niet bekend waren en die dus nooit een aanvraag voor de OKR hebben ingediend (de ondernemers 'geen OKR'). Vervolgens is uit dit bestand een random selectie getrokken waardoor er uiteindelijk 425 ondernemers voor de steekproef zijn geselecteerd.

Er is voor gekozen om per groep ondernemers ongeveer 400 ondernemers aan te schrijven. Het vermoeden was dat de response ongeveer 10% zou zijn. Dit vermoeden is gebaseerd op eerdere ervaringen met onderzoek naar bedrijven. Met een totaal van 1200 respondenten zou de verwachting zijn dat ongeveer 120 ondernemers de enquête retour zouden sturen. Dit zou voldoende response kunnen zijn voor een betrouwbare steekproef. Het aantal ondernemer uit de groep 'OKR geen succes' was achteraf kleiner dan verwacht, er zijn in eerste instantie dus 1065 ondernemers aangeschreven.

#### **5.4.2 Incentives.**

Behalve het persoonlijk langsbrengen van de enquêtes zijn verder nog twee middelen ingezet om zoveel mogelijk enquêtes retour te krijgen. Een eerste incentive waren vier keer twee bioscoopkaartjes die ondernemers konden winnen als ze de enquête volledig ingevuld zouden retourneren. Inmiddels zijn de bioscoopkaartjes verloot en uitgedeeld. Een tweede middel dat is ingezet, was een vertaling van de enquêtes naar het Turks voor de Turkse ondernemers in het gebied. Er zijn een aantal straten in de Kansenzones waar relatief veel Turkse ondernemers gevestigd zijn, bijvoorbeeld de Dordtselaan en de Paul Krugerstraat. Door bij de ondernemers langs te gaan, kon ter plaatse bekeken worden waar het nodig was om een enquête in het Turks vertaald, af te geven (zie bijlage 2a en 2b).



Voorafgaand aan de enquête is ook aan alle ondernemers een brief gestuurd over de inhoud van het onderzoek. De brief is afgestemd op de verschillende groepen ondernemers en is ondertekend door de Rotterdamse Wethouder van Werk, Sociale zaken en Grote Stedenbeleid, Dominic Schrijer. Deze aankondigingbrief is op 29 mei 2009 aan alle respondenten verstuurd (zie bijlage 3a,b en c). Bij alle enquêtes is een begeleidende brief en een portovrije envelop bijgevoegd. De brief is ook ondertekend door Dominic Schrijer (zie bijlage 4).

### **5.4.3 Het afgeven van de enquêtes bij de ondernemers.**

Op 3 juni 2009 zijn de eerste enquêtes bij de ondernemers die nooit een aanvraag voor de OKR hadden ingediend (geen OKR) langsgebracht. Het langsbrengen van de 425 enquêtes liep anders dan gepland. De afgifte van de enquêtes was laag omdat bleek dat er op één dag maximaal 60 enquêtes langs gebracht konden worden. Dit kwam in eerste instantie omdat sommige adressen moeilijk te vinden waren, maar daarbij kwam ook dat veel bedrijven alweer opgeheven of vertrokken waren. Het aangeleverde adressenbestand van de ondernemers in de Kansenzones door de KVK klopte dus niet volledig. Daarnaast was vaak de eigenaar van het bedrijf vaak niet aanwezig waardoor het beoogde doel om de enquêtes één-op-één te overhandigen niet werd gehaald. Op één dag kon aan ongeveer zeven tot tien eigenaren een enquête persoonlijk overhandigd worden. Gezien de tijdsdruk van het onderzoek is toen besloten om een deel van de enquêtes per post te versturen en om een deel van de enquêtes bij de ondernemers af te geven.

Er zijn voor de groep ondernemers 'geen OKR' uiteindelijk 190 enquêtes langs gebracht en 235 enquêtes zijn per post verstuurd. Op 4 juni 2009 is voor de andere groep ondernemers, de ondernemers waarvan de OKR-aanvraag gehonoreerd was (OKR succes), besloten om alle enquêtes per post te versturen. De verwachting was dat de bereidwilligheid om de enquête in te vullen onder deze ondernemers het grootst zou zijn in vergelijking tot de andere groepen ondernemers, omdat de ondernemers van deze groep de OKR subsidie hadden ontvangen.

Donderdag 18 juni 2009, ongeveer twee weken na het versturen van de enquêtes, werd een tussentijdse balans opgemaakt. Van de groep ondernemers 'OKR succes' was de response 20,7%. De response onder de ondernemers waarvan de aanvraag was afgewezen/ingetrokken (OKR geen succes) was 7,2% en onder de ondernemers 'geen OKR' was de response 18,8%. Om de response te verhogen zijn 480 ondernemers die hun enquête op 18 juni nog niet retour hadden gestuurd, op 18 en 19 juni gebeld met de vraag de enquête alsnog in te vullen. Van de ondernemers 'OKR succes' en 'OKR geen succes' waren de telefoonnummers bij het OBR bekend. Om het aantal respondenten van de groep 'geen OKR' te vergroten, is er voor gekozen om een nieuwe steekproef te trekken uit het bestand wat aangeleverd was door COS. Van de ondernemers 'geen OKR' zijn 425 nieuwe ondernemers geselecteerd (met een random selectie). Aan deze ondernemers is op vrijdag 19 juni 2009 een

aankondigingsbrief gestuurd. Maandag 22 juni 2009 zijn 300 enquêtes per post verstuurd en 125 enquêtes zijn langs gebracht in week 26. De response van deze tweede uitgifte enquêtes onder de ondernemers 'geen OKR' was uiteindelijk 13,9%.

## 5.5 De uiteindelijke response.

In tabel 5.5 is de uiteindelijke response te zien. In de tabel is een onderscheid gemaakt naar het aantal enquêtes dat retour is gestuurd en het aantal enquêtes dat daarvan bruikbaar was voor analyse. Immers, niet alle geretourneerde enquêtes waren bruikbaar. Zo waren er respondenten die de enquête bijvoorbeeld onvolledig hadden ingevuld. Ook bleek bijvoorbeeld dat een stichting zonder winsttoegmerk de enquête had ingevuld terwijl er van uitgegaan was dat alle enquêtes alleen aan private bedrijven waren gestuurd. De response was het hoogst onder de ondernemers 'OKR succes'. Van deze groep heeft 41,2% van de ondernemers de enquête geretourneerd. Van de groep ondernemers 'geen OKR' ligt dat percentage in totaal op 16,4%. Deze percentages zijn boven verwachting goed. Blijkbaar hebben de ingezette middelen voor het vergroten van de response bijgedragen aan de goede responsecijfers. Zoals verwacht is de response van de ondernemers 'OKR geen succes' het laagst met een percentage van 10,7%.

Tabel 5.5a: Response in absolute getallen (en in percentages).

|  | Ondernemers<br>OKR succes | Ondernemers OKR<br>geen succes | Ondernemers<br>geen OKR | Totaal                       |
|--|---------------------------|--------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| Aantal ondernemers                           | 407                       | 233                            | 850                     | 1490                         |
| Aantal<br>geretourneerde<br>enquêtes         | 168 (41,2%)               | 25 (10,7%)                     | 139 (16,4%)             | 332<br>(22,3%)               |
| Aantal bruikbare<br>enquêtes<br>voor analyse | 161 (39,6%)               | 19 (8,2%)                      | 134 (15,9%)             | <b>314</b><br><b>(21,1%)</b> |

Bron: OBR, 2009.

Er is in de onderzoekspopulatie een duidelijk onderscheid gemaakt in verschillende groepen ondernemers, namelijk de ondernemers OKR succes, OKR geen succes en geen OKR. In de volgende twee hoofdstukken wordt voor deze verschillende groepen en voor de verschillende kenmerken van ondernemers, bedrijven en netwerken het verband met lokale bedrijfsinvesteringen onderzocht. Voordat dit wordt gedaan is het handig om te weten welk type ondernemers en bedrijven nu eigenlijk behoren tot de groep 'OKR succes' en 'geen OKR' (zie tabel 5.5b). Vanwege de lage response van de ondernemers 'OKR geen succes,' is deze groep niet opgenomen in tabel 5.5b.

Tabel 5.5b: Type ondernemers en bedrijven van de groepen 'OKR succes' en 'geen OKR.'

|  | <b>OKR succes</b>  | <b>Geen OKR</b>  |
|--|--|--|
| <b>Eigenaar bedrijfspand.</b>  | 37,8%  | 31,7%  |
| <b>Aantal jaar eigenaar van bedrijf.</b>                                 | gemiddeld 23 jaar  | gemiddeld 11 jaar  |
| <b>Ondernemer voelt zich goed in de buurt waar bedrijf gevestigd is.</b> | 71%  | 55,6%  |
| <b>Bedrijfsvorm</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• eenmanszaak 37,4%</li> <li>• besloten Vennootschap 34%</li> <li>• vennootschap onder Firma 21,8%</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• eenmanszaak 67,1%</li> <li>• besloten Vennootschap 18,9%</li> <li>• vennootschap onder Firma 12,6%</li> </ul> |

Bron: OBR, 2009.

Voor de ondernemers 'OKR succes' en 'geen OKR' geldt dat relatief bijna evenveel ondernemers eigenaar zijn van hun bedrijfspand. De groepen verschillen wel op de andere punten. De ondernemers 'OKR succes' zijn gemiddeld 12 jaar langer eigenaar van hun bedrijf dan de ondernemers 'geen OKR.' Relatief meer ondernemers uit de groep 'OKR succes' voelen zich goed in de omgeving waar hun bedrijf gevestigd is dan de ondernemers 'geen OKR,' en zijn er relatief meer eenmanszaken onder de ondernemers 'geen OKR.'

## 5.6 De representativiteit van de responsegroep.

Op basis van de in totaal 314 ondernemers uit de responsegroep worden uitspraken gedaan over alle ondernemers die in de Kansenzone gevestigd zijn. Dat kan niet zomaar. Er moet eerst gekeken worden of de responsegroep een representatieve groep vormt voor alle andere ondernemers die in de Kansenzone gevestigd zijn. Als bijvoorbeeld blijkt dat de ondernemers uit de responsegroep gemiddeld 20 jaar ouder zijn dan de gemiddelde ondernemer in de Kansenzone, dan is de responsegroep geen goede weergave van de werkelijkheid. Dit kan leiden tot onjuiste uitkomsten.

Om de representativiteit te meten zijn de ondernemers uit de responsegroep vergeleken met de totale populatie ondernemers gevestigd in de Kansenzone. De responsegroep en de totale populatie zijn vergeleken op basis van bedrijfsomvang en sector. Er is gekozen voor deze twee kenmerken omdat alleen deze gegevens beschikbaar waren voor vergelijking. Het was de bedoeling om de responsegroep en populatie ook te vergelijken op nationaliteit.

### 5.6.1 Nationaliteit.

Van de ondernemers uit de responsegroep is 86,3% van de ondernemers autochtoon en 13,7% van de ondernemers heeft een andere (of dubbele) nationaliteit. Cijfers over de exacte verdeeldheid van de nationaliteit van ondernemers in de Kansenzone is bijgehouden door de KVK en fabrieken te Rotterdam. Het in bezit krijgen van deze gegevens is kostbaar. Vooral nog is er daarom vanaf gezien om deze gegevens op te vragen. Het blijft daarmee onmogelijk om met zekerheid te stellen wat de

juiste verdeling is van het aandeel allochtone en autochtone ondernemers in de Kansenzone. Bij de interpretatie van de resultaten dient er dus rekening mee gehouden te worden dat de responsegroep niet gecorrigeerd is voor nationaliteit.

### **5.6.2 Bedrijfsomvang.**

Cijfers over de bedrijfsomvang van de bedrijven gevestigd in de Kansenzone zijn bijgehouden door het Bedrijvenregister Zuid-Holland en bijgewerkt en aangeboden door het COS. De laatste cijfers betreft 2008. Deze cijfers zijn recent genoeg om te gebruiken omdat de enquêtes medio 2009 zijn ingevuld. De discrepantie kan dan niet groot zijn. Voor de gehele populatie ondernemers uit Kansenzone geldt dat 85% van de bedrijven in 2008 één tot negen mensen in dienst had (Bedrijvenregister Zuid-Holland, bewerking door COS, 2008). Uit de responsegroep komt naar voren dat 91% van de ondernemer één tot negen personen in dienst heeft. Er zijn dus iets meer ondernemers in de responsegroep met kleine bedrijven (naar het aantal personen) dan dat er in werkelijkheid in de Kansenzone zijn. Met een goodness-of-fit toets is gekeken of de frequentieverdeling zoals in de responsegroep overeen komt met de frequentieverdeling zoals in de populatie. Aangezien de percentages niet veel van elkaar verschillen, wordt verwacht dat de frequentieverdelingen min of meer aan elkaar gelijk zijn. Na de goodness-of-fit analyse te hebben uitgevoerd blijkt de uitkomst significant is (Chi-square=9,35 en  $p=0,002$ ) wat inhoudt dat niet kan worden gesteld dat de bedrijfsgrootte van het aantal bedrijven uit de responsegroep representatief is voor de werkelijke populatie bedrijven. Voordat hiervoor een correctie in het bestand wordt doorgevoerd, wordt eerst nog gekeken naar het frequentieverschil voor de variabele sector.

### **5.6.3 Sector.**

Er is gekeken of de vertegenwoordiging van de verschillende sectoren uit de responsegroep overeen komt met de verdeling van de sectoren zoals in werkelijkheid in de Kansenzone. Hiervoor is het aandeel van de sectoren van elke wijk in de Kansenzone bij elkaar opgeteld. In tabel 5.6.3 is te zien hoeveel bedrijven in de Kansenzone en in de responsegroep per sector vertegenwoordigd zijn. De vertegenwoordiging van het aantal bedrijven per sector in de populatie komt nauw overeen met de vertegenwoordiging van het aantal bedrijven per sector uit de responsegroep. Alleen de sector bouwnijverheid is in de responsegroep ondervertegenwoordigd ten opzichte van de populatie. Er zijn dus relatief minder bedrijven uit de bouwnijverheid die hebben deelgenomen aan het onderzoek. Er is opnieuw een goodness-of-fit test uitgevoerd om te kijken of de frequentieverdeling tussen de populatie en steekproef gelijk is. De uitkomst is significant (Chi-square=53,92 en  $\text{sig}=0,000$ ) en dus kan er niet gesteld worden dat de responsegroep een representatieve groep vormt voor de sector. Omdat het verwachte effect van sector op lokaal investeringsgedrag relatief groot is, is er voor gekozen om alle resultaten van het onderzoek te corrigeren voor sector. Dit wil zeggen dat bij elke analyses de

percentages zoals aangegeven in tabel 5.6.3 (bedrijven uit de populatie in %) worden aangehouden. Door deze correctie door te voeren verandert de Chi-square van de bedrijfsomvang van Chi-square=9,35 (en p=0,002) naar Chi-square= 8,53 (en p=0,003).

Tabel 5.6.3: Verdeling het aantal bedrijven uit de Kansenzones naar sector.

| Sector   | Aantal bedrijven in de populatie | Bedrijven uit de populatie in % | Aantal bedrijven in de steekproef | Bedrijven uit de steekproef in % |
|--|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|
| 1. Bouwnijverheid  | 322                              | 12                              | 13                                | 4,1                              |
| 2. Detailhandel food en non-food   | 668                              | 24                              | 77                                | 24,5                             |
| 3. Horeca  | 227                              | 8                               | 34                                | 10,8                             |
| 4. Verhuur van en handel in onroerend goed, verhuur van roerende goederen en zakelijke dienstverlening | 492                              | 18                              | 50                                | 15,9                             |
| 5. Gezondheids- en welzijnszorg  | 331                              | 12                              | 35                                | 11,1                             |
| 6. Milieudienstverlening, cultuur, recreatie en overige dienstverlening                                | 412                              | 15                              | 55                                | 17,5                             |
| 7. Overig  | 284                              | 11                              | 50                                | 15,9                             |
| Totaal   | 2736                             | 100                             | 314                               | 100                              |

Bron: Bedrijvenregister Zuid-Holland, 2008.

### 5.6.3.1 De weegfactoren voor sector.

Om het aandeel bedrijven per sector uit de responsegroep te kunnen corrigeren voor het aandeel bedrijven per sector uit de populatie, dienen weegfactoren per sector aangemaakt te worden. Zo kunnen de juiste percentages van de populatie aangehouden worden bij het analyseren van de resultaten. In tabel 5.6.3.1 is weergegeven wat de corrigerende weegfactoren zijn voor het aandeel bedrijven per sector uit de responsegroep.

Tabel 5.6.3.1: De weegfactoren voor het corrigeren van de representativiteit voor sector.

| Sector   | Weegfactor |
|--|------------|
| 1. Bouwnijverheid  | 2,92       |
| 2. Detailhandel food en non-food   | 0,97       |
| 3. Horeca  | 0,74       |
| 4. Verhuur van en handel in onroerend goed, verhuur van roerende goederen en zakelijke dienstverlening | 1,13       |
| 5. Gezondheids- en welzijnszorg  | 1,08       |
| 6. Milieudienstverlening, cultuur, recreatie en overige dienstverlening                                | 0,86       |
| 7. Overig  | 0,69       |

Bron: Bedrijvenregister Zuid-Holland, 2008.

## **6 Resultaten; OKR en lokaal investeringsgedrag van de ondernemers uit de Kansenzone.**

### **6.1 Inleiding.**

De resultaten van het onderzoek zijn ter verduidelijking opgesplitst in twee hoofdstukken. In hoofdstuk 6 worden analyses en uitkomsten gepresenteerd die een antwoord moeten kunnen geven op onderzoeksvraag 4; *In hoeverre draagt een bestedingsimpuls als de OKR bij aan een toename van lokale bedrijfsinvesteringen?* In het tweede deel van de resultaten, hoofdstuk 7, worden de analyses en uitkomsten getoond met betrekking tot onderzoeksvraag 5; *In hoeverre zijn kenmerken van ondernemers, kenmerken van hun bedrijven en hun lokale netwerken van invloed op het lokale investeringsgedrag van ondernemers die, al dan niet, van de OKR gebruik gemaakt hebben?* Zoals in de onderzoeksopzet is beschreven zijn alle uitkomsten gecorrigeerd voor sector. De opbouw van hoofdstuk 6 is als volgt. In 6.2 wordt een toelichting gegeven over de omvang van de bedrijfsinvesteringen en de investeringseffecten tot dusver van de OKR. Deze informatie is nuttig voor het interpreteren van de uitkomsten in de paragrafen daaropvolgend. In 6.3 wordt ingegaan op de **lokale** bedrijfsinvesteringen van de ondernemers in bedrijfsmiddelen en –diensten.

### **6.2 Omvang van alle bedrijfsinvesteringen door alle ondernemers uit de Kansenzones in de periode 2005-2008.**

In de enquête is aan de ondernemers gevraagd hoeveel Euro zij in de periode 2005-2008 hebben besteed aan bedrijfsinvesteringen. Er is gevraagd naar de investeringen over de periode 2005-2008 omdat de OKR van 2005 tot en met 2008 geldig was. Voor de ondernemers van de groep 'OKR succes' gaat het om de bedrijfsinvesteringen met de OKR (dus deel OKR en een deel eigen vermogen) en de bedrijfsinvesteringen zonder de OKR in de periode 2005-2008, kortom, alle investeringen die de ondernemers 'OKR succes' in die periode hebben gedaan. Vanzelfsprekend zijn de bedrijfsinvesteringen van de ondernemers 'OKR geen succes' en 'geen OKR' bedrijfsinvesteringen investeringen zonder OKR-subsidie geweest. In tabel 6.2a is te zien dat de ondernemers 'OKR succes' in de periode 2005-2008 beduidend grotere bedragen hebben geïnvesteerd dan de ondernemers 'geen OKR.' Van de ondernemers uit de groep 'OKR succes' heeft 40% bedragen van meer dan 100.000 Euro geïnvesteerd ten opzichte van 6,3% van de ondernemers 'geen OKR.' Verder is te zien dat 21,1% van de ondernemers 'geen OKR,' over de afgelopen vier jaar geen bedrijfsinvestering heeft gedaan. Van de ondernemers die vergeefs een aanvraag voor de OKR hebben gedaan heeft uiteindelijk toch nog 90% een bedrijfsinvestering gedaan.

Tabel 6.2a: Omvang van de bedrijfsinvesteringen door alle groepen ondernemers in de periode 2005-2008.

| Omvang van alle bedrijfsinvesteringen in de periode 2005-2008 (in Euro's) | Ondernemers 'OKR succes' (in %) | Ondernemers 'OKR geen succes' (in %) | Ondernemers 'geen OKR' (in %) | Totaal (in %) |
|---|---------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|---------------|
| 0-10.000  | 9,9                             | 26,3                                 | 53,5                          | 31,4          |
| 10.000-25.000   | 20,4                            | 26,3                                 | 9,9                           | 15,8          |
| 25.000-50.000   | 12,7                            | 21,1                                 | 4,2                           | 9,2           |
| 50.000-75.000   | 10,6                            | 10,5                                 | 2,8                           | 6,9           |
| 75.000-100.000  | 6,3                             | 0                                    | 2,1                           | 4,0           |
| 100.000-150.000   | 12,0                            | 0                                    | 1,4                           | 6,3           |
| 150.000-200.000   | 6,3                             | 0                                    | 0,7                           | 3,3           |
| Meer dan 200.000  | 21,8                            | 5,3                                  | 4,2                           | 12,5          |
| Niet geïnvesteerd   | 0                               | 10,5                                 | 21,1                          | 10,6          |
| Totaal aantal ondernemers   | 142                             | 19                                   | 142                           | 303           |
| Totaal in %   | 100                             | 100                                  | 100                           | 100           |

Bron: OBR, 2009.

In tabel 6.2b is te zien waarin alle ondernemers de afgelopen vier jaar, naar eigen zeggen, hebben geïnvesteerd. Voor alle ondernemers geldt dat relatief de meeste ondernemers investeren in bedrijfsmiddelen. Als er in de toekomst opnieuw een subsidieregeling wordt ingezet, kan men er dus vanuit gaan dat subsidies op bedrijfsmiddelen aanslaan. Onder de categorie 'anders' zijn uiteenlopende investeringen genoemd zoals een cursus en de aanschaf van een bedrijfsauto of een airco systeem. Uit de enquête is niet na te gaan hoeveel Euro de ondernemers precies besteed hebben aan bedrijfsmiddelen, het bedrijfspand, personeel etc. omdat de ondernemers meerdere antwoordmogelijkheden konden opgeven.

Tabel 6.2b: Waarin zeggen de ondernemers de afgelopen vier jaar te hebben geïnvesteerd?

| Bedrijfsinvestering     | Aandeel ondernemers dat aangeeft in de periode 2005-2008 betreffende bedrijfsinvestering te hebben gedaan (in%). | Aantal ondernemers |
|-------------------------|--|--------------------|
| Bedrijfsmiddelen        | 80,4   | 252                |
| Bedrijfspand            | 46,4   | 146                |
| Personeel               | 21,1   | 66                 |
| Uitbreiding assortiment | 20,1   | 63                 |
| Anders                  | 3,5  | 11                 |

Bron: OBR, 2009.

De ondernemers 'OKR succes,' hebben in de periode 2005-2008 meer geld besteed aan bedrijfsinvesteringen dan de ondernemers die géén gebruik hebben gemaakt van de OKR. Betekent dit dat er meer is geïnvesteerd dóór de financiële bijdrage van de OKR-regeling of er is door de regeling een zelfselectie ontstaan van ondernemers die überhaupt al meer investeringsgeneigd zijn dan de andere ondernemers in Rotterdam-Zuid? Om een antwoord op deze vragen te kunnen geven dient verder gekeken te worden naar het investeringsgedrag van de ondernemers.

### 6.2.1 De omvang van de bedrijfsinvesteringen met de subsidieregeling OKR.

In de vorige paragraaf is beschreven wat de omvang van de totale bedrijfsinvestering(en) van de ondernemers over de periode 2005-2008 was. Maar hiermee is nog niet duidelijk geworden hoeveel Euro er door de ondernemers 'OKR succes' geïnvesteerd is in projecten die met de OKR gerealiseerd zijn. Voordat hier verder op ingegaan wordt, moet niet vergeten worden dat de investeringen met de OKR voor minimaal 50% bestaan uit het eigen vermogen van de ondernemers en voor maximaal 50% bestaan uit de investeringspremieregeling OKR. In de meeste gevallen is de investering met de OKR 50-50 geweest, maar in sommige gevallen dekte de OKR 30% of 40% van de totale bedrijfsinvestering.

In tabel 6.2.1a zijn de bedrijfsinvesteringen te zien die met de OKR-subsidie gefinancierd zijn. Door de 150 ondernemers is in totaal ongeveer 13.8 miljoen Euro geïnvesteerd. Van de 13,8 miljoen Euro is een bedrag van 5,3 miljoen Euro gesubsidieerd met de OKR. Gemiddeld is er door de 150 ondernemers ongeveer 92.294 Euro per ondernemer geïnvesteerd. Daarbij is het minimale bedrag 5200 Euro en het maximale bedrag 960.000 Euro en is de standaarddeviatie 128.092 Euro. De grote bedrijfsinvesteringen trekken het gemiddelde dus sterk op. Door de vergelijking te maken met tabel 6.2.1b (deze tabel is het eerste deel van tabel 6.2a) is te zien dat relatief de meeste ondernemers met de OKR een bedrijfsinvestering hebben gedaan van tussen de 0 en 50.000 in vergelijking met de totale bedrijfsinvesteringen in die periode (tabel 6.2.1a). Met de OKR zijn dus meer kleine bedragen geïnvesteerd.

Tabel 6.2.1a: Omvang van de bedrijfsinvesteringen die door de ondernemers 'OKR succes' alleen met de OKR zijn geïnvesteerd.

| Omvang van de bedrijfsinvestering(en) mét de OKR (in Euro's) in de periode 2005-2008. | Aandeel ondernemers (in %) |
|---|----------------------------|
| 0-10.000  | 13,6                       |
| 10.000-25.000   | 24,3                       |
| 25.000-50.000   | 17,2                       |
| 50.000-75.000   | 6,6                        |
| 75.000-100.000  | 7,7                        |
| 100.000-150.000   | 11,8                       |
| 150.000-200.000   | 7,4                        |
| Meer dan 200.000  | 11,5                       |
| Totaal in %   | 100,0                      |
| Totaal aantal ondernemers   | 150                        |

Tabel 6.2.1b: Omvang van alle bedrijfsinvesteringen door de ondernemers 'OKR succes.'

| Omvang van alle bedrijfsinvesteringen in de periode 2005-2008 (in Euro's) | Ondernemers 'OKR succes' (in %) |
|---|---------------------------------|
| 0-10.000  | 9,9                             |
| 10.000-25.000   | 20,4                            |
| 25.000-50.000   | 12,7                            |
| 50.000-75.000   | 10,6                            |
| 75.000-100.000  | 6,3                             |
| 100.000-150.000   | 12,0                            |
| 150.000-200.000   | 6,3                             |
| Meer dan 200.000  | 21,8                            |
| Totaal in %   | 100                             |
| Totaal aantal ondernemers   | 142                             |

Bron: OBR, 2009.



## 6.2.2 De bijdrage van de OKR aan de investeringsgeneigdheid van de ondernemers.

In de enquête is aan de ondernemers gevraagd of de OKR heeft aangezet tot het doen van een bedrijfsinvestering. Van de ondernemer heeft 68,3% aangegeven dat de OKR voor hen de reden is geweest om de bedrijfsinvestering uit te voeren. 26,7% van de ondernemers ('OKR succes') zag de OKR niet als reden om te gaan investeren. Bijna 4% heeft aangegeven de OKR als 'andere' reden te hebben gezien om te investeren. Onder de categorie 'anders' kwam onder andere naar voren dat men door de OKR meer, beter, of meer tegelijk, heeft kunnen investeren. Ook werd de OKR gezien als handig middel voor het financieren van verschillende opstartkosten van het bedrijf. Er kan gesteld worden dat de OKR zeker heeft bijgedragen aan een toename van de bedrijfsinvesteringen.

Er is aan de ondernemers vervolgens ook gevraagd of zij door de OKR méér zijn gaan investeren dan ze aanvankelijk van plan waren. Van de ondernemers geeft 45% aan door de OKR méér te hebben geïnvesteerd dan voorzien. Aan deze ondernemers is ook gevraagd hoeveel ze ongeveer meer denken te hebben geïnvesteerd. De ondernemers zeggen in totaal bijna 1,4 miljoen Euro méér te hebben geïnvesteerd dan voorzien. Van de overige ondernemers geeft 46,4% aan evenveel te hebben geïnvesteerd dan dat ze van te voren van plan waren om te gaan investeren.

In tabel 6.2.2 is te zien dat het bedrag van de bedrijfsinvestering geen verband houdt met het uiteindelijk méér, minder of evenveel in te investeren dan voorzien. De OKR heeft dus zowel grote als kleine investeerders uitgelokt tot een toename van de bedrijfsinvestering.

Tabel 6.2.2: Verband tussen de geplande omvang van de investering en uiteindelijk meer, minder of evenveel investeren.

| Omvang van de bedrijfsinvestering (in Euro's) | Meer geïnvesteerd dan voorzien (in %) | Minder of evenveel geïnvesteerd dan voorzien (in %) | Aantal ondernemers | Totaal (in %) |
|---|---------------------------------------|---|--------------------|---------------|
| 0-25.000                                      | 35,8                                  | 64,2  | 53                 | 100           |
| 25.000-75.000                                 | 42,4                                  | 57,6  | 33                 | 100           |
| 75.000-150.000                                | 53,6                                  | 46,4  | 28                 | 100           |
| 150.000+ Euro                                 | 60,7                                  | 39,3  | 28                 | 100           |
| Totaal in %                                   | 54,2                                  | 45,8  | 100                | 100           |
| Totaal aantal ondernemers                     | 65                                    | 77  | 142                | 142           |

Chi<sup>2</sup>= 5,456, p=0,141.

Bron: OBR, 2009.

### 6.2.3 Stand van zaken.

Uit de zojuist besproken uitkomsten kan opgemaakt worden dat er zonder OKR waarschijnlijk minder geïnvesteerd zou zijn door de ondernemers 'OKR succes.' Bijna 69% van de ondernemers zag de OKR als reden om te gaan investeren en 45% (zowel de grote als kleine investeerders) heeft aangegeven door de OKR méér te hebben geïnvesteerd dan zij voorzien hadden. Dit betekent dat de OKR voor veel ondernemers een stimulans is geweest om te gaan investeren en om extra te investeren. De ondernemers van de groep 'OKR succes' hebben gemiddeld het meest geïnvesteerd in de periode 2005-2008. Door de OKR zijn de ondernemers meer kleine bedragen gaan investeren van tussen de 0 en 50.000 Euro. Door álle (groepen) ondernemers is het vaakst geïnvesteerd in de aanschaf van bedrijfsmiddelen.

### 6.3 De lokale bedrijfsinvesteringen van ondernemers in Rotterdam-Zuid.

In vorige paragraaf is meer duidelijk geworden over de omvang van de bedrijfsinvesteringen tussen de verschillende groepen ondernemers. De ondernemers 'OKR succes' hebben relatief het meest geïnvesteerd. Maar heeft deze groep ondernemers de bedrijfsmiddelen en -diensten aangeschaft in Rotterdam-Zuid of is het geld weggevloeid naar andere plaatsen? Kan er gesproken worden van een lokaal multipliereffect door de bedrijfsinvesteringen van de ondernemers en wat heeft de OKR daaraan bijgedragen? In deze paragraaf wordt geprobeerd om de **locatie** van de bedrijfsinvesteringen van de ondernemers in kaart te brengen.

In de enquête zijn in totaal drie vragen opgenomen waaruit duidelijk moet worden **waar** de ondernemers in de periode 2005-2008 hun bedrijfsmiddelen en –diensten aangeschaft hebben. De drie vragen waren:

1. Kunt u aangeven waar u bedrijfsmiddelen (bijvoorbeeld kantoormeubilair, computer, machines) heeft gekocht?
2. Kunt u aangeven bij welke bedrijven (aannemersbedrijven en andere facilitaire bedrijven) u heeft geïnvesteerd om een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand te verrichten?
3. Indien u zelf een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand heeft uitgevoerd, kunt u aangeven waar u welk deel van de benodigde producten heeft gekocht?

De ondernemers konden bij elk van de drie vragen in percentages aangeven waar ze welk deel van hun investering/aankoop hebben gedaan. De ondernemers hadden de mogelijkheid om voor vier antwoordmogelijkheden de juiste percentages in te vullen, namelijk; 1. Rotterdam-Zuid, 2. Elders in Rotterdam, 3. Buiten Rotterdam en 4. Het buitenland (bijlage 1a, p. 89).

Alleen de ondernemers die per vraag een totaal van 100% hebben ingevuld zijn meegenomen in de analyses van de volgende paragrafen. Omdat de antwoordmogelijkheden elkaar uitsluiten moeten de ingevulde percentages van de bedrijfsinvestering(en) per vraag immers altijd op 100% uit komen. Er is een aantal ondernemers die bijvoorbeeld een totaal van 40% hebben ingevuld, waarschijnlijk hebben zij de vraag verkeerd begrepen. Zij zijn niet meegenomen in de analyses waardoor de uitkomsten betrouwbaarder zijn. Dit houdt wel in dat in de volgende paragrafen minder ondernemers zijn opgenomen dan het totaal van 314 respondenten. Daarnaast is het aantal respondenten in de analyses kleiner geworden omdat vanaf deze paragraaf alleen nog een onderscheid gemaakt wordt tussen de ondernemers 'OKR succes' en de ondernemers 'geen OKR.' De ondernemers 'OKR geen succes' zijn niet meegenomen in de analyses omdat deze responsegroep te klein is (19 ondernemers) om een betrouwbare groep te vormen voor de totale populatie ondernemers van de afgewezen/ingetrokken aanvragen. Er resteert met de ondernemers 'OKR succes' en 'geen OKR' een totaal van 223 ondernemers.

### **6.3.1 De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.**

De ondernemers 'OKR succes' hebben gemiddeld meer geïnvesteerd dan de ondernemers 'geen OKR,' dus lokale investeringen van deze groep ondernemers zouden bijdragen aan een sterker lokaal multipliereffect dan de bedrijfsinvesteringen van de groep 'geen OKR.' Uit de variantieanalyse blijkt dat de ondernemers 'OKR succes' relatief minder bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid hebben aangeschaft in vergelijking met de ondernemers 'geen OKR.' Daarmee zou de sterkte van een multipliereffect voor Rotterdam-Zuid niet groot zijn geweest (tabel 6.3.1).

Als wordt gekeken naar de totale bedrijfsinvesteringen voor Rotterdam (dus Rotterdam-Zuid + Elders in Rotterdam) is er wel relatief veel besteed in Rotterdam. Door de ondernemers 'OKR succes' 44,76% en door de ondernemers 'geen OKR' 56,29%. De ondernemers 'OKR succes' schaften dus relatief minder bedrijfsmiddelen aan in Rotterdam-Zuid en overig Rotterdam ten opzichte van de ondernemers 'geen OKR.'

Tabel 6.3.1: Percentage aangeschafte bedrijfsmiddelen per locatie waar het product is aangeschaft.

| Locatie aanschafte bedrijfsmid-delen | Groep onderne-mers | Aantal onderne-mers | Aandeel aangeschafte bedrijfsmid-delen in Rotterdam-Zuid (in %) | Cummu-latief | Stan-daard deviatie | Toetsings-grootheid F | Signifi-cantie |
|--------------------------------------|--------------------|---------------------|---|--------------|---------------------|-----------------------|----------------|
| Rotterdam-Zuid                       | OKR succes         | 124                 | 18,66   | 18,66        | 27,999              | 8,20                  | 0,05           |
|                                      | Geen OKR           | 99                  | 31,89   | 31,89        | 40,67               |                       |                |
| Elders in Rotterdam                  | OKR succes         | 124                 | 26,1  | 44,76        | 33,23               | 0,132                 | 0,717          |
|                                      | Geen OKR           | 99                  | 24,4  | 56,29        | 36,66               |                       |                |
| Buiten Rotterdam                     | OKR succes         | 124                 | 52,8  | 97,56        | 38,62               | 5,294                 | 0,022          |
|                                      | Geen OKR           | 99                  | 40,5  | 96,79        | 40,51               |                       |                |
| Buitenland                           | OKR succes         | 124                 | 2,5   | 100          | 11,65               | 0,211                 | 0,646          |
|                                      | Geen OKR           | 99                  | 3,2   | 100          | 12,60               |                       |                |

Totaal: 223 ondernemers.

Bron: OBR, 2009.

### 6.3.2 Bestedingen bij bedrijven voor hun diensten bij onderhoud/verbouwing van het bedrijfspand.

Naast de aanschaf van bedrijfsmiddelen is er door de ondernemers ook besteed bij bedrijven voor een verbouwing van of onderhoud aan het bedrijfspand. Er zijn dus diensten aangeschaft. Met deze deelparagraaf moet duidelijk worden waar de ondernemers in de periode 2005-2008 diensten aanschafden. Huurden de ondernemers bijvoorbeeld een aannemersbedrijf in uit Rotterdam-Zuid of uit Den Haag?

Voor de aankoop van diensten bij andere bedrijven geldt opnieuw een significant verschil tussen de groepen ondernemers. De ondernemers 'geen OKR' hebben ook nu relatief vaker diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid en elders in Rotterdam aangeschaft dan de ondernemers 'OKR succes.' Toch besteedden de ondernemers 'OKR succes' relatief meer aan diensten in Rotterdam-Zuid en in Rotterdam, dan dat er bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid en Rotterdam werden aangeschaft (tabel 6.3.2 en 6.3.1)

Als wordt gekeken naar de overige locaties blijkt opnieuw een significant verschil in bestedingen bij bedrijven buiten Rotterdam tussen de groepen ondernemers. De ondernemers 'OKR succes' besteedden zowel voor diensten als bedrijfsmiddelen relatief vaker buiten Rotterdam dan de ondernemers 'geen OKR.'

Tabel 6.3.2: Percentage aangeschafte diensten per locatie van aanschaf.

| Locatie aangeschafte diensten | Groep Ondernemers | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte diensten in Rotterdam-Zuid(in %) | Cummulatief | Standaard deviatie | Toetsingsgrootheid F | Significantie |
|-------------------------------|-------------------|--------------------|---|-------------|--------------------|----------------------|---------------|
| Rotterdam-Zuid                | OKR succes        | 83                 | 34,3  | 34,2        | 44,25              | 4,75                 | 0,031         |
|                               | Geen OKR          | 44                 | 52,3  | 52,3        | 52,32              |                      |               |
| Elders in Rotterdam           | OKR succes        | 83                 | 23,0  | 57,3        | 36,7               | 0,789                | 0,066         |
|                               | Geen OKR          | 44                 | 24,8  | 77,1        | 37,8               |                      |               |
| Buiten Rotterdam              | OKR succes        | 83                 | 41,9  | 99,2        | 43,5               | 6,43                 | 0,012         |
|                               | Geen OKR          | 44                 | 22,9  | 100         | 32,47              |                      |               |
| Buitenland                    | OKR succes        | 83                 | 0,8   | 100         | 9,13               | 0,36                 | 0,55          |
|                               | Geen OKR          | 44                 | 0   | 100         | 0                  |                      |               |

Totaal: 127 ondernemers.

Bron: OBR, 2009.

Aan de ondernemers was ook gevraagd waar zij de producten hebben aangeschaft die ze nodig hadden als zij zelf een verbouwing/onderhoud aan hun bedrijfspand hebben uitgevoerd. De uitkomsten van de variantieanalyse op deze derde vraag over bedrijfsinvesteringen uit de enquête (Indien u zelf een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand heeft uitgevoerd, kunt u aangeven waar u welk deel van de benodigde producten heeft gekocht?) zijn niet opgenomen omdat de resultaten niet significant zijn. Dit betekent dat er beduidend geen verschil is in het aandeel aangeschafte producten per locatie.

### 6.3.3 Conclusie.

De deelvraag van deze paragraaf was: *In hoeverre draagt een bestedingsimpuls als de OKR bij aan een toename van lokale bedrijfsinvesteringen?*

Er is een duidelijk onderscheid tussen het lokale investeringsgedrag van ondernemers voor wie de OKR wél en niét gold. De ondernemers 'OKR succes' investeerden in de periode 2005-2008 méér dan de ondernemers 'geen OKR,' maar schaften relatief minder vaak bedrijfsmiddelen en –diensten lokaal aan dan de ondernemers 'geen OKR'. De ondernemers 'OKR succes' kochten slechts 19% (tabel 6.3.1) van hun totale bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid aan ten opzichte van 32% door de ondernemers 'geen OKR.' Er kan daarom niet gesteld worden dat er door middel van de OKR veel geld in Rotterdam-Zuid besteed is. Als wordt gekeken naar de bestedingen voor heel Rotterdam liggen de percentages hoger, namelijk 45% van de totaal aangeschafte bedrijfsmiddelen is door de ondernemers 'OKR succes' in Rotterdam aangeschaft en 56% door de ondernemers 'geen OKR.' Voor de aanschaf van diensten liggen de percentages voor beide groepen ondernemers ook hoger, zowel voor het aandeel aangeschafte diensten in Rotterdam-Zuid als voor héél Rotterdam (tabel 6.3.2).

De OKR heeft bijgedragen aan een bestedingsimpuls, alleen voor de aanschaf van bedrijfsmiddelen kan moeilijk gesteld worden dat er sprake is geweest van een lokaal multipliereffect met een aandeel van 19% aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid. Voor de aanschaf van diensten is eerder sprake van een lokaal multipliereffect met een aandeel aangeschafte diensten van bijna 35% in Rotterdam-Zuid door de ondernemers 'OKR succes.' Meer onderzoek op dit gebied moet een referentiekader kunnen geven waarmee ook duidelijk kan worden wat de waarde van de percentages is.

# **7 Resultaten; kenmerken van ondernemers, hun bedrijven en netwerken.**

## **7.1 Inleiding.**

In dit hoofdstuk wordt onderzocht in hoeverre de kenmerken van de ondernemers uit de Kansenzones, hun bedrijven en hun netwerken, van invloed zijn geweest op het lokale investeringsgedrag van de ondernemers. De deelvraag van dit hoofdstuk is: *In hoeverre zijn kenmerken van ondernemers, kenmerken van hun bedrijven en hun lokale netwerken van invloed op het lokale investeringsgedrag van ondernemers die, al dan niet, van de OKR gebruik gemaakt hebben?*

In de eerste plaats worden de kenmerken onderzocht voor de ondernemers 'OKR succes' en 'geen OKR' samen. Vervolgens wordt ook gekeken of het verband nog geldt als de analyse voor de groep 'OKR succes' en 'geen OKR' apart wordt gedaan.

Eerst worden de bedrijfskenmerken geanalyseerd, vervolgens wordt ingegaan op de persoonlijke kenmerken van de ondernemers en tot slot worden de lokale netwerken van de ondernemers onder de loep genomen. Ook voor deze resultaten zijn alle analyses gewogen, zodat de uitkomsten representatief zijn voor sector. Voor de uitkomsten met een significant verband geldt een betrouwbaarheidsinterval van 95%. De verbanden met een betrouwbaarheidsinterval van 90% worden aangegeven.

## **7.2 Bedrijfskenmerken**

Om het lokale investeringsgedrag van ondernemers te kunnen verklaren is ervoor gekozen om kenmerken van de ondernemer en kenmerken van het bedrijf te onderzoeken. Met deze paragraaf moet duidelijk worden of de bedrijfskenmerken (zoals besproken in hoofdstuk 4) sector, bedrijfsgrootte in aantal personen en bedrijfsgrootte in winst, van invloed zijn op de mate waarin een ondernemer lokaal producten en diensten aanschaft.

### **7.2.1 De sector waarin een bedrijf actief is.**

Niet alleen de locatie van de zakelijke handelspartners verschilt per sector maar ook de sterkte van een multiplier is sectorafhankelijk. Bedrijfsactiviteiten zijn in sommige sectoren meer locatiegebonden dan in andere sectoren (Schutjens & Vólker, 2009; Van Leeuwen et al., 2000). De verwachting is dat sector verband houdt met de locatie van de zakelijke relaties en de locatie van de afzetmarkt, en daarom ook met de locatie van de bedrijfsinvesteringen.

Zowel voor de aanschaf van bedrijfsmiddelen als voor het inschakelen van bedrijven voor hun diensten is onderzocht wat de invloed van de bedrijfssector is op het gedrag van de ondernemer om lokaal te investeren.

• *De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.*

Voor de aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid zijn geen significante verschillen in lokale bedrijfsinvesteringen naar voren gekomen op basis van de verschillende sectoren waarin de bedrijven actief zijn. In tabel 7.2.1a zijn de uitkomsten te zien. Bedrijven actief in bijvoorbeeld de sector gezondheidszorg schaffen ongeveer even veel bedrijfsmiddelen aan in Rotterdam-Zuid als de bedrijven actief in de sector bouwnijverheid. Ook als de groepen 'OKR succes' ( $F=1,468$  en  $p=0,195$ ) en 'geen OKR' ( $F=0,881$  en  $p=0,512$ ) apart geanalyseerd worden zijn de uitkomsten niet significant.

• *Aankopen van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

Er is wel een significant verschil waargenomen in de aankoop van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid op basis van sector (tabel 7.2.1b). Het grootste verschil tussen de lokale aanschaf van diensten is tussen de sector gezondheidszorg en de sector zakelijke dienstverlening. Het aandeel aangeschafte diensten in Rotterdam-Zuid is veel groter onder de bedrijven uit de sector gezondheidszorg. De uitkomsten zijn ook significant voor de groep 'OKR succes' ( $F=3,916$  en  $p=0,002$ ) waarbij het grootste verschil in de lokale aanschaf van diensten voor dezelfde sectoren geldt (dus gezondheidszorg en zakelijke dienstverlening). Dit houdt in dat het kenmerk sector belangrijker is voor het verklaren van de lokale investering dan de wel/niet OKR subsidie. De uitkomsten zijn niet significant voor de groep 'geen OKR' ( $F=1,067$  en  $p=0,4$ ).

Tabel 7.2.1a: Gemiddelde besteding aan bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid naar sector.

| Sector  | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|---|--------------------|--|--------------------|
| Bouwnijverheid                                  | 32                 | 22,73  | 37,79              |
| Detailhandel food en non-food                   | 50                 | 29,71  | 37,86              |
| Horeca  | 16                 | 20,00  | 40,23              |
| Zakelijke dienstverlening en onroerend goed     | 45                 | 18,37  | 25,79              |
| Gezondheidszorg en welzijnszorg                 | 26                 | 25,00  | 35,45              |
| Cultuur en recreatie en overige dienstverlening | 29                 | 27,06  | 33,69              |
| Overig  | 24                 | 26,86  | 37,19              |
| Totaal  | 223                | 24,52  | 34,74              |

$F=0,518$  en  $p=0,794$ .

Bron: OBR, 2009.



Tabel 7.2.1b: Gemiddelde besteding aan diensten in Rotterdam-Zuid naar sector.

| Sector  | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte diensten in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|---|--------------------|--|--------------------|
| Bouwnijverheid                                  | 9                  | 43,33  | 35,06              |
| Detailhandel food en non-food                   | 36                 | 45,54  | 44,83              |
| Horeca  | 14                 | 29,47  | 45,22              |
| Zakelijke dienstverlening en onroerend goed     | 24                 | 13,81  | 34,61              |
| Gezondheidszorg en welzijnzorg                  | 18                 | 63,24  | 45,68              |
| Cultuur en recreatie en overige dienstverlening | 16                 | 50   | 48,3               |
| Overig  | 10                 | 42,33  | 44,83              |
| Totaal  | 127                | 40,57  | 44,9               |

F=2,727 en p=0,016.

Bron: OBR, 2009.

### 7.2.2 Bedrijfsgrootte naar aantal werknemers.

Volgens Glas (1996) zouden specialistische en dure aankopen eerder buiten de regio gedaan worden door bedrijven omdat dergelijke aankopen meestal niet in de nabijheid te verkrijgen zijn. Omdat grote bedrijven over het algemeen vaker en meer investeren (Kerste & Overweel, 2002) lijkt het aannemelijk om te stellen dat grote bedrijven vaker buiten de lokale bedrijfsomgeving bedrijfsmiddelen en -diensten aanschaffen dan kleine bedrijven. Los daarvan is de verwachting dat grote bedrijven waarschijnlijk een bredere scope hebben; een afzetmarkt en zakenrelaties die verder reiken dan de lokale markt. Hiervan uitgaande is de verwachting dat grote bedrijven eerder buiten Rotterdam-Zuid investeren dan kleine bedrijven.

#### • *De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.*

Uit de variantieanalyse blijkt dat er geen significante verschillen zijn tussen de bedrijven (naar aantal werkzame personen) voor de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen (F=0,715 en p=0,582). Zowel de grote als kleine bedrijven schaffen dus ongeveer even veel bedrijfsmiddelen aan in Rotterdam-Zuid. Dezelfde analyse voor de groep 'OKR succes' (F=0,676 en p=0,61) en 'geen OKR' (F=1,732 en p=0,15) afzonderlijk, geeft eveneens geen verband aan.

#### • *Aankopen van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

Uit de variantieanalyses blijkt dat er ook geen significante verschillen zijn tussen de bedrijven (naar aantal werkzame personen) voor de lokale aanschaf van diensten (F=1,073 en p=0,373). Voor de groepen 'OKR succes' (F=0,949 en p=0,44) en 'geen OKR' (F=0,576 en p=0,682) apart, is ook geen verband aantoonbaar.

### 7.2.3 Bedrijfs grootte naar jaarlijkse netto winst.

Om bedrijfs grootte nauwkeurig te onderzoeken is er ook een onderscheid te maken naar de winst van bedrijven. In de enquête is aan de ondernemers gevraagd aan te geven wat ongeveer hun jaarlijkse netto winst is. De bedragen die door de ondernemers zijn opgegeven zijn samengevoegd tot drie categorieën om voldoende celvulling te creëren. Hierdoor zijn per categorie genoeg ondernemers om een betrouwbare analyse uit te voeren.

#### • *De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.*

Uit de variantieanalyse blijkt dat de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen geen verband houdt met de omvang van de jaarlijkse, netto winst van de bedrijven (tabel 7.2.3a). Bedrijven met een netto winst van meer dan 75.000 Euro per jaar schaffen dus ongeveer evenveel bedrijfsmiddelen aan in Rotterdam-Zuid als bedrijven met een jaarlijkse netto winst van maximaal 30.000 Euro per jaar. Er is geen significant verschil aantoonbaar. Dezelfde analyse is uitgevoerd voor de groep 'OKR succes' ( $p=0,219$ ,  $F=1,54$ ) en 'geen OKR' ( $p=0,15$ ,  $F=2,605$ ) apart. Voor beide groepen geldt eveneens geen significant verschil in lokale bedrijfsinvesteringen tussen de ondernemers met een hoge en een lage jaarlijkse netto winst.

Tabel 7.2.3a: Het verschil in jaarlijkse netto winst van de ondernemers die bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid hebben aangeschaft.

| Jaarlijkse, netto winst (in Euro's) | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|-------------------------------------|--------------------|--|--------------------|
| 0-30.000                            | 95                 | 27,19  | 34,8               |
| 30.000-75.000                       | 61                 | 17,09  | 29,69              |
| 75.000+                             | 37                 | 21,74  | 33,66              |
| Totaal                              | 193                | 22,97  | 33,19              |

$F=1,761$  en  $p=0,175$ .

Bron: OBR, 2009.

#### • *Aankopen van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

Voor de lokale aanschaf van diensten geldt wél een significant verschil tussen de bedrijven (tabel 7.2.3b). Er geldt dat de ondernemers met een jaarlijkse netto winst van maximaal 30.000 Euro zeker 54% van de benodigde diensten voor onderhoud aan hun bedrijfspand kochten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid. Door de ondernemers die meer dan 75.000 Euro netto, winst per jaar hebben, is 32% van de diensten lokaal aangeschaft. Er is dus sprake van een negatief verband, hoe groter de winst, des te kleiner het aandeel lokaal aangeschafte diensten.

De ondernemers met een jaarlijkse winst van meer dan 75.000 Euro hebben grotere bedragen geïnvesteerd dan de ondernemers met een winst van maximaal 30.000 Euro (bijlage 5). De kans is daarom groot dat veel geld terecht is gekomen buiten Rotterdam-Zuid; slechts 32% van de grote bedragen is in Rotterdam-Zuid besteed, dus 68% is buiten Rotterdam-Zuid besteed.

Tabel 7.2.3b: Verband tussen de jaarlijkse netto winst van ondernemers en het inschakelen van bedrijven uit Rotterdam-Zuid voor hun diensten.

| Jaarlijkse, netto winst (in Euro's) | Aantal ondernemers | Gemiddelde besteding in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|-------------------------------------|--------------------|---|--------------------|
| 0-30.000                            | 52                 | 54,2  | 44,19              |
| 30.000-75.000                       | 29                 | 24,57   | 41,07              |
| 75.000+                             | 29                 | 32,34   | 42,78              |
| Totaal                              | 110                | 40,61   | 44,63              |

F=5,13 en p=0,007.

Bron: OBR, 2009.

Als er een onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende groepen ondernemers 'OKR succes' en 'geen OKR' blijkt er alleen onder de ondernemers 'OKR succes' een significant verschil (tabel 7.2.3c). Ook in dit geval geldt dat de ondernemers met een lage winst relatief meer diensten lokaal aanschaffen dan de ondernemer met een hoge winst. Het bedrijfskenmerk winst verklaart dus sterker de lokale bedrijfsinvestering dan de subsidie wel/niet OKR. Onder de ondernemers 'geen OKR' is geen significant verband aantoonbaar (F=0,938 en p=0,4).

Tabel 7.2.3c: Verband tussen de jaarlijkse netto winst van ondernemers en het inschakelen van bedrijven uit Rotterdam-Zuid voor hun diensten, voor de ondernemers 'OKR succes.'

| Jaarlijkse, netto winst (in Euro's) | Aantal ondernemers | Gemiddelde besteding in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|-------------------------------------|--------------------|---|--------------------|
| 0-30.000                            | 33                 | 48,49   | 45,03              |
| 30.000-75.000                       | 22                 | 19,53   | 36,58              |
| 75.000+                             | 20                 | 25,52   | 43,14              |
| Totaal                              | 75                 | 3,87  | 43,69              |

F=3,6 en p=0,032.

Bron: OBR, 2009.

## 7.2.4 Conclusie

De bedrijfskenmerken van bedrijven uit de Kansenzones zijn onderzocht om meer te kunnen zeggen over het type bedrijf dat lokaal besteed. De drie onderzochte bedrijfskenmerken zijn sector, bedrijfsgrootte in aantal personen en de bedrijfsgrootte in jaarlijkse netto winst. Daarnaast is nog eens per groep ondernemers ('OKR succes' en 'geen OKR') afzonderlijk onderzocht of er een significant verband bestaat tussen de bedrijfskenmerken en lokale bedrijfsinvesteringen. De uitkomsten zijn samengevat in tabel 7.2.4. De verbanden die voor de gehele groep ondernemers zijn aangetoond, waren ook aantoonbaar voor de subgroep ondernemers 'OKR succes.' Dit geeft aan dat de bedrijfskenmerken, ongeacht OKR-regeling of niet, van invloed waren op de lokale bedrijfsinvesteringen.

Voor de lokale aanschaf van diensten in Rotterdam-Zuid geldt dat er verschillen zijn per sector. De grootste verschillen zijn gevonden tussen de sector gezondheidszorg (63% van de totaal aangeschafte diensten is in Rotterdam-Zuid aangeschaft) en zakelijke dienstverlening (14% van de totaal aangeschafte diensten is lokaal aangeschaft). Verder is een negatief verband aangetoond tussen de jaarlijkse netto winst van bedrijven en de lokale aanschaf van diensten. Dat wil zeggen dat de ondernemers met een jaarlijkse netto winst van maximaal 30.000 Euro meer lokaal aan diensten besteden dan de ondernemers met een jaarlijkse winst van meer dan 30.000 Euro. De ondernemers met een jaarlijkse winst van meer dan 30.000 Euro hebben grotere bedragen geïnvesteerd. Daarom kan er gesteld worden dat een groot deel van de 'grote bedrijfsinvesteringen' buiten Rotterdam-Zuid terecht is gekomen.

Tabel 7.2.4: De onderzochte verbanden tussen bedrijfskenmerken en lokale bedrijfsinvesteringen.

| <b>Bedrijfskenmerk</b>                | <b>Significant verband?</b>                              | <b>Verband ondernemers 'OKR succes'</b>                  | <b>Verband ondernemers 'geen OKR'</b>  |
|---------------------------------------|--|--|--|
| Sector                                | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: ja (positief verband) | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: ja (positief verband) | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: nee |
| Bedrijfs grootte (in aantal personen) | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: nee                   | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: nee                   | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: nee |
| Bedrijfs grootte (in winst)           | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: ja (negatief verband) | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: ja (negatief verband) | Bedrijfsmiddelen: nee<br>Diensten: nee |

Bron: OBR, 2009.

### **7.3 Persoonlijke kenmerken van de ondernemer.**

Om de bijdrage van ondernemers aan een lokaal multipliereffect te kunnen onderzoeken dient specifiek naar de ondernemer gekeken te worden. Door een onderscheid te maken in type ondernemer kan onderzocht worden welke kenmerken van ondernemers bepalend zijn voor het doen van lokale bedrijfsinvesteringen. In de volgende drie deelparagrafen wordt voor de kenmerken nationaliteit, woonplaats en opleidingsniveau onderzocht of deze kenmerken van invloed zijn op de lokale bedrijfsinvesteringen.

#### **7.3.1 Nationaliteit van de ondernemer.**

Het komt vaak voor dat allochtone ondernemers met hun bedrijven in de buurt van elkaar gevestigd zijn en dat zij onderling hun banden nauw onderhouden (Basu & Altinay, 2004). De kans is daarom groot dat zij bij elkaar investeren. De andere kant van het verhaal is dat allochtone ondernemers soms nog nauwe banden hebben met het land van herkomst, dit zou de kans op bedrijfsinvesteringen in het betreffende land vergroten (Deakins et al., 2003). Zijn allochtone ondernemers meer lokaal georiënteerd in hun bedrijfsinvesteringen dan autochtone ondernemers? Of doen allochtone ondernemers hun bedrijfsinvesteringen eerder in het land van herkomst?

• *De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid en de aankoop van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

In tabel 7.3.1 zijn de uitkomsten van de t-toetsen te zien. Uit de toetsen blijkt dat de nationaliteit van ondernemers wel degelijk van invloed is op het lokale investeringsgedrag van de ondernemers. Allochtone ondernemers schaffen relatief meer bedrijfsmiddelen en -diensten lokaal aan dan de autochtone ondernemers. Allochtone ondernemers investeren dus relatief vaker in de wijk dan autochtone ondernemers. Maar wat is de omvang van de bedrijfsinvesteringen van de allochtone ondernemers? Investeren de allochtone ondernemers relatief kleine of grote bedragen? In bijlage 6 is te zien dat de omvang van de bedrijfsinvesteringen tussen de allochtone en autochtone ondernemers weinig verschilt.

De uitkomsten zijn ook significant als de groep ondernemers wordt opgesplitst. Voor het aandeel lokaal aangeschafte bedrijfsmiddelen geldt: 'OKR succes'  $p=0,066$ ,  $F=11,9$  en 'geen OKR'  $p=0,004$ ,  $F=0,069$ . Voor het aandeel lokaal aangeschafte diensten geldt: 'OKR succes'  $p=0,024$ ,  $F=1,416$  en 'geen OKR'  $p=0,196$ ,  $F=0,062$ .

Tabel 7.3.1: Bedrijfsinvesteringen van autochtone en allochtone ondernemers in Rotterdam-Zuid.

| Bedrijfsin-<br>vestering | Nationaliteit<br>ondernemer | Aantal<br>onderne-<br>mers | Aandeel<br>aangeschafte<br>bedrijfsin-<br>vestering in<br>Rotterdam-<br>Zuid (in %) | Stan-<br>daard<br>deviatie | Toetsings-<br>grootheid<br>F | Sig.  |
|--------------------------|-----------------------------|----------------------------|---|----------------------------|------------------------------|-------|
| Bedrijfsmid-<br>delen    | Autochtoon                  | 199                        | 21,31   | 31,78                      | 17,337                       | 0,005 |
|                          | Allochtoon                  | 23                         | 51,94   | 46,21                      |                              |       |
| Diensten                 | Autochtoon                  | 108                        | 35,26   | 42,75                      | 10,442                       | 0,002 |
|                          | Allochtoon                  | 20                         | 69,60   | 46,32                      |                              |       |

Bron: OBR, 2009.

### 7.3.2 De woonplaats van de ondernemer.

De ondernemers hebben met elkaar gemeen dat hun bedrijf gevestigd is in Rotterdam-Zuid, in de Kansenzone. Dit geldt niet voor hun woonplaats. De ondernemers kunnen tevens wonen in de Kansenzone maar de woonplaats kan ook een plaats buiten Rotterdam zijn. Omdat de kans op zowel sociale als zakelijke relaties in de woonwerkplaats groot is, wordt er van uitgegaan dat de ondernemers die zowel wonen als werken in Rotterdam-Zuid meer binding met de lokale bedrijfsomgeving hebben, en daarom relatief vaker lokaal besteden dan de ondernemers die niet in Rotterdam-Zuid wonen.

• *De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.*

Een variantieanalyse is uitgevoerd om de invloed van woonplaats op de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen te analyseren. In de variantieanalyse zijn de ondernemers die wonen in het buitenland samengevoegd met de categorie 'buiten Rotterdam.' Er zijn namelijk slechts 5 ondernemers die hebben aangegeven in het buitenland te wonen. In tabel 7.3.2a is te zien dat er significante verschillen zijn in de bestedingen van ondernemers aan bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid en de woonplaats van de ondernemers. De ondernemers die wonen in Rotterdam-Zuid schaffen hun bedrijfsmiddelen gemiddeld twee keer zo veel aan in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers woonachtig buiten Rotterdam. Er is dus sprake van een positief verband, des te dichter men woont in de buurt van de bedrijfsomgeving des te groter het aandeel lokaal aangeschafte bedrijfsmiddelen. Dit verband is nog sterker voor de ondernemers 'OKR succes' ( $F=6,1$  en  $p=0,003$ ) waarbij de ondernemers woonachtig in Rotterdam-Zuid drie keer zo veel bedrijfsmiddelen lokaal aanschaffen dan de ondernemers die buiten Rotterdam en in het buitenland wonen. Onder de ondernemers 'geen OKR' is geen significant verband aantoonbaar ( $F=0,212$  en  $p=0,809$ ).

Tabel 7.3.2a: Verband tussen de woonplaats van de ondernemers en de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen.

| Woonplaats ondernemer          | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|--------------------------------|--------------------|--|--------------------|
| Rotterdam-Zuid                 | 95                 | 30,75  | 37,16              |
| Elders in Rotterdam            | 35                 | 24,19  | 34,96              |
| Buiten Rotterdam en buitenland | 92                 | 17,6   | 30,37              |
| Totaal                         | 222                | 23,31  | 34,52              |

$F=3,438$  en  $p=0,034$ .

Bron: OBR, 2009.

• *De aankoop van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

Uit de variantieanalyse tussen de woonplaats van de ondernemers en het inschakelen van bedrijven uit Rotterdam-Zuid voor hun diensten, blijkt ook een positief verband (met een betrouwbaarheidsinterval van 90%). Zie tabel 7.3.2b. Voor de aanschaf van diensten geldt dat ondernemers woonachtig in Rotterdam-Zuid gemiddeld 20% meer aan diensten besteden bij bedrijven in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers woonachtig buiten Rotterdam. Een positief verband geldt ook voor de ondernemers 'OKR succes' ( $F=2,372$  en  $p=0,1$ ), maar niet voor ondernemers 'geen OKR' ( $F=1,613$  en  $p=0,212$ ).

Tabel 7.3.2b: Verband tussen de woonplaats van de ondernemers en de lokale aankoop van diensten.

| Woonplaats ondernemer | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|-----------------------|--------------------|--|--------------------|
| Rotterdam-Zuid        | 49                 | 49,81  | 45,86              |
| Elders in Rotterdam   | 26                 | 42,44  | 47,95              |
| Buiten Rotterdam      | 51                 | 29,26  | 29,26              |
| Totaal                | 126                | 39,91  | 44,83              |

F=2,733 en p=0,069.

Bron: OBR, 2009.

### 7.3.3 Het opleidingsniveau van de ondernemer.

Het opleidingsniveau van de ondernemers is als onderzoeksvariabele opgenomen omdat de verwachting is dat laagopgeleide ondernemers vaker lokale bedrijfsinvesteringen doen dan hoogopgeleide ondernemers.

Uit de variantieanalyse blijkt geen significant verband tussen lokale bedrijfsinvesteringen en het opleidingsniveau van de ondernemers. Dit betekent dat zowel hoogopgeleide als laagopgeleide ondernemers ongeveer even vaak lokaal, dan wel niet lokaal, hun bedrijfsmiddelen (F=0,243 en p=0,785) en diensten (F=0,920 en p=0,401) aanschaffen. Er zijn eveneens geen verbanden gevonden onder de groepen 'OKR succes' en 'geen OKR' voor de aanschaf van bedrijfsmiddelen en diensten.

### 7.3.4 Conclusie.

De onderzochte persoonskenmerken van ondernemers in deze paragraaf zijn de nationaliteit van de ondernemer, de woonplaats van de ondernemer en het opleidingsniveau van de ondernemer. In tabel 7.3.4 zijn de uitkomsten overzichtelijk weergegeven. De nationaliteit van ondernemers is van invloed op de lokale bedrijfsinvesteringen van de ondernemers. Zo blijkt dat allochtone ondernemers eerder geneigd zijn om bedrijfsmiddelen en diensten lokaal aan te schaffen dan autochtone ondernemers. Er is dus sprake van een positief verband tussen allochtone ondernemers en lokale bedrijfsinvesteringen. Ook is uit de variantieanalyse gebleken dat de woonplaats van de ondernemers van invloed is op de locatie waar bedrijfsmiddelen worden aangeschaft. Ondernemers woonachtig in Rotterdam-Zuid schaffen twee keer zo veel bedrijfsmiddelen aan in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers die woonachtig zijn buiten Rotterdam. Een positief verband is ook aangetoond voor de lokale aanschaf van diensten en woonplaats. Er geldt dat ondernemers woonachtig in Rotterdam-Zuid voor 20% meer aan diensten besteden bij bedrijven in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers woonachtig buiten Rotterdam. Het opleidingsniveau van de ondernemers houdt geen verband met lokale bedrijfsinvesteringen.

Tabel 7.3.4: De onderzochte verbanden tussen kenmerken van de ondernemer en lokale bedrijfsinvesteringen.

| Bedrijfskenmerk  | Significant verband?  | Verband ondernemers 'OKR succes'  | Verband ondernemers 'geen OKR'                             |
|------------------|---|---|--|
| Nationaliteit    | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: ja (positief verband)  | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband met een betrouwbaarheidsinterval van 90%)<br>-Diensten: ja (positief verband verband) | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: nee |
| Woonplaats       | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: ja (positief verband met een betrouwbaarheidsinterval van 90%) | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: ja (positief verband met een betrouwbaarheid van 90%)                  | -Bedrijfsmiddelen: nee<br>-Diensten: nee                   |
| Opleidingsniveau | -Bedrijfsmiddelen: nee<br>-Diensten: nee  | -Bedrijfsmiddelen: nee<br>-Diensten: nee  | -Bedrijfsmiddelen: nee<br>-Diensten: nee                   |

Bron: OBR, 2009.

## 7.4 Lokale netwerken van de ondernemers in Rotterdam-Zuid.

Steeds meer onderzoekers erkennen dat de lokale economie is ingebed in relaties waardoor handel- en geldstromen tussen mensen lokaal plaatsvindt (Thorne, 1996; Gilbert, 2005). Het economisch handelen van mensen is ingebed in sociale structuren waarbij relaties tussen mensen de basis bieden voor economische interacties (Flora et al., 1997). Volgens Johanissen et al. (2002) kunnen de handelsnetwerken van bedrijven worden gezien als de grenzen waarbinnen bedrijfsactiviteiten zich afspelen. Investeren ondernemers met zakenrelaties in Rotterdam-Zuid dan ook relatief méér in Rotterdam-Zuid dan in andere plaatsen? In deze paragraaf wordt onderzocht of bedrijfsinvesteringen binnen lokale netwerken plaatsvinden.

### 7.4.1 Het zakelijke netwerk van de ondernemers.

Om een beeld te krijgen van het zakelijke netwerk van de ondernemers is aan de ondernemers gevraagd of ze in percentages kunnen aangeven waar hun zakenrelaties gevestigd zijn. Opnieuw konden de ondernemers percentages invullen van hun aandeel zakenrelaties voor de volgende antwoordmogelijkheden; 1. Rotterdam-Zuid, 2. Elders in Rotterdam, 3. Buiten Rotterdam en 4. Buitenland.

#### • *De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.*

Een regressieanalyse is uitgevoerd om te onderzoeken of de locatie van de zakenrelaties van de ondernemers verband houdt met de locatie van de bedrijfsinvesteringen. Uit de regressieanalyse blijkt dat er een positief verband bestaat tussen het hebben van zakenrelaties in Rotterdam-Zuid en het aanschaffen van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid ( $p=0,004$ ,  $F=8,56$ ,  $r\text{-square}= 0,045$ ).



Dit houdt in dat 4,5% van de verklaarde variantie in de aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid verklaard wordt door het hebben van zakenrelaties in Rotterdam-Zuid. Ondernemers met zakenrelaties in Rotterdam-Zuid kopen dus eerder hun bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid dan ondernemers zonder zakenrelaties in Rotterdam-Zuid. Dit positieve verband is ook geldig voor de groepen 'OKR succes' ( $p=0,026$ ,  $F=5,11$ ,  $r\text{-square}=0,051$ ) en 'geen OKR' ( $p=0,028$ ,  $F=5,02$ ,  $r\text{-square}=0,057$ ) afzonderlijk.

• *De aankoop van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

Met het uitvoeren van een regressieanalyse is ook een positief verband aangetoond tussen de aankoop van diensten bij lokale bedrijven en de lokale zakenrelaties van de ondernemers ( $p=0,092$ ,  $F=2,89$  en  $r\text{-square}=0,028$ ). Het betrouwbaarheidsinterval van deze uitkomst is 90%. Dit positieve verband is niet geldig voor de groep 'OKR succes' ( $p=0,48$ ,  $F=0,51$ ) en wél voor de groep 'geen OKR' ( $p=0,060$ ,  $F=3,766$ ,  $r\text{-square}=0,089$ ). Dit betekent dat het lokale zakelijke netwerk nog steeds een sterker kenmerk is voor het verklaren van de lokale aanschaf van diensten dan de wel/geen OKR subsidie.

Om de invloed van het lokale, zakelijke netwerk van de ondernemer op de lokale bedrijfsinvesteringen te onderzoeken, is voor de zekerheid een controlevraag gesteld, namelijk; 'In welke plaatsen zijn de bedrijven gevestigd waarmee u het meest samen werkt?' In bijlage 7a en b zijn de tabellen opgenomen met de uitkomsten van de variantieanalyses. Ook nu geldt dat de aanwezigheid van zakelijke netwerken in Rotterdam-Zuid een positief verband heeft met het aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen en –diensten in Rotterdam-Zuid.

#### **7.4.2 Het sociale netwerk van de ondernemers.**

Sociale relaties van ondernemers dragen niet altijd direct bij aan de prestaties van een bedrijf, maar het is wel mogelijk. Sociale contacten kunnen bijvoorbeeld bijdragen aan nuttige informatie, kapitaal (geld) of een zakelijk netwerk (Greve & Salaff, 2003; Schutjens & Stam, 2003). Door de aanwezigheid van sociale (en zakelijke) contacten in de omgeving ontstaat een lokale bekendheid en vertrouwen waardoor de kans op lokale investeringen groot is, zeker als mensen/ondernemers met bruikbare bronnen bij elkaar gevestigd zijn (Thorne, 1996; Sorenson & Audia, 2001:). Om de locatie van de sociale relaties van de ondernemers te onderzoeken op een verband met lokale bedrijfsinvesteringen, is aan de ondernemers gevraagd waar hun familie, vrienden en kennissen gevestigd zijn.

#### 7.4.2.1 Familie van de ondernemer.

Aan de ondernemers is gevraagd of hun familie woonachtig is in Rotterdam-Zuid. Aan de ondernemers zijn drie antwoordmogelijkheden voorgelegd, namelijk; 1. Ja (familie woont in Rotterdam-Zuid), 2. Slechts enkele familieleden wonen in Rotterdam-Zuid en 3. Nee (familie woont niet in Rotterdam-Zuid). Met het uitvoeren van variantieanalyses is onderzocht of de aanwezigheid van familie in Rotterdam-Zuid verband houdt met lokale bedrijfsinvesteringen.

• *De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.*

Tussen de aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid en de aanwezigheid van familieleden in Rotterdam-Zuid is een positief verband gevonden (tabel 7.4.2.1). De ondernemers met familieleden in Rotterdam-Zuid kopen een groter deel van hun bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers met familieleden in een andere plaats. Onder de ondernemers 'OKR succes' is ook sprake van een positief verband tussen de aanwezigheid van familie in Rotterdam-Zuid en de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen ( $p=0,058$  en  $F=2,914$ ) met een betrouwbaarheid van 90%. Voor de ondernemers 'geen OKR' geldt geen significant verband ( $p=0,157$  en  $F=1,888$ ).

• *De aankoop van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

De variantieanalyses is ook uitgevoerd om een verband te vinden tussen de bestedingen van ondernemers bij bedrijven in Rotterdam-Zuid voor hun diensten en de aanwezigheid van familie in Rotterdam-Zuid. Deze analyse laat echter geen significant verband zien ( $p=0,141$  en  $F=1,992$ ). Voor de groep 'OKR succes' afzonderlijk is ook geen verband aantoonbaar ( $p=0,621$  en  $F=0,48$ ), wel voor de ondernemers 'geen OKR' ( $p=0,075$  en  $F=2,761$ ).

De lokale aanwezigheid van familie is dus een verklarende factor voor de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen, maar niet voor de lokale aanschaf van diensten.

Tabel 7.4.2.1: De aanwezigheid van familie in Rotterdam-Zuid en de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen.

| Waar woont de familie van de ondernemer?            | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid (in %) | Standaard deviatie |
|---|--------------------|--|--------------------|
| Familie woont in Rotterdam-Zuid                     | 35                 | 41,77  | 43,34              |
| Enkele familieleden wonen in Rotterdam-Zuid         | 41                 | 25,19  | 25,19              |
| Er wonen <u>geen</u> familieleden in Rotterdam-Zuid | 143                | 20,02  | 31,23              |
| Totaal  | 219                | 24,44  | 34,7               |

$F=5,742$  en  $p=0,004$ .

Bron: OBR, 2009

#### **7.4.2.2 Vrienden en kennissen van de ondernemer.**

Aan de ondernemers is gevraagd of zij in percentages kunnen aangeven waar welk deel van hun vrienden en kennissen woonachtig is. De ondernemers konden opnieuw voor de categorieën Rotterdam-Zuid, elders in Rotterdam, buiten Rotterdam en Buitenland hun keuze maken.

##### *• De aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid.*

Om een verband tussen vrienden en kennissen in Rotterdam-Zuid en lokale bedrijfsinvesteringen te onderzoeken is een regressieanalyse uitgevoerd. Uit de analyses bleek een positief verband tussen de aanwezigheid van vrienden en kennissen in Rotterdam-Zuid en de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen ( $p= 0,003$ ,  $F= 8,76$ ,  $r\text{-square}=0,040$ ). 4% van de variantie van de aanschaf van bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid wordt verklaard door de aanwezigheid van vrienden en kennissen in Rotterdam-Zuid. Voor de groepen ondernemers afzonderlijk is alleen een significant verband aantoonbaar voor de groep ondernemers 'OKR succes' ( $p= 0,024$ ,  $F= 5,2$ ,  $r\text{-square}=0,044$ ). Er kan dus gesteld worden dat de lokale aanwezigheid van vrienden en kennissen een belangrijker kenmerk voor het verklaren van lokale bedrijfsinvesteringen is dan de wel/niet OKR subsidie.

##### *• De aankoop van diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid.*

Een positief verband is ook gevonden voor de lokale aanschaf van diensten en de aanwezigheid van vrienden en kennissen in Rotterdam-Zuid ( $p=0,011$ ,  $F=6,72$ ,  $r\text{-square}=0,052$ ). Voor de groepen ondernemers afzonderlijk is alleen een significant verband geldig tussen de ondernemers 'geen OKR' en de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen ( $p= 0,009$ ,  $F=7,4$ ,  $r\text{-square}=0,149$ ). Bijna 15% van de variantie van de lokale aanschaf van diensten wordt verklaard door de aanwezigheid van vrienden en kennissen in Rotterdam-Zuid voor de groep ondernemers 'geen OKR.' Ook voor de aanschaf van diensten kan gesteld worden dat de lokale aanwezigheid van vrienden/kennissen positief van invloed is op de lokale aanschaf van diensten.

#### **7.4.3 Conclusie.**

Om de invloed van een lokaal (zakelijk en sociaal) netwerk te onderzoeken op de mate van lokale bedrijfsinvesteringen, is aan de ondernemers gevraagd waar hun zakenrelaties, familie, vrienden en kennissen gevestigd zijn. Uit de analyses komt naar voren dat de aanwezigheid van zakenrelaties in Rotterdam-Zuid verband houdt met bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid. De ondernemers met lokale zakenrelaties besteden dus vaker in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers met zakenrelaties elders. Dit positieve verband geldt ook voor de aanwezigheid van familie, vrienden en kennissen in Rotterdam-Zuid. De aanwezigheid van een lokaal sociaal netwerk draagt bij aan lokale bedrijfsinvesteringen.

Dus, er kan gesteld worden dat de **lokale netwerken** waarbinnen ondernemers opereren, zowel op professioneel als persoonlijk vlak, van invloed zijn op het **lokale investeringsgedrag** van de ondernemers/bedrijven. In tabel 7.4.3 zijn de gevonden verbanden nog eens overzichtelijk weergegeven.

Tabel 7.4.3: De onderzochte verbanden tussen het lokale netwerk van de ondernemers en lokale bedrijfsinvesteringen.

| <b>Bedrijfskenmerk</b>                  | <b>Significant verband?</b>  | <b>Verband ondernemers 'OKR succes'</b>  | <b>Verband ondernemers 'geen OKR'</b>  |
|---|--|--|--|
| Zakelijke relaties                      | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: ja (positief verband met een betrouwbaarheid van 90%) | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: nee                                 | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: ja (positief verband met een betrouwbaarheid van 90%) |
| Familie (sociale relatie)               | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: nee   | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband met een betrouwbaarheid van 90%)<br>-Diensten: nee | -Bedrijfsmiddelen: nee<br>-Diensten: ja (positief verband met een betrouwbaarheid van 90%)                   |
| Vrienden en kennissen (sociale relatie) | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: ja (positief verband)                                 | -Bedrijfsmiddelen: ja (positief verband)<br>-Diensten: nee                                 | -Bedrijfsmiddelen: nee<br>-Diensten: ja (positief verband)   |

Bron: OBR, 2009.

## **8** Conclusie, lessen en aanbevelingen.

In dit hoofdstuk wordt een antwoord gegeven op de hoofdvraag van dit onderzoek. De hoofdvraag was als volgt geformuleerd: *In hoeverre zijn lokale multipliereffecten te stimuleren en door welke kenmerken van ondernemers, hun bedrijven en hun netwerken, wordt dit verklaard?*

In 8.1 worden de belangrijkste uitkomsten van de theoretische hoofdstukken aangegeven. In 8.2 worden de resultaten van het empirisch onderzoek getoond. In 8.3 komt aan bod welke lessen geleerd kunnen worden na de uitvoering van dit onderzoek waarna in 8.4 de aanbevelingen gepresenteerd worden.

### **8.1 Terugblik op het theoretisch kader.**

De laatste jaren is er onder onderzoekers en beleidsmakers steeds meer aandacht voor ondernemers en bedrijven, ook bij de initiatieven die aangewend worden om een lokale economie te stimuleren. Ondernemers worden namelijk gezien als de motor achter de economische groei van een gebied omdat ondernemers om verschillende redenen bijdragen aan de ontwikkeling van een lokale economie, bijvoorbeeld door het creëren van werkgelegenheid en voorzieningen in een gebied. Er wordt daarom in dit onderzoek onderzocht wat de bijdrage van ondernemers uit Rotterdam-Zuid is op een (mogelijk) multipliereffect in Rotterdam-Zuid, na het inzetten van de Ondernemersregeling Kansenzones (OKR).

#### **8.1.1 Multipliereffecten en overheidsbestedingen.**

Binnen de literatuur over overheidsbestedingen en multipliereffecten is veel onderzoek verricht naar de multipliereffecten op het lokale en regionale schaalniveau na een overheidsbesteding. Overheden wenden al decennia lang verschillende initiatieven aan om de economie van regio's te stimuleren. Zo wordt er bijvoorbeeld geïnvesteerd in de infrastructuur van een gebied, wordt er geprobeerd om lokaal ondernemerschap te stimuleren of wordt er ingezet op snelgroeiende sectoren zoals de high-technology sector. Uit de verschillende studies blijkt dat de multipliereffecten na een overheidsinvestering verschillen. Na een overheidsbesteding kan een multipliereffect optreden, maar dat hoeft niet altijd het geval te zijn. Het is tevens mogelijk dat er een onbedoeld of negatief effect teweeg wordt gebracht. Het succes van een multiplier verschilt per type investering en per gebied. Op voorhand zijn de effecten niet te voorspellen, net als dat de geografische afbakening van een multiplier vooraf nooit duidelijk is. Maar ook na de initiële investering blijft het lastig om vast stellen wat het uiteindelijke multipliereffect voor een gebied is geweest. Pas na enkele jaren is een multipliereffect te meten en heerst er onder onderzoekers discussie over de juiste rekenmethoden en analyses voor een betrouwbare uitkomst. Het meten van een multiplier is lastig door de vele factoren die een multiplier beïnvloeden.

Uit de onderzoeken komt wel duidelijk naar voren dat kleine plaatsen veel waarschijnlijker kleinere multipliereffecten kunnen genereren dan grote plaatsen. Binnen kleine plaatsen zou al gauw sprake zijn van zogeheten 'economische lekkages' door de afhankelijkheid van bronnen elders. Hetzelfde geldt voor economisch zwakkere gebieden. Dit soort gebieden zijn slechter in staat om een waardevermeerdering van een economische impuls te genereren. Over multipliereffecten na een overheidsbesteding op buurt-of wijkniveau is, voor zover bekend, nog geen onderzoek gedaan. De uitkomsten van dit onderzoek kunnen daaraan bijdragen.

### **8.1.2 Ondernemers en hun netwerken.**

De locatie van de zakelijke contacten van ondernemers blijkt een belangrijk gegeven voor de locatie van de bedrijfsinvesteringen. De meeste investeringen van ondernemers vinden plaats in de omgeving waar de ondernemer zijn of haar handelsactiviteiten uitvoert. De locatie van de handelsactiviteiten is vaak sectorgebonden. In de ene sector zijn de zakelijke relaties meer lokaal geconcentreerd dan in de andere sector. Naast de zakelijke relaties van ondernemers zijn ook de sociale relaties (relatie met vrienden, familie en kennissen) van ondernemers belangrijk voor de locatie van de bedrijfsinvesteringen. Sociale relaties kunnen bijdragen aan nuttige uitkomsten voor een bedrijf, bijvoorbeeld door het verstrekken van nuttige informatie, kennis en de juiste contacten. De emotionele band met sommige personen in de omgeving is bepalend voor de binding met een bepaald gebied. Sommige ondernemers hechten emotionele waarde aan de aanwezigheid van vrienden en familie om zich heen. Emotionele sociale relaties zijn vaak in de woonomgeving van de ondernemers gevestigd vanwege de bekendheid en vertrouwdheid met die omgeving.

### **8.1.3 Het lokale investeringsgedrag van ondernemers en hun bedrijven.**

Ondernemers en bedrijven worden in veel studies gezien als abstracte actoren. Daar waar met beleidsinitiatieven en investeringen grootschalig wordt ingezet op ondernemers, is niet eerder onderscheid gemaakt in welk type ondernemers en welk type bedrijven meer lokaal besteden dan anderen. Om er achter te komen welke ondernemers en bedrijven het effect van een lokale bestedingsimpuls beïnvloeden, is het juist nodig om dat onderscheid te maken. Voor drie bedrijfskenmerken en drie persoonlijke kenmerken van ondernemers is onderzocht of deze verband houden met het lokale investeringsgedrag van de ondernemer. De keuze voor de drie bedrijfskenmerken die onderzocht worden op een verband met lokaal investeringsgedrag zijn; sector, bedrijfsgrootte in aantal personen en bedrijfsgrootte in winst. De drie gekozen persoonskenmerken zijn; nationaliteit, woonplaats van de ondernemer en het opleidingsniveau van de ondernemer. Omdat er geen studies voorhanden zijn over het lokale investeringsgedrag van ondernemers en kenmerken die dat gedrag beïnvloeden, is de keuze voor zojuist genoemde kenmerken deels op deductieve en een deels op exploratieve wijze tot stand gekomen. Dit geldt ook voor de beschrijving van lokaal

investeringsgedrag van ondernemers. Het lokale investeringsgedrag van ondernemers is geformuleerd als; de uitgaven (in geld) die gedaan worden in de overtuiging dat dit ten goede komt aan het bedrijf, waarbij per ondernemer en bedrijf de afwegingen om te investeren, en de locatie van de investering, verschilt.

## **8.2 De uitkomsten van het empirisch onderzoek.**

### **8.2.1 De OKR.**

De OKR<sup>2</sup> heeft bijgedragen aan een bestedingsimpuls onder de ondernemers die gevestigd zijn in de Kansenzones. Bijna 70% van de ondernemers 'OKR succes' heeft aangegeven dat de OKR voor hen de reden was om te gaan investeren<sup>3</sup>. Ook zegt 45% van de ondernemers door de OKR uiteindelijk meer te hebben geïnvesteerd (uit eigen vermogen) dan het bedrag dat ze vooraf van plan waren om te investeren. De OKR heeft voornamelijk bijgedragen aan een toename van de kleine bedrijfsinvesteringen van tussen de 0 en 50.000 Euro.

De omvang van de totale bedrijfsinvesteringen is beduidend groter onder de ondernemers 'OKR succes' dan de ondernemers 'geen OKR' in de periode 2005-2008. Maar als verder gekeken wordt naar de locatie van de bedrijfsinvesteringen, komt naar voren dat juist de ondernemers 'OKR succes' relatief minder bedrijfsmiddelen en diensten hebben aangeschaft in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers 'geen OKR.' Het lokale multipliereffect zou groter zijn geweest als de ondernemers 'OKR succes' vaker in Rotterdam-Zuid bedrijfsinvesteringen hadden gedaan omdat zij méér geïnvesteerd hebben.

De toename in lokale bedrijfsinvesteringen onder de ondernemers 'OKR succes' is dus twijfelachtig. Het aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid onder de ondernemers 'OKR succes' is mager met een percentage van 19% ten opzichte van een percentage van 32% onder de ondernemers 'geen OKR.' Het aandeel lokaal aangeschafte diensten is hoger met een percentage van 34%. De ondernemers van de groep 'geen OKR' hebben gemiddeld 52% van hun totale aandeel diensten lokaal aangeschaft.

De OKR heeft dus extra bedrijfsinvesteringen uitgelokt, maar veel van dat geld is weggevloeid naar plaatsen buiten Rotterdam-Zuid. Er kan wel gesteld worden dat van de bedrijfsinvesteringen van de ondernemers 'OKR succes' (en zeker van de ondernemers 'geen OKR') een aanzienlijk deel binnen Rotterdam is gebleven. Van het aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen gemiddeld 45% en van het aandeel aangeschafte diensten gemiddeld 57%.

---

<sup>2</sup> De OKR geldt alleen voor bedrijfsinvesteringen in bedrijfsmiddelen en diensten/producten voor het bedrijfspand.

<sup>3</sup> Alle resultaten zijn gewogen, zodat de uitkomsten representatief zijn voor sector.

### **8.2.2 Bedrijfskenmerken.**

Om er achter te komen of bedrijfskenmerken van invloed zijn op het lokale investeringsgedrag van ondernemers zijn sector, bedrijfsgrootte in aantal personen en bedrijfsgrootte in winst onderzocht. Zowel de sector waarin een bedrijf actief is als de omvang van de jaarlijkse, netto winst van een bedrijf blijkt significant van invloed op de lokale aanschaf van diensten. Zo zouden bedrijven actief in de sector gezondheidszorg een groter deel van hun diensten lokaal aanschaffen dan de bedrijven actief in de zakelijke dienstverlening. En ondernemers met een netto winst van maximaal 30.000 Euro per jaar schaffen relatief meer diensten bij bedrijven in Rotterdam-Zuid aan voor een verbouwing en/of onderhoud aan het bedrijfspand, dan ondernemers die meer dan 30.000 Euro per jaar winst hebben. De ondernemers met een kleine winst investeren relatief kleinere bedragen dan de ondernemers met een grote winst. Dit betekent dat er daarom waarschijnlijk weinig geld in Rotterdam-Zuid terecht gekomen; de ondernemers met de grotere winsten besteden méér, maar niet lokaal.

Er is geen verband aangetoond tussen sector en en bedrijfsgrootte in winst voor de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen. Voor de bedrijfsgrootte in aantal personen is geen verband aangetoond met lokale bedrijfsinvesteringen. Het aandeel lokale bedrijfsinvesteringen is dus ongeveer gelijk voor grote en kleine bedrijven, zowel voor de aanschaf van bedrijfsmiddelen als diensten.

### **8.2.3 Kenmerken van de ondernemer.**

Om de invloed van de persoonlijke kenmerken op het lokale investeringsgedrag van de ondernemer te onderzoeken, zijn de kenmerken nationaliteit, woonplaats en opleidingsniveau bestudeerd. Zowel tussen nationaliteit als de woonplaats van de ondernemer is een positief verband aangetoond met het lokale investeringsgedrag van de ondernemers. Uit de resultaten blijkt dat de allochtone ondernemers uit Rotterdam-Zuid relatief meer bedrijfsmiddelen en diensten aanschaffen in Rotterdam-Zuid dan de autochtone ondernemers gevestigd in Rotterdam-Zuid. Waarschijnlijk zijn allochtone ondernemers in elkaars nabijheid geconcentreerd en op elkaar gericht waardoor bedrijfsinvesteringen lokaal plaatsvinden.

Uit de variantieanalyse voor woonplaats blijkt een positief verband tussen de ondernemers woonachtig in Rotterdam-Zuid en de aanschaf van bedrijfsmiddelen en diensten in Rotterdam-Zuid. Zo schaffen de ondernemers woonachtig in Rotterdam-Zuid 31% van hun al hun bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid aan ten opzichte van 18% onder de ondernemers woonachtig buiten Rotterdam. De ondernemers die dus wonen en werken in Rotterdam-Zuid, doen eerder bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers die alleen een bedrijf hebben in Rotterdam-Zuid en elders wonen.

Uit de resultaten is gebleken dat het opleidingsniveau van de ondernemer niet significant van invloed is op de locatie van de bedrijfsinvesteringen. Hoogopgeleide ondernemers zouden ongeveer net zo vaak lokaal, of niet-lokaal, georiënteerd zijn in hun bedrijfsinvesteringen als de laagopgeleide ondernemers.



#### **8.2.4 Kenmerken van netwerken.**

Om de invloed van een lokaal netwerk op lokale bedrijfsinvesteringen te onderzoeken is aan de ondernemers gevraagd aan te geven waar hun zakelijke (zakenrelaties) en sociale relaties (vrienden, familie en kennissen) gevestigd zijn. Zowel de ondernemers met lokale zakelijke als lokale sociale relaties hebben een groter deel van hun bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid aangeschaft dan de ondernemers zonder lokale zakelijke en sociale relaties. Zo kwam bijvoorbeeld uit de analyses naar voren dat de ondernemers met familie in Rotterdam-Zuid gemiddeld twee keer zo veel bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid aanschafte dan de ondernemers met familie elders. Dit verband is overigens niet aangetoond voor de aanschaf van diensten. Voor de lokale zakelijke relaties, en de aanwezigheid van vrienden en kennissen in Rotterdam-Zuid, geldt ook een positief verband met de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen én diensten. Er kan dus gesteld worden dat de aanwezigheid van een lokaal netwerk positief verband houdt met het doen van lokale bedrijfsinvesteringen.

#### **8.2.5 Eindconclusie.**

De centrale vraag van dit onderzoek is: *In hoeverre beïnvloedt een initiële lokale kapitaalinjectie, lokale multipliereffecten van bedrijven in Rotterdam-Zuid, en door welke factoren wordt dit verklaard?*

De initiële lokale kapitaalinjectie die is onderzocht is de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam (OKR). Dit betekent dat er alleen is gekeken naar de bedrijfsinvesteringen van ondernemers in bedrijfsmiddelen en het bedrijfspand. Over de OKR kan gesteld worden dat de OKR ondernemers heeft aangezet tot het doen van extra bedrijfsinvesteringen. De groep ondernemers 'OKR succes' heeft over de periode 2005-2008 de grotere bedrijfsinvesteringen gedaan dan de ondernemers geen 'OKR.' De omvang van de bedrijfsinvesteringen die met de OKR gerealiseerd zijn, is 13,8 miljoen Euro. Toch is waarschijnlijk slechts een klein deel in Rotterdam-Zuid terecht gekomen. Het aandeel lokaal aangeschafte bedrijfsmiddelen was 19%, en 34% voor diensten. Het aandeel lokaal aangeschafte bedrijfsmiddelen en diensten was hoger voor de groep ondernemers 'geen OKR' met een percentage van 32% en 52%. Met de OKR is (een onbedoeld) effect opgetreden dat een aanzienlijk deel van de bedrijfsinvesteringen is weggestroomd naar overig Rotterdam en plaatsen buiten Rotterdam. Het effect voor geheel Rotterdam naar aanleiding van de OKR is dus wél groot.

De vraag rest verder nog door welke kenmerken van netwerken, kenmerken van bedrijven en ondernemers, het lokale investeringsgedrag wordt verklaard. De lokale netwerken van de ondernemers blijken het lokale investeringsgedrag te beïnvloeden; zowel lokale sociale als lokale zakelijke relaties dragen bij aan lokale bedrijfsinvesteringen. De kenmerken van het bedrijf en ondernemer die bijdragen aan lokale bedrijfsinvesteringen zijn de bedrijfsgrootte in winst (alleen voor de aanschaf van diensten), sector (alleen voor de aanschaf van diensten) en de woonplaats en de nationaliteit van de ondernemer. Zo besteden bedrijven met een winst lager dan 30.000 Euro per jaar relatief meer lokaal

dan de bedrijven met een winst hoger dan 30.000 Euro per jaar en is er een wezenlijk verschil tussen de sector gezondheidszorg en zakelijke dienstverlening. Bedrijven actief in de gezondheidszorg doen vaker een beroep op bedrijven uit de omgeving voor hun diensten. De ondernemers die wonen in Rotterdam-Zuid doen een groter deel van hun bedrijfsinvesteringen in de lokale bedrijfsomgeving dan de ondernemers die elders wonen. En de allochtone ondernemers doen relatief meer lokale bedrijfsinvesteringen dan de autochtone ondernemers. Voor de kenmerken bedrijfsgrootte in aantal personen en het opleidingsniveau van de ondernemer geldt geen significant verband met lokale bedrijfsinvesteringen.

### **8.3 Lessen ten aanzien van het onderzoeksproces.**

Ondanks de opgestelde planning en de meermalen doordachte opzet is er gedurende het onderzoek opgelopen tegen een paar kleine valkuilen en verkeerde inschattingen. Door deze toe te lichten en door er oplossingen voor te bedenken, kan er met een eventueel vervolgonderzoek rekening mee gehouden worden. Van de lessen kunnen we tenslotte leren. In deze paragraaf worden de belangrijkste, onvoorziene punten die tijdens het onderzoek naar voren kwamen aangegeven.

- Het aandeel allochtone ondernemers in Rotterdam-Zuid is waarschijnlijk groot. Het is daarom belangrijk dat zij goed vertegenwoordigd zijn in de uiteindelijke responsegroep. In dit onderzoek is getracht om de response van de allochtone ondernemers te vergroten door enquêtes vertaald naar het Turks aan Turkse ondernemers aan te bieden. Waarschijnlijk is alleen het afgeven van Turkse enquêtes niet genoeg geweest omdat de response zeer laag was. Slechts één van de 29 enquêtes in het Turks is geretourneerd. Om de allochtone groep ondernemers te bereiken is tijd en geduld nodig, daar moet in het vervolg de planning beter op worden aangepast. Door bij ondernemers langs te gaan (misschien zelfs met een Turkse tolk), door uit te leggen waar het onderzoek over gaat en door mee te helpen de enquête in te vullen, kan de response waarschijnlijk hoger worden dan bij het afgeven van enquêtes die vertaald zijn in het Turks. Daarnaast is het interessant om in een vervolgstudie onderscheid te maken tussen verschillende nationaliteiten. Waarschijnlijk kan er dan meer gezegd worden over de invloed van nationaliteit op het lokale investeringsgedrag van ondernemers en over de grootte van de bedrijfsinvesteringen per groep ondernemers.

- Uit het onderzoek komt naar voren dat er relatief weinig ondernemers zijn geweest die voor hun bedrijf in het buitenland bedrijfsmiddelen hebben aangeschaft. In een eventueel vervolgonderzoek zou een andere indeling van de antwoordmogelijkheden voor de locaties misschien meer nuttige informatie kunnen opleveren. Bijvoorbeeld een indeling als: 1. Rotterdam-Zuid, 2. Elders in Rotterdam, 3. Niet in Rotterdam, maar wel in regio Zuid-Holland en 4. Buiten regio Zuid-Holland. Het zou in vervolg verstandig zijn om bij deze antwoordmogelijkheden een kaartje op te nemen met een aanduiding van de plaatsen die vallen onder genoemde categorieën.

## 8.4 Aanbevelingen.

Tot slot volgen hieronder enkele aanbevelingen om de kansen op een lokaal multipliereffect in Rotterdam-Zuid te vergroten en om verder onderzoek naar lokale multipliereffecten te ondersteunen. Aanbeveling één tot en met vier zijn beleidsaanbevelingen; aanbeveling vijf tot en met negen zijn aanbevelingen voor verder onderzoek.

- 1a. *Inspelen op woonwerkgebied.*

Uit de resultaten kwam naar voren dat er een positief verband is tussen Rotterdam-Zuid als woonwerkplaats van de ondernemers en het uitvoeren van bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid. Wonen en werken in eenzelfde plaats vergroot de lokale, sociale en zakelijke contacten en de sociale cohesie, waardoor de oriëntatie op de wijk toeneemt. Hierdoor kan een lokaal zelfversterkend effect optreden. Door als gemeente in te spelen op de aantrekkelijkheid van Rotterdam-Zuid als woonwerkgebied voor ondernemers, neemt de kans op lokale bedrijfsinvesteringen toe. Die aantrekkelijkheid kan bijvoorbeeld gestimuleerd kunnen worden door het gebied als woonomgeving aantrekkelijker te maken met woningen en faciliteiten voor mensen met verschillende inkomensklassen.

- 1b. Onderzoeken van de woonplaats van de ondernemer.

Bij het uitschrijven van een volgende (soortgelijke) OKR is het interessant om te weten wat de woonplaats van de aanvrager is. In de eerste plaats kan dan nog eens nagegaan worden of er opnieuw sprake is van een verband tussen woonwerkplaats en lokale bedrijfsinvesteringen. Ten tweede kan wellicht ingespeeld worden op de ondernemers die wonen in Rotterdam-Zuid voor subsidies op hun bedrijfsinvesteringen.

- 2. *Richt je als gemeente op de 'kleine investeerders.'*

Voor het vergroten van een lokale multiplier moet de gemeente zich richten op de kleine investeerders. Behalve dat de ondernemers die kleine bedragen hebben geïnvesteerd (tot 10.000 Euro) relatief vaker lokaal bedrijfsmiddelen en diensten aanschaffen, is ook gebleken dat de ondernemers met een jaarlijkse, netto winst van maximaal 30.000 Euro relatief vaker bij bedrijven in Rotterdam-Zuid diensten aanschaffen dan de ondernemers die een netto winst van meer dan 30.000 Euro per jaar hebben. Hierbij moet wel rekening gehouden worden met de bureaucratische lasten voor het verwerken van de aanvragen. Wegen de kosten voor het verwerken van de vele aanvragen voor 'kleine investeringen' op tegen de waarde die daarmee gecreëerd wordt voor het gebied?

• 3. *Bewustwording van de ondernemers dat zij een bijdrage kunnen leveren.*

In de enquête is geen vraag opgenomen over de mate waarin de ondernemers zich ervan bewust zijn zelf een bijdrage te leveren aan de stimulering hun wijkeconomie door lokaal diensten en bedrijfsmiddelen aan te schaffen. Het opnemen van een dergelijke vraag is misschien een idee voor een eventueel vervolgonderzoek. Een gemeente zou op de bewustwording van de ondernemers kunnen inspelen door hierover bijvoorbeeld meer informatie te geven, bijvoorbeeld door het uitgeven van een folder en deze gratis aan de ondernemers aan te bieden.

• 4. *Stimuleer investeringen voor onderhoud en verbouwing van het bedrijfspand.*

Om een lokale multiplier te kunnen bewerkstelligen is het verstandig om in te zetten op het stimuleren van investeringen voor onderhoud en verbouwing van het bedrijfspand. Zowel door de ondernemers 'OKR succes' als 'geen OKR,' zijn relatief veel diensten voor onderhoud en verbouwing van het pand aangeschaft in Rotterdam-Zuid. Niet alleen het aanzicht van de wijken kan daardoor verbeteren, maar een toename van de vraag naar lokale aannemersbedrijven leidt tot een toename van het aantal vestigingen van aannemersbedrijven in Rotterdam-Zuid.

• 5. *Meer onderzoek naar de lokale effecten van 'kleine investeringen.'*

Uit de verschillende analyses is naar voren gekomen dat bij bedrijfsinvesteringen groter dan 10.000 Euro relatief minder lokaal besteed wordt dan bij de bedrijfsinvesteringen kleiner dan 10.000 Euro. Maar zouden de effecten voor Rotterdam-Zuid verdwijnen als ondernemers meer dan 10.000 Euro investeren? Vanaf welk bedrag boven de 10.000 Euro worden diensten en bedrijfsmiddelen buiten de buurt aangeschaft? Waar ligt de grens? Dit is een interessant punt voor verder onderzoek.

• 6. *Meer onderzoek nodig om er achter te komen wat de bijdrage van ondernemers en bedrijven is aan een lokaal multipliereffect.*

Met dit onderzoek kan alleen gesproken over een lokaal multipliereffect naar aanleiding van de bedrijfsinvesteringen van ondernemers in bedrijfsmiddelen en het bedrijfspand. Andere economische factoren waar ondernemers en bedrijven invloed op hebben zoals het creëren van werkgelegenheid en de vestiging van nieuwe bedrijven zijn buiten beschouwing gelaten. Meer onderzoek is nodig om de totale invloed van ondernemers op een lokaal multipliereffect te onderzoeken.

• 7. *Meer onderzoek nodig om resultaten te kunnen vergelijken.*

Meer onderzoek moet kunnen uitwijzen wat nu 'hoge' percentages en wat de 'lage' percentages zijn voor de lokale aanschaf van bedrijfsmiddelen en diensten. Er is bijvoorbeeld van uitgegaan dat het aandeel van 19% aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid door de ondernemers 'OKR succes' weinig is, maar is dit aandeel werkelijk weinig? Door meer onderzoek hiernaar uit te voeren ontstaat een referentiekader.

• *8. Meer onderzoek naar het lokale investeringsgedrag van ondernemers en bedrijven.*

Met dit onderzoek is voor het eerst aandacht voor het **lokale** investeringsgedrag van ondernemers en bedrijven. Daarvoor zijn enkele kenmerken van de ondernemers en bedrijven onderzocht op een verband met lokaal investeringsgedrag. Meer onderzoek is nodig om de verbanden nauwkeurig te kunnen interpreteren en om (andere) kenmerken te kunnen toetsen.

## Samenvatting

De aanleiding tot dit onderzoek is de evaluatie van het project Kansenzones Rotterdam. De Kansenzones zijn door het OBR (Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam) aangewezen achterstandsbuurtten in Rotterdam-Zuid waarvoor het project Kansenzones Rotterdam geldt. Met Kansenzones Rotterdam is door het OBR en het Rijk onder andere 15,2 miljoen Euro geïnvesteerd in de ondernemers die in de Zones gevestigd zijn. De ondernemers konden zich aanmelden voor de investeringspremieregeling OKR (Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam). Met de OKR konden ondernemers maximaal 50% van hun bedrijfsinvesteringen in bedrijfsmiddelen en/of hun bedrijfspand vergoed krijgen, met een maximaal subsidiebedrag van 100.00 Euro, en bij een minimaal inlegbedrag van 4000 Euro. Het project Kansenzones Rotterdam is in de periode 2005-2008 uitgevoerd door het OBR.

De laatste jaren is er vanuit overheden steeds meer aandacht voor de rol die kleine- en middelgrote bedrijven in een lokale economie innemen. Zowel door beleidsmakers als wetenschappelijk onderzoekers wordt erkend dat ondernemers een onmisbare kracht zijn achter de economie van regio's. Met dit onderzoek is daarom onderzocht wat de invloed van ondernemers is op de lokale multiplier ná een lokale bestedingsimpuls vanuit de overheid. Een multiplier is een getal, en een maatstaf, om aan te geven wat na verloop van tijd de waardevermeerdering van een initiële investering is geweest (in dit geval de 15,2 miljoen Euro). Maar dragen ondernemers wel bij aan de **lokale** doorwerking van een publieke lokale bestedingsimpuls? En zo ja, welke ondernemers en welke bedrijven leveren die bijdrage?

In de wetenschappelijke literatuur zijn studies te vinden over de effecten van overheidsinvesteringen en multipliereffecten. Ook over het belang van (lokale) netwerken van ondernemers op de (lokale) handelsstromen zijn onderzoeken te vinden. Alhoewel de lokale effecten voor wijk- en buurtniveau in de studies wel onderbelicht blijven. Er is echter vrijwel geen wetenschappelijke literatuur voor handen over de mogelijke kenmerken van bedrijven en ondernemers die het lokale investeringsgedrag verklaren. Dit onderzoek is daarom deels deductief en deels exploratief.

Aan de hand van een enquête is aan de ondernemers gevraagd waar ze hun bedrijfsmiddelen en – diensten hebben aangeschaft. Zijn de bedrijfsinvesteringen ten goede gekomen aan Rotterdam-Zuid, waardoor er sprake is geweest van een lokaal multipliereffect, of zijn de investeringen buiten Rotterdam terecht gekomen? Om er achter te komen welke kenmerken van invloed zijn op het lokale investeringsgedrag van ondernemers zijn er in de enquête vragen gesteld over het bedrijf, de netwerkrelaties en persoonlijke/demografische kenmerken van de ondernemers. Er zijn ook enquêtes gestuurd naar de ondernemers in de Kansenzone die geen gebruik hebben gemaakt van de OKR. Op deze manier is een vergelijking gemaakt tussen het lokale investeringsgedrag van ondernemers die wél en die géén gebruik hebben gemaakt van de OKR.

Er zijn een aantal kenmerken die het lokale investeringsgedrag van de ondernemers verklaren. De verklarende variabelen zijn onderverdeeld in drie categorieën; 1. bedrijfskenmerken, 2. persoonlijke kenmerken en 3. netwerken.

1. Onder de persoonlijke kenmerken van de ondernemers houden de variabelen nationaliteit en woonplaats positief verband met het doen van lokale bedrijfsinvesteringen. Uit de variantieanalyses is naar voren gekomen dat allochtone ondernemers relatief vaker in Rotterdam-Zuid besteden dan autochtone ondernemers. De ondernemers woonachtig in Rotterdam-Zuid besteden ook relatief vaker in Rotterdam-Zuid dan de ondernemers die buiten Rotterdam wonen.
2. De netwerken waarbinnen de ondernemers opereren, zowel op professioneel als persoonlijk vlak, is ook een aantoonbare variabele in het verklaren van lokale bedrijfsinvesteringen door ondernemers. Zo is naar voren gekomen dat zowel zakelijke contacten als een sociaal netwerk (familie, vrienden en kennissen) in Rotterdam-Zuid, positief verband houden met het doen van bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid.
3. Onder de onderzochte kenmerken van het bedrijf blijken sector en de winst van een bedrijf een verband te houden met de lokale aanschaf van diensten. De grootste verschillen in de lokale aanschaf van diensten zijn tussen de sector gezondheidszorg en zakelijke dienstverlening. En er geldt hoe lager de winst van een bedrijf, hoe groter de kans dat er lokaal diensten aangeschaft worden.

Lokale multipliereffecten zijn door overheden moeilijk te stimuleren. De locatie van de effecten en de sterkte van het uiteindelijke effect is op voorhand lastig te bepalen en ook achteraf moeilijk te meten. Er zijn namelijk veel factoren die een multiplier beïnvloeden. Daarnaast kan een bestedingsimpuls bijvoorbeeld ook negatieve of onbedoelde effecten met zich meebrengen zoals investeringen die wegebben naar een ander gebied. De inzet van de OKR heeft geleid tot een toename van de bedrijfsinvesteringen. De omvang van de bedrijfsinvesteringen die met de OKR gerealiseerd zijn, is 13,8 miljoen Euro. Toch is waarschijnlijk slechts een klein deel daarvan in Rotterdam-Zuid terecht gekomen. Het aandeel lokaal aangeschafte bedrijfsmiddelen was 19%, en 34% voor diensten. Het aandeel lokaal aangeschafte bedrijfsmiddelen en diensten was hoger voor de groep ondernemers die geen gebruik hebben gemaakt van de OKR. Met de OKR is (een onbedoeld) effect opgetreden dat een aanzienlijk deel van de bedrijfsinvesteringen is weggestroomd naar overig Rotterdam en plaatsen buiten Rotterdam. Het positief punt is dat het effect voor geheel Rotterdam naar aanleiding van de OKR wél groot was.

Uit dit onderzoek is verder gebleken dat bepaalde kenmerken van invloed zijn op het lokale investeringsgedrag van ondernemers. Zakelijk en sociale relaties, nationaliteit, woonplaats van de ondernemer, bedrijfsgrootte in winst<sup>4</sup> en sector □ houden verband met het lokale investeringsgedrag. Tussen het opleidingsniveau van de ondernemer en bedrijfsgrootte in aantal personen is geen verband met het lokale investeringsgedrag aantoonbaar.

---

<sup>4</sup> Alleen voor de aanschaf van diensten.

## Summary

The reason for this study is the evaluation of the so-called “Kansenzones Rotterdam” project. These “Kansenzones” are disadvantaged areas in the South of the city selected by the OBR (Development Corporation Rotterdam) to be part of the “Kansenzones” project. Because of this project, 15.2 million Euros were invested by OBR and the State, in businesses located in the aforementioned areas. The entrepreneurs owning these businesses could apply for the investment plan OKR. It would enable them to get back, with a maximum of 50 percent, the investment into their company resources and/or business property (with a maximum of 100,000 Euros, and a minimum of 4000 Euros). The “Kansenzones Rotterdam” project ran from 2005 to 2008 and was led by the OBR.

Recently, the different governmental institutions have started paying more attention to the role of small, as well as semi-large, businesses in the local economy. Policymakers and scientific researchers both recognize that entrepreneurs are an invaluable part of the economy of any region. Therefore, this study has focused on the influence of the entrepreneur on the local multiplier following a local investment stimulus from the government. A multiplier is a number, and a standard, to indicate what the increase in value has been of an initial investment (15.2 million in this case) after a certain amount of time has passed. The question is, *do* entrepreneurs contribute to the **local** continued effect of a public local investment? If so, which entrepreneurs and which businesses contribute to the increase in value?

One can find numerous scientific studies on the effect of government investment and multiplier effects. Studies on the importance of the local network of an entrepreneur on (local) trading can be found as well. Although they focus in the studies less on local results, like the level of the neighbourhood or a district. Nevertheless, there is next to no scientific research available on the possible aspects of businesses and entrepreneurs that could clarify the manner in which local investments are made. Therefore, this study is partly deductive and partly explorative.

By way of a survey, the entrepreneurs were asked where they had acquired their business resources and services. Have the business investments been beneficial to the South of Rotterdam, causing a local multiplier effect? Or did the investments ultimately end up outside of Rotterdam? To find out what aspects are of consequence to the local investment behaviour of the entrepreneurs, the survey included question concerning their business, their network relations, as well as the personal/demographic aspects of the entrepreneurs. The survey was also sent to entrepreneurs in the “Kansenzone” who had chosen not to participate in the investment plan (OKR). This allowed for a comparison between the local investment behaviour of entrepreneurs who *had* and those who had *not* been part of the project.



A number of characteristics were found that clarify the investment behaviour of the local entrepreneur. These variables have been divided into three categories: 1. Personal characteristics, 2. Network characteristics, and 3. Business features.

1. The variables nationality and place of residence are positively related to making local investments. The analysis has shown that ethnic entrepreneurs spend relatively more money in the South of Rotterdam than the Dutch entrepreneur. The entrepreneurs living in the South also spend relatively more money there than the entrepreneurs who live outside of Rotterdam do.
2. The network that the entrepreneur operates within, albeit personal or professional, is another demonstrable variable towards explaining the local business investments made by the entrepreneurs. It was found that both business contacts and social networks (family, friends and acquaintances) of the entrepreneurs in the South of Rotterdam are positively related to making investments in the South.
3. Amongst the business features, sector and the profit of the business turned out to be related to the local acquirement of services. The largest differences between sectors for local services acquired are between the sector health services and the sector business services. The lower the profit of the business, the larger the possibility that services were acquired locally.

It will be difficult for local governments to stimulate local multiplier effect. The location and the size of the effect is difficult to predict since there are many aspects on which the multiplier depends. Also years after the investment the effects are difficult to estimate. Furthermore, it is possible for an investment to have negative or unwanted side-effects; like investments that end up in other areas. The investment plan OKR did lead to an increase of the business investments. The amount of business investments that have been realised with OKR was 13,8 million Euro's. Only a small share of this amount probably reached Rotterdam-South. 19% of the total company resources and 34 % of the total business property bought was invested in Rotterdam-South. The share of locally bought company resources and business property of entrepreneurs who had *not* been part of the project was larger. An (unwanted) effect did occur because a relatively large part of the business investments was invested in other parts of Rotterdam and places elsewhere. A positive effect was that a large part of the business investments by the OKR did reach the whole city Rotterdam.

This study also has shown that certain characteristics of the entrepreneurs are explanatory variables to the local increase in value of a local investment. When it comes to making their investments, especially business and social relations, nationality, residence of the entrepreneur, firm size<sup>5</sup> (of a business' returns) and sector turned out to be the characteristics that explained the local orientation of the entrepreneurs. An entrepreneurs' level of education and firm size (in number of employees) did not explain the local orientation of the entrepreneurs.

---

<sup>5</sup> Only for the purchased business services.

## Literatuurlijst

- Adler, S. P. & S.W. Kwon (2002), Social Capital: Prospects for a new concept. *The Academy of Management Review* 27, pp. 17-40.
- Alfonso, A. & S. Fernandes (2006), Measuring local government spending efficiency: Evidence for the Lisbon region. *Regional Studies* 40, pp. 39–53.
- Altinay, L. (2008), The relationship between an entrepreneur's culture and the entrepreneurial behaviour of the firm. *Journal of Small Business and Enterprise Development* 15, pp. 111-129.
- Arenius, P. & M. Minniti, (2005), Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics* 24, pp. 233-247.
- Aschauer, D.A. (1989), Is public expenditure productive? *Journal of Monetary Economics* 23, pp. 177-200.
- Audretsch, D., I. Grilo & R. Thurik (2006), Explaining Entrepreneurship and the Role of Policy: a Framework. *Handbook of research on entrepreneurship policy*, pp. 1-17.
- Audretsch, D.B. & J.A. Elston (2002), Does firm size matter? Evidence on the impact of liquidity constraints on firm investment behavior in Germany. *International Journal of Industrial Organization* 20, pp. 1-17.
- Baarda, D.P. & M.P.M. De Goede (2001), *Methoden en Technieken*. Groningen: p/a Wolters- Noordhoff B.V. derde druk.
- Bartik, T.J. (2003), *Local Economic Development Policies*. W.E. Upjohn Institute for Employment Research. Upjohn Institute Working Paper No. 03-91.
- Basu, A. & E. Altinay (2004), The interaction between culture and entrepreneurship in London's immigrant businesses. *Small Business Economics* 28, pp. 143-169.
- Bedrijvenregister Zuid-Holland, bewerking door COS, 2008.
- Bertens, B. & Lantink (2008), *Stimulering van ondernemerschap in middelgrote gemeenten*. Zoetermeer: EIM.
- Biles, J.J. (2003), Using Spatial Econometric Techniques to Estimate Spatial Multipliers: An Assessment of Regional Economic Policy in Yucatán, Mexico. *The Review of Regional Studies* 33, pp. 121–141.
- Blakely, E. J. & T.K. Bradshaw (2002), *Planning local economic development. Theory and practice*. Londen: Sage Publications, Inc. derde druk.
- Blair, R. (2002), Policy tools theory and implementation networks: Understanding state enterprise zone partnerships. *Journal of public administration research and theory* 12, pp. 161-190.
- Boarnet, 1998, Spillovers and the locational effects of public infrastructure. *Journal of regional science* 38, pp. 381-400.
- Bondonio, D. & R. Greenbaum (2007), Do local tax incentives affect economic growth? What mean impacts miss in the analysis of enterprise zone policies. *Regional Science and Urban Economics* 37, pp. 121-136.

- Boschma, R. (2009), Related Variety, Trade Linkages, and Regional Growth in Italy. *Economic Geography* 85, pp. 289-311.
- Boschma, R. (2005), Proximity and Innovation. A critical assessment. *Regional Studies* 39, pp. 61-74.
- Bruni, A., S. Gherardi & B. Poggio (2005), *Gender and entrepreneurship : an ethnographic approach*. Abingdon: Routledge.
- Bryman, A. (2004), *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press. tweede druk.
- Burt, R.S. (1992), *Structural Holes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Button, K. (1998), Infrastructure investment, endogenous growth and economic convergence. *The Annals of Regional Science* 32, pp. 145–162.
- Capello, R. (2009), Spatial Spillovers and Regional Growth: A Cognitive Approach. *European Planning Studies* 17, pp. 639-658.
- CBS (2000), *Nationale Rekeningen*. Voorburg/Heerlen.
- Chaganti, R. & P.G. Greene (2002), Who Are Ethnic Entrepreneurs? A Study of Entrepreneurs' Ethnic Involvement and Business Characteristics. *Journal of Small Business Management* 40, pp. 126-143.
- Chandra, A. & E. Thompson (2000), Does public infrastructure affect economic activity?: Evidence from the rural interstate highway system. *Regional Science & Urban Economics* 30, pp. 457-490.
- Christensen, J.L. (2007), The Development of Geographical Specialization of Venture Capital. *European Planning Studies* 15, pp. 817-833.
- Combes, P., M. Lafourcade & T. Mayer (2005), The trade-creating effects of business and social networks: evidence from France. *Journal of International Economics* 66, pp. 1-29.
- Conway, M. & J. Konvitz (2000), Meeting the challenge of distressed urban area's. *Urban Studies* 4, pp. 749-774.
- CPB (1995), *Economische effecten van de Betuweroute op basis van recente informatie*, Werkdocument 75, Den Haag.
- CPB (1997), *Economische en ruimtelijke versterking van mainport Rotterdam*, Werkdocument 92, Den Haag.
- Cuervo, A. (2005), Individual and Environmental Determinants of Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1, pp. 293–311.
- Dahl, M. & O. Sorenson (2009), The embedded entrepreneur. *European Management Review* 6, pp. 172-181.
- Deakins, D., R. Monder & D. Smallbone (2003), Addressing the business support needs of ethnic minority firms in the United Kingdom. *Environment and Planning C: Government and Policy* 21, pp. 843-859.
- Deliktas, E., A. Önder & M. Karadag (2009), The spillover effects of public capital on the Turkish private manufacturing industries in the geographical regions. *Annual Regional Science* 43, pp. 365-378.

- Dijk, J., van & V. Schutjens (2007), *De economische kracht van de stad*. Assen: Van Gorcum. Ook te vinden op WWW:  
[http://books.google.nl/books?id=OggKDFO2uswC&printsec=frontcover&dq=De+economische+kracht+van+de+stad&source=bl&ots=vq7B\\_gzVLV&sig=KBZdAcuJCNUkdneq8k53VHVdvrQ&hl=nl&ei=EY9yS6XyDsGJ\\_gaCOuw8&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=3&ved=0CA4Q6AEwAg#v=onepage&q=&f=false](http://books.google.nl/books?id=OggKDFO2uswC&printsec=frontcover&dq=De+economische+kracht+van+de+stad&source=bl&ots=vq7B_gzVLV&sig=KBZdAcuJCNUkdneq8k53VHVdvrQ&hl=nl&ei=EY9yS6XyDsGJ_gaCOuw8&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CA4Q6AEwAg#v=onepage&q=&f=false)
- Dohse, D. (2000), Technology policy and the regions. The case of the BioRegio contest. *Research Policy* 29, pp. 1111–1133.
- Durlauf, S. (2004), Neighborhood effects. *Handbook of Regional and Urban Economics* 4, pp. 2174-2242.
- Eijgenraam, C.J.J., C.C. Koopmans, P.J.G. Tang & A.C.P.N. Verster (2000), Evaluation of Infrastructural Projects. In opdracht van CPB en NEI.
- Elvery, J.A. (2004), The impact of Enterprise Zones on resident employment: an evaluation of the enterprise zones programs of California and Florida. *Economic Development Quarterly* 23, pp. 44-59.
- Ericson, R. and A. Pakes (1995), Markov perfect industry dynamics: a framework for empirical analysis. *Review of Economic Studies* 62, pp. 53-82.
- Ernst & Young (2007), Midterm review Kansenzones Rotterdam hoofdrapport. Ook te vinden op WWW:  
[http://www.nicis.nl/kenniscentrum/binaries/nicis/bulk/praktijkvoorbeelden/2008/1584\\_hoofdrapport-rotterdam-kansenzones.pdf](http://www.nicis.nl/kenniscentrum/binaries/nicis/bulk/praktijkvoorbeelden/2008/1584_hoofdrapport-rotterdam-kansenzones.pdf)
- Fafchamps, M. en B. Minten (2002), Returns to social network capital among traders. *Oxford Economic Papers* 54, pp. 173-206.
- Figueiredo, O., P. Guimarães & D. Woodward (2002), Home-field advantage: location decisions of Portuguese entrepreneurs. *Journal of Urban Economics* 52, pp. 341-361.
- Flap, H. (1999), Creation and returns of social capital. *The Tocqueville Review* 20, pp. 5-26.
- Flap, H. & B. Völker (2004), *Creation and returns of social capital: A new research program*. Londen: Routledge.
- Flora, J., J. Sharp, C. Flora & B. Newlon (1997), Entrepreneurial social infrastructure and locally initiated economic development in the nonmetropolitan United States. *The Sociological Quarterly* 38, pp. 623-645.
- Flores-Romero, M.G. (2004), Survival of the small firm and the entrepreneur under demand and efficiency uncertainty. *The Warwick Economics Research Paper # 700*.
- Florida, R. (2004), *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York: Basic Books.
- Forrest, R. & A. Kearns (2001), Social cohesion, social capital and the neighbourhood. *Urban Studies* 38 (12), pp. 2125-2143.
- Fritsch, M. & D. Schilder (2006), Does Venture Capital investment really require spatial proximity? An empirical investigation. *Freiberg Working Papers # 07 2006*.

- Gilbert, E. (2005), Common cents: situating money in time and place. *Economy and society* 34, pp. 357-388.
- Glas, G.F. (1996), Industriële netwerken. Ruimte, regio's, cultuur en beleid. Groningen: NGS-studie 201.
- Green, M.B. & R.B. McNaughton (2000), *Industrial networks and proximity*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Greve, A. & J.W. Salaff (2003), Social networks and entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice* 28.1, pp. 1-22.
- Grinblatt, M. & M. Keloharju, (2000), The investment behavior and performance of various investor types: a study of Finland's unique data set. *Journal of financial economics* 55, pp. 43-67.
- Guest, A.M. & S.K. Wierzbivki (1999), Social Ties at the Neighborhood Level: Two Decades of GSS Evidence. *Urban Affairs Review* 35, pp. 92-111.
- Hanink, D.M. (2007), Spatial and geographical effects in regional multiplier analysis. *Environment and Planning A* 39, pp. 748-762.
- Hanson, A. (2009), Local employment, poverty, and property value effects of geographically-targeted tax incentives: An instrumental variables approach. *Regional Science and Urban Economics* 39, pp. 721-731.
- Hannon, P.D. & P. Chaplin (2003), Are incubators good for business? Understanding incubation practice - the challenges for policy. *Environment and Planning C: Government and Policy* 21, pp. 861-881.
- Haughwout, A.F. (2002), Public infrastructure investments, productivity and welfare in fixed geographic areas. *Journal of Public Economics* 83, pp. 405-428.
- Hébert, R.F. & A.N. Link (1989), In search of the meaning of entrepreneurship, *Small Business Economics* 1, pp. 39-49.
- Hite, J.M. (2005), Evolutionary Processes and Paths of Relationally Embedded Network Ties in Emerging Entrepreneurial Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29, pp. 113-114.
- Holmlund, M. & J.A. Törnroos (1997), What are relationships in business networks? *Management Decision* 35, pp. 304-309.
- Holtz-Eakin, D., D. Joulfaian & H.S. Rosen (1994), Sticking it out: Entrepreneurial survival and liquidity constraints. *Journal of Political Economy* 102, pp. 53-75.
- Jack, S.L. & A.R. Anderson, (2002), The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing* 17, pp. 467-487.
- Jack, S.L. (2008), Approaches to studying networks: implications and outcomes. *Journal of Business Venturing* 25, pp. 120-137.
- Jacobs, J. (1974), *The Death and Life of Great American Cities*. Harmondsworth: Penguin Books.
- Jenssen, J.I. (2001), Social networks, resources and entrepreneurship. *The international Journal of Entrepreneurship and Innovation* 2, pp. 103-109.

- Johanisson, B, M. Ramírez-Pasillas & G. Karlsson (2002), The institutional embeddedness of local inter/firm networks: a leverage for business creation. *Entrepreneurship and Regional development* 14, pp. 297-315.
- Johanisson, B. (2008), Networking and Entrepreneurship in Place. *Entrepreneurship and Business* 1, pp. 137-162.
- Johnston, R.J., D. Gregory, G. Pratt & M. Watts (2000), The dictionary of Human Geography. pp. 529-530. Oxford: Blackwell Publishing Ltd. 4<sup>e</sup> druk.
- Jones, C., N. Dunse & D. Martin (2003), The property market impact of British enterprise zones. *Journal of Property Research* 20, pp. 343-369.
- Jones-Evans, P. & D. Thompson (2009), The Spatial Dispersion of Informal Investment at a Regional Level: Evidence from the UK. *European Planning Studies* 17, pp. 659 -675.
- Kadaster (2007), Topografische Kaart van Nederland 37 Oost, Rotterdam. Kaartenzaal Universiteit Utrecht; VII b.a. 294.
- KEI (2007), Hoe is de selectie van VROM voor de veertig wijken tot stand gekomen? Ook te vinden op WWW:  
[http://www.kei-centrum.nl/view.cfm?page\\_id=1899&item\\_type=vraag\\_en\\_antwoord&item\\_id=139](http://www.kei-centrum.nl/view.cfm?page_id=1899&item_type=vraag_en_antwoord&item_id=139)
- Kemmerling, A. & A. Stephan (2001), The contribution of local public infrastructure to private productivity and its political economy: Evidence from a panel of large German cities. *Public Choice* 113, pp. 403–424.
- Kerste, R.A.J. & M.J. Overweel (2002), Waarom investeren jonge bedrijven? De achtergronden bij het investeringsgedrag. Zoetermeer: EIM.
- Kloosterman, R., J. van der Leun & R. Rath (1997), De valse verlokkingen van de Kansenzones. *Economisch Statistische Berichten* 82/4098, pp. 233-234.
- Kloosterman, R. & J. Rath (1999), Mixed embeddedness. (In)formal economic activities and immigrant business in the Netherlands. *International Journal of Urban and Regional Science* 23, pp. 253-267.
- Knack, S. & P. Keefer (1996), Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-country Investigation. Washington: University of Maryland and The World Bank.
- Koellinger, P., M. Minniti & C. Schade (2007), "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behaviour. *Journal of economic psychology* 28, pp. 502-527.
- Krätke, S. (1995), Stadt, Räume, Ökonomie – Einführung in aktuelle Problemfelder der Stadtökonomie und Wirtschaftsgeographie. Basel, Boston, Berlin: Birkhäuser.
- Krueger, N.F.Jr., M.D. Reilly & A.L. Carsrud (2000), Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* 15, pp. 411–432.
- Kuh, E. (1963), Theory and institutions in the study of investment behavior. *The American economic review* 52, pp. 260-268.
- Lechner, C. & M. Dowling (2003), Firm networks: external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship and Regional Development* 15, pp. 1–26.

- Lee, D.Y. & E.W.K. Tsang, (2001), The effects of entrepreneurial personality, background and network activities on venture growth. *Journal of management studies* 38, pp. 583-602.
- Leeuwen, E., van, E. Bos & J. Vleugel (2001), In welke regio's en sectoren heeft een vraagimpuls het hoogste rendement? LEI: Den Haag.
- Leitner, C. (1990), Cities in Pursuit of economic growth, the local state as entrepreneur. *Political Geography Quarterly* 4, pp. 146-170.
- Levie, J. (2007), Immigration, In-Migration, Ethnicity and Entrepreneurship in the United Kingdom. *Small Business Economics* 28, pp. 143-169.
- Lopez-Gracia, J. & C. Aybar-Arias (2000), An empirical approach to the financial behaviour of small and medium sized companies. *Small Business Economics* 14, pp. 55-63.
- Malecki, E.J, (1994), Entrepreneurship in Regional and Local development. *International Regional Science Review* 16, pp. 119-153.
- Martin, R., C. Berndt, B. Klagge & P. Sunley (2005), Spatial proximity effects and regional equity gaps in the venture capital market: evidence from Germany and the United Kingdom. *Environment and Planning C* 37, pp. 1207-1231.
- McMullen, J.S. & A.A. Shepherd (2006), Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review* 31, pp. 132-152.
- Mikelbank, B.A. & R.W. Jackson (2000), The role of space in public capital research. *International regional science review* 23, pp. 235.
- Minniti, M. & M. Lévesque (2008), Recent developments in the economics of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 23, pp. 603-612.
- Moreno, R. & E. López-Barro (2007), Returns to local and transport infrastructure under regional spillover. *International Science Review* 30, pp. 47-71.
- Möller, K.K. & A. Halinen (1999), Business relationships and networks: managerial challenge of network era. *Industrial Marketing Management* 28, pp. 413-427.
- Neumark, D. & J. Kolko (2008), Do Enterprise Zones Create Jobs? Evidence from California's Enterprise Zone Program. NBER Working Paper 14530.
- Nicis (2009a), 'Maak Kansenzones mogelijk in alle Vogelaarwijken.' Ook te vinden op het WWW: [http://www.nicis.nl/nicis/dossiers/EconomieInnovatie/Wijkeconomie/Rapport-Kansenzones\\_1024.html](http://www.nicis.nl/nicis/dossiers/EconomieInnovatie/Wijkeconomie/Rapport-Kansenzones_1024.html).
- Nicis (2009b), Doorzettingskracht in economische Kansenzones. Lessen uit Rotterdam. Den Haag.
- Oakly, D. & H. Tsao (2006), Socioeconomic gains and spillover effects of geographically targeted initiatives to combat economic distress: An examination of Chicago's Empowerment Zone Cities 24, pp. 43-59.
- OBR (2005), te vinden op WWW: <http://www.obr.rotterdam.nl/smartsite745765.dws>
- OBR (2007), Economische Kansenzones Rotterdam (Power Point Presentatie van dhr. A. de Groot). Ook te vinden op WWW: <http://www.nicis.nl/kenniscentrum/binaries/stedelijkeconomie/bulk/verslagen/2007/03-bedrijvigheid-in-de-buurten/presentatie-kansenzones.pdf>

- OBR (2009), geretourneerde enquêtes van de ondernemers uit de Kanszone.
- OBR (2010), bestanden OBR.
- OECD (2003), Entrepreneurship and local economic development: Programme and policy recommendations. Paris.
- Olfert, M. & J. Stabler (1994), Community level multipliers for rural development initiatives. *Growth and Change* 29, pp. 295-318.
- Oort, F., J., van, O, van Brussel, M. Raspe, J. Burger, B van Dinteren & B. van der Knaap. (2006), Economische netwerken in de regio. Rotterdam (Ruimtelijk Planbureau Den Haag).
- Ouweland, A. & M. Van Meijeren (2006), Economische initiatieven in stadswijken, een verkennend onderzoek. Gouda: Habiforum. Ook te vinden op WWW:  
<http://www.nicis.nl/kenniscentrum/binaries/nicis/bulk/onderzoek/2007/2/economische-initiatieven-in-stadswijken.pdf>
- Pater, B. de & H. Wusten, van der (1996), Het geografisch huis. De opbouw van een wetenschap. Bussum: Uitgeverij Coutinho B.V.
- Pavía, J.M., B. Carbrer & L. E. Villa (2006), Interregional trade linkages and the commercial role. *International Advances in Economic Research* 12, pp. 91–103.
- Pereira, A. (2000), Is all public capital created equal? *Review of Economics and Statistics* 3, pp. 513-518.
- Pereira, A.M. & O. Roca-Sagales (2003), Spillover effects of public capital formation: evidence from the Spanish regions. *Journal of Urban Economics* 53, pp. 238-256.
- Peters, A. & P. Fisher (2002), State enterprise zone programs: have they worked? Kalamazoo: W.E. Upjohn Institute for Employment Research.
- Peters, A. & P. Fisher (2004), The Failures of Economic Development Incentives. *Journal of the American Planning Association* 70, pp. 27-37.
- Pollard, (2003), Debates and commentary. Small firm finance and economic geography. *Journal of Economic Geography* 3, pp. 429-452.
- Potter, J. & B. Moore (2000), UK Enterprise Zones and the Attraction of Inward Investment. *Urban Studies* 37, pp. 1279–1312.
- Praag, M.C., van & P.H. Versloot (2007), What is the value of entrepreneurship? A review of recent research, *Small Business Economics* 29, pp. 351–382.
- Putnam, R. (1995), Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy* 6, pp. 65-78.
- Rabobank, in samenwerking met MKB Amsterdam, Gemeente Amsterdam Economische Zaken & Ernst & Young (2008), De kracht van de wijk. Belang van wijk economie voor de leefbaarheid in Amsterdamse Krachtwijken. Ook te vinden op WWW:  
[http://overons.rabobank.com/content/images/Dekrachtvandewijk-samenvatting032008\\_tcm64-74485.pdf](http://overons.rabobank.com/content/images/Dekrachtvandewijk-samenvatting032008_tcm64-74485.pdf).
- Reynolds, M. (1997), Learning styles: a critique. *Management Learning* 28, pp. 115-134.



- Sack, B. (2000), Does the fed act gradually? A VAR analysis. *Journal of Monetary Economics* 46, pp. 229-256.
- Schiantarelli, F. (1996), Financial constraints and investment: methodological issues and international evidence. *Oxford Review of Economic Policy* 12, pp. 70-89.
- Schoonhoven & Romanelli, 2001, uitgeprint
- Schotman, H. (1984), *Investeringsgedrag van ondernemers*. Eindhoven; Uitgeverij Koba.
- Schutjens, V. & B. Völker (2009), Space and social capital. The degree of locality in entrepreneur's contacts and its consequences for firm success. Universiteit Utrecht: Draft 8 december 2009.
- Schutjens, V en E. Stam (2003), The evolution and nature of young firm networks: a longitudinal perspective. *Small Business Economics* 21, pp. 115-134.
- Shane, S. (2003), *A general theory of entrepreneurship. The individual-opportunity nexus*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000), The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review* 25, pp. 217-226.
- Shideler, D.W. & D.S. Kraybill (2009), *The Journal of Socio-Economics* 38, pp. 443-455.
- Sorenson & Audia (2000), The Social Structure of Entrepreneurial Activity: Geographic Concentration of Footwear Production in the United States, 1940-1989. *The American Journal of Sociology* 106, pp. 424-461.
- Stam, E. (2009), *Entrepreneurship, evolution and geography. The Papers on Economics and Evolution #0907*.
- Storper, M., J. Anthony & J. Venables. (2004), Buzz: face-to-face contact and the urban economy. *Journal of Economic Geography* 4, pp. 351-370.
- Street, C.T. & A.M. Cameron (2007), External Relationships and the Small Business: A Review of Small Business Alliance and Network Research. *Journal of Small Business Management* 45, pp. 239–266.
- Strumpf, K.S. (1998), A predictive index for the flypaper effect. *Journal of Public Economics* 69, pp. 389–412.
- Taylor, M. & P. Plummer (2003), Promoting local economic growth: the role of entrepreneurship and human capital. *Education + Training* 45, pp. 558-563.
- Teece, D.J. (2007), Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal* 28, pp. 1319-1350.
- Thorne, L. (1996), Local exchange trading systems in the Untied Kingdom: a case of re-embedding? *Environment and planning A* 28, pp. 1361-1376.
- Thornton, P.H. & K.H. Flynn (2003), *Entrepreneurship, Networks, and Geographies. Handbook of Entrepreneurship Research: an interdisciplinary survey and introduction*, pp. 401–433. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers. Ook te vinden op WWW:  
[http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=4KRnkLZfXtMC&oi=fnd&pg=PR9&dq=handbook+of+entrepreneurship+research&ots=TZGgMT7gfK&sig=1mQZ\\_wLYWs\\_aM43W\\_7iQpXBIWlo#v=onepage&q=&f=false](http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=4KRnkLZfXtMC&oi=fnd&pg=PR9&dq=handbook+of+entrepreneurship+research&ots=TZGgMT7gfK&sig=1mQZ_wLYWs_aM43W_7iQpXBIWlo#v=onepage&q=&f=false)

- Toole, A.A. & C. Turvey (2009), How does initial public financing influence private incentives for follow-on investment in early-stage technologies? *Journal Technology Transfer* 34, pp. 43-58.
- Turok, I. & B. Robson (2007), Linking Neighbourhood Regeneration to City-Region Growth, Why and How? *Journal of Urban Regeneration and Renewal* 1, pp. 44-54.
- Uzzi, B. (1997), Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly* 42, pp. 35-67.
- Wang, E.C. (2002), Public infrastructure and economic growth: a new approach applied to East Asian economies. *Journal of pl. Modeling* 24, pp. 411-435.
- Welter, F. & L. Trettin en U. Neumann (2007), Fostering entrepreneurship in distressed urban neighbourhoods. *International Entrepreneurship Management Journal* 4, pp. 109-128.
- Wennekers, A.R.M., A.J. van Stel., M.A. Carree & A.R. Thurik (2008), The relationship between entrepreneurship and economic development: is it U-shaped? EIM-Scales paper H200824, Zoetermeer: EIM.
- Westlund, H. & R. Bolton (2003), Local Social Capital and Entrepreneurship. *Small Business Economics* 21, pp. 77-113.
- Westlund, H. & N. Nilsson (2003), Measuring enterprises. Investments in social capital, a pilot study. Paper prepared for presentation at the 43rd Congress of the European Regional Science Association, Jyväskylä, Finland, 27-30 August 2003.
- Westlund, H. (2006), *Social capital in the knowledge economy*. New-York: Springer.
- Wright, A.L. (1956), The Genesis of the Multiplier Theory. *Oxford Economic Papers, New Series* 8, pp. 181-193.
- Zerbe, R.O. & D.D. Dively (1994), *Benefit-cost analysis in theory and practice*. New-York: HarperCollins College Publishers.

## Bijlagen

Bijlage 1a: Enquête voor de ondernemers die wel gebruik hebben gemaakt van de OKR.

### Vragenlijst

### Bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid.

Deze vragenlijst bestaat uit vijf onderdelen (A,B,C,D,E). U hoeft bij deze vragenlijst alleen categorieën aan te kruisen en/of getallen in te vullen. Alvast bedankt voor uw medewerking.

**A. De eerstvolgende vragen gaan over uw bedrijfsinvestering(en) met behulp van de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam.**

**1. Hoeveel Euro heeft u met behulp van de Ondernemersregeling geïnvesteerd in uw bedrijf en/of bedrijfspand(en)?**

0 Ongeveer.....Euro.

**2. Hoeveel Euro heeft u uiteindelijk zelf, dus na aftrek van de Ondernemersregeling, geïnvesteerd in uw bedrijf en/of bedrijfspand(en)?**

0 Ongeveer.....Euro.

**3. Bent u door de Ondernemersregeling zelf, dus van uw eigen vermogen, meer of minder gaan investeren dan u aanvankelijk vóór de investering van plan was?**

0 Ik heb uiteindelijk **minder** geïnvesteerd dan ik van plan was, namelijk.....Euro **minder**.

0 Ik heb uiteindelijk **meer** geïnvesteerd dan ik van plan was, namelijk.....Euro **meer**.

0 Ik heb **evenveel** geïnvesteerd als ik van plan was, namelijk.....Euro.

**4. Welk deel van deze investering heeft u zelf, met eigen geld, kunnen bekostigen?**

0 De hele investering, ga a.u.b. verder met vraag 6.

0 Ik heb.....% van mijn investering geleend.

**5. Kunt u aangeven waar u welk deel van uw investering heeft geleend?**

|                          | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | BUITENLAND |
|--------------------------|-------------------|------------------------|---------------------|------------|
| Familie                  | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |
| Vrienden en/of kennissen | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |
| Bank                     | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |

**6. Is de Ondernemersregeling voor u een reden geweest om in uw bedrijf en/of bedrijfspand(en) te investeren?**

0 Ja

0 Nee, ik was al van plan om te investeren.

0 Anders, namelijk;.....  
.....

**7. Ziet u de financiering van uw investering(en) over het algemeen als een knelpunt?**

0 altijd

0 vaak wel

0 soms

0 zelden

0 nooit

**B. Het volgende blok gaat over de locatie en omvang van uw bedrijfsinvesteringen van de afgelopen vier jaar.**

**8. Wat is meestal uw motivatie geweest om te investeren? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Onontkoombare investering (bvb vervanging)       Uitbreiding/innovatie  
 Efficiencyverbetering       Behalen van groter marktaandeel  
 Winst/omzet/groei verbeteren       Anders; .....

**9. Waarin heeft u de afgelopen vier jaar geïnvesteerd? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- In bedrijfsmiddelen (bijvoorbeeld kantoormeubilair, machines of een computer).  
 In onderhoud of een verbouwing van mijn bedrijfspand(en).  
 In personeel  
 In uitbreiding van het assortiment  
 Nee, ik heb de laatste vier jaar niet geïnvesteerd, *ga a.u.b. verder met vraag 14.*  
 Anders, namelijk.....

**10. Hoeveel Euro heeft u in totaal de afgelopen vier jaar, inclusief het bedrag van de Ondernemersregeling, geïnvesteerd in uw bedrijf en/of bedrijfspand(en)?**

- Ongeveer.....Euro.  
- Indien u het niet zeker weet, kunt u een categorie aankruisen:

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 0 tot 10.000 Euro      | <input type="checkbox"/> 50.000 tot 75.000 Euro   | <input type="checkbox"/> 150.000 tot 200.000 Euro |
| <input type="checkbox"/> 10.000 tot 25.000 Euro | <input type="checkbox"/> 75.000 tot 100.000 Euro  | <input type="checkbox"/> Meer dan 200.000 Euro    |
| <input type="checkbox"/> 25.000 tot 50.000 Euro | <input type="checkbox"/> 100.000 tot 150.000 Euro |   |

**11. Kunt u aangeven waar u bedrijfsmiddelen (bijvoorbeeld kantoormeubilair, computer, machines) heeft gekocht?**

- Nee, ik heb geen bedrijfsmiddelen aangeschaft.  
 Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.  
 Ja, .....       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**12. Kunt u aangeven bij welke bedrijven u heeft geïnvesteerd om een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand(en) te verrichten?**

- Nee, ik heb niet geïnvesteerd in mijn pand(en).  
 Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.  
 Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**13. Indien u zelf een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand(en) heeft uitgevoerd, kunt u aangeven waar u welk deel van de benodigde producten heeft gekocht?**

- Nee, ik heb niet geïnvesteerd in mijn pand(en).  
 Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.  
 Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**14. Bent u van plan het komende jaar te investeren in bedrijfsmiddelen en/of uw bedrijfspand(en)? Zo ja, hoeveel Euro? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Nee       Ja, .....Euro in mijn **pand(en)**.  
 Nee, ik ben van plan in andere activa te investeren.       Ja, .....Euro in **bedrijfsmiddelen**.

**15. Overweegt u om gebruik te maken van de nieuwe Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam voor 2009-2010?**

- Ja       Weet niet       Nee

**C. De volgende vagen gaan over uw bedrijf (en eventuele vorige bedrijf).**

**16. In welk jaar is uw bedrijf opgericht en hoeveel jaar bent u eigenaar van dit bedrijf?**

Mijn bedrijf is in.....opgericht en ik ben sinds .....jaar eigenaar van dit bedrijf.

**17. Binnen welke wijk is dit bedrijf momenteel gevestigd?**

.....

**18. Sinds welk jaar is uw bedrijf op de huidige locatie gevestigd?**

Mijn bedrijf is sinds.....op de huidige locatie gevestigd.

Indien u vóór 2005 in een andere wijk gevestigd was, waar was uw bedrijf gevestigd?

Plaats: ..... Wijk: .....

**19. Verwacht u dat uw bedrijf over twee jaar nog bestaat?**

Ja  Weet niet  Nee, ga a.u.b. verder met vraag 22.

**20. Verwacht u dat uw bedrijf over twee jaar nog in Rotterdam-Zuid gevestigd is?**

Ja, ga a.u.b. verder met vraag 22.  Weet niet  Nee

**21. Verwacht u dat uw bedrijf over twee jaar elders in Rotterdam gevestigd is?**

Ja  Weet niet  Nee

**22. Bent u ook eigenaar van uw bedrijfspand?**

Ja  Nee

**23. Wat is de rechtsvorm van uw bedrijf?**

Eenmanszaak  Naamloze Vennootschap  
 Commanditaire Vennootschap  Besloten Vennootschap  
 Vennootschap Onder Firma

**24. Hoeveel werknemers heeft u in dienst?**

Ik heb.....werknemers in dienst, exclusief mijzelf.  
Waarvan.....op full-time basis (meer dan 32 uur per week)  
en.....op part-time basis (32 uur of minder per week).

**25. Hoeveel van uw werknemers zijn woonachtig in Rotterdam-Zuid?**

.....werknemers zijn woonachtig in Rotterdam Zuid.

**26. Hoeveel van uw werknemers zijn woonachtig elders in Rotterdam?**

.....werknemers zijn woonachtig in Rotterdam (maar niet in Rotterdam-Zuid).

**27.a. Heeft u een zakelijke partner (mede-eigenaar)?**

Ja mijn levenspartner  Nee, ga a.u.b. verder met vraag 28  
 Ja ik heb één/meerdere zakelijke partner(s)

**27.b. Kunt u aankruisen waar uw zakelijke partner(s) momenteel woonachtig is/zijn?**

|                    | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | IN HET<br>BUITENLAND |
|--------------------|-------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| Zakelijk partner 1 |                   |                        |                     |                      |
| Zakelijk partner 2 |                   |                        |                     |                      |

**27.c. Kunt u aankruisen waar uw zakelijke partner(s) vier jaar geleden woonachtig was/waren?**

|                    | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | IN HET<br>BUITENLAND |
|--------------------|-------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| Zakelijk partner 1 |                   |                        |                     |                      |
| Zakelijk partner 2 |                   |                        |                     |                      |

**28. In welke sector is uw bedrijf actief?**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> detailhandel food          | <input type="checkbox"/> onroerend goed              | <input type="checkbox"/> uitgeverij en drukkerij         |
| <input type="checkbox"/> detailhandel non-food      | <input type="checkbox"/> horeca                      | <input type="checkbox"/> cultuur en recreatie            |
| <input type="checkbox"/> zakelijke dienstverlening  | <input type="checkbox"/> overige dienstverlening     | <input type="checkbox"/> bouwnijverheid                  |
| <input type="checkbox"/> bank- en verzekeringswezen | <input type="checkbox"/> facilitaire dienstverlening | <input type="checkbox"/> gezondheids- en verzorgingszorg |
|   |  | <input type="checkbox"/> anders, namelijk.....           |
|   |  | .....  |

**29. Hoeveel jaar werkervaring heeft u binnen de huidige sector waar in u werkt?**

Ongeveer.....jaar.

**30. Hoeveel uur per week bent u ongeveer werkzaam in uw bedrijf?**

Ongeveer.....uur.

**31. Kunt u aangeven wat op u van toepassing is? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Ik heb dit bedrijf zelf opgericht.  
 Ik heb dit bedrijf met een team opgericht.  
 Ik heb me in dit bedrijf ingekocht, er is een team van eigenaren.  
 Ik heb dit bedrijf overgenomen van een familielid.  
 Ik heb dit bedrijf overgenomen van een kennis/vriend(in).  
 Anders, namelijk: .....

**32. Streeft u nadrukkelijk naar omzetvergroting?**

- Ja  Nee

**33. Wat is ongeveer uw jaarlijkse netto winst?**

- Ongeveer.....Euro.  
 - Indien u het niet zeker weet, kunt u een categorie aankruisen:

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Minder dan 10.000 Euro          | <input type="checkbox"/> Tussen de 40.000 en 50.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 10.000 en 20.000 Euro | <input type="checkbox"/> Tussen de 50.000 en 75.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 20.000 en 30.000 Euro | <input type="checkbox"/> Tussen de 75.000 en 100.000 Euro |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 30.000 en 40.000 Euro | <input type="checkbox"/> Meer dan 100.000 Euro            |

**34.a. Bent u eigenaar (geweest) van een ander bedrijf?**

- Ja  Nee, ga a.u.b. verder met vraag 35.

**34.b. Kunt u het aantal jaren invullen dat u nog een ander bedrijf heeft (of heeft gehad)?**

|                 | ROTTERDAM ZUID   | ELDERS IN ROTTERDAM | BUITEN ROTTERDAM | IN HET BUITENLAND |
|-----------------|------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| Ander bedrijf 1 | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar      | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar    |
| Ander bedrijf 2 | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar      | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar    |
| Vorig bedrijf 1 | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar    | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar  |
| Vorig bedrijf 2 | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar    | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar  |

**D. Het volgende blok gaat over uw relatie als ondernemer met uw omgeving.**

**35. Kunt u aangeven welke klanten bepalend zijn voor uw bedrijfsomzet? (in percentages)**

.....% bedrijfsleven                      .....% consumenten  
 .....% overheid                              .....% anders, namelijk; .....

**36. Kunt u aangeven waar uw klanten gevestigd zijn?**

.....% in Rotterdam Zuid.                      .....% buiten Rotterdam.  
 .....% elders in Rotterdam.                      .....% in het buitenland.

**37. Kunt u aangeven waar uw zakenrelaties gevestigd zijn?**

.....% in Rotterdam Zuid.                      .....% buiten Rotterdam.  
 .....% elders in Rotterdam.                      .....% in het buitenland.

**38. In welke plaatsen zijn de bedrijven gevestigd waarmee u het meest samen werkt?**

Bedrijf 1, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....  
 Bedrijf 2, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....  
 Bedrijf 3, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....

**39. Kunt u van de volgende vier stellingen aangeven in welke mate u het er mee eens bent?**

Graag omcirkelen wat voor u van toepassing is:

|  | HELEMAAL MEE EENS | MEE EENS | NEUTRAAL | NIET MEE EENS | HELEMAAL NIET MEE EENS |
|--|-------------------|----------|----------|---------------|------------------------|
| Ik voel mij goed in de buurt waar mijn bedrijf gevestigd is.                                       | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |
| Ik heb dagelijks (informeel) contact met buurtbewoners in de buurt waar mijn bedrijf gevestigd is. | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |
| Er heerst onderling vertrouwen tussen de ondernemers in de buurt                                   | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |
| De ondernemers uit de buurt, waar ik regelmatig contact mee heb, ken ik al meer dan twee jaar.     | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |

**40. Doet u uw dagelijkse inkopen (boodschappen) in de wijk waar uw bedrijf gevestigd is?**

0 Altijd                      0 Vaak wel                      0 Soms                      0 Vaak niet                      0 Nooit

**41. Kunt u aangeven waar uw vrienden en kennissen wonen?**

.....% in Rotterdam Zuid.                      .....% buiten Rotterdam.  
 .....% elders in Rotterdam.                      .....% in het buitenland.

**42. Is uw naaste familie woonachtig in Rotterdam-Zuid?**

Ja                       Slechts enkele familieleden                       Nee

**E. In dit laatste blok wordt u nog enkele persoonlijke vragen gesteld.**

**43. Waar werkte u vlak vóórdat u uw bedrijf startte?**

Ik was voorheen eigenaar van een ander bedrijf.                       Ik kon geen werk vinden.  
 In loondienst bij een bedrijf in Rotterdam-Zuid.                       Ik studeerde nog.  
 In loondienst bij een bedrijf elders in Rotterdam.                       Ik was huisvrouw/huisman.  
 In loondienst bij een bedrijf buiten Rotterdam.                       Anders, namelijk: .....  
 In loondienst bij een bedrijf in het buitenland.                      .....

**44. Bent u, of is uw huishouden afhankelijk van de inkomsten van uw bedrijf?**

Ja                       Deels                       Nee

**45. Op hoeveel minuten loop afstand woont u van uw bedrijf?  
(Voor bedrijf aan huis, vul a.u.b. 0 minuten in).**

Ongeveer.....minuten.

**46.a. Waar woont u momenteel?**

In Rotterdam Zuid.                       Buiten Rotterdam.  
 Elders in Rotterdam.                       In het buitenland.

**46.b. Waar woonde u vier jaar geleden?**

In Rotterdam Zuid.                       Buiten Rotterdam.  
 Elders in Rotterdam.                       In het buitenland.

**46.c. Waar denkt u over twee jaar te wonen?**

In Rotterdam Zuid.                       Buiten Rotterdam.  
 Elders in Rotterdam.                       In het buitenland.

**47. Welke nationaliteit(en) bezit u? (meerdere antwoorden mogelijk)**

Nederlandse                       Marokkaanse                       Turkse                       Surinaamse  
 Antilliaanse                       Indiase                       Indonesische                       Anders; .....  
 Molukse                       Algerijnse                       Chinese                      .....

**48. Kunt u aangeven binnen welke leeftijdscategorie u valt?**

16-20 jaar                       26-30 jaar                       41-50 jaar                       61-70 jaar  
 21-25 jaar                       31-40 jaar                       51-60 jaar                       70+

**49. Wat is de hoogst genoten opleiding die u hebt afgerond?**

VMBO                       MBO+                       VWO                       Post HBO  
 MBO                       HAVO                       HBO                       Universiteit

(kenmerk: 1-266)

**Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking! Ik verzoek u vriendelijk de vragenlijst te retourneren in bijgesloten portovrije envelop.**

**Indien u kans wilt maken op twee bioscoopkaartjes, kunt u dat hieronder aangeven:**

Ja, ik wil kans maken op twee bioscoopkaartjes.



**Bijlage 1b: Enquête voor de ondernemers waarvan de OKR was afgewezen of ingetrokken.**

**Vragenlijst  
Bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid**

---

Deze vragenlijst bestaat uit vijf onderdelen (A,B,C,D,E). U hoeft bij deze vragenlijst alleen categorieën aan te kruisen en/of getallen in te vullen. Alvast bedankt voor uw medewerking.

**A. De eerstvolgende vragen gaan over de omvang van uw bedrijfsinvesteringen na afwijzing/intrekking van uw aanvraag voor de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam.**

**1. Heeft u door de afwijzing of intrekking van de Ondernemersregeling Kansenzones vervolgens niet meer geïnvesteerd in uw bedrijf en/of bedrijfspand(en)?**

- Ja, ik heb daarna niet meer in mijn bedrijf en/of bedrijfspand(en) geïnvesteerd, *ga a.u.b. verder met vraag 5.*  
 Nee, ik heb nog in totaal een bedrag van .....Euro geïnvesteerd.  
 Anders, namelijk.....

**2. Kunt u aangeven hoeveel geld u uiteindelijk minder of meer heeft geïnvesteerd na afwijzing of intrekking van uw aanvraag?**

- Ik heb daarna **minder** geïnvesteerd dan ik van plan was, namelijk.....Euro **minder**.  
 Ik heb daarna **meer** geïnvesteerd dan ik van plan was, namelijk.....Euro **meer**.  
 Ik heb **evenveel** geïnvesteerd als ik van plan was, namelijk.....Euro.

**3. Welk deel van deze investering heeft u zèlf, met eigen geld, kunnen bekostigen?**

- De hele investering, *ga a.u.b. verder met vraag 5.*  
 Ik heb .....% van mijn investering geleend.

**4. Kunt u aangeven waar u welk deel van uw investering heeft geleend?**

|                          | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | BUITENLAND |
|--------------------------|-------------------|------------------------|---------------------|------------|
| Familie                  | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |
| Vrienden en/of kennissen | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |
| Bank                     | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |

**5. Ziet u de financiering van uw investering(en) over het algemeen als een knelpunt?**

- altijd                       vaak wel                       soms                       zelden                       nooit

**B. Het volgende blok gaat over de locatie en de omvang van uw bedrijfsinvesteringen van de afgelopen vier jaar.**

**6. Wat is meestal uw motivatie geweest om te investeren? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Onontkoombare investering (bvb vervanging)       Uitbreiding/innovatie  
 Efficiencyverbetering       Behalen van groter marktaandeel  
 Winst/omzet/groei verbeteren       Anders;.....

**7. Heeft u de afgelopen vier jaar geïnvesteerd, en zo ja, waarin? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- In bedrijfsmiddelen (bijvoorbeeld kantoormeubilair, machines of een computer).  
 In onderhoud of een verbouwing van mijn bedrijfspand(en).  
 In personeel  
 In uitbreiding van het assortiment  
 Nee, ik heb de laatste vier jaar niet geïnvesteerd, ga a.u.b. verder met vraag 12.  
 Anders, namelijk.....

**8. Hoeveel Euro heeft u de afgelopen vier jaar in totaal geïnvesteerd in uw bedrijf en/of uw bedrijfspand(en)?**

- Ongeveer.....Euro.  
- Indien u het niet zeker weet, kunt u een categorie aankruisen:

- |   |   |   |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> 0 tot 10.000 Euro      | <input type="checkbox"/> 50.000 tot 75.000 Euro   | <input type="checkbox"/> 150.000 tot 200.000 Euro |
| <input type="checkbox"/> 10.000 tot 25.000 Euro | <input type="checkbox"/> 75.000 tot 100.000 Euro  | <input type="checkbox"/> Meer dan 200.000 Euro    |
| <input type="checkbox"/> 25.000 tot 50.000 Euro | <input type="checkbox"/> 100.000 tot 150.000 Euro |   |

**9. Kunt u aangeven waar u bedrijfsmiddelen (bijvoorbeeld kantoormeubilair, computer, machines) heeft gekocht? (in percentages)**

- Nee, ik heb geen bedrijfsmiddelen aangeschaft.  
 Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.  
 Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**10. Kunt u aangeven bij welke bedrijven u heeft geïnvesteerd om een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand(en) te verrichten?**

- Nee, ik heb niet geïnvesteerd in mijn pand(en).  
 Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.  
 Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**11. Indien u zelf een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand(en) heeft uitgevoerd, kunt u aangeven waar u welk deel van de benodigde producten heeft gekocht?**

- Nee, ik heb niet geïnvesteerd in mijn pand(en).  
 Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.  
 Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**12. Bent u van plan het komende jaar te investeren in bedrijfsmiddelen en/of uw bedrijfspand(en)? Zo ja, hoeveel Euro?**

- Nee       Ja, .....Euro in mijn pand(en).  
 Nee, ik ben wel van plan in andere activa te investeren.  Ja, .....Euro in bedrijfsmiddelen.

**13. Overweegt u om gebruik te maken van de nieuwe Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam voor 2009-2010?**

- Ja       Weet niet       Nee

**C. De volgende vagen gaan over uw bedrijf (en vorig bedrijf).**

**14. In welk jaar is uw bedrijf opgericht en hoeveel jaar bent u eigenaar van dit bedrijf?**

Mijn bedrijf is in.....opgericht en ik ben sinds .....jaar eigenaar van dit bedrijf.

**15. Binnen welke wijk is dit bedrijf momenteel gevestigd?**

.....

**16. Sinds welk jaar is uw bedrijf op de huidige locatie gevestigd?**

Mijn bedrijf is sinds.....op de huidige locatie gevestigd.

Indien u vóór 2005 in een andere wijk gevestigd was, waar was uw bedrijf gevestigd?

Plaats: ..... Wijk: .....

**17. Verwacht u dat uw bedrijf over twee jaar nog bestaat?**

Ja  Weet niet  Nee, ga a.u.b. verder met vraag 20.

**18. Verwacht u met uw bedrijf over twee jaar nog in Rotterdam-Zuid gevestigd te zijn?**

Ja, ga a.u.b. verder met vraag 20.  Weet niet  Nee

**19. Verwacht u met uw bedrijf over twee jaar elders in Rotterdam gevestigd te zijn?**

Ja  Weet niet  Nee

**20. Bent u ook eigenaar van uw bedrijfspand?**

Ja  Nee

**21. Wat is de rechtsvorm van uw bedrijf?**

Eenmanszaak  Naamloze Vennootschap  
 Commanditaire Vennootschap  Besloten Vennootschap  
 Vennootschap Onder Firma

**22. Hoeveel werknemers heeft u in dienst?**

Ik heb.....werknemers in dienst, exclusief mijzelf.  
Waarvan.....op full-time basis (meer dan 32 uur per week)  
en.....op part-time basis (32 uur of minder per week).

**23. Hoeveel van uw werknemers zijn woonachtig in Rotterdam-Zuid?**

.....werknemers zijn woonachtig in Rotterdam Zuid.

**24. Hoeveel van uw werknemers zijn woonachtig elders in Rotterdam?**

.....werknemers zijn woonachtig in Rotterdam (maar niet in Rotterdam-Zuid).

**25.a. Heeft u een zakelijk partner (mede-eigenaar)?**

- Ja mijn levenspartner  Nee, ga a.u.b. door met vraag 26  
 Ja ik heb één/meerdere zakelijke partner(s)

**25.b. Kunt u aankruisen waar uw zakelijke partner(s) momenteel woonachtig is/zijn?**

|                    | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | IN HET<br>BUITENLAND |
|--------------------|-------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| Zakelijk partner 1 |                   |                        |                     |                      |
| Zakelijk partner 2 |                   |                        |                     |                      |

**25.c. Kunt u aankruisen waar uw zakelijke partner(s) vier jaar geleden woonachtig was/waren?**

|                    | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | IN HET<br>BUITENLAND |
|--------------------|-------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| Zakelijk partner 1 |                   |                        |                     |                      |
| Zakelijk partner 2 |                   |                        |                     |                      |

**26. In welke sector is uw bedrijf actief?**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> detailhandel food          | <input type="checkbox"/> onroerend goed              | <input type="checkbox"/> uitgeverij en drukkerij      |
| <input type="checkbox"/> detailhandel non-food      | <input type="checkbox"/> horeca                      | <input type="checkbox"/> cultuur en recreatie         |
| <input type="checkbox"/> zakelijke dienstverlening  | <input type="checkbox"/> overige dienstverlening     | <input type="checkbox"/> bouwnijverheid               |
| <input type="checkbox"/> bank- en verzekeringswezen | <input type="checkbox"/> facilitaire dienstverlening | <input type="checkbox"/> gezondheids- en welzijnszorg |
|   |  | <input type="checkbox"/> anders, namelijk.....        |

**27. Hoeveel jaar werkervaring heeft u binnen de huidige sector waar in u werkt?**

Ongeveer.....jaar.

**28. Hoeveel uur per week bent u ongeveer werkzaam in uw bedrijf?**

Ongeveer.....uur.

**29. Kunt u aangeven wat op u van toepassing is? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Ik heb dit bedrijf zelf opgericht.  
 Ik heb dit bedrijf met een team opgericht.  
 Ik heb me in dit bedrijf ingekocht, er is een team van eigenaren.  
 Ik heb dit bedrijf overgenomen van een familielid.  
 Ik heb dit bedrijf overgenomen van een kennis/vriend(in).  
 Anders, namelijk:.....

**30. Streeft u nadrukkelijk naar omzetvergroting?**

- Ja  Nee

**31.a. Bent u eigenaar (geweest) van een ander bedrijf?**

- Ja  Nee, ga a.u.b. verder met vraag 32.

**31.b. Kunt u het aantal jaar invullen dat u nog een ander bedrijf heeft (of heeft gehad)?**

|                 | ROTTERDAM ZUID   | ELDERS IN ROTTERDAM | BUITEN ROTTERDAM | IN HET BUITENLAND |
|-----------------|------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| Ander bedrijf 1 | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar      | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar    |
| Ander bedrijf 2 | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar      | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar    |
| Vorig bedrijf 1 | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar    | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar  |
| Vorig bedrijf 2 | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar    | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar  |

**32. Wat is ongeveer uw jaarlijkse netto winst?**

- Ongeveer.....Euro.
- Indien u het niet zeker weet, kunt u een categorie aankruisen:

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Minder dan 10.000 Euro          | <input type="checkbox"/> Tussen de 40.000 en 50.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 10.000 en 20.000 Euro | <input type="checkbox"/> Tussen de 50.000 en 75.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 20.000 en 30.000 Euro | <input type="checkbox"/> Tussen de 75.000 en 100.000 Euro |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 30.000 en 40.000 Euro | <input type="checkbox"/> Meer dan 100.000 Euro            |

**D. Het volgende blok gaat over uw relatie als ondernemer met uw omgeving.**

**33. Kunt u aangeven welke klanten bepalend zijn voor uw bedrijfsomzet? (in percentages)**

- |                      |                                |
|----------------------|--------------------------------|
| .....% bedrijfsleven | .....% consumenten             |
| .....% overheid      | .....% anders, namelijk; ..... |

**34. Kunt u aangeven waar uw klanten gevestigd zijn?**

- |                             |                           |
|-----------------------------|---------------------------|
| .....% in Rotterdam Zuid.   | .....% buiten Rotterdam.  |
| .....% elders in Rotterdam. | .....% in het buitenland. |

**35. Kunt u aangeven waar uw zakenrelaties gevestigd zijn?**

- |                             |                           |
|-----------------------------|---------------------------|
| .....% in Rotterdam Zuid.   | .....% buiten Rotterdam.  |
| .....% elders in Rotterdam. | .....% in het buitenland. |

**36. In welke plaatsen zijn de bedrijven gevestigd waarmee u het meest samen werkt?**

- Bedrijf 1, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....
- Bedrijf 2, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....
- Bedrijf 3, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....

**37. Kunt u van de volgende vier stellingen aangeven in welke mate u het er mee eens bent?**

Graag omcirkelen wat voor u van toepassing is:

|  | HELEMAAL MEE EENS | MEE EENS | NEUTRAAL | NIET MEE EENS | HELEMAAL NIET MEE EENS |
|--|-------------------|----------|----------|---------------|------------------------|
| Ik voel mij goed in de buurt waar mijn bedrijf gevestigd is.                                       | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |
| Ik heb dagelijks (informeel) contact met buurtbewoners in de buurt waar mijn bedrijf gevestigd is. | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |
| Er heerst onderling vertrouwen tussen de ondernemers in de buurt                                   | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |
| De ondernemers uit de buurt, waar ik regelmatig contact mee heb, ken ik al meer dan twee jaar.     | 5                 | 4        | 3        | 2             | 1                      |

**38. Doet u uw dagelijkse inkopen (boodschappen) in de wijk waar uw bedrijf gevestigd is?**

Altijd                       Vaak wel                       Soms                       Vaak niet                       Nooit

**39. Kunt u aangeven waar uw vrienden en kennissen wonen?**

.....% in Rotterdam Zuid.                      .....% buiten Rotterdam.  
.....% elders in Rotterdam.                      .....% in het buitenland.

**40. Is uw naaste familie woonachtig in Rotterdam-Zuid?**

Ja                       Slechts enkele familieleden                       Nee

|   |
|---|
| <b>E. In dit laatste blok wordt u nog enkele persoonlijke vragen gesteld.</b> |
|---|

**41. Waar werkte u vlak vóórdat u uw bedrijf startte?**

Ik was voorheen eigenaar van een ander bedrijf.                       Ik kon geen werk vinden.  
 In loondienst bij een bedrijf in Rotterdam-Zuid.                       Ik studeerde nog.  
 In loondienst bij een bedrijf elders in Rotterdam.                       Ik was huisvrouw/huisman.  
 In loondienst bij een bedrijf buiten Rotterdam.                       Anders, namelijk: .....  
 In loondienst bij een bedrijf in het buitenland.                      .....

**42. Bent u, of is uw huishouden afhankelijk van de inkomsten van uw bedrijf?**

Ja                       Deels                       Nee

**43. Op hoeveel minuten loop afstand woont u van uw bedrijf?  
(Voor bedrijf aan huis, vul a.u.b. 0 minuten in).**

Ongeveer.....minuten.

**44.a. Waar woont u momenteel?**

In Rotterdam Zuid.                       Buiten Rotterdam.  
 Elders in Rotterdam.                       In het buitenland.

**44.b. Waar woonde u vier jaar geleden?**

In Rotterdam Zuid.                       Buiten Rotterdam.  
 Elders in Rotterdam.                       In het buitenland.

**44.c. Waar denkt u over twee jaar te wonen?**

In Rotterdam Zuid.                       Buiten Rotterdam.  
 Elders in Rotterdam.                       In het buitenland.

**45. Wat is uw nationaliteit? (meerdere antwoorden mogelijk)**

Nederlandse                       Marokkaanse                       Turkse                       Surinaamse  
 Antilliaanse                       Indiase                       Indonesische                       Anders; .....  
 Molukse                       Algerijnse                       Chinese                      .....

**46. Kunt u aangeven binnen welke leeftijdscategorie u valt?**

16-20 jaar                       26-30 jaar                       41-50 jaar                       61-70 jaar  
 21-25 jaar                       31-40 jaar                       51-60 jaar                       70+

**47. Wat is de hoogst genoten opleiding die u hebt afgerond?**

VMBO  
 MBO

MBO+  
 HAVO

VWO  
 HBO

Post HBO  
 Universiteit

(kenmerk: 2-088)

**Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking! Ik verzoek u vriendelijk de vragenlijst retourneren in de bijgesloten portovrije retourenvelop.**

**Indien u kans wilt maken op twee bioscoopkaartjes, kunt u dat hieronder aangeven:**

Ja, ik wil kans maken op twee bioscoopkaartjes.

**Bijlage 1c: Enquête voor de ondernemers die geen gebruik hebben gemaakt van de OKR.**

## **Vragenlijst Bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid**

---

Deze vragenlijst bestaat uit vier onderdelen (A,B,C,D). U hoeft bij deze vragenlijst alleen categorieën aan te kruisen en/of getallen in te vullen. Alvast bedankt voor uw medewerking.

**A. De eerstvolgende vragen gaan over de locatie en omvang van uw bedrijfsinvesteringen over de afgelopen vier jaar.**

**1. Heeft u de afgelopen vier jaar in uw bedrijf en/of bedrijfspand(en) geïnvesteerd, en zo ja, waarin? (meerdere antwoorden mogelijk)**

In bedrijfsmiddelen (bijvoorbeeld kantoormeubilair, machines of een computer)

In onderhoud of verbouwing van mijn bedrijfspand(en).

In personeel

In uitbreiding van het assortiment

Ik heb de laatste vier jaar niet geïnvesteerd, *ga a.u.b. verder met vraag 10.*

Anders; namelijk.....

**2. Kunt u aangeven waar u de afgelopen vier jaar bedrijfsmiddelen (bijvoorbeeld kantoormeubilair, computer, machines) heeft gekocht? (in percentages)**

Nee, ik heb geen bedrijfsmiddelen aangeschaft.

Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.

Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**3. Kunt u aangeven bij welke bedrijven u de afgelopen vier jaar heeft geïnvesteerd om een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand(en) te verrichten?**

Nee, ik heb niet geïnvesteerd in mijn pand(en).

Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.

Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**4. Indien u zelf een verbouwing of onderhoud aan uw bedrijfspand(en) heeft uitgevoerd, kunt u aangeven waar u welk deel van de benodigde producten heeft gekocht?**

Nee, ik heb niet geïnvesteerd in mijn pand(en).

Ja, .....% bij bedrijven in Rotterdam Zuid.       Ja, .....% bij bedrijven elders in Rotterdam.

Ja, .....% bij bedrijven buiten Rotterdam.       Ja, .....% bij bedrijven in het buitenland.

**5. Kunt u een schatting maken hoeveel Euro u de afgelopen vier jaar in totaal geïnvesteerd heeft in uw bedrijf en/of uw bedrijfspand(en)?**

- Ongeveer.....Euro.

- Indien u het niet zeker weet, kunt u een categorie aankruisen:

0 tot 10.000 Euro

50.000 tot 75.000 Euro

150.000 tot 200.000 Euro

10.000 tot 25.000 Euro

75.000 tot 100.000 Euro

Meer dan 200.000 Euro

25.000 tot 50.000 Euro

100.000 tot 150.000 Euro

**6. Welk deel van deze totale investering(en) heeft u zelf kunnen bekostigen?**

De hele investering, *ga a.u.b. verder met vraag 8.*

Ik heb .....% van mijn investering(en) geleend.



**7. Kunt u aangeven waar u welk deel van uw investering(en) heeft geleend?**

|                          | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | BUITENLAND |
|--------------------------|-------------------|------------------------|---------------------|------------|
| Familie                  | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |
| Vrienden en/of kennissen | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |
| Bank                     | .....%            | .....%                 | .....%              | .....%     |

**8. Ziet u de financiering van uw investering(en) over het algemeen als een knelpunt?**

0 altijd                                  0 vaak wel                                  0 soms                                  0 zelden                                  0 nooit

**9. Wat is meestal uw motivatie geweest om te investeren? (meerdere antwoorden mogelijk)**

0 Onontkoombare investering (bvb vervanging)                  0 Uitbreiding/innovatie  
 0 Efficiencyverbetering    0 Behalen van groter marktaandeel  
 0 Winst/omzet/groei verbeteren                                        0 Anders: .....

**10. Bent u van plan het komende jaar te investeren in bedrijfsmiddelen en/of uw bedrijfspand(en)? Zo ja, hoeveel Euro? (meerdere antwoorden mogelijk)**

0 Nee    0 Ja, .....Euro in mijn **pand(en)**.  
 0 Nee, ik ben wel van plan in andere activa te investeren. 0 Ja, .....Euro in **bedrijfsmiddelen**.

**11. Was u bekend met de eerste Ondernemersregeling Kansenzones van de Gemeente Rotterdam die liep van 2005 tot en met 2008?**

0 Ja    0 Nee

**12. Overweegt u om gebruik te maken van de nieuwe Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam voor 2009-2010?**

0 Ja    0 Weet niet    0 Nee

**B. De volgende vragen gaan over uw bedrijf (en eventuele vorige bedrijf).**

**13. In welk jaar is uw bedrijf opgericht en hoeveel jaar bent u eigenaar van dit bedrijf?**

Mijn bedrijf is in.....opgericht en ik ben sinds .....jaar eigenaar van dit bedrijf.

**14. Binnen welke wijk is dit bedrijf momenteel gevestigd?**

.....

**15. Sinds welk jaar is uw bedrijf op de huidige locatie gevestigd?**

Mijn bedrijf is sinds .....op de huidige locatie gevestigd.

Indien u vóór 2005 in een andere wijk gevestigd was, waar was uw bedrijf gevestigd?

Plaats: .....    Wijk:.....

**16. Verwacht u dat uw bedrijf over twee jaar nog bestaat?**

Ja  Weet niet  Nee, ga a.u.b. verder met vraag 19.

**17. Verwacht u met uw bedrijf over twee jaar nog in Rotterdam-Zuid gevestigd te zijn?**

Ja, ga a.u.b. verder met vraag 19.  Weet niet  Nee

**18. Verwacht u met uw bedrijf over twee jaar elders in Rotterdam gevestigd te zijn?**

Ja  Weet niet  Nee

**19. Bent u ook eigenaar van uw bedrijfspand?**

Ja  Nee

**20. Wat is de rechtsvorm van uw bedrijf?**

Eenmanszaak  Naamloze Vennootschap  
 Commanditaire Vennootschap  Besloten Vennootschap  
 Vennootschap Onder Firma

**21. Hoeveel werknemers heeft u in dienst?**

Ik heb.....werknemers in dienst, exclusief mijzelf.  
Waarvan.....op full-time basis (meer dan 32 uur per week)  
en.....op part-time basis (32 uur of minder per week).

**22. Hoeveel van uw werknemers zijn woonachtig in Rotterdam-Zuid?**

.....werknemers zijn woonachtig in Rotterdam Zuid.

**23. Hoeveel van uw werknemers zijn woonachtig elders in Rotterdam?**

.....werknemers zijn woonachtig in Rotterdam (maar niet in Rotterdam-Zuid).

**24.a. Heeft u een zakelijk partner (mede-eigenaar)?**

Ja mijn levenspartner  Nee, ga a.u.b. door met vraag 25  
 Ja ik heb één/meerdere zakelijke partner(s)

**24.b. Kunt u aankruisen waar uw zakelijke partner(s) momenteel woonachtig is/zijn?**

|                    | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | IN HET<br>BUITENLAND |
|--------------------|-------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| Zakelijk partner 1 |                   |                        |                     |                      |
| Zakelijk partner 2 |                   |                        |                     |                      |

**24.c. Kunt u aankruisen waar uw zakelijke partner(s) vier jaar geleden woonachtig was/waren?**

|                    | ROTTERDAM<br>ZUID | ELDERS IN<br>ROTTERDAM | BUITEN<br>ROTTERDAM | IN HET<br>BUITENLAND |
|--------------------|-------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| Zakelijk partner 1 |                   |                        |                     |                      |
| Zakelijk partner 2 |                   |                        |                     |                      |

**25. In welke sector is uw bedrijf actief?**

- |   |  |   |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> detailhandel food          | <input type="checkbox"/> onroerend goed              | <input type="checkbox"/> uitgeverij en drukkerij      |
| <input type="checkbox"/> detailhandel en non-food   | <input type="checkbox"/> horeca                      | <input type="checkbox"/> cultuur en recreatie         |
| <input type="checkbox"/> zakelijke dienstverlening  | <input type="checkbox"/> overige dienstverlening     | <input type="checkbox"/> bouwnijverheid               |
| <input type="checkbox"/> bank- en verzekeringswezen | <input type="checkbox"/> facilitaire dienstverlening | <input type="checkbox"/> gezondheids- en welzijnszorg |
|   |  | <input type="checkbox"/> anders, namelijk.....        |
|   |  | .....   |

**26. Hoeveel jaar werkervaring heeft u binnen de huidige sector waar in u werkt?**

Ongeveer.....jaar.

**27. Hoeveel uur per week bent u ongeveer werkzaam in uw bedrijf?**

Ongeveer.....uur.

**28. Kunt u aangeven wat op u van toepassing is? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- Ik heb dit bedrijf zelf opgericht.  
 Ik heb dit bedrijf met een team opgericht.  
 Ik heb me in dit bedrijf ingekocht, er is een team van eigenaren.  
 Ik heb dit bedrijf overgenomen van een familielid.  
 Ik heb dit bedrijf overgenomen van een kennis/vriend(in).  
 Anders, namelijk:.....

**29. Streeft u nadrukkelijk naar omzetvergroting?**

- Ja  Nee

**30.a. Bent u eigenaar (geweest) van een ander bedrijf?**

- Ja  Nee, ga a.u.b. verder met vraag 31.

**30.b. Kunt u het aantal jaar invullen dat u nog een ander bedrijf heeft (of heeft gehad)?**

|                 | ROTTERDAM ZUID   | ELDERS IN ROTTERDAM | BUITEN ROTTERDAM | IN HET BUITENLAND |
|-----------------|------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| Ander bedrijf 1 | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar      | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar    |
| Ander bedrijf 2 | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar      | Sinds.....jaar   | Sinds.....jaar    |
| Vorig bedrijf 1 | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar    | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar  |
| Vorig bedrijf 2 | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar    | Bestond.....jaar | Bestond.....jaar  |

**31. Wat is ongeveer uw jaarlijkse netto winst?**

- Ongeveer.....Euro.  
 - Indien u het niet zeker weet, kunt u een categorie aankruisen:

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Minder dan 10.000 Euro          | <input type="checkbox"/> Tussen de 40.000 en 50.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 10.000 en 20.000 Euro | <input type="checkbox"/> Tussen de 50.000 en 75.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 20.000 en 30.000 Euro | <input type="checkbox"/> Tussen de 75.000 en 100.000 Euro |
| <input type="checkbox"/> Tussen de 30.000 en 40.000 Euro | <input type="checkbox"/> Meer dan 100.000 Euro            |

**C. Het volgende blok gaat over uw relatie als ondernemer met uw omgeving.**

**32. Kunt u aangeven welke klanten bepalend zijn voor uw bedrijfsomzet? (in percentages)**

.....% bedrijfsleven  
 .....% overheid  
 .....% consumenten  
 .....% anders, namelijk; .....

**33. Kunt u aangeven waar uw klanten gevestigd zijn?**

.....% in Rotterdam Zuid.  
 .....% elders in Rotterdam.  
 .....% buiten Rotterdam.  
 .....% in het buitenland.

**34. Kunt u aangeven waar uw zakenrelaties gevestigd zijn?**

.....% in Rotterdam Zuid.  
 .....% elders in Rotterdam.  
 .....% buiten Rotterdam.  
 .....% in het buitenland.

**35. In welke plaatsen zijn de bedrijven gevestigd waarmee u het meest samen werkt?**

Bedrijf 1, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....  
 Bedrijf 2, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....  
 Bedrijf 3, plaats: ..... Indien Rotterdam, wijk: .....

**36. Kunt u van de volgende vier stellingen aangeven in welke mate u het er mee eens bent?**

Graag omcirkelen wat voor u van toepassing is:

|  | HELEMAAL<br>MEE EENS | MEE<br>EENS | NEUTRAAL | NIET<br>MEE<br>EENS | HELEMAAL<br>NIET MEE<br>EENS |
|--|----------------------|-------------|----------|---------------------|------------------------------|
| Ik voel mij goed in de buurt waar mijn bedrijf gevestigd is.                                       | 5                    | 4           | 3        | 2                   | 1                            |
| Ik heb dagelijks (informeel) contact met buurtbewoners in de buurt waar mijn bedrijf gevestigd is. | 5                    | 4           | 3        | 2                   | 1                            |
| Er heerst onderling vertrouwen tussen de ondernemers in de buurt                                   | 5                    | 4           | 3        | 2                   | 1                            |
| De ondernemers uit de buurt, waar ik regelmatig contact mee heb, ken ik al meer dan twee jaar.     | 5                    | 4           | 3        | 2                   | 1                            |

**37. Doet u uw dagelijkse inkopen (boodschappen) in de wijk waar uw bedrijf gevestigd is?**

0 Altijd            0 Vaak wel            0 Soms            0 Vaak niet            0 Nooit

**38. Kunt u aangeven waar uw vrienden en kennissen wonen?**

.....% in Rotterdam Zuid.  
 .....% elders in Rotterdam.  
 .....% buiten Rotterdam.  
 .....% in het buitenland.

**39. Is uw naaste familie woonachtig in Rotterdam-Zuid?**

0 Ja            0 Slechts enkele familieleden            0 Nee

**D. In dit laatste blok wordt u nog enkele persoonlijke vragen gesteld.**

**40. Waar werkte u vlak vóórdat u uw bedrijf startte?**

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Ik was voorheen eigenaar van een ander bedrijf.    | <input type="checkbox"/> Ik kon geen werk vinden.  |
| <input type="checkbox"/> In loondienst bij een bedrijf in Rotterdam-Zuid.   | <input type="checkbox"/> Ik studeerde nog.         |
| <input type="checkbox"/> In loondienst bij een bedrijf elders in Rotterdam. | <input type="checkbox"/> Ik was huisvrouw/huisman. |
| <input type="checkbox"/> In loondienst bij een bedrijf buiten Rotterdam.    | <input type="checkbox"/> Anders, namelijk: .....   |
| <input type="checkbox"/> In loondienst bij een bedrijf in het buitenland.   | .....  |

**41. Bent u, of is uw huishouden afhankelijk van de inkomsten van uw bedrijf?**

- Ja                                       Deels                                       Nee

**42. Op hoeveel minuten loopafstand woont u van uw bedrijf?  
(Voor bedrijf aan huis, vul a.u.b. 0 minuten in).**

Ongeveer.....minuten.

**43.a. Waar woont u momenteel?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> In Rotterdam Zuid.   | <input type="checkbox"/> Buiten Rotterdam.  |
| <input type="checkbox"/> Elders in Rotterdam. | <input type="checkbox"/> In het buitenland. |

**43.b. Waar woonde u vier jaar geleden?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> In Rotterdam Zuid.   | <input type="checkbox"/> Buiten Rotterdam.  |
| <input type="checkbox"/> Elders in Rotterdam. | <input type="checkbox"/> In het buitenland. |

**43.c. Waar denkt u over twee jaar te wonen?**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> In Rotterdam Zuid.   | <input type="checkbox"/> Buiten Rotterdam.  |
| <input type="checkbox"/> Elders in Rotterdam. | <input type="checkbox"/> In het buitenland. |

**44. Wat is uw nationaliteit? (meerdere antwoorden mogelijk)**

- |                                       |                                      |                                      |  |
|---------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Nederlandse  | <input type="checkbox"/> Marokkaanse | <input type="checkbox"/> Turkse      | <input type="checkbox"/> Surinaamse    |
| <input type="checkbox"/> Antilliaanse | <input type="checkbox"/> Indiase     | <input type="checkbox"/> Indonesisch | <input type="checkbox"/> Anders; ..... |
| <input type="checkbox"/> Molukse      | <input type="checkbox"/> Algerijnse  | <input type="checkbox"/> Chinese     | .....                                  |

**45. Kunt u aangeven binnen welke leeftijdscategorie u valt?**

- |                                     |                                     |                                     |                                     |
|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 16-20 jaar | <input type="checkbox"/> 26-30 jaar | <input type="checkbox"/> 41-50 jaar | <input type="checkbox"/> 61-70 jaar |
| <input type="checkbox"/> 21-25 jaar | <input type="checkbox"/> 31-40 jaar | <input type="checkbox"/> 51-60 jaar | <input type="checkbox"/> 70+        |

**46. Wat is de hoogst genoten opleiding die u hebt afgerond?**

- |                               |                               |                              |                                       |
|-------------------------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> VMBO | <input type="checkbox"/> MBO+ | <input type="checkbox"/> VWO | <input type="checkbox"/> Post HBO     |
| <input type="checkbox"/> MBO  | <input type="checkbox"/> HAVO | <input type="checkbox"/> HBO | <input type="checkbox"/> Universiteit |

(kenmerk: 3-335)

**Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw medewerking! Ik verzoek u vriendelijk de vragenlijst retourneren in bijgesloten portovrije retourenvelop.**

**Indien u kans wilt maken op twee bioscoopkaartjes, kunt u dat hieronder aangeven:**

Ja, ik wil kans maken op twee bioscoopkaartjes.

Bijlage 2a; Enquête in het Turks voor ondernemers die wel gebruik hebben gemaakt van de OKR.

## Soru listesi

### Rotterdam guney Bölgesinde şirket yatırımları

Bu soru listesi 5 parçadan mevcuttur (A,B,C,D,E). Sadece bir kategoriye seçin, veya sayılar ilave edin. İlginiz için şimdiden teşekkür ederiz. Sorularınız için Ondernemershuis Zuid'e başvurabilirsiniz. Tel: 010-4962661. Veya mail atabilirsiniz: [info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl](mailto:info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl)

**A. İlk sorular sizin "Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam" aracılığıyla şirketinize yaptığınız yatırımları içeriyor.**

**1. Kac Euro Ondernemers regeling Kansenzones la şirketinize veya iş yerinize yatırım yaptınız?**

0 Hemen hemen.....Euro.

**2. Siz sadece kendiniz, Ondernemersregelingden haric, ne kadar şirketinize veya işyerinize yatırım yaptınız?**

0 Hemen hemen.....Euro.

**3. Ondernemersregelingden dolayı kendiniz düşündüğünüzden daha fazlamı, yoksa daha az mı yatırım yaptınız?**

0 Düşündüğümden daha **az** yatırım yaptım, aslında.....Euro daha **az**.  
0 Düşündüğümden daha **fazla** yatırım yaptım, aslında.....Euro daha **fazla**.  
0 Düşündüğümden gibi istediğim **aynı** yatırımı yaptım, aslında.....Euro.

**4. Bu yatırımın hangi payını kendiniz, kendi paranızla, ödediniz?**

0 Butun yatırımı, lutfen 6. nci soruya gidin. 0 Yatırımımın .....% ödunc aldım.

**5. Yatırımın hangi kısmını kimden ödunc aldınız?**

|                | ROTTERDAM GUNEY BOLGESI | ROTTERDAMIN DEGER YERLERINDEN | ROTTERDAM DISI | DIS ULKE |
|----------------|-------------------------|-------------------------------|----------------|----------|
| Aile           | .....%                  | .....%                        | .....%         | .....%   |
| Arkadas/akraba | .....%                  | .....%                        | .....%         | .....%   |
| Banka          | .....%                  | .....%                        | .....%         | .....%   |

**6. Ondernemersregeling size yatırımınız için bir neden oldumu, sizi teşvikledi mi?**

0 Evet 0 Hayir, zaten yatırım yapacaktım.  
0 Baska, .....

**7. Siz finansmanı yatırım için genellikle takınak olarak mı kabul edersiniz?**

0 daima 0 sık sık 0 zaman zaman 0 nariden 0 asla

**B. Aşğıdaki sorular sizin iş yeriniz ve son dört sene içinde yaptığınız yatırımların miktarını ilgilendiriyor .**

**8. Niçin sizin yatırım için genelde bir neden oldu? (Birden fazla cevap mümkündür)**

- önemli yatırım  uzatma / yenilik  
 verimlilik  daha büyük pazar payı elde  
 kâr / ciro / büyüme  başka.....

**9. Son 4 senedir şirketinize veya şirketinizin bulunduğu binasına yatırımda buldunuzmu, eğer evet se, nelere? (birden fazla cevap yazabilirsiniz)**

- Şirketimin malzemelerine (mesela ofis esyasi, makinler, veya komputer gibi)  
 Binami bakım ve tamir yaptım.  
 Personele yatırım yaptım  
 Ürünlerimi cogalttım  
 Şirketime ven binasına yatırım yapmadım, lutfen 14 inci soruya geciniz.  
 Baskasi; mesela.....

**10. Tahminen son dört yılda ne kadar Avro şirketinize ve iş yerinize yatırım yaptınız (öndernemeşregelingen aldığınız para dahil)?**

- Hemen hemen.....Euro.  
- Eger bilmiyorsanız aşğıdan bir kategori secermisiniz?

- 0 - 10.000 Euro  50.000 - 75.000 Euro  150.000 - 200.000 Euro  
 10.000 - 25.000 Euro  75.000 - 100.000 Euro  200.000 Euro'dan fazla  
 25.000 - 50.000 Euro  100.000 - 150.000 Euro

**11. Şirketinizdeki mevcut olan malzemeleri (mesela ofis esyasi, makineler, veya komputer gibi) son 4 senede nereden satın aldınız? (oran olarak)**

- Hayir, hic birsey satın almadım.  
 Evet, %.....Rotterdam Guneydeki firmalardan.  Evet, %.....Rotterdamın diger bolgerinden.  
 Evet, %.....Rotterdam disındaki firmalardan.  Evet, %.....Dis ulkedeki şirketlerden.

**12. Son dört senedir şirketinizin bakımı ve tamirati için hangi firmalara yatırım yaptınız?**

- Hayir, hic birsey satın almadım.  
 Evet, %.....Rotterdam Guneydeki firmalardan.  Evet, %.....Rotterdamın diger bolgerinden.  
 Evet, %.....Rotterdam disındaki firmalardan.  Evet, %.....Dis ulkedeki şirketlerden.

**13. Eger kendiniz tarafından iş yerinize tamirat veya bakım yaptıysanız, malzemeleri nereden satın aldınız?**

- Hayir, şirketimin binasına hic yatırım yapmadım.  
 Evet, %.....Rotterdam Guneydeki firmalardan.  Evet, %.....Rotterdamın diger bolgerinden.  
 Evet, %.....Rotterdam disındaki firmalardan.  Evet, %.....Dis ulkedeki şirketlerden.

**14. Onumuzdeki sene iş yerinize ve binanızın giderlerine yatırım yapmayı düşünuyormusunuz? Evetse, Kac Avro? (birden çok cevap mumkun)**

- Hayir  Evet,.....Avro iş yerime.  
 Hayir, digger yatırımlar için planlıyorum.  Evet, .....Avro Bina giderlerine.

**15. Yeni Öndernemeşregeliling Kansenzones Rotterdam'dan 2009-2010 yıllar arasında yararlanmak istermisiniz?**

- Evet  Bilmiyorum  Hayir

**C. Asagidaki sorular sizin sirketinizi ilgilendiriyor (veya oncesi sirketinizi)**

**16. Kac senesinde sirketinizi kurdunuz ve kac sene sahibi kaldiniz?**

Sirketimi .....senesinde actim ve .....senedir bu sirketin sahibiyim.

**17. Firmanız hangi muhite bagli?**

.....

**18. Ne zamandan beri sirketiniz bu bolgededir?**

Sirketim .....senedir bu bolgede.

Eger 2005 den once sirketiniz baska bolgede ise, sirketiniz hangi bolgede idi?

Sehir: ..... Bolge/muhit: .....

**19. Sizce sirketiniz iki sene daha ayakta kalabilirmi?**

Evet  Bilmiyorum  Hayir, 22,nci soruya gidin.

**20. Iki sene daha Rotterdam Guney bolgesinde sirketiniz kalacakmi?**

Evet, lutfen 22nci soruya gidin.  Bilmiyorum  Hayir

**21. Sizce iki sene sonra sirketinizi Rotterdamın baska bolgesinde acarmisiniz?**

Evet  Bilmiyorum  Hayir

**22. Is binanızın sahibi sizmisiniz?**

Evet  Hayir

**23. Sirketinizin kanuni durumu nedir?**

Bir kisilik sahsi sirket  Anonim sirketi  
 Birden fazla sahis ortakligi (degisik sorumluluk)  Limited sirketi  
 Birden fazla sahis ortakligi

**24. Kac elemaniniz calisiyor?**

Ben haric .....iscim var.  
Onların .....fast olarak calisiyor (haftada 32 saattan fazla)  
Ve .....part-time calisiyor (haftada 32 saattan az).

**25. Isçilerinizin kac tanesi Rotterdam Guney bolgesinde oturmaktadır?**

.....iscim Rotterdam Guney bolgesinde oturuyor.

**26. Isçilerinizin kac tanesi Rotterdamın baska bolglerinde oturuyor?**

.....iscim Rotterdamda oturuyor (ama Guney bolgesinde degil).



**27.a. Bir ortakınız varmi?**

Evet, Hayat arkadasim (esim)  
 Hayir, lutfen 28, uncu soruya gidin.

Evet, benim bir/ birden cok ortakim var

**27.b. Ortakiniz/ortaklariniz su an nerede oturuyor?**

|          | ROTTERDAM<br>GUNEY BOLGESI | ROTTERDAMIN<br>BASKA<br>BOLGELERI | ROTTERDAM DISI | YABANCI ULKE |
|----------|----------------------------|-----------------------------------|----------------|--------------|
| 1. ortak |                            |                                   |                |              |
| 2. ortak |                            |                                   |                |              |

**27.c. Ortakiniz/ortaklariniz dort sene once nerede oturuyorlardı?**

|          | ROTTERDAM<br>GUNEY BOLGESI | ROTTERDAMIN<br>BASKA<br>BOLGELERI | ROTTERDAM DISI | YABANCI ULKE |
|----------|----------------------------|-----------------------------------|----------------|--------------|
| 1. ortak |                            |                                   |                |              |
| 2. ortak |                            |                                   |                |              |

**28. Sirketiniz hangi sectorda?**

gida toptanci  
 gida-disi toptanci  
 hizmet sektoru  
 banka ve sigorta

emlakcilik  
 restaurant ve kafeterya  
 obur hizmetler  
 servis sektoru

batmaacilik  
 kultur ve bos zaman degerlendirme  
 inaatcilik  
 saglik sektoru  
 baska, .....

**29. calistiginiz sektorda kac sene is tecrubeniz var?**

Hemen hemen .....sene.

**30. Haftada kac saat sirketinizde calisiyorsunuz?**

Hemen hemen.....saat.

**31. Sizce asagidakilerden hangisi sizin icin gecerlidir? (birden fazla cevaplayabilirsiniz)**

Bu sirketi ben kendim actim.  
 Bu sirketi birileriyle beraber actim.  
 Bu sirketi sahiplerinden satin aldım, birden fazla sahibi var.  
 Bu sirketi aileden devir aldım.  
 Bu sirketi bir akrabadan/arkadastan devir aldım.  
 Baskasi, .....

**32. Sadece Kâr yapmayimi amacliyorsunuz?**

Evet  Hayir

**33. Senelik net kârınız ne kadardır?**

- Hemen hemen .....Euro.  
- Eger bilmiyorsanız, asagidaki bir kategori seciniz:

0 - 10.000 Euro  
 10.000 - 20.000 Euro  
 20.000 - 30.000 Euro  
 30.000 - 40.000 Euro

40.000 - 50.000 Euro  
 50.000 - 75.000 Euro  
 75.000 - 100.000 Euro  
 100.000 Euro +

**34.a. Baska bir sirketin sahibimisiniz, veya sahibi oldunuzmu?**

0 Evet

0 Hayir, lutfen 35ncu soruya gecin.

**34.b. Kac senedir baska bir sirketiniz daha vardi, veya oldu?**

|                  | ROTTERDAM<br>GUNEY BOLGESI | ROTTERDAMIN<br>DEGER<br>YERLERI N DEN | ROTTERDAM<br>DISI | DIS ULKE          |
|------------------|----------------------------|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. Baska sirket  | .....seneden beri          | .....seneden beri                     | .....seneden beri | .....seneden beri |
| 2. Baska sirket  | .....seneden beri          | .....seneden beri                     | .....seneden beri | .....seneden beri |
| 1. Onceki sirket | .....sene surdu            | .....sene surdu                       | .....sene surdu   | .....sene surdu   |
| 2. Onceki sirket | .....sene surdu            | .....sene surdu                       | .....sene surdu   | .....sene surdu   |

**D. Asagidaki sorular sizin cevrenizle olan iliskinizi icermektedir.**

**35. Hangi musteriler sizin sirkerinizin karini belirliyor (oran olarak)**

%.....dunyasi  
%.....hukumet

%.....tuketici  
%.....baskasi, .....

**36. Sizce musterileriniz nerede oturuyorlar?**

%.....Rotterdam Guney bolgesinde.  
%.....Rotterdam baska bolgeleri

%.....Rotterdam disi.  
%.....dis ulkede.

**37. Sizce is iliskileriniz nerede kaliyorlar?**

%.....Rotterdam Guney bolgesinde.  
%.....Rotterdam baska bolgeleri

%.....Rotterdam disi.  
%.....dis ulkede.

**38. En cok calistiginiz 3 firma hangi sehirlerde?**

Sirket 1: ..... Eger Rotterdam ise, bolge: .....  
Sirket 2: ..... Eger Rotterdam ise, bolge: .....  
Sirket 3: ..... Eger Rotterdam ise, bolge: .....

**39. Asagidakilerden hangisine katiliyorsunuz?**

Lutfen size uygun olanini parantez icine aliniz:

|  | TAMAMEN<br>KATILYO<br>RUM | KATIL<br>IYOR<br>UM | TARAFSIZ<br>IM | KATIL<br>MIYO<br>RUM | HIC<br>KATILMIY<br>ORUM |
|--|---------------------------|---------------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| Sirketimin oldugu muhitte kendimi iyi hissediyorum.                      | 5                         | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |
| Sirketimin oldugu muhitte oturan insanlarla gunluk kontak kuruyorum.     | 5                         | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |
| Muhitte ki olan firmalar arasinda guven var                              | 5                         | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |
| Diger isverenleri iki seneden beri taniyor ve onlarla irtibat icindeyim. | 5                         | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |

**40. Sirketinizin oldugu muhitte gunluk alis veris yapiyormusunuz?**

0 her zaman

0 gayet fazla

0 bazen

0 fazla degil

0 hic bir zaman

**41. Akrabalarınız ve tanıdıklarınız nerede oturuyor?**

.....% Rotterdam Güney bölgesinde. ....% Rotterdam dışı.  
.....% Rotterdamin başka bölgeleri .....% dış ülkede.

**42. Yakın aileniz Rotterdam Güney Bölgesinde oturuyor?**

Evet  Sadece bir kaç tane  Hayır

**E. Aşağıdaki sorular kişisel sorulardır.**

**43. Sirketinizi kurmadan önce nerede çalışıyordunuz?**

Başka bir şirketin sahibiydim.  İş bulamadım.  
 Rotterdam güney bölgesinde başka bir firmada çalışıyordum.  Okuyordum.  
 Rotterdamba başka bir şirkette çalışıyordum  Ev işlerine bakıyordum/Evkadınıydım.  
 Rotterdam dışında olan bir şirkette çalışıyordum.  Başka, .....  
 Dış ülkede bir şirkette çalışıyordum. ....

**44. Evinizi şirketinizin geliriyle geçindiriyorsunuz?**

Evet  hepsiyle değil  Hayır

**45. Şirketiniz evinize ne kadar uzak?**

Hemen hemen .....dakika yürüyorum.

**46.a. Şimdi nerede oturuyorsunuz?**

Rotterdam Güney bölgesinde.  Rotterdam dışı.  
 Rotterdamin başka bölgeleri  dış ülkede.

**46.b. 4 sene önce nerede oturuyordunuz?**

Rotterdam Güney bölgesinde.  Rotterdam dışı.  
 Rotterdamin başka bölgeleri  dış ülkede.

**46.c. Waar denkt u over twee jaar te wonen?**

Rotterdam Güney bölgesinde.  Rotterdam dışı.  
 Rotterdamin başka bölgeleri  dış ülkede.

**47. Uyruğunuz nedir? (birden fazla cevap mümkün)**

Hollandalı  Türk  Başka; .....

**48. Hangi Yaş kategorisine giriyorsunuz?**

16-20 yaş  26-30 yaş  41-50 yaş  61-70 yaş  
 21-25 yaş  31-40 yaş  51-60 yaş  70+

**49. En yuksek tahsiliniz nedir?**

VMBO  
 MBO

MBO+  
 HAVO

VWO  
 HBO

Post HBO  
 Universite

**Bu anketin sonudur. Katkilariniz icin tesekkurler! Lutfen anketi mevcut olan zarfla bize ucretsiz geri gonderirmisiniz?**

**Eger iki sinema bileti kazanma sansini elde etmek stiyorsaniz, bunu asagida bildirin:**

Evet, iki sinema bileti kazanma sansini elde etmek istiyorum.

**Bijlage 2b: Enquête in het Turks voor ondernemers die geen gebruik hebben gemaakt van de OKR.**

## Soru listesi

### **Rotterdam guney Bölgesinde şirket yatirimlari**

Bu soru listesi 5 parçadan mevcuttur (A,B,C,D,E). Sadece bir kategoriye secin, veya sayilar ilave edin. Ilginiz icin simdiden tesekkür ederiz. Sorulariniz icin Ondernemershuis Zuid'e basvurabilirsiniz. Tel: 010-4962661. Veya mail atabilirsiniz: [info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl](mailto:info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl).

**A. Asagidaki sorular firmanizin son 4 senedir nereye ve ne kadar yatirim yaptigini kapsamaktadır.**

**1. Son 4 senedir şirketinize veya şirketinizin bulunduğu binasına yatirimda bulundunuzmu, eger evet se, nelere? (birden fazla cevap yazabilirsiniz)**

- Şirketimin malzemelerine (mesela ofis esyasi, makinler, veya komputer gibi)  
 Binami bakim ve tamir yaptirdim.  
 Personele yatirim yaptim  
 Ürünlerimi cogalttim  
 Şirketime ven binasına yatirim yapmadim, lutfen 10 inci soruya geciniz.  
 Baskasi; mesela.....

**2. Şirketinizdeki mevcut olan malzemeleri (mesela ofis esyasi, makineler, veya komputer gibi) son 4 sene icinde nereden satin aldiniz? (oran olarak)**

- Hayir, hic birsey satin almadim.  
 Evet, %.....Rotterdam Guneydeki firmalardan.       Evet, %.....Rotterdamın diger bolgerinden.  
 Evet, %.....Rotterdam disindaki firmalardan.       Evet, %.....Dis ulkedeki şirketlerden.

**3. Son dort senedir şirketinizin bakimi ve tamirati icin hangi firmalara yatirim yaptiniz?**

- Hayir, şirketimin binasına hic yatirim yapmadim.  
 Evet, %.....Rotterdam Guneydeki firmalardan.       Evet, %.....Rotterdamın diger bolgerinden.  
 Evet, %.....Rotterdam disindaki firmalardan.       Evet, %.....Dis ulkedeki şirketlerden.

**4. Eger kendiniz tarafından is yerinize tamirat veya bakim yaptiysanız, malzemeleri nereden satin aldiniz?**

- Hayir, şirketimin binasına hic yatirim yapmadim.  
 Evet, %.....Rotterdam Guneydeki firmalardan.       Evet, %.....Rotterdamın diger bolgerinden.  
 Evet, %.....Rotterdam disindaki firmalardan.       Evet, %.....Dis ulkedeki şirketlerden.

**5. Tahminen son dort yilda ne kadar Avro şirketinize ve is yerinize yatirim yaptiniz?**

- Hemen hemen.....Euro.  
- Eger bilmiyorsanız bir kategori secermisiniz?

- 0 - 10.000 Euro       50.000 - 75.000 Euro       150.000 - 200.000 Euro  
 10.000 - 25.000 Euro       75.000 - 100.000 Euro       200.000 Euro'dan fazla  
 25.000 - 50.000 Euro       100.000 - 150.000 Euro

**6. Yukaridaki yatirimın ne kadarını siz kendiniz finans ettiniz?**

- Butun yatirimı, lutfen 8'nci soruya geciniz.       Yatirimın % ..... borc aldim/kredi cektim.

**7. Yatırımın hangi kısmını kimden ödünç aldınız?**

|                | ROTTERDAM<br>GÜNEY BÖLGESİ | ROTTERDAMIN<br>DİĞER<br>YERLERİNDEN | ROTTERDAM DIŐI | DIŐ ULKE |
|----------------|----------------------------|-------------------------------------|----------------|----------|
| Aile           | .....%                     | .....%                              | .....%         | .....%   |
| Arkadaş/akraba | .....%                     | .....%                              | .....%         | .....%   |
| Banka          | .....%                     | .....%                              | .....%         | .....%   |

**8. Siz finansmanı yatırım için genellikle takınak olarak mı kabul edersiniz?**

0 daima      0 sık sık      0 zaman zaman      0 narıden      0 asla

**9. Niçin sizing yatırım için genelde bir neden oldu? (Birden fazla cevap mümkündür)**

0 önemli yatırım      0 uzatma / yenilik  
0 verimlilik      0 daha büyük pazar payı elde  
0 kâr / ciro / büyüme      0 başka.....

**10. Onumuzdeki sene iş yerinize ve binanızın giderlerine yatırım yapmayı düşünüyor musunuz? Evetse, Kac Avro? (birden çok cevap mumkun)**

0 Hayır      0 Evet,.....Avro iş yerime.  
0 Hayır, diğer yatırımlar için planlıyorum.      0 Evet, .....Avro Bina giderlerine.

**11. 2005 den 2008 a kadar süren belediyenin ilk Ondernemersregeling Kansenzones programını tanıyor musunuz?**

0 Evet      0 Hayır

**12. Yeni 2009-2010 Ondernemersregeling Kansenzones programından yararlanmayı düşünüyor musunuz?**

0 Evet      0 Bilmiyorum      0 Hayır

**B. Aşğıdaki sorular sizin şirketinizi ilgilendiriyor (veya önceki şirketinizi).**

**13. Kac senesinde şirketinizi kurdunuz ve kac sene sahibi kaldınız?**

Şirketimi .....senesinde açtım ve .....senedir bu şirketin sahibiyim.

**14. Firmanız hangi muhite bağlı?**

.....

**15. Ne zamandan beri şirketiniz bu muhitte?**

Şirketim .....senedir bu bölgede.

Eğer 2005 den önce şirketiniz başka bölgede ise, şirketiniz hangi bölgede idi?

Şehir:..... Bolge/muhit:.....

**16. Sizce şirketiniz iki sene daha ayakta kalabilirmi?**

Evet  Bilmiyorum  Hayir, 19,nci soruya gidin.

**17. İki sene daha Rotterdam Güney bölgesinde şirketiniz kalacakmi?**

Evet, lutfen 19nci soruya gidin.  Bilmiyorum  Hayir

**18. Sizce iki sene sonra şirketinizi Rotterdamın başka bölgesinde açarmisiniz?**

Evet  Bilmiyorum  Hayir

**19. İşinizin olduğu binanın sahibi sizmisiniz?**

Evet  Hayir

**20. Şirketinizin kanuni durumu nedir?**

Bir kişilik şahsi şirket  Anonim şirketi  
 Birden fazla şahıs ortaklığı (değişik sorumluluk)  Limited şirketi  
 Birden fazla şahıs ortaklığı

**21. Kac elemaniniz çalışıyor?**

Ben haric .....iscim var.  
Onların .....fast olarak çalışıyor (haftada 32 saattan fazla)  
Ve .....part-time çalışıyor (haftada 32 saattan az).

**22. İşçilerinizin kaçanesi Rotterdam Güney bölgesinde oturmakta?**

.....iscim Rotterdam Güney bölgesinde oturuyor.

**23. İşçilerinizin kaçanesi Rotterdamın başka bölgelerinde oturuyor?**

.....scim Rotterdamda oturuyor (ama Güney bölgesinde değil).

**24.a. Bir ortakınız varmı?**

Evet, Hayat arkadaşım (esim)  Evet, benim bir/ birden çok ortakım var.  
 Hayir, lutfen 25, uncu soruya gidin.

**24.b. Ortaklarınız/ortaklarınız nerede oturuyor?**

|          | ROTTERDAM GÜNEY BÖLGESİ | ROTTERDAMIN BASKA BÖLGELERİ | ROTTERDAM DIŞI | YABANCI ÜLKE |
|----------|-------------------------|-----------------------------|----------------|--------------|
| 1. ortak |                         |                             |                |              |
| 2. ortak |                         |                             |                |              |

**24.c. Ortaklarınız/ortaklarınız dört sene önce nerede oturuyorlardı?**

|          | ROTTERDAM GÜNEY BÖLGESİ | ROTTERDAMIN BASKA BÖLGELERİ | ROTTERDAM DIŞI | YABANCI ÜLKE |
|----------|-------------------------|-----------------------------|----------------|--------------|
| 1. ortak |                         |                             |                |              |
| 2. ortak |                         |                             |                |              |

**25. Sirketiniz hangi sectorda aktif?**

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> gıda toptancı      | <input type="checkbox"/> emlakcilik              | <input type="checkbox"/> batmaacilik                       |
| <input type="checkbox"/> gıda-disi toptancı | <input type="checkbox"/> restaurant ve kafeterya | <input type="checkbox"/> kultur ve bos zaman degerlendirme |
| <input type="checkbox"/> hizmet sektoru     | <input type="checkbox"/> obur hizmetler          | <input type="checkbox"/> inaatcilik                        |
| <input type="checkbox"/> banka ve sigorta   | <input type="checkbox"/> servis sektoru          | <input type="checkbox"/> saglik sektoru                    |
|   |  | <input type="checkbox"/> baska, .....                      |
|   |  | .....  |

**26. calistiginiz sektorda kac sene is tecrubeniz var?**

Hemen hemen .....sene.

**27. Haftada kac saat sirketinizde calisiyorsunuz?**

Hemen hemen.....saat.

**28. Sizce asagidakilerden hangisi sizin icin gecerlidir? (birden fazla cevaplayabilirsiniz)**

- Bu sirketi ben kendim actim.  
 Bu sirketi birileriyle beraber actim.  
 Bu sirketi sahiplerinden satin aldim, birden fazla sahibi var.  
 Bu sirketi aileden devir aldim.  
 Bu sirketi bir akrabadan/arkadastan devir aldim.  
 Baskasi, .....

**29. Sadece Kar yapmayimi amacliyorsunuz?**

- Evet  Hayir

**30.a. Baska bir sirketin sahibimisiniz, veya sahibi oldunuzmu?**

- Evet  Hayir, lutfen 31ncu soruya gecin.

**30.b.Kac senedir baska bir sirketiniz daha vardi, veya oldu?**

|                  | ROTTERDAM<br>GUNEY BOLGESI | ROTTERDAMIN<br>DEGER<br>YERLERI N DEN | ROTTERDAM<br>DISI | DIS ULKE          |
|------------------|----------------------------|---------------------------------------|-------------------|-------------------|
| 1. Baska sirket  | .....seneden beri          | .....seneden beri                     | .....seneden beri | .....seneden beri |
| 2. Baska sirket  | .....seneden beri          | .....seneden beri                     | .....seneden beri | .....seneden beri |
| 1. Onceki sirket | .....sene surdu            | .....sene surdu                       | .....sene surdu   | .....sene surdu   |
| 2. Onceki sirket | .....sene surdu            | .....sene surdu                       | .....sene surdu   | .....sene surdu   |

**31. Senelik net kâriniz ne kadardir?**

- Hemen hemen .....Euro.  
- Eger bilmiyorsanız, asagidaki bir kategori seciniz:

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 0 - 10.000 Euro      | <input type="checkbox"/> 40.000 - 50.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> 10.000 - 20.000 Euro | <input type="checkbox"/> 50.000 - 75.000 Euro  |
| <input type="checkbox"/> 20.000 - 30.000 Euro | <input type="checkbox"/> 75.000 - 100.000 Euro |
| <input type="checkbox"/> 30.000 - 40.000 Euro | <input type="checkbox"/> 100.000 Euro +        |



**C. Asagidaki sorular sizin cevrenizle olan iliskinizi icermektedir.**

**32. Hangi musteriler sizin sirkerinizin karini belirliyor (oran olarak)**

%.....dunyasi  
%.....hukumet

%.....tuketici  
%.....baskasi, .....

**33. Sizce musterileriniz nerede oturuyorlar?**

%.....Rotterdam Guney bolgesinde.  
%.....Rotterdam baska bolgeleri

%.....Rotterdam disi.  
%.....dis ulkede.

**34. Sizce is iliskileriniz nerede kaliyorlar?**

%.....Rotterdam Guney bolgesinde.  
%.....Rotterdam baska bolgeleri

%.....Rotterdam disi.  
%.....dis ulkede.

**35. En cok calistiginiz 3 firma hangi sehirlerde?**

Sirket 1: ..... Eger Rotterdam ise, bolge: .....

Sirket 2: ..... Eger Rotterdam ise, bolge: .....

Sirket 3: ..... Eger Rotterdam ise, bolge: .....

**36. Asagidakilerden hangisine katiliyorsunuz?**

Lutfen size uygun olani parantez icine aliniz

|  | BITUNUY<br>LE<br>KATILYO<br>RUM | KATIL<br>IYOR<br>UM | TARAFSIZ<br>IM | KATIL<br>MIYO<br>RUM | HIC<br>KATILMIY<br>ORUM |
|--|---------------------------------|---------------------|----------------|----------------------|-------------------------|
| Sirketimin oldugu muhitte kendimi iyi hissediyorum.                      | 5                               | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |
| Sirketimin oldugu muhitte oturan insanlarla gunluk kontak kuruyorum.     | 5                               | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |
| Muhitte ki olan firmalar arasinda guven var                              | 5                               | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |
| Diger isverenleri iki seneden beri taniyor ve onlarla irtibat icindeyim. | 5                               | 4                   | 3              | 2                    | 1                       |

**37. Sirketinizin oldugu muhitte gunluk alis veris yapiyormusunuz?**

0 her zaman      0 gayet fazla      0 bazen      0 fazla degil      0 hic bir zaman

**38. Akrabalariniz ve tanidiklariniz nerede oturuyor?**

%.....Rotterdam Guney bolgesinde.  
%.....Rotterdam baska bolgeleri

%.....Rotterdam disi.  
%.....dis ulkede.

**39. Yakın aileniz Rotterdam Guney Bolgesindemi oturuyor?**

0 Evet      0 Sadece bir kac tane      0 Hayir

**D. Asagidaki sorular kisisel sorulardir.**

**40. Sirketinizi kurmadan once nerede calisiyordunuz?**

- Baska bir sirketin sahibiydim.  
 Rotterdam guney bolgesinde baska bir firmada calisiyordum.  
 Rotterdamda baska bir sirkette calisiyordum  
 Rotterdam disinda olan bir sirkette calisiyordum.  
 Dis ulkede bir sirkette calisiyordum.

- Is bulamadim.  
 okuyordum.  
 Ev islerine bakiyordum/Evkadinydim.  
 Baska, .....  
.....

**41. Evinizi sirketinizin geliriylemi gecindiriyorsunuz?**

- Evet  hepsiyle degil  Hayir

**42. Sirketiniz evinize ne kadar uzak?**

Hemen hemen .....dakika yuruyorum.

**43.a. Simdi nerede oturuyorsunuz?**

- Rotterdam Guney bolgesinde.  Rotterdam disi.  
 Rotterdamin baska bolgeleri  dis ulkede.

**43.b. 4 sene once nerede oturuyordunuz?**

- Rotterdam Guney bolgesinde.  Rotterdam disi.  
 Rotterdamin baska bolgeleri  dis ulkede.

**43.c. Waar denkt u over twee jaar te wonen?**

- Rotterdam Guney bolgesinde.  Rotterdam disi.  
 Rotterdamin baska bolgeleri  dis ulkede.

**44. Uyrugunuz nedir? (birden fazla cavap mumkun)**

- Hollandalı  Turk  Baska; .....

**45. Hangi Yas kategorisine giriyorsunuz?**

- 16-20 yas  26-30 yas  41-50 yas  61-70 yas  
 21-25 yas  31-40 yas  51-60 yas  70+

**46. En yuksek tahsiliniz nedir?**

- VMBO  MBO+  VWO  Post HBO  
 MBO  HAVO  HBO  Universite

**Bu anketin sonudur. Katkilariniz icin tesekkurler! Lutfen anketi mevcut olan zarfla bize ucretsiz geri gonderirmisiniz?**

**Eger iki sinema bileti kazanma sansini elde etmek stiyorsanız, bunu asagida bildirin:**

Evet, iki sinema bileti kazanma sansini elde etmek istiyorum.

**Bijlage 3a: Aankondigingsbrief aan ondernemers die gebruik hebben gemaakt van de OKR.**

|  |   |
|--|---|
| <b>Bedrijfsnaam</b><br><b>T.a.v. de directie</b><br><b>Adres</b> | <b>Dominic Schrijer</b><br><i>Wethouder Werk, Sociale Zaken en<br/>Grotestedenbeleid</i><br><br><b>Inlichtingen:</b> Ondernemershuis Zuid<br><b>E-mail:</b> info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl<br><b>Telefoon:</b> 010-4962661<br><b>Website:</b> www.ondernemershuiszuid.nl<br><br><b>Ons kenmerk:</b> ECO/031247/2009<br><b>Aantal bijlagen:</b> 1<br><b>Betreft:</b> Economische Kansenzones Rotterdam,<br>uw mening telt!<br><br><b>Datum:</b> 29 mei 2009 |
|--|---|

**Onderwerp:** Onderzoek naar bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid

Geachte ondernemer,

Om het ondernemersklimaat en de leefbaarheid in de wijken van Rotterdam-Zuid te verbeteren, is in 2005 met de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam gestart. Deze regeling liep tot en met 2008 en is ingezet om investeringen door (startende) ondernemers en vastgoedeigenaren aantrekkelijker te maken met een investeringspremie van 50%.

Volgens onze administratie is uw aanvraag voor de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam vastgesteld of beschikt gevonden. De Gemeente Rotterdam wil graag weten wat de Ondernemersregeling voor uw bedrijf heeft betekend en wat ondernemers drijft om te investeren. Daarom voert het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam samen met de Universiteit van Utrecht een onderzoek uit naar investeringen van ondernemers binnen Rotterdam-Zuid. Uw deelname aan dit onderzoek is belangrijk. De uitkomsten kunnen worden gebruikt bij het ontwikkelen van toekomstige (subsidie)regelingen voor ondernemers in Rotterdam-Zuid.

Ik verzoek u daarom vriendelijk om mee te doen met het onderzoek. Daartoe ontvangt u binnen vijf dagen na dagtekening van deze brief een vragenlijst met het verzoek die in te vullen en te retourneren aan het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam. Het invullen van deze vragenlijst vraagt ongeveer tien minuten. Als u deze volledig ingevuld retourneert, maakt u kans op twee gratis bioscoopkaartjes. Uw gegevens worden uiteraard anoniem verwerkt.

Voor vragen kunt u terecht bij Ondernemershuis Zuid, te bereiken op telefoonnummer 010-4962661, of u kunt mailen naar: [info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl](mailto:info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl).

Vertrouwend op uw medewerking.

Met vriendelijke groet,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized letter 'S' that loops back to the left and then extends to the right.

Dominic Schrijer  
Wethouder Werk, Sociale Zaken en Grotestedenbeleid

**Bijlage 3b: Aankondigingsbrief aan ondernemers waarvan de OKR-aanvraag is afgewezen en/of ingetrokken.**

|  |   |
|--|---|
| <b>Bedrijfsnaam</b><br><b>T.a.v. de directie</b><br><b>Adres</b> | <b>Dominic Schrijer</b><br><i>Wethouder Werk, Sociale Zaken en<br/>Grootstedenbeleid</i><br><br><b>Inlichtingen:</b> Ondernemershuis Zuid<br><b>E-mail:</b> info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl<br><b>Telefoon:</b> 010-4962661<br><b>Website:</b> www.ondernemershuiszuid.nl<br><br><b>Ons kenmerk:</b> ECO/031247/2009<br><b>Aantal bijlagen:</b> -<br><b>Betreft:</b> Economische Kansenzones Rotterdam,<br>uw mening telt!<br><br><b>Datum:</b> 29 mei 2009 |
|--|---|

**Onderwerp:** Onderzoek naar bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid

Geachte ondernemer,

Om het ondernemersklimaat en de leefbaarheid in de wijken van Rotterdam-Zuid te verbeteren, is in 2005 met de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam gestart. Deze regeling liep tot en met 2008 en is ingezet om investeringen door (startende) ondernemers en vastgoedeigenaren aantrekkelijker te maken met een investeringspremie van 50%.


De Gemeente Rotterdam wil graag weten wat haar ondernemers drijft om te investeren en voert daarom samen met de Universiteit van Utrecht een onderzoek uit naar investeringen van ondernemers binnen Rotterdam-Zuid. Volgens onze administratie heeft u destijds geen gebruik gemaakt, of kunnen maken, van de Ondernemersregeling. Om u in de toekomst beter van dienst te kunnen zijn is uw deelname aan dit onderzoek belangrijk. De uitkomsten kunnen worden gebruikt bij het ontwikkelen van toekomstige (subsidie)regelingen voor ondernemers in Rotterdam-Zuid.

Ik verzoek u daarom vriendelijk om mee te doen met het onderzoek. Daartoe ontvangt u binnen vijf dagen na dagtekening van deze brief een vragenlijst met het verzoek die in te vullen en te retourneren aan het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam. Het invullen van deze vragenlijst vraagt ongeveer tien minuten. Als u deze volledig ingevuld retourneert, maakt u kans op twee gratis bioscoopkaartjes. Uw gegevens worden uiteraard anoniem verwerkt.

Voor vragen kunt u terecht bij Ondernemershuis Zuid, te bereiken op telefoonnummer 010-4962661, of u kunt mailen naar: [info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl](mailto:info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl).

Vertrouwend op uw medewerking.

Met vriendelijke groet,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'S' shape with a horizontal line extending to the right.

Dominic Schrijer  
Wethouder Werk, Sociale Zaken en Grotestedenbeleid

**Bijlage 3c: Aankondigingsbrief aan ondernemers die nooit een OKR-aanvraag hebben ingediend.**

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Bedrijfsnaam</b><br/><b>T.a.v. de directie</b><br/><b>Adres</b></p> | <p><b>Dominic Schrijer</b><br/><i>Wethouder Werk, Sociale Zaken en<br/>Grootstedenbeleid</i></p> <p><b>Inlichtingen:</b> Ondernemershuis Zuid<br/><b>E-mail:</b> info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl<br/><b>Telefoon:</b> 010-4962661<br/><b>Website:</b> www.ondernemershuiszuid.nl</p> <p><b>Ons kenmerk:</b> ECO/031247/2009<br/><b>Aantal bijlagen:</b> -<br/><b>Betreft:</b> Economische Kanszones Rotterdam,<br/>uw mening telt!<br/><b>Datum:</b> 29 mei 2009</p> |
|---|--|

**Onderwerp:** Onderzoek naar bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid

Geachte ondernemer,

Om het ondernemersklimaat en de leefbaarheid in de wijken van Rotterdam-Zuid te verbeteren, is in 2005 met de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam gestart. Deze regeling liep tot en met 2008 en is ingezet om investeringen door (startende) ondernemers en vastgoedeigenaren aantrekkelijker te maken met een investeringspremie van 50%.

Volgens onze administratie is uw aanvraag voor de Ondernemersregeling Kansenzones Rotterdam vastgesteld of beschikt gevonden. De Gemeente Rotterdam wil graag weten wat de Ondernemersregeling voor uw bedrijf heeft betekend en wat ondernemers drijft om te investeren. Daarom voert het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam samen met de Universiteit van Utrecht een onderzoek uit naar investeringen van ondernemers binnen Rotterdam-Zuid. Uw deelname aan dit onderzoek is belangrijk. De uitkomsten kunnen worden gebruikt bij het ontwikkelen van toekomstige (subsidie)regelingen voor ondernemers in Rotterdam-Zuid.

Ik verzoek u daarom vriendelijk om mee te doen met het onderzoek. Daartoe ontvangt u binnen vijf dagen na dagtekening van deze brief een vragenlijst met het verzoek die in te vullen en te retourneren aan het Ontwikkelingsbedrijf Rotterdam. Het invullen van deze vragenlijst vraagt ongeveer tien minuten. Als u deze volledig ingevuld retourneert, maakt u kans op twee gratis bioscoopkaartjes. Uw gegevens worden uiteraard anoniem verwerkt.

Voor vragen kunt u terecht bij Ondernemershuis Zuid, te bereiken op telefoonnummer 010-4962661, of u kunt mailen naar: [info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl](mailto:info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl).

Vertrouwend op uw medewerking.

Met vriendelijke groet,

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized letter 'S' with a horizontal line extending to the right and a small loop at the top.

Dominic Schrijer  
Wethouder Werk, Sociale Zaken en Grotestedenbeleid



**Bijlage 4: Begeleidende brief bij alle enquêtes.**

|  |  |
|--|--|
| <b>Bedrijfsnaam</b><br><b>T.a.v. de directie</b><br><b>Adres</b> | <p><b>Dominic Schrijer</b><br/><i>Wethouder Werk, Sociale Zaken en<br/>Grotestedenbeleid</i></p> <p><b>Inlichtingen:</b> Ondernemershuis Zuid<br/><b>E-mail:</b> info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl<br/><b>Telefoon:</b> 010-4962661<br/><b>Website:</b> www.ondernemershuiszuid.nl</p> <p><b>Ons kenmerk:</b> ECO/031247/2009<br/><b>Aantal bijlagen:</b> 1<br/><b>Betreeft:</b> Economische Kanszones Rotterdam,<br/>uw mening telt!</p> <p><b>Datum:</b> 29 mei 2009</p> |
|--|--|

**Onderwerp:** Onderzoek naar bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid

Geachte ondernemer,

Enkele dagen geleden heeft u een brief ontvangen waarin een onderzoek naar bedrijfsinvesteringen in Rotterdam-Zuid wordt aangekondigd. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door de Gemeente Rotterdam samen met de Universiteit van Utrecht. De Gemeente Rotterdam wil graag weten wat ondernemers drijft om te investeren. De uitkomsten van dit onderzoek zijn relevant voor het ontwikkelen van nieuwe (subsidie)regelingen voor ondernemers in Rotterdam-Zuid.

Bijgevoegd vindt u de vragenlijst voor dit onderzoek. Ik verzoek u vriendelijk deze vragenlijst voor 24 juni aanstaande volledig in te vullen en in bijgevoegde, portovrije envelop te retourneren. Als u de vragenlijst volledig ingevuld retourneert, maakt u kans op twee gratis bioscoopkaartjes. Uw gegevens worden uiteraard anoniem verwerkt.

Voor vragen kunt u terecht bij Ondernemershuis Zuid, te bereiken op telefoonnummer 010-4962661, of u kunt mailen naar: info@ondernemerswinkel.rotterdam.nl.

Vertrouwend op uw medewerking.

Met vriendelijke groet,



Dominic Schrijer  
Wethouder Werk, Sociale Zaken en Grotestedenbeleid

## Bijlage 5

Bijlage 5: Het verband tussen de jaarlijkse netto winst en de omvang van de bedrijfsinvestering(en).

| Jaarlijkse netto winst (in Euro's) | Omvang bedrijfsinvestering(en) in de periode 2005-2008 in (Euro's) |                |                  |        |
|------------------------------------|--|----------------|------------------|--------|
|                                    | 0-25.000   | 25.000-100.000 | Meer dan 100.000 | Totaal |
| 0-30.000                           | 68,1%  | 15,9%          | 15,9%            | 100%   |
| 30.000-75.000                      | 41,8%  | 31,3%          | 26,9%            | 100%   |
| 75.000+                            | 20,9%  | 20,9%          | 58,1%            | 100%   |
| Totaal aantal ondernemers          | 114  | 48             | 61               | 223    |
| Totaal in %                        | 51,1   | 21,5           | 27,4             | 100    |

Chi<sup>2</sup>=40,159 en p=0,000.

Bron: OBR, 2009.

## Bijlage 6

Bijlage 6: Omvang van de bedrijfsinvesteringen naar nationaliteit.

| Omvang bedrijfsinvestering over de periode 2005-2008 (in Euro's) | Aandeel allochtone ondernemers (in %) | Aandeel autochtone ondernemers (in%) |
|--|---------------------------------------|--------------------------------------|
| 0-10.000   | 39,6                                  | 34,8                                 |
| 10.000-25.000  | 15,3                                  | 17,3                                 |
| 25.000-50.000  | 5,4                                   | 10,0                                 |
| 50.000-75.000  | 13,2                                  | 7,1                                  |
| 75.000-100.000   | 9,5                                   | 3,8                                  |
| 100.000-150.000  | 5,8                                   | 7,4                                  |
| 150.000-200.000  | 0                                     | 4,5                                  |
| 200.000+   | 11,1                                  | 15,2                                 |
| Totaal aantal ondernemers  | 31                                    | 223                                  |
| Totaal in %  | 100                                   | 100                                  |

Bron: OBR, 2009.

## Bijlage 7

Tabel 7a: Verband tussen het aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen in Rotterdam-Zuid en de samenwerking met bedrijven in Rotterdam-Zuid.

| Locatie van het bedrijf waarmee samengewerkt wordt | Aantal ondernemers | Aandeel aangeschafte bedrijfsmiddelen (in %) | Standaard deviatie |
|--|--------------------|--|--------------------|
| Rotterdam-Zuid                                     | 38                 | 33,74  | 36,4               |
| Elders in Rotterdam                                | 32                 | 21,66  | 26,7               |
| Buiten Rotterdam                                   | 76                 | 12,98  | 25,01              |
| Totaal   | 145                | 20,25  | 29,81              |

F=6,602 en p=0,002.

Bron: OBR, 2009.

Tabel 7b: Verband tussen de samenwerking met bedrijven uit Rotterdam-Zuid en het aandeel ingehuurde diensten bij bedrijven Rotterdam-Zuid.

| <b>Locatie van het bedrijf waarmee wordt samengewerkt</b> | <b>Aantal ondernemers</b> | <b>Aandeel aangeschafte diensten bij bedrijven (in %)</b> | <b>Standaard deviatie</b> |
|---|---------------------------|---|---------------------------|
| Rotterdam-Zuid  | 23                        | 52,29   | 47,74                     |
| Elders in Rotterdam                                       | 21                        | 44,74   | 40,57                     |
| Buiten Rotterdam  | 35                        | 18,77   | 37,15                     |
| Totaal  | 79                        | 35,54   | 43,61                     |

F=5,208 en p=0,08.  
Bron: OBR, 2009.