



LOCATIEBESLISSINGEN: PIEKT NEDERLAND?

Een studie naar strategische locatiebeslissingen in
Nederland tussen 2000-2008

Masterthesis Economische Geografie

Arjen Derksen
Frank van Dongen

Universiteit Utrecht, 2010.

LOCATIEBESLISSINGEN: PIEKT NEDERLAND?

Een studie naar strategische locatiebeslissingen in
Nederland tussen 2000-2008

Masterthesis Economische Geografie

Auteurs:

Arjen Derksen 0484393

Frank van Dongen 0484059

Begeleider:

Leo van Grunsven

Universiteit Utrecht, 2010.

ABSTRACT

With the 'Pieken in de Delta' document the Dutch Government emphasizes the development of spatial clusters of related businesses. Therefore, this thesis examines if the strategic location decisions of firms in the Netherlands contributed to the cluster process in the 'pieken', and how this can be explained. The theory shows that companies can base their location decision on many different factors. Some of them appear to encourage the companies to cluster, the so called cluster factors.

The analysis of the DLN (Database Locatiebeslissingen Nederland) shows that the strategic location decisions have contributed to the agglomeration process in the 'piek' Food & Nutrition for the eastern region of the Netherlands, Agribusiness for the northern region, Creative Industries/ICT/New Media for the Randstad North wing, Process Industry and Logistics for the southwest region.

Cluster factors aren't important for every company that settles in one of the 'pieken'. Also it appears that cluster factors aren't always more important for companies that choose to locate in a 'piek' then for companies that locate outside a 'piek'. Furthermore the importance of cluster factors varies across sectors. For example the cluster factors were decisive for the companies that settled in the 'pieken' Logistics and High-Tech Systems and Materials, but this wasn't the case for the settlers in the 'pieken' Creative Industries/ICT/New Media and Process Industry. This makes clear that companies for which cluster factors are important not always locate in 'pieken'; this varies by sector.

Key words: Location choice, Spatial clustering, Location factors, Company's features

SAMENVATTING

Het huidige Nederlandse beleid zet met de nota 'Pieken in de Delta' (2004), in op de ontwikkeling van agglomeraties van gerelateerde bedrijvigheid. Daarom wordt in deze thesis onderzocht of de strategische locatiebeslissingen van bedrijven in Nederland leiden tot agglomeratievorming van gerelateerde bedrijvigheid en hoe dit valt te verklaren. Uit de theorie blijkt dat bedrijven hun locatiekeuze op heel veel verschillende locatiefactoren kunnen baseren. En dat er een aantal locatiefactoren zijn die bedrijven kunnen aanzetten tot agglomeratievorming, de clusterfactoren.

Uit de analyse van de DLN (Database Locatiebeslissingen Nederland), blijkt dat de strategische locatiebeslissingen hebben bijgedragen aan de agglomeratievorming in de 'pieken' Food & Nutrition voor de regio Oost, Agribusiness voor de regio Noord, Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media voor de regio Noordvleugel, Procesindustrie voor de regio Zuidwest en Logistiek voor de regio Zuidwest. Clusterfactoren zijn niet voor elke vestiger in een 'piek' doorslaggevend. Ook hechten vestigers binnen een 'piek' niet altijd meer belang aan clusterfactoren dan vestigers buiten de 'piek'. Bovendien varieert het belang van clusterfactoren voor bedrijven sterk per sector. Zo vonden de vestigers in de 'pieken' Logistiek en High-Tech Systemen en Materialen clusterfactoren vaak doorslaggevend, maar geldt dit niet voor de 'pieken' Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media en de Procesindustrie. Bedrijven die clusterfactoren belangrijk vinden kiezen dus niet altijd voor een vestiging binnen een 'piek'; dit verschilt per sector.

Begrippen: Locatiekeuze, Ruimtelijke clustering, Locatiefactoren, Bedrijfskenmerken

VOORWOORD

Voor u ligt de Masterthesis 'Locatiebeslissingen: Piekt Nederland? – Een studie naar strategische locatiebeslissingen in Nederland tussen 2000-2008'. Deze thesis is door ons gezamenlijk geschreven ter afronding van de Master Economische Geografie aan de Universiteit Utrecht.

Na vele ideeën en hersenspingsels besloten we om de relatie tussen de 'pieken' uit de nota 'Pieken in de Delta' (2004) en de locatiebeslissingen van bedrijven centraal te stellen in deze thesis. Het resultaat van vele uren werk is te lezen op de volgende pagina's.

Voor hun bijdrage aan de totstandkoming van deze Masterthesis willen wij graag de volgende personen bedanken.

Ten eerste willen wij onze begeleider van de Universiteit Utrecht, Leo van Grunsven, bedanken voor zijn hulp en begeleiding van onze thesis. Verder bedanken wij dhr. Tonk (Ministerie van Economische Zaken), dhr. Koppers, (Ontwikkelingsmaatschappij LIOF) en dhr. Bruil (Stec Groep), welke bereid waren een interview te geven. Tot slot gaat onze dank uit naar familie en vrienden voor hun steun en belangstelling tijdens het uitvoeren van dit onderzoek.

Wij wensen u veel leesplezier toe met deze Masterthesis.

Arjen Derksen & Frank van Dongen.

INHOUDSOPGAVE

<u>1</u>	<u>INLEIDING</u>	<u>6</u>
1.1	INTRODUCTIE	6
1.2	DOEL- EN PROBLEEMSTELLING	8
1.3	WETENSCHAPPELIJKE RELEVANTIE	8
1.4	MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE	9
1.5	ONDERZOEKSOPZET	10
<u>2</u>	<u>THEORIE: LOCATIEBESLISSINGEN</u>	<u>12</u>
2.1	DEEL 1: LOCATIETHEORIEËN & LOCATIEFACTOREN	12
2.2	DEEL 2: LOCATIEBESLISSINGEN & CLUSTERS	18
2.3	DEEL 3: SAMENVATTING THEORIE EN VERWACHTINGEN	35
<u>3</u>	<u>METHODOLOGIE</u>	<u>39</u>
3.1	ONDERZOEKSMETHODEN	39
3.2	KWANTITATIEVE ONDERZOEKSMETHODE: DE TELEFONISCHE ENQUÊTE	41
3.3	KWALITATIEVE ONDERZOEKSMETHODE: INTERVIEWS EN TESTIMONIALS	53
<u>4</u>	<u>ANALYSE: LOCATIEBESLISSINGEN</u>	<u>54</u>
4.1	RUIMTELIJK PATROON LOCATIEBESLISSINGEN	54
4.2	WELKE LOCATIEFACTOREN VERKLAREN DE LOCATIEBESLISSINGEN?	68
4.3	DE INVLOED VAN INDIVIDUELE KENMERKEN	83
4.4	SAMENVATTING ONDERZOEKSRISULTATEN	89
<u>5</u>	<u>CONCLUSIES</u>	<u>91</u>
<u>6</u>	<u>AANBEVELINGEN</u>	<u>93</u>
6.1	BELEIDSAANBEVELINGEN	93
6.2	ONDERZOEKSAANBEVELINGEN	93
	<u>BIBLIOGRAFIE</u>	<u>95</u>
	<u>BIJLAGE I VRAGENLIJST DLN</u>	<u>103</u>
	<u>BIJLAGE II AFBAKENING PIEKEN BUREAU LOUTER</u>	<u>107</u>

1 INLEIDING

1.1 Introductie

Sinds de publicatie van de Lissabon Agenda zet de Nederlandse rijksoverheid specifiek in op het stimuleren van de kenniseconomie, om zo van Nederland een concurrerende en dynamische economie te maken in een sterk en innovatief Europa (Economische Zaken, 2009). De nota 'Pieken in de Delta' (2004) is de gebiedsgerichte agenda van Nederland (kader 1.1). Hiermee breekt de overheid met het voorgaande beleid door de aandacht te verschuiven van het wegwerken van economische achterstanden naar het gericht stimuleren van regionaal economische kansen van nationaal belang. Deze beleidswijziging sluit nauw aan bij de toenemende overeenstemming onder geografen, economen en bedrijfskundigen dat, juist in een globaliserende economie, 'de regio' steeds belangrijker wordt als ruimtelijke eenheid waar productie en welvaart worden gecreëerd (Asheim et al, 2006). In de nota worden zes verschillende regio's onderscheiden, waarbij iedere regio zijn eigen programma heeft.

Kader 1.1 'Pieken in de Delta' onderdeel breder beleidsprogramma

De nota 'Pieken in de Delta' moet gezien worden als onderdeel van het bredere beleidsprogramma ter stimulering van de kenniseconomie. Zo is er in de afgelopen jaren meer geld beschikbaar gesteld voor generieke middelen. Voorbeelden hiervan zijn de fiscale faciliteit voor onderzoek (WBSO), de kennisvouchers voor het MKB en de investeringen in innovatie en kennis vanuit het Fonds Economische Structuurversterking (FES).

Samen met lokale overheden, werkgevers- en werknemersorganisaties, regionale ontwikkelingsmaatschappijen, Kamers van Koophandel, het bedrijfsleven, universiteiten en andere kennisinstituten heeft het ministerie van Economische Zaken een programma opgesteld (Economische Zaken, 2009). Door bij het opstellen van de programma's de samenwerking op te zoeken met kennisinstituten en het bedrijfsleven is er draagvlak gecreëerd voor het beleid (Van Dijk, 2004). De kans dat hierdoor de beleidsdoelstellingen worden gehaald is groter dan wanneer er geen draagvlak is. Door deze benadering te kiezen legt de rijksoverheid de verantwoordelijkheid voor het succes van het gebiedsgerichte economische beleid bij de regio's zelf. In totaal zijn er zo 21 'pieken' ontstaan, per regio 3 of 4 'pieken' (Bureau Louter, 2008).

Het ministerie van Economische Zaken definieert een 'piek' als volgt:
"een onderscheidend cluster van bedrijvigheid en kennis dat van (inter)nationale betekenis is of kan worden en dat zich onderscheidt door focus en massa, samenwerking en samenhang" (Bureau Louter, 2008, p.2).

Deze brede definitie betekent in de praktijk dat de vastgestelde 'pieken' onderling sterk verschillen. Ten eerste blijkt uit de definitie dat er verschillende gradaties mogelijk zijn tussen 'pieken' die hun onderscheidend vermogen op (inter)nationaal niveau al bewezen hebben en 'pieken' waarvan verwacht wordt dat die een hoge groeipotentie zullen hebben. Ten tweede blijkt in de praktijk dat 'pieken' soms breed zijn afgebakend (massa) en soms heel specifiek (focus). Sommige 'pieken' hebben een relatief breed aantal bedrijfsactiviteiten terwijl andere juist de focus leggen op specifiek vastgestelde kansen. Ten derde is het belangrijk om te beseffen dat sommige 'pieken' een niet zo kennisintensief karakter hebben,

waardoor samenwerking minder aan de orde is. De reden dat deze toch tot 'piek' zijn benoemd is dat deze zich in positieve zin positioneren op het gebied van kennisintensiteit in vergelijking met gerelateerde bedrijvigheid in andere gebieden. Ten slotte heeft focus ook nog een ruimtelijke component. Sommige 'pieken' kennen een gespreid vestigingspatroon binnen het programmagebied, andere 'pieken' zijn sterk gericht op één enkele regio in het programmagebied.

Na het signaleren van economische kansen en de formulering van 'pieken' worden er concrete projecten ondernomen om deze 'pieken' verder te ontwikkelen, zodat Nederland ook daadwerkelijk een concurrerende en dynamische economie wordt binnen Europa. De zes programmacommissies maken allen ieder jaar regionale (economische) agenda's met kaderstellende programma- en actielijnen. Binnen deze kaders kunnen projecten worden ingediend. Het ministerie van Economische Zaken (sinds 2008 door SenterNovem en vanaf 2010 door Agentschap NL), beoordeelt de binnengekomen projecten en bepaalt welke projecten er in aanmerking komen voor subsidie (Economische Zaken, 2009). Om financiële ondersteuning te krijgen dienen de totale kosten van een project minstens €500.000 te bedragen.

De projecten die worden uitgevoerd zijn zeer verschillend van aard (Economische Zaken, 2009). Één van de doelen van deze projecten is het vergroten van de massa van de 'pieken', waardoor ze op den duur van internationale betekenis kunnen worden. Door de agglomeratievoordelen (zie paragraaf 2.2.3) van de 'pieken' voor bedrijven te versterken hoopt de overheid dat het vestigen in een 'piek' voor meer bedrijven een aantrekkelijkere optie wordt. Zo hopen Rijk en regio dat er een zelfversterkend proces ontstaat, waarbij steeds meer bedrijven zich in 'pieken' willen vestigen. Naast dit zelfversterkende proces vindt er pro-actief acquisitie plaats door uitvoerende organen van het ministerie van Economische Zaken, zoals Regionale OntwikkelingsMaatschappijen (ROM's), de *Netherlands Foreign Investment Agency* (NFIA) en haar buitenlandkantoren.

De overheid hoopt dat bedrijfsinvesteringen leiden tot agglomeratievorming van de 'pieken'. Maar uiteindelijk zijn het de bedrijven die de overweging maken en de locatiebeslissing nemen. Het is nog maar de vraag of het vestigingsgedrag van bedrijven overeenkomt met de door de overheid geformuleerde 'Pieken in de Delta'. De doelstelling van deze thesis is hierover meer duidelijkheid te verschaffen.

1.2 Doel- en Probleemstelling

Doelstelling: *Het doel is om te achterhalen of de 'pieken' geformuleerd in de nota 'Pieken in de Delta' samenhangen met het ruimtelijk patroon van strategische locatiebeslissingen van bedrijven.*

Probleemstelling:

In hoeverre hebben strategische locatiebeslissingen van bedrijven in de periodes voor en na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' geleid tot versterking van de 'pieken' en hoe zijn deze locatiebeslissingen te verklaren?

Deze probleemstelling vormt de rode draad van de thesis en met de beantwoording hiervan wordt de doelstelling bereikt. Hiertoe worden de volgende vier onderzoeksvragen opgesteld welke elk verwijzen naar delen van het onderzoek. De vragen 1 en 2 vormen het uitgangspunt voor het theoretisch hoofdstuk, de verwachtingen op basis van theoretische inzichten worden geformuleerd in hypothesen. Het empirisch onderzoek toetst deze hypothesen en beantwoordt daarmee de vragen 3 en 4. Op deze wijze kan in het concluderende hoofdstuk antwoord worden gegeven op de centrale probleemstelling.

- 1. Wat zijn de theoretische inzichten over de invloed van clustering op de bepalende locatiefactoren voor bedrijven die een locatiebeslissing nemen?*
- 2. Van welke 'pieken' mag op basis van de theoretische inzichten verwacht worden dat er agglomeratievorming plaats vindt, zowel voor als na de invoering van 'Pieken in de Delta'?*
- 3. In hoeverre komt het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen overeen met de 'pieken' uit de nota 'Pieken in de Delta'?*
- 4. Welke locatiefactoren zijn doorslaggevend voor bedrijven die een locatiebeslissing nemen, en zijn bedrijfskenmerken van invloed op het belang dat bedrijven hechten aan de locatiefactoren?*

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Centraal in deze thesis staat de wisselwerking tussen ruimtelijk economisch overheidsbeleid en locatiebeslissingen van bedrijven. Beide zijn onderwerp van veel wetenschappelijk onderzoek. Daarbij is het huidige ruimtelijk economisch beleid van de Nederlandse overheid gebaseerd op de theoretische inzichten over agglomeraties.

Locatietheorieën stellen dat bedrijven bij hun locatiebeslissing meerdere locatiefactoren in overweging nemen en vervolgens kiezen voor een regio met *assets* die daarmee voldoende mate matchen. Specifieke kenmerken (zoals sector, bedrijfsomvang, herkomst enz.) bepalen mede of bedrijven zich zullen vestigen in een overeenkomend cluster. Echter geeft de economische geografie amper antwoord op de vraag welke bedrijfskenmerken bepalen welke specifieke locatiefactoren bepalend zijn voor de locatiebeslissing. De wetenschappelijke relevantie van de thesis ligt in het koppelen van theoretische inzichten omtrent locatiegedrag van bedrijven aan de clustertheorieën op basis van bedrijfskenmerken.

1.4 Maatschappelijke relevantie

Recentelijk is de focus van het ruimtelijk economisch beleid verschoven van het wegwerken van de regionale achterstanden (*equity*) naar het inzetten op de sterktes en potenties van individuele regio's (*efficiency*). Deze verandering volgt nauw de ontwikkelingen in de wereldeconomie en daarbij de voortschrijdende inzichten uit de wetenschap. Onder economisch geografen en bedrijfskundigen groeit de consensus dat, juist in een globaliserende economie, de regio steeds belangrijker wordt als ruimtelijke eenheid waar productie en welvaart worden gecreëerd (Asheim et al., 2006). Voornamelijk op het regionale schaalniveau leiden toenemende meeropbrengsten tot een hogere productiviteit van bedrijven en werknemers. Een proces dat zichzelf lijkt te versterken, omdat juist op deze schaal agglomeratievoordelen ontstaan (Dicken, 2003; Maskell, 2001). Het is niet verwonderlijk dat de internationale concurrentie tussen regio's voor het aantrekken en behouden van bedrijvigheid sterk is toegenomen.

De Nederlandse overheid zet, in de geest van de Lissabon Agenda, specifiek in op het stimuleren van de kenniseconomie om zo haar gehele concurrentiepositie te versterken. De ruimtelijke economische invulling hieraan is de nota 'Pieken in de Delta' (2004). Deze werd gepresenteerd als reactie op het IBO-rapport (2004) en bevestigt de omslag van het regionale gelijkheidsdenken (leidend in de jaren zeventig en tachtig) naar het nationale groeidenken. Het beleid richt zich vanaf dat moment volledig op het benutten van comparatieve voordelen van regio's.

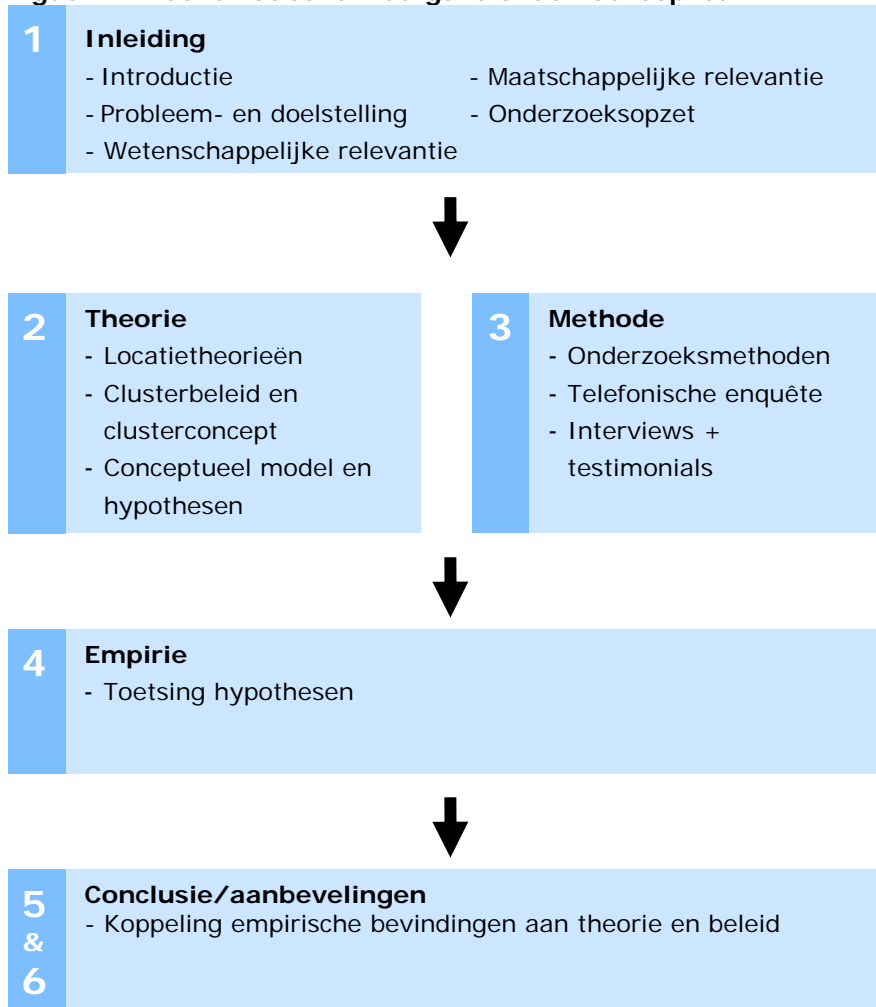
Om de ongewenste onderlinge concurrentie tussen regio's te beperken en de effectiviteit van de investeringsbevordering te vergroten is afgesproken om de 'pieken' onderling af te stemmen. De nationale beleidsnota 'Pieken in de Delta' fungeert hiervoor als leidraad. Kortom, de overheid zoekt met het bedrijfsleven per regio naar kansrijke sectoren van nationaal belang en focust hierop haar ruimtelijk economisch beleid.

Het rijk tracht met haar inspanningen de bestaande of opkomende 'pieken' te versterken en aantrekkelijker te maken voor nieuwe vestigers. Het is echter nog maar de vraag in hoeverre het ruimtelijk patroon van strategische locatiebeslissingen in Nederland overeen komt met de gebiedsgerichte speerpunten uit de nota 'Pieken in de Delta'. Deze thesis onderzoekt of ruimtelijke verplaatsingen leiden tot ruimtelijke specialisaties, in de vorm van 'pieken'. Oftewel, is 'Pieken in de Delta' een effectief beleidsmiddel om clusters aantrekkelijker te maken voor bijpassende bedrijvigheid? En is dit afhankelijk van bedrijfskenmerken en (clustergerelateerde) locatiefactoren? Deze kennis maakt de thesis maatschappelijk relevant.

1.5 Onderzoeksopzet

De opzet van dit onderzoek volgt de structuur zoals deze schematisch is weergegeven in figuur 1.1.

Figuur 1.1: Schematische weergave onderzoeksopzet.



In het tweede hoofdstuk wordt een overzicht gegeven van de relevante theorieën. Het hoofdstuk bestaat uit drie delen. In het eerste deel van het tweede hoofdstuk staan de locatietheorieën en bijbehorende locatiefactoren centraal welke trachten het vestigingsgedrag van bedrijven te verklaren en te voorspellen. De economische geografie heeft in de loop der jaren een viertal locatietheorieën voortgebracht, namelijk de neoklassieke, behaviourale, institutionele en evolutionaire. Door de behandeling van deze theorieën vanuit hun eigen benaderingswijze wordt duidelijk welke locatiefactoren onder welke omstandigheden relevant kunnen zijn. Aansluitend hierop wordt het clusterconcept aangehaald. De relevantie hiervan voor ons onderzoek ligt in de mate waarin clusters beschikken over agglomeratievoordelen welke een grote aantrekkingskracht kunnen hebben op bedrijven. Het ministerie van Economische Zaken bouwt met haar nota 'Pieken in de Delta' voort op het clusterconcept. Het rijk tracht met haar inspanningen de bestaande of opkomende sectorale clusters, of 'pieken', te versterken en aantrekkelijker te maken voor nieuwe vestigers. Er wordt dieper ingegaan op verschillende definities en typering van clusters en de *assets* die een cluster aantrekkelijk maken voor bedrijven. Daarna wordt bekeken voor welke bedrijven en

sectoren clustering relevant is. In deel drie zal de theorie worden samengevat en wordt getracht een antwoord te geven op deelvraag 1 en 2. Op basis hiervan zal het conceptueel model worden opgesteld waar vervolgens de hypothesen van worden afgeleid.

Het derde hoofdstuk bevat de gehanteerde methodologie voor het empirisch gedeelte van het onderzoek. Hierbij wordt voortgebouwd op de bijdragen uit het theoretische hoofdstuk. Op basis van een korte beschouwing van verschillende onderzoeksmethoden worden de gemaakte keuzes verantwoord. Het conceptueel model wordt gepresenteerd, welke als uitgangspunt dient voor de verdere operationalisering van het empirisch onderzoek.

De analyse van de onderzoeksgegevens komt aan bod in het vierde hoofdstuk. Met behulp van kaartmateriaal zal het ruimtelijk patroon van 357 strategische locatiebeslissingen verkregen uit het empirisch onderzoek gelegd worden naast de veronderstelde sectorale ruimtelijke concentraties uit 'Pieken in de Delta'. Bij welke 'pieken' zijn er duidelijke tekenen van agglomeratievorming te bespeuren en bij welke minder? Vervolgens zal getracht worden de uitkomsten uit het eerste gedeelte voor enkele 'pieken' te verklaren op basis van de individuele locatiebeslissingen. Achter elke locatiebeslissing gaat een verhaal schuil, van een bedrijf met unieke kenmerken, waarvoor enkele locatiefactoren van doorslaggevend belang zijn geweest. Concreet zal onderzocht worden welke 'pieken' in staat zijn om bedrijven aan te trekken die clusterfactoren van doorslaggevend belang achten en voor welke types bedrijvigheid dit geldt. De kwantitatieve analyse zal worden onderbouwd met testimonials van bedrijven en interviews met betrokkenen. Op basis hiervan kan gesteld worden in hoeverre het gevoerde beleid effectief is.

Uiteindelijk worden in het vijfde hoofdstuk de conclusies getrokken waarmee een antwoord wordt gegeven op de probleemstelling. Daarbij zal er teruggekoppeld worden naar de theoretische verhandeling. Op welke gebieden zijn de nieuw verkregen inzichten uit de onderzoeksresultaten aanvullend?

Ter afsluiting worden in hoofdstuk 6 op basis van de conclusies enkele onderzoeks- en beleidsaanbevelingen gedaan.

2 THEORIE: LOCATIEBESLISSINGEN

In navolging van de gestelde probleemstelling wordt in dit hoofdstuk het theoretisch kader geschetst waarbinnen het onderzoek plaats zal vinden. Dit kader bestaat uit drie delen. Het eerste deel behandelt locatiefactoren die voor bedrijven doorslaggevend kunnen zijn bij het maken van een locatiebeslissing. Dit wordt gedaan aan de hand van verschillende locatietheorieën. Het tweede deel van dit theoretische hoofdstuk behandelt het clusterconcept en de voordelen die clustering kan hebben voor bedrijven. Vervolgens wordt uitgezocht voor welke bedrijven vestiging in een cluster aantrekkelijk is. De bevindingen uit de theoretische verhandeling worden samengevat in het derde deel in de vorm van het conceptueel model waaruit de hypothesen volgen.

2.1 DEEL 1: Locatietheorieën & locatiefactoren

Bij een strategische locatiebeslissing gaan bedrijven zelden over één nacht ijs. Het is meestal een langdurig proces waarbij verschillende locatiefactoren worden afgewogen.

Locatiefactoren worden behandeld in de wetenschappelijke locatietheorieën die in de economische geografie prominent aanwezig zijn. De verschillende theorieën hanteren ieder een andere opvatting van het bedrijf en hoe het bedrijf functioneert in haar bedrijfsomgeving (Hayter, 1997). In de literatuur wordt er vaak een onderscheid gemaakt tussen drie theoretische hoofdstromen –te weten neoklassiek, behaviooraal en institutioneel (Mariotti & Pen, 2001; Brouwer et al., 2004)- maar ook de evolutionaire theorie krijgt steeds meer voet aan de grond (Boschma et al., 2002). Geen van allen domineert er in de economisch geografische wetenschap (Pellenbarg et al., 2002; Scott, 2000). Een duidelijk paradigma ontbreekt en daarom lijkt het alsof alles mogelijk is (Bryson et al., 1999). *“An evaluation of location theory might help impose some order upon the myriad elements that influence the location of firms”* (Hessels, 1992, p.30). In dit onderzoek zal er daarom vanuit de verschillende locatietheorieën gekeken worden naar locatiefactoren die voor bedrijven belangrijk kunnen zijn bij het nemen van een locatiebeslissing.

2.1.1 Neoklassieke locatietheorie

De neoklassieke locatietheorie focust zich op kostenminimalisatie en winstmaximalisatie (Pellenbarg et al., 2002). De optimale locatie wordt berekend door de verschillende locatiefactoren (transportkosten, arbeidskosten, marktomvang) in een wiskundige productfunctie te zetten (Brouwer et al., 2004). Ieder bedrijf is in staat om deze productfunctie in te vullen omdat de neoklassieke stroming ervan uitgaat dat ieder bedrijf over volledige informatie beschikt. Vervolgens zal ieder bedrijf zich ook vestigen op de optimale locatie omdat wordt verondersteld dat economische actoren altijd rationeel handelen (Mariotti & Pen, 2001).

Door zijn mathematische karakter, waarbij volledige rationaliteit wordt verondersteld, laat de neoklassieke theorie vooral zien hoe locatiebeslissingen genomen zouden moeten worden in plaats van hoe ze in werkelijkheid genomen zijn. Wetenschappers vragen zich dan ook af wat de verklarende en empirische waarde van de neoklassieke theorie is: *“classical theories have been more concerned with the construction of elegant theories of location equilibrium, or with the fusion of location and production theory, than with providing a guide for empirical enquiry”* (Smith, 1971, p. 276).

Ondanks de nodige kritiek op de neoklassieke theorie leefde de theorie weer op aan het begin van de jaren negentig van de vorige eeuw. Vanuit de *mainstream* economie werden nieuwe ideeën naar voren geschoven wat door economen zelf werd betiteld als '*the new economic geography*' (Fujita, 1999; Krugman, 1991; Venables, 1996). De 'nieuwe economische geografie' houdt rekening met dynamiek in de zin dat kosten en opbrengsten kunnen veranderen, waardoor de huidige locatie niet meer de optimale hoeft te zijn. Een bedrijf dient dus te migreren van de huidige locatie naar een nieuwe als de eerste zich niet meer binnen de *spatial margins of profitability* bevindt (*push factors*) en de tweede wel winstgevend is (*pull factors*) (Brouwer et al., 2004).

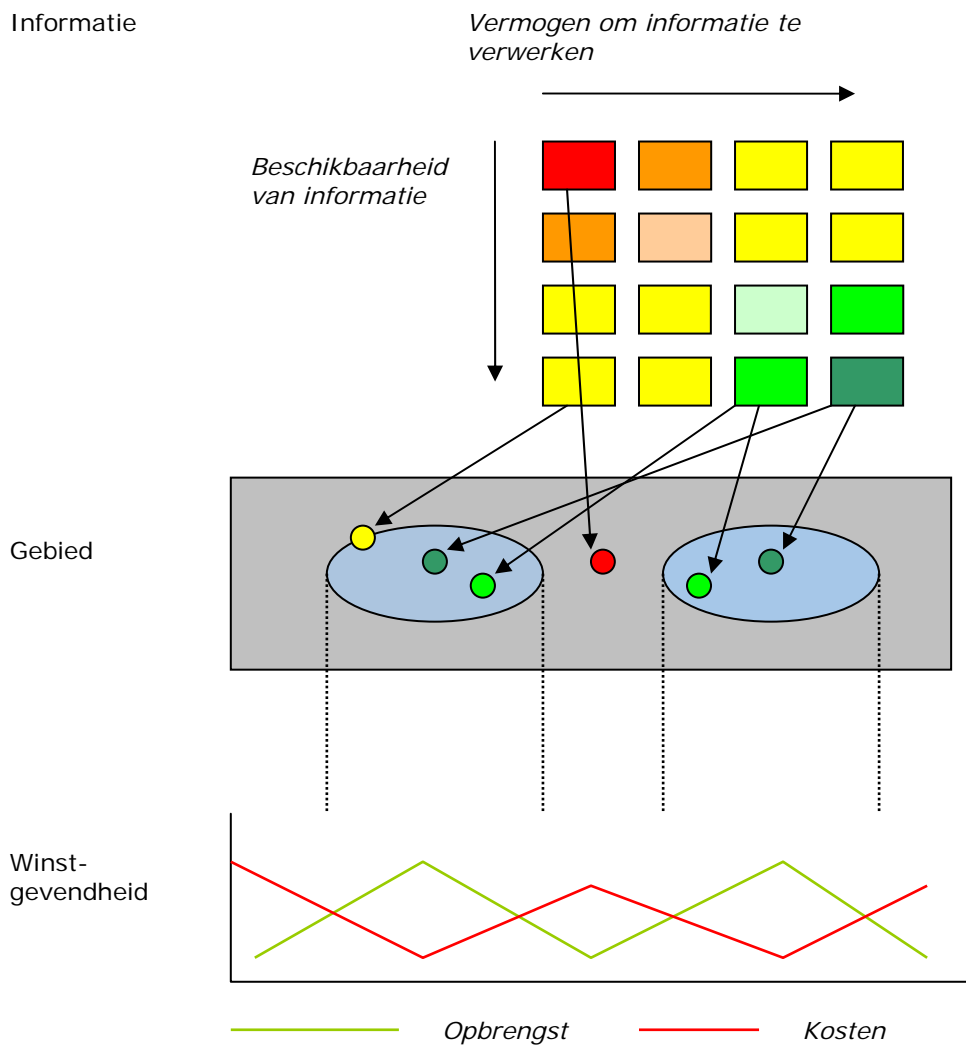
2.1.2 De behaviourale locatietheorie

Het rationele denken van de neoklassieken stuitte op de nodige kritiek. Volgens de criticasters nemen mensen locatiebeslissingen die bevredigend (*satisfying*) zijn, en niet de theoretisch optimale (Hazeu, 2000). Deze gedachte leidde tot de behaviourale locatietheorie. Uitgangspunt van deze theorie is dat beslissingen worden gemaakt op basis van beperkte rationaliteit (*bounded rationality*). Simon (1961, p.24) zegt hierover '*...intendedly rational, but only limited so*'. Bedrijven kunnen weliswaar proberen een zo goed mogelijke afweging te maken, maar de locatiebeslissing zal bijna altijd suboptimaal zijn (Pred, 1967). De afweging kan gebaseerd worden op alle denkbare locatiefactoren en bedrijfskenmerken. In de praktijk zal een bedrijf vrijwel nooit alle mogelijke locatiefactoren en kenmerken onderzoeken.

Het ene bedrijf stuit toevallig op een prachtige locatie en gaat zich daar, zonder naar alternatieven te kijken, vestigen. Een ander bedrijf zal een extern bureau inschakelen en zich laten adviseren naar mogelijke locaties. Een meewerkende gemeente die bereid is snel een bouwvergunning te verlenen of die zelf met een aantal geschikte locaties komt aanzetten kan voor bedrijven nu net de doorslag geven om zich in die desbetreffende gemeente te vestigen: "*...factors that are important to the location decision include efficient time frames for site selection and permitting. For example, Avis, the car rental company, chose Virginia Beach because their facility could be up and running in nine months*" (Cohen, 2000, p.10). Bij grote ondernemingen (>250 medewerkers) wordt er bij de bedrijfsmigratie veel meer rekening gehouden met het personeel (EIM, 2005). Men houdt er rekening met de zachte (niet in een getal uit te drukken) locatiefactoren zoals de woonomgeving, de bereikbaarheid van de nieuwe vestiging en de levensstandaard. Dit komt omdat de loyaliteit van werknemers veel kleiner is bij grote bedrijven dan bij het midden- en kleinbedrijf.

Pred (1967) probeert cognitieve vermogens van mensen te koppelen aan beschikbare informatie. Deze theorie heeft Pred grafisch vorm gegeven in zijn behaviourale matrix (figuur 2.1), hierin staat één as staat voor de hoeveelheid informatie en de andere as voor de mogelijkheid (vaardigheden en ervaring van het individu) om de informatie te gebruiken. De matrix van Pred geeft het belang weer van een gedegen voorbereiding bij locatiebeslissingen. Immers, de kans dat een bedrijf op de nieuwe locatie winstgevend is neemt toe als een bedrijf over meer informatie beschikt en de capaciteit heeft om informatie op een correcte wijze te gebruiken (figuur 2.1). Helaas is de praktische waarde van de matrix van Pred nihil. De plaats in de matrix van een bedrijf welke een locatiebeslissing neemt is immers niet exact te duiden.

Figuur 2.1: Behaviourale matrix



Bron: *Bewerking van Pred, 1967.*

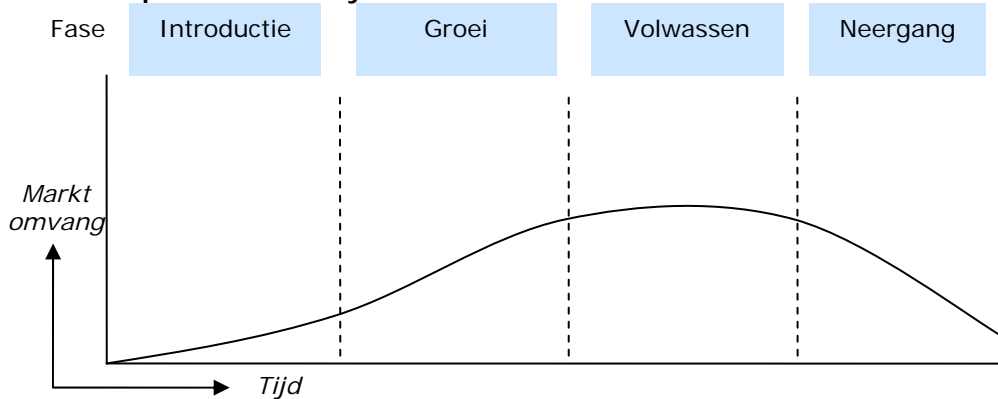
2.1.3 De institutionele locatietheorie

De institutionele locatietheorie heeft, in tegenstelling tot de statische neoklassieke en behaviourale locatietheorieën, aandacht voor dynamische processen tussen het bedrijf en haar omgeving. Marktveranderingen, dat wil zeggen het marktgedrag van concurrenten en consumenten, worden constant in de gaten gehouden. Bedrijven zijn dan ook ten alle tijden in interactie met concurrenten, consumenten en andere instituties: *"Firms have to negotiate with deliverers and suppliers, local, regional or national governments, labour unions and other institutions, about prices, wages, taxes, subsidies, infrastructure, and other key factors in the production process of the firm"* (Pellenbarg et al., 2002, p.10). Het gedrag van ondernemingen en dus ook hun locatiebeslissingen is volgens institutionelen de uitkomst van deze onderhandelingen. Het gebruik van de institutioneel economische benadering betekent dat er bij de verklaring van locatiebeslissingen meer aandacht is voor de relaties tussen actoren (Atzema et al., 2002). De nabijheid van toeleveranciers, afnemers, kennisinstellingen, overheidsinstellingen en samenwerkingspartners worden derhalve gezien als relevante locatiefactoren voor bedrijven.

De institutionele locatietheorie, ook bekend onder de noemer *geography of enterprise* (Krumme, 1969), probeert vooral een verklaring te vinden voor de locatiebeslissingen van grote bedrijven (Hayter, 1997; Atzema et al., 2002). Pellenburg zegt hierover: "*Larger corporations have more negotiating power, and are able to exert a substantial influence upon their environment, whereas small firms usually have to accept the restrictions and constraints imposed upon them by their environment*" (Pellenburg et al., 2002, p.10). Hoewel de nadruk bij de institutionele locatietheorie dus ligt op de bedrijfsexterne omgeving zijn ook bedrijfsinterne factoren belangrijk. Hayter formuleert het als volgt: "*Organizations, as institutions, are formal structures embedded in society whose behaviour reflects particular rules, tradition and values*" (Hayter, 1997, p. 162). Bedrijfsinterne- en bedrijfsexterne factoren kunnen dus niet los van elkaar worden gezien.

Vernon (1966) merkt op dat het locatiegedrag van internationale ondernemingen in iedere fase van de productlevenscyclus anders is (figuur 2.2). Hayter vat het kort samen: "*...the central (locational) thesis of the product cycle model is that as products are researched, developed and standardized (i.e. as they mature), the optimal bundle of location conditions shifts from high-wage regions to low-wage regions*" (Hayter, 1997, p.101). Kenmerkend voor dit concept en geheel passend in de institutionele theorie, is dat een verandering in de bedrijfskenmerken leidt tot veranderende eisen, met betrekking tot de omgeving.

Figuur 2.2: De productlevenscyclus



Competitie	Weinig	Toenemend	Veel	Afnemend
Product	Eén	Meer versies	Productlijn	Beste versies
Locatie	Agglomeratie agglomeraties	Meerdere	Diffuus	Buiten agglomeraties

Bron: bewerking van Vernon, 1966.

De eenzijdige aandacht voor maatschappelijke processen (globalisering en macht van multinationals) heeft ertoe geleid dat de '*geography of enterprise*' nooit tot een geformaliseerde algemene theorie is gekomen (De Smidt, 1977; Pen, 2002).

2.1.4 De evolutionaire locatietheorie

In tegenstelling tot de vorige drie locatietheorieën is de evolutionaire locatietheorie nog niet zo lang op de voorgrond getreden en heeft ze pas sinds een jaar of tien een meer inhoudelijke vorm gekregen. Ze probeert vooral aanvullend te zijn op de eerder besproken locatietheorieën. De evolutionaire theorie is het meest verwant aan de institutionele theorie (Hazeu, 2000). Beide theorieën beschouwen instituties als belangrijke selectiemechanismen (Boschma et al., 2002).

In tegenstelling tot de institutionelen gaan de evolutionairen ook uit van mutatie (aanpassing) en variatie (verandering) van bedrijf en regio. Deze dynamiek wordt vooral veroorzaakt door nieuwe technologische toepassingen en de internationalisering van markten (Atzema et al., 2002). Er wordt verondersteld dat technologie en internationalisering geen exogene, maar endogene factoren vormen in de economie. Technologie en internationalisering worden door de economie voortgebracht, want bedrijven introduceren nieuwe producten en leggen buitenlandse markten open. In deze dynamische en open wereld is het alleen mogelijk om te overleven als er bepaalde formele en informele instituties, routines, zijn. Door mutatie en variatie in bedrijven is het soms nodig om routines te veranderen. Het kan gaan om routines op het gebied van productie, personeelsbeleid, onderzoek en ontwikkeling, marketing, investeringsstrategie, etcetera (Boschma et al., 2002).

Om verandering te bewerkstelligen is interactie en samenwerking met andere actoren (bedrijven, kennisinstellingen, overheid en consumenten) onontbeerlijk. Dit betekent dat de nabijheid van toeleveranciers, afnemers, kennisinstellingen, overheidsinstellingen en samenwerkingspartners ook binnen deze theorie allemaal relevante factoren kunnen zijn voor bedrijven. Daarnaast is er veel aandacht voor historisch gegroeide relaties, waar ook sociale relaties (familie, kennissen en vrienden) onderdeel van uit maken: *"An organisational unit bringing together diverse social relations in which actors are embedded...relationships may be interpersonal relationships, family linkages or simply social ties"* (Yeung, 2000, p.14). Hieruit kan worden afgeleid dat bij locatiebeslissingen allerlei bestaande sociale relaties van de besluitnemers een rol kunnen spelen.

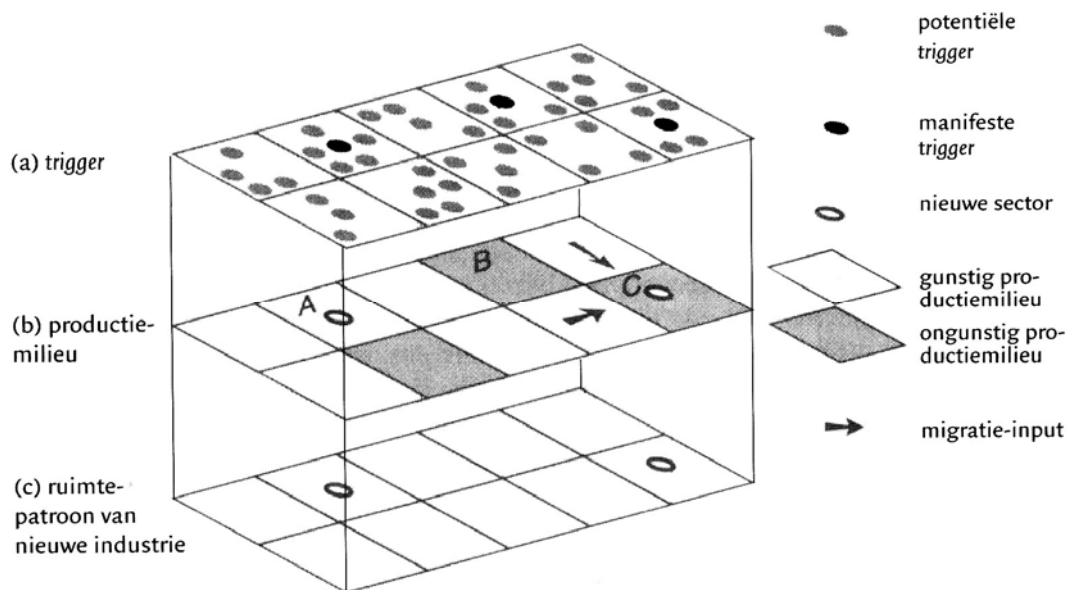
Interactie met verschillende relevante actoren verloopt het eenvoudigst als deze actoren in de nabijheid gevestigd zijn. Maar hoeveel gerelateerde actoren zijn er nodig om een bedrijf aan te trekken? De *window of locational opportunity*-concept biedt hier aanknopingspunten voor. Hoewel het model een verklaring biedt voor het ontstaan van sectoren en niet zozeer voor het locatiedrag van bestaande bedrijven moet het in dit kader gezien worden als de som der delen.

De groei en ontwikkeling van een nieuwe sector in een regio is een evolutionair proces waarbij de omgeving geleidelijk wordt omgevormd tot een gunstig productiemilieu waarin de generieke factoren geleidelijk meer specifieke kenmerken aannemen (Boschma et al., 2002). Toeval speelt een grote rol omdat het onzeker en onvoorspelbaar is in welke regio's generieke factoren de ontwikkeling van een nieuwe sector mogelijk zullen maken (figuur 2.3). Verschillende regio's zullen zich manifesteren op basis van hun generieke factoren. Maar naarmate de generieke factoren meer specifieke kenmerken aannemen sluiten de *windows of locational opportunity*. Bedrijven die op zoek zijn naar een nieuwe locatie en een groot belang hechten aan de nabijheid van gerelateerde bedrijvigheid zullen zich dan ook in regio's vestigen waar veel gerelateerde bedrijven zijn. Er ontstaat dus een zelfversterkend proces als gevolg van agglomeratievoordelen (figuur 2.3).

In de evolutionaire locatietheorie is vooral aandacht voor de evolutie van nieuwe sectoren in een regio en veel minder voor het proces van locatiebeslissingen van bestaande bedrijven. De evolutionaire locatietheorie is daarom ook vooral geschikt om de evolutie van een bedrijf na de feitelijke locatiebeslissing in een regio te beschrijven (Oinas, 1999). Zo wordt er gezegd dat bedrijven in een nieuwe omgeving (habitat) eerst moeten wennen aan de gangbare formele en informele instituties. Marktrelaties met lokale toeleveranciers kunnen op basis van ervaring uitgroeien tot duurzame netwerkrelaties doordat het onderlinge vertrouwen groeit (Boschma et al., 2002). Dit vertrouwen versoepelt de communicatie en maakt intensieve samenwerking en kennisuitwisseling mogelijk, waardoor innovaties tot

stand kunnen komen (Lundvall, 1988). Hierop wordt in deel 2 van dit hoofdstuk dieper ingegaan.

Figuur 2.3: De rol van toeval bij het ontstaan van een nieuwe sector



Bron: Boschma et al., 2002.

2.1.5 Discussie

Iedere locatietheorie heeft haar eigen uitgangspunten; haar eigen veronderstellingen. De verschillende locatietheorieën zijn reacties op elkaar. De behaviourale theorie zet zich af tegen de neoklassieke theorie, terwijl de institutionele en evolutionaire theorieën meer aanvullend proberen te zijn. Hoewel de vier beschreven locatietheorieën geschetst zijn als afzonderlijke theorieën met eigen veronderstellingen is het volgens Pen beter om het beste uit de verschillende theorieën te halen:

“Vestigingsplaatsonderzoek zou meer moeten streven naar het integreren van de verschillende locatietheorieën en ruimte moeten laten voor een debat tussen deze theorieën. Dit leidt tot nieuwe inzichten en het besef dat de denkbeelden uit het verleden iets kunnen toevoegen. Het gebruik van locatietheorieën zou minder afhankelijk moeten zijn van de waan van de dag. Economisch geographen en ruimtelijk economen moeten pogen de kwalitatieve en kwantitatieve aanpak te integreren in plaats van te beargumenteren welke aanpak meer zinvol is” (Pen, 2002, p. 313).

De locatietheorieën zijn erop gericht om een bepaalde verklaring te geven voor het vestigingsgedrag van bedrijven. De theorieën focussen zich op bepaalde locatiefactoren die er toe doen bij de locatiebeslissing (tabel 2.1). Door de aanname van bepaalde veronderstellingen zijn andere verklaringen niet meer mogelijk. Dat een locatiebeslissing gebaseerd kan zijn op veel verschillende locatiefactoren, waar sommige locatiefactoren zwaarder wegen bij de beslissing dan anderen, overstijgt het niveau van een afzonderlijke locatietheorie. Locatiebeslissingen worden in de praktijk genomen op basis van locatiefactoren die in de locatietheorieën soms wel en soms geen aandacht krijgen. Het gaat om *pull*-, *push*-, en *keep* factoren die voor ieder bedrijf en op ieder moment anders kunnen zijn. Van Steen (1998) beschrijft dat er gemiddeld twee *push* en drieënhalve *pull* factoren een rol spelen bij bedrijfsmigratie. Volgens Cohen (2000) verschillen deze

factoren per sector, per activiteit, concurrentiestrategie, het stadium van het product in de productlevenscyclus en de bedrijfscultuur.

Tabel 2.1: Locatietheorie en locatiefactoren die de bedrijfslocatie beïnvloeden

<i>Locatietheorie</i>	<i>Type locatiefactor</i>	<i>Voorbeeld locatiefactor</i>
Neoklassiek	Harde factoren gericht op kostenminimalisatie	-Transportkosten; -Aanwezige grondstoffen; -Arbeidskosten; -Geschikt/betaalbaar pand/kavel; -Etc.
Behaviouraal	Bedrijfsinterne factoren, maar ook andere factoren mogelijk (vooral zachte factoren)	-Imago van de regio; -Kwaliteit van leven; -Etc.
Institutioneel	Bedrijfsexterne factoren: clusterfactoren & beleidsfactoren	-Wet- en regelgeving; -Subsidies; -Gespecialiseerd arbeidspotentieel;
Evolutionair	Bedrijfsexterne factoren: clusterfactoren & historisch gegroeide factoren	-Nabijheid toeleveranciers en afnemers; -Kennis-spillovers; -Lage transactiekosten; -Etc.

Bron: *Bewerking van Brouwer et al., 2004.*

De vier beschreven locatietheorieën laten zien dat bedrijven hun locatiebeslissingen op veel verschillende locatiefactoren baseren. Locatiebeslissingen zijn complex en dit maakt het niet gemakkelijk om een ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen te voorspellen. Toch zijn er in de literatuur veel theorieën die het hebben over ruimtelijke clusters van bedrijven. Dit impliceert dat er veel bedrijven zijn die hun locatiebeslissingen baseren op een aantal specifieke locatiefactoren die ruimtelijke clustering van bedrijven tot gevolg hebben. In deel 2 zal er dieper op deze specifieke locatiefactoren bij ruimtelijke clusters van bedrijven worden ingegaan.

2.2 DEEL 2: Locatiebeslissingen & clusters

Veel locatiebeslissingen vallen op clusters van bedrijvigheid. De aandacht voor clusters is onder meer gevoed door de toenemende betekenis van de factor kennis (Atzema et al., 2002). Kennisrelaties werken clustervorming in de hand omdat deze vorm van samenwerking van strategische waarde is voor bedrijven. De Nederlandse overheid heeft kennisrelaties en de ruimtelijke clustering van bedrijven dan ook hoog op de agenda staan. In paragraaf 2.2.1 wordt duidelijk op welk ruimtelijk schaalniveau clustering verklaard dient te worden en welke theorieën daarvoor beschikbaar zijn. Vervolgens wordt in paragraaf 2.2.2 duidelijk dat er onderscheid gemaakt kan worden tussen verschillende typen clusters met elk hun eigen externaliteiten. Deze externaliteiten verklaren de aantrekkingskracht op bedrijven en de reden dat agglomeraties optreden. In paragraaf 2.2.3 wordt duidelijk waarom clusters een ideale omgeving zijn voor bedrijven om kennis uit te wisselen en te innoveren. Afsluitend blijkt in paragraaf 2.2.4 dat clustering niet voor alle bedrijven en sectoren even relevant is.

2.2.1 Ruimtelijk schaalniveau clustertheorieën

De nota 'Pieken in de Delta' maakt duidelijk dat beleidsmakers veel waarde hechten aan clusters van bedrijvigheid. Ook de economische geografie houdt zich al geruime tijd bezig met het hoe en waarom van ruimtelijke concentraties van (gerelateerde) bedrijvigheid (Le Blanc, 2000; Porter, 1998; Martin & Sunley,

2003). Om binnen de vele literatuur over clusters een schifting te maken, naar relevantie voor ons onderzoek, is het noodzakelijk om een onderverdeling te maken naar ruimtelijk schaalniveau. Aangezien de locatiebeslissingen van de individuele bedrijven het object van onderzoek zijn, moet de theorie verklaringen hiervoor bieden. Het voormalig ruimtelijk planbureau (RPB, 2007), heeft in navolging van Werker en Athreye (2004) de vele literatuur over clusters geïndiceerd op basis van hun ruimtelijke schaalniveau. Deze macro-, meso- en micro-economische theorieën zijn deels complementair en deels overlappend wat betreft de gegeven verklaringen voor de ontwikkeling van clusters van bedrijvigheid.

De macro-economische stroming is niet primair gericht op het verklaren van economische groei, maar beschrijft vooral de ontwikkeling van verschillende steden of stedelijke agglomeraties en de veranderende verhoudingen hiertussen (RPB, 2007). Er wordt verondersteld dat groei of krimp veroorzaakt wordt door krachten vanuit het cluster zelf (endogene krachten), invloeden van buitenaf (exogene krachten) worden niet meegenomen. Door het hoge schaalniveau zijn de analyses op basis van de macro-economische benadering te abstract en bieden ze te weinig aanknopingspunten om individuele locatiebeslissingen te verklaren.

De meso-economische stroming probeert de groei- en innovatiecapaciteit van een sector, een regio of een netwerk te verklaren (RPB, 2007). Er wordt verondersteld dat sectoren, regio's of netwerken die harder groeien dan anderen beter in staat zijn geweest om interventies om te zetten in economische groei. De centrale vraag is welke mechanismen deze groei veroorzaken. De aandacht gaat daarbij vooral uit naar lokalisatievoordelen in een gespecialiseerde sectorstructuur. Daarbij wordt er met econometrische modellen gekeken naar de samenhang tussen regionale clustering van sectoren en regionale economische groei. Maar ook urbanisatievoordelen, voortkomend uit een variatie aan sectoren, zijn object van onderzoek. De individuele locatiebeslissingen kunnen echter niet verklaard worden met behulp van een meso-niveau benadering, doordat de urbanisatie- en lokalisatievoordelen enkel vanuit de regionale aanbodzijde worden belicht en niet vanuit de vraagkant van het individuele bedrijf.

De micro-economische benadering is nauw verbonden aan de meso-economische, omdat ze sterk complementair aan elkaar zijn (RPB, 2007). Binnen de micro-economie worden de mechanismen onderzocht die schuil gaan achter de interactie tussen actoren, terwijl dit een belangrijke tekortkoming is in meso-economisch onderzoek. Het meso-niveau speelt ook een rol, omdat verondersteld wordt dat de regio het innoverend vermogen van bedrijven mede bepaald, doordat deze zijn ingebed in de lokale sociale cultuur met specifieke normen en waarden (Morgan, 2004; Storper, 2004). Op zijn beurt wordt binnen meso-economisch onderzoek generaliseerbare uitspraken gemaakt over regionaal economische groei op basis van micro-mechanismen. Daarom pleiten Werker en Athreye (2004) bij onderzoek naar economische agglomeraties voor een theoretische benadering die het micro- en meso-niveau overkoepeld. Zo hanteert de evolutionaire economische geografie een dergelijke benadering om het ontwikkelingstraject van clusters te verklaren. Waarbij zowel de rol van lokalisatievoordelen als de rol van de ondernemer en innovatie benadrukt wordt (RPB, 2007). Centraal staat de veranderende economie, waarbij de kans op innovaties wordt bepaald door het regionale investeringsklimaat. Deze groeitheorie is gestoeld op de inzichten van Schumpeter (1934) en op die van Nelson en Winter (1982).

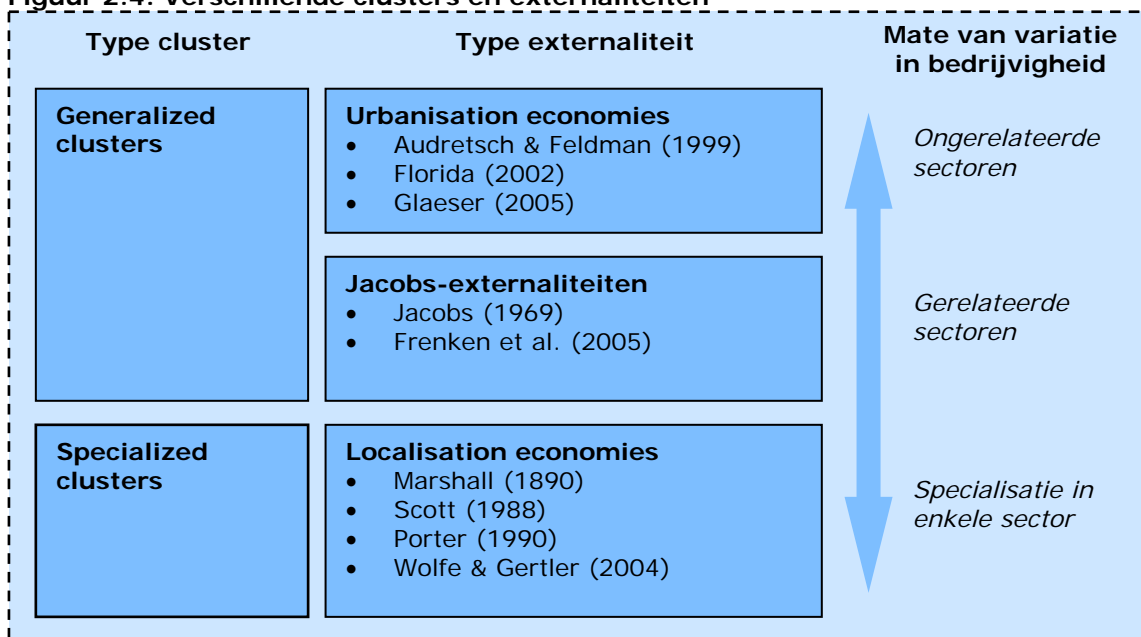
Dit onderzoek hanteert een gecombineerde invalshoek op basis van zowel inzichten uit de micro en meso-economische theorie. Het object van onderzoek is immers de locatiebeslissing van individuele bedrijven met als resultaat een ruimtelijk patroon op het meso-niveau. De nadruk ligt op het micro-niveau omdat hier de verklaring

voor het gedrag te vinden is. In subparagraaf 2.2.2 worden de externaliteiten behandeld die aan clusters worden toegedicht.

2.2.2 Typen clusters en externaliteiten

Vestiging in een cluster kan bedrijven een groot aantal voordelen bieden, en is daarom een aantrekkelijke optie bij een locatiebeslissing. Deze voordelen worden ook wel externaliteiten genoemd, en komen in vele vormen voor. Daarbij biedt niet elk type cluster dezelfde externaliteiten aan. Binnen de voor dit onderzoek gekozen micro/meso-benadering wordt onderscheid gemaakt tussen 'generalized' en 'specialized' clusters (zie figuur 2.4) (Dicken, 2003; Maskell, 2001). 'Generalized clusters' zijn gebieden waar een concentratie is van bedrijven actief in verschillende sectoren en activiteiten. 'Specialized clusters' zijn ruimtelijke concentraties van bedrijven die actief zijn in dezelfde sector.

Figuur 2.4: Verschillende clusters en externaliteiten



Clusteranalyses op het macroniveau maken geen dergelijk onderscheid binnen hun rekenkundige evenwichtsmodellen, en zijn hierdoor voor een verklarende analyse op het bedrijfsniveau onbruikbaar. Een invloedrijke exponent van deze stroming is 'the new economic geography' (kader 2.1). Hieronder zal achtereenvolgens dieper ingegaan worden op de 'generalized' en de 'specialized' clusters en de bijbehorende externaliteiten.

Kader 2.1: Clusters in de nieuwe economische geografie

De 'nieuwe economische geografie' is een analytisch raamwerk dat kan worden toegepast op elk type cluster. Onderzoek richt zich op de economische divergentie of convergentie van clusters en op de krachten die hieraan ten grondslag liggen: "*The key contribution of the new economic geography is a framework in which standard building blocks of mainstream economics (especially rational decision making and simple general equilibrium models) are used to model the trade between dispersal and centripetal forces*" (Neary, 2001, p. 536). Verschillen in economische ontwikkeling tussen clusters worden verklaard door het samenspel van transactiekosten (transportkosten, monitoringskosten, etc.) enerzijds, en de toe- of afnemende meeropbrengsten (*increasing or decreasing returns to scale*) bij monopolistische competitie anderzijds (Venables, 2005).

Belangrijke bijdragen aan de nieuwe economische geografie zijn er geweest van onder andere Krugman (1991), Fujita (1999) en Venables (1996). Toch is er veel kritiek geweest op de door hun gebruikte mathematische modellen. Omdat ruimte als een ééndimensionale variabele en bedrijven als uniform worden gezien hebben deze modellen bijna niets waardevols te bieden voor de verklaring van het ruimtelijk gedrag van individuele bedrijven (Pellenbarg et al., 2002). Hoewel er in sommige modellen wel gecontroleerd wordt op de effecten van bijvoorbeeld de nabijheid van een haven (Fujita & Mori, 1996), blijven de modellen een abstractie van de werkelijkheid (Fujita & Mori, 2005).

'Generalized clusters'

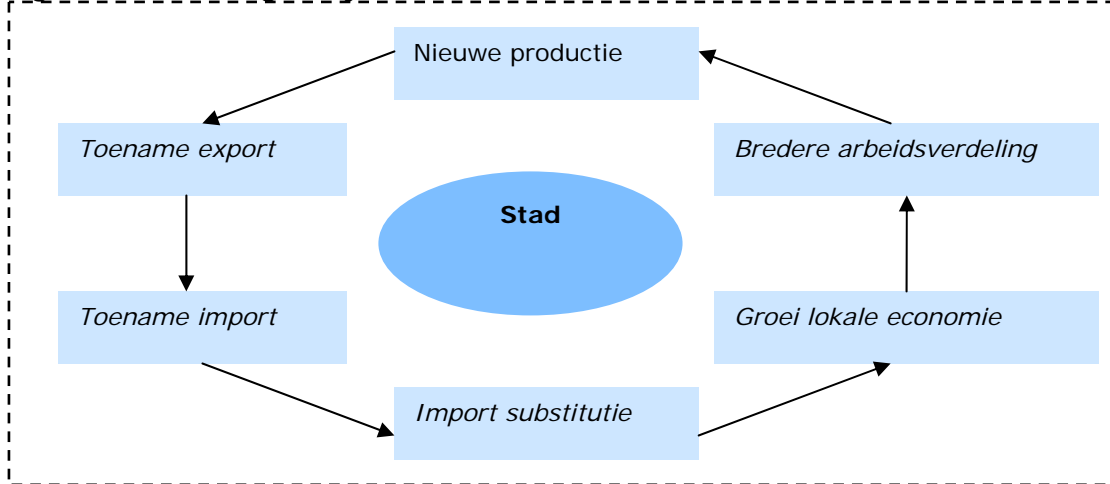
Bedrijven in '*generalized clusters*' kunnen profiteren van urbanisatievoordelen en 'Jacobs-externaliteiten'.

De agglomeraties van bedrijven (uit welke sector dan ook) en andere instanties worden ook wel aangeduid als '*urbanization economies*' (Richardson, 1995; Brulhart & Mathys, 2008). Deze concentraties van economische, sociale, politieke en culturele organisaties bevinden zich in een stedelijke omgeving, waarbij het niet alleen om bedrijven gaat maar ook om onderzoeks- en overheidsinstellingen. De aanwezige economische massa brengt schaalvoordelen met zich mee waarvan alle bedrijven in die agglomeratie kunnen profiteren (Harrison et al., 1996). Zo beschikken bedrijven gevestigd in de regio over een grotere lokale afzetmarkt, een groter aantal potentiële handelspartners en een grotere arbeidsmarkt. Zo kan een bedrijf zijn operationele kosten verlagen door activiteiten uit te besteden (*outsourcen*) of samen te werken met andere bedrijven. Een ander voorbeeld is het delen van investeringskosten ten behoeve van een gezamenlijke infrastructuur (Van der Groep et al., 2005). Florida en Glaeser stellen dat innovaties grotendeels toegedicht kunnen worden aan (hoogopgeleide) creatievelingen. Deze creatieve klasse kiest bij voorkeur voor een stad met een aantrekkelijk woonklimaat, daaronder vallen bijvoorbeeld een open cultuur (Florida, 2002) of een ruime en zonnige leefomgeving (Glaeser, 2005). Voor een stad is het dan ook cruciaal om haar woonklimaat te ontwikkelen.

Waar urbanisatievoordelen voortkomen uit de omvang van de lokale economie, daar komen 'Jacobs-externaliteiten' voort uit de sectorale variëteit van de lokale economie. Deze externaliteiten zijn vernoemd naar Jane Jacobs. In haar werk '*The economy of cities*' (1969) stelt ze dat in de sectorale diversiteit van steden haar innovatiekracht schuilt (Van der Werff & Kloosterman, 2005). Bedrijven gaan door de ruimtelijke nabijheid gemakkelijker kennisrelaties met elkaar aan, daarbij liggen de belangrijkste bronnen van nieuwe kennis voor bedrijven buiten de eigen sector. Toepassingen uit sector X kunnen onverwacht heel bruikbaar blijken te zijn als oplossing voor problemen van bedrijven uit sector Y. Onverwachte combinaties van kennis uit verschillende sectoren kunnen dus leiden tot nieuwe inzichten en uiteindelijk tot (Schumpeteriaanse) innovaties. De gedachte is dat naarmate het aantal sectoren en activiteiten in een stad toeneemt ook de basis om innovaties tot

stand te brengen groeit. Op hun beurt leiden innovaties tot een grotere diversiteit van de lokale economie. Jane Jacobs (1969) spreekt van een groeicyclus waarbij uit innovaties nieuwe sectoren ontstaan, die op hun beurt - geholpen door processen van exportgroei en imports substitutie - bijdragen aan de diversiteit en groei van de lokale economie (figuur 2.5).

Figuur 2.5 Jacobs' groeicyclus



Bron: Van der Werff & Kloosterman, 2005.

'Specialized clusters'

De overheid richt zich met de nota 'Pieken in de Delta' op dit type clusters en heeft zich hierbij laten leiden door de ideeën van Michael Porter. Vandaar dat de externaliteiten voor bedrijven behorende bij de 'specialized clusters' van buitengewoon belang zijn voor dit onderzoek. Porter definieert 'specialized clusters' als: "A geographically proximate group of interconnected companies and associated institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities" (Porter, 2000, p.254). Deze vage definitie maakt het voor onderzoekers en beleidsmakers lastig om in de praktijk clusters af te bakenen (Martin & Sunley, 2003). Porter geeft aan dat interactie tussen verschillende typen gerelateerde actoren een belangrijke indicator is: "...interconnected companies, specialised suppliers, service providers, firms in related industries, and associated institutions (for example universities, standards agencies, and trade associations...)" (Porter, 1998, p.197). Over de benodigde intensiteit van de interactie, de regionale afbakening of de benodigde economische massa geeft Porter echter geen uitsluitsel. Hij stelt dat: "the appropriate definition of a cluster can differ in different locations, depending on the segments in which the member companies compete and the strategies they employ" (Porter, 1998, p.205).

'Specialized clusters' worden ook wel *localization economies* (Richardson, 1995; Brulhart & Mathys, 2008) genoemd vanwege de lokalisatievoordelen waarvan de bedrijven kunnen profiteren. Al in 1890 was het Alfred Marshall die drie van deze voordelen toekende aan agglomeraties van bedrijven uit dezelfde sector. Ten eerste profiteren bedrijven volgens Marshall van een regionale gespecialiseerde arbeidsmarkt dankzij de ruimtelijke concentratie van gerelateerde bedrijvigheid. Hierdoor is het voor bedrijven makkelijker en goedkoper om geschikte werknemers te vinden. Ten tweede wordt door de ruimtelijke concentratie van bedrijven uit dezelfde sector een markt gecreëerd voor het ontstaan van gespecialiseerde toeleveranciers van goederen en diensten. Een bedrijf buiten de agglomeratie zal langer moeten zoeken naar bepaalde 'inputs', over grotere afstand relaties moeten onderhouden of anders zelf deze 'inputs' moeten gaan produceren. De twee bovenstaande voordelen zijn voorbeelden van besparingen op kosten. Er is ook nog een derde voordeel en dat heeft betrekking op de verbetering van kennis en

innovatie. Een agglomeratie maakt het bedrijven makkelijker om kennis te verwerven en te creëren en dus ook om te innoveren. Dit komt door zogenaamde 'kennis-*spillovers*'; de bewuste of onbewuste verspreiding van kennis van een bepaald bedrijf naar andere bedrijven (Van Brussel & Ponds, 2005). Bewuste 'kennis-*spillovers*' kunnen onder andere optreden als informatie wordt verkocht aan een ander bedrijf of als er wordt samengewerkt in projecten (zoals EZ bedoeld, zie nota 'Pieken in de Delta'). Onbewuste 'kennis-*spillovers*' ontstaan doordat kennis gemakkelijk weglekt uit bedrijven. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren doordat werknemers kennis vanuit een vorig bedrijf meenemen naar nieuwe werkgevers. Overigens bestaat er onder wetenschappers een discussie over het belang van specialisatie versus variatie voor 'kennis-*spillovers*', zie kader 2.2.

Kader 2.2 Gerelateerde variëteit als bron van 'kennis-*spillovers*'

Daar waar specialisatie en concurrentie - mede dankzij Porter - al geruime tijd de aandacht genieten, wordt het belang van variëteit voor de economische groei pas sinds het einde van de vorige eeuw onderkend. Een belangrijke bijdrage hieraan leverden de invloedrijke studies van Glaeser (1992) en Audretsch & Feldman (1999), waarin ze 'kennis-*spillovers*' toeschrijven aan sectorale variëteit. Het blijft echter een groot punt van discussie in de wetenschap of 'kennis-*spillovers*' hoofdzakelijk afkomstig zijn van specialisatie of variatie (Audretsch & Feldman, 1999; Harrison et al., 1996; Porter, 1998; Van Brussel & Ponds, 2005).

Onderzoeken naar sectorale variëteit als bron van 'kennis-*spillovers*' kijken vaak slechts naar het aantal aanwezige sectoren in de regio. Deze indicator voor variatie wordt door Frenken et al. (2005) gezien als te oppervlakkig, omdat volgens hem ook de onderlinge verschillen tussen de sectoren er toe doen. Er zullen eerder kennis-*spillovers* - en dus Jacobs-externaliteiten - optreden tussen sectoren met een overlappende en complementaire kennisbasis. Een te grote cognitieve kloof maakt het voor bedrijven onmogelijk om van elkaar te leren, doordat de aangeboden kennis niet goed begrepen of niet op waarde wordt geschat. Vandaar dat voor economische groei de concentratie van economisch aan elkaar gerelateerde sectoren belangrijk is, dit wordt ook wel gerelateerde variëteit genoemd.

Ongerelateerde variëteit biedt een regio economische zekerheid op de lange termijn vanwege het 'portfolio-effect'. Door niet afhankelijk te zijn van enkele sectoren, kunnen asymmetrische schokken worden opgevangen (Frenken et al., 2005). Deze stabiliteit kan echter op de korte termijn de snelle groei van clusters in de weg staan.

Naast de drie klassieke Marshalliaanse lokalisatievoordelen biedt de transactiekostenbenadering een aanvullende verklaring voor de aantrekkelijkheid van clusters op bedrijven. De Amerikaanse economisch geograaf Allen Scott heeft de transactiekostenbenadering van Coase en Williamson gebruikt voor de verklaring van wat hij '*new industrial spaces*' noemt (Scott, 1988). Dit zijn groeiende clusters zoals Silicon Valley, maar ook de zakelijke dienstverlening in de Noordvleugel van de Randstad (Manshanden, 1996). Volgens Scott hebben deze regio's zich economisch sterk kunnen ontwikkelen vanwege de ruimtelijke nabijheid van actoren waardoor de interne transactiekosten lager liggen. Een geringe onderlinge afstand betekent namelijk dat een opdrachtgever lage monitoringskosten heeft voor opportunistisch gedrag van de opdrachtnemer. Er treden minder misverstanden op over gemaakte afspraken en bovendien zijn eventuele problemen makkelijker op te lossen doordat men eenvoudiger met elkaar in contact kan komen. Kortom, de relaties in een '*new industrial space*' belichamen een effectieve en efficiënte organisatievorm (Atzema et al., 2002).

Clusters die weinig bedrijven en arbeidsplaatsen herbergen, hebben ook weinig agglomeratievoordelen en daardoor is hun aantrekkingskracht op bedrijven van buiten het cluster beperkt. Een regio die in de beginfase van een sector de meeste bedrijven aantrekt doet dit meer dankzij toeval dan op basis van de agglomeratievoordelen (Boschma, 2005). Pas nadat de economische massa van

een cluster een bepaalde drempelwaarde overschrijdt zal het over agglomeratievoordelen beschikken. Na verloop van tijd kiezen steeds meer bedrijven voor de locatie of regio, die een voorsprong heeft weten te bewerkstelligen. De regio heeft dan een kritische massa bereikt en beschikt over agglomeratievoordelen die voor een bedrijf opwegen tegen de verplaatsingskosten. Dit is een zelfversterkend proces (figuur 2.6) dat door Myrdal (1957) cumulatieve causatie werd genoemd.

Figuur 2.6 Zelfversterkend groeiproces clusters



Bron: *Bewerking van Myrdal, 1957*

Dit proces kan worden versterkt door de aanwezigheid van marktleiders in het cluster: *"...the presence of major anchor firms in a local cluster can act as a magnet, attracting both allies and rivals to the region to monitor the activities of the dominant firm"* (Wolfe & Gertler, 2004, p.1074). Daarnaast generen deze grote bedrijven een aanzienlijk deel van de regionale *spin-offs*. Deze *spin-offs* zijn op zichzelf niet relevant voor dit onderzoek, het zijn immers veelal kleine bedrijven die zich nabij hun moederbedrijf vestigen. Ze vergroten echter wel de aantrekkingskracht van het cluster, door een verbreding van de regionale kennisbasis (nieuwe ideeën gecombineerd met bestaande en dus padafhankelijke routines, kennis en (sociale) relaties) en massa in het cluster. Economische massa is dus een belangrijke regionale asset, zo blijkt uit een uitspraak van een voormalig directeur van Nokia: *"When an inventor in Silicon Valley opens his garage door to show off his latest idea, he has 50 percent of the world market in front of him. When an inventor in Finland opens his garage door, he faces three feet of snow"* (Van Tulder, 1988, p.169).

In clusters waar de economische massa toeneemt, groeien echter ook de negatieve agglomeratie effecten zoals congestie. Als de agglomeratievoordelen niet meer opwegen tegen deze nadelige effecten laten de bedrijven het cluster links liggen en zal het groeiproces tot stilstand komen. De optimale clusteromvang is voor actoren met gerelateerde bedrijvigheid groter dan voor actoren met ongerelateerde activiteiten, omdat deze kunnen profiteren van meer agglomeratievoordelen (Asheim et al., 2006).

2.2.3 Kennisrelaties tussen bedrijven in clusters

Binnen clusters kunnen bedrijven via interactie met andere actoren kennis verkrijgen, deze 'kennis-*spillovers*' (paragraaf 2.2.2) zijn voor hen van grote strategische waarde (Atzema et al., 2002). De kennisrelaties bepalen hierdoor mede de aantrekkingskracht van clusters op bedrijven. Vandaar dat de overheid

met haar nota 'Pieken in de Delta' kiest voor clusters die zich onderscheiden op het vlak van kennis.

De aard van de kennisrelaties varieert echter sterk per cluster, doordat bedrijven vanuit verschillende kennisbases opereren. De kennisbasis betreft zowel het onderzoeksgebied als de institutionele en technische context waarbinnen de kennis wordt ontwikkeld en wordt toegepast (Brink et al., 2004). Deze paragraaf behandelt eerst de verschillende aspecten van interactie en kennis, vervolgens wordt met behulp van een overzicht (tabel 2.2) de kennisbases in clusters uiteengezet voor bedrijven in verschillende sectoren.

Interactie

Clustering maakt het bedrijven gemakkelijker om relaties te onderhouden met voor het bedrijf relevante actoren. Er wordt door Asheim et al. (2007) onderscheid gemaakt tussen de relatief formele *face-to-face* contacten en de meer informele *local buzz*. *Face-to-face* contacten worden vaak bewust en doelgericht tussen bedrijven aangegaan (projectgroepen, conferenties), terwijl de *local buzz* gezien moet worden als een atmosfeer waarbinnen kennis vaak spontaan wordt uitgewisseld door bedrijven, onder andere via geruchten, impressies, sociale gesprekken. Interactie is voor bedrijven een belangrijke bron van kennis, en aangezien de mate van interactie varieert per cluster (kader 2.3) is dit een belangrijke competitieve *asset* van een cluster. Het ministerie van Economische Zaken speelt hier op in met haar nota 'Pieken in de Delta', via samenwerkingsprojecten voor bedrijven stimuleert het de *face-to-face* contacten. Zo versterken deze projecten ook indirect de *local buzz*, doordat een toename aan formele samenwerking zal leiden tot meer spontane contacten.

Interactie tussen actoren met een te grote onderlinge cognitieve afstand is vruchteloos, omdat men elkaar niet goed begrijpt. Aan de andere kant leidt interactie waarbij de cognitieve afstand te klein is niet tot iets nieuws. Innovaties blijven hierdoor uit: "*Embeddedness ... yields positive returns only up to a threshold point. Once this threshold is crossed, returns from embeddedness become negative*" (Uzzi, 1996, p.694). De cognitieve afstand tussen bedrijven wordt naast sectorale diversiteit (kader 2.2), ook beïnvloedt door de ruimtelijke nabijheid (Boschma, 2005). Boschma (2005) onderscheidt naast ruimtelijke en cognitieve nabijheid, ook sociale, organisatorische en institutionele nabijheid. Hij concludeert dat ruimtelijke nabijheid niet een noodzakelijke voorwaarde is voor interactie, omdat ruimtelijke nabijheid vervangen kan worden door andere vormen van nabijheid. Ruimtelijke nabijheid vergroot echter wel de kans op *face-to-face* contact en versterkt daarmee ook de andere vormen van nabijheid.

Kader 2.3: Typering clusters naar gradatie in interactie

Per cluster variëren de vormen van onderlinge nabijheid en mede hierdoor ook de mate van interactie. Clusters kunnen getypeerd worden door een gradatie aan te brengen naar de mate van interactie tussen actoren (Atzema en Visser, 2004; Gordon en McCann, 2000; Swann, 2002). De gradatie loopt van een formatie van bedrijvigheid met enkel oppervlakkige interactie naar een innovatief milieu met rijke vormen van interactie met diverse actoren.

Clusters met rijke vormen van interactie zijn aantrekkelijker voor bedrijven. Vandaar dat op initiatief van het ministerie van Economische Zaken getracht wordt de mate van interactie binnen de 'pieken' te vergroten. Dankzij hun dynamische aard kunnen clusters zich ontwikkelen tot een type met meer interactie (Atzema & Visser, 2004). Wil een cluster uitgroeien tot een 'innovatief milieu', dan zal het stapsgewijs de mate van interactie moeten intensiveren. Sommige sectoren lenen zich echter niet voor elk type interactie, waardoor niet elk cluster zal uitgroeien tot een innovatief milieu. Daarnaast wordt het ontwikkelingsproces onder bepaalde omstandigheden bespoedigd, zoals de aanwezigheid van *leader firms*.

	Type cluster	Bepalend kenmerk
<i>Oppervlakkige interactie</i>  <i>Rijke interactie</i>	Formatie	Gemeenschappelijke oriëntatie van bedrijven op dezelfde (regiogebonden) locatiefactoren
	Industrie	Economies of Scale: Gespecialiseerde arbeidsmarkt, gemeenschappelijke afzetmarkt en toeleveranciers
	Complex	Organisatiestructuur met uitbesteding van activiteiten
	Alliantie	Duurzame samenwerkingsrelaties
	Innovatief milieu	Collectieve leerprocessen met bedrijven, overheden, onderwijs- en kennisinstellingen

Bron: bewerking van Atzema & Visser, 2004.

Kennis

Het verkrijgen van kennis via interactie is voor veel bedrijven cruciaal en een belangrijke reden om zich in een cluster te vestigen. Kennis bestaat uit het geheel van vaardigheden (aanleg, leergierigheid, creativiteit en volharding) die nodig zijn om problemen te onderkennen en ze op te lossen; dit gebeurt onder meer door informatie te verzamelen en te selecteren (Van Brussel & Ponds, 2005). Er bestaan verschillende vormen van kennis, zo kan kennis opgedeeld worden in '*codified knowledge*' (gecodificeerde kennis) en '*tacit knowledge*' (persoonsgebonden kennis). '*Codified knowledge*' is eenvoudig te documenteren en daarom met elk ander bedrijf, zowel binnen als buiten een cluster, gemakkelijk uitwisselbaar. '*Tacit knowledge*' betreft ideeën, praktische vaardigheden en werkervaringen van mensen en is daarom lastiger uit te wisselen, want zoals Polanyi stelt: "*we can know more than we can tell*" (1996, p.136). Vandaar dat bedrijven het eenvoudigst en vaakst '*tacit knowledge*' uitwisselen via *face-to-face* contact binnen clusters. Ruimtelijke nabijheid speelt wederom een grote rol: "*Short distances literally bring people together, favour information contacts and facilitate the exchange of tacit knowledge. The larger the distance between agents, the less the intensity of these*

positive externalities, and the more difficult it becomes to transfer tacit knowledge" (Boschma, 2005, p. 69). Met name hoogwaardige kennisactiviteiten maken gebruik van *'tacit knowledge'* en vereisen daarom *face-to-face* contacten: *"...at the highest levels, continuous face-to-face contact and a large measure of common understanding are necessary"* (Hymer, 1979, p.237). Het gaat om kennisintensieve informatieoverdracht en strategische beslissingen die een grote invloed hebben op de koers van het bedrijf. Deze activiteiten vinden hierdoor veelal geconcentreerd plaats (Christensen & Drejer, 2005).

Innovaties

Naast de mogelijkheid om kennis uit te wisselen, is vooral de mogelijkheid deze kennis te verwerken tot innovaties door collectieve leerprocessen een belangrijke reden voor een bedrijf om zich te vestigen in clusters (Newlands, 2003; Wolfe & Gertler, 2004). Lundvall (1992) ziet in tegenstelling tot Schumpeter (1934) innoveren niet als een individueel bedrijfsproces, maar als de uitkomst van een collectief leerproces waarbij verschillende actoren zijn betrokken (Atzema et al., 2002). Deze netwerkinnovaties komen tot stand op verschillende wijzen: *"through skilled labour mobility within the local labour market, customer-supplier technical and organizational interchange, imitation processes...and informal 'cafeteria' effects"* (Camagni, 1991, p. 130). Simpelweg komt het er op neer dat bedrijven kennis uitwisselen waardoor nieuwe kennis ontstaat (inventies), welke vervolgens vermarkt worden tot innovatie.

Dit innovatieproces wordt ook wel aangeduid met de term kennisvalorisatie; *"Valorisatie is het proces van waardecreatie uit kennis, door kennis geschikt en/of beschikbaar te maken voor economische en/of maatschappelijke benutting en te vertalen in concurrerende producten, diensten, processen en nieuwe bedrijvigheid"* (Economische Zaken, 2010, p.8).

Er bestaan verschillende soorten innovaties. Zo wordt er onderscheid gemaakt tussen product en procesinnovaties. Productinnovaties zijn nieuwe onderscheidende producten of diensten die succesvol op de markt zijn gebracht. Procesinnovaties hebben betrekking op het efficiënter (beter, sneller en goedkoper) uitvoeren van bestaande activiteiten en routines. Een tweede onderscheid wordt gemaakt tussen de radicale innovaties en de kleinere en stapsgewijze incrementele innovaties (Economische Zaken, 2004). Zowel radicale als incrementele innovaties zijn belangrijk voor de evolutie van een cluster, elk echter in een andere ontwikkelingsfase. Radicale innovaties zijn bepalend voor het ontstaan van clusters, dus voor sectoren in de beginfase van hun *industry life cycle*. Incrementele innovaties stimuleren voornamelijk de verdere groei van clusters, en zijn dus van belang voor meer volwassen sectoren (Malmberg & Maskell, 1997). Bedrijven in *specialized clusters* hebben vaak een beperkte onderlinge cognitieve afstand, daarom vinden er relatief gezien veel incrementele innovaties plaats. De volwassenheid van de sector waarop de 'pieken' zijn gebaseerd, bepaalt mede het type innovaties binnen de 'pieken'.

Kennisbases

De kennisbasis waarvan bedrijven gebruik maken is mede afhankelijk van de sector waarbinnen ze actief zijn. Asheim et al. (2007) onderscheiden een drietal kennisbases. Dit zijn de analytische, synthetische en symbolische kennisbasis (tabel 2.2).

Tabel 2.2: Overzicht van 3 verschillende kennisbases

	<i>Analytisch</i>	<i>Synthetisch</i>	<i>Symbolisch</i>
Type innovatie	Relatief radicale productinnovaties; ontwikkeling nieuwe wetenschappelijke kennis (deductief)	Incrementele product en proces innovatie; probleem gestuurde toepassing of nieuwe combinatie van bestaande kennis (inductief)	Innovatie via vernieuwende recombinate van bestaande conventies
Kennis-relaties	Onderzoeksamenwerking tussen bedrijven en kennisinstellingen, laag belang <i>face-to-face</i> contact en <i>local buzz</i>	<i>Learning-by-doing</i> met toeleveranciers en afnemers, <i>face-to-face</i> contact belangrijk, <i>local buzz</i> amper	Kenniscreatie via <i>face-to-face</i> contact en <i>local buzz</i> met bedrijvigheid binnen en buiten de eigen sector
Type kennis	Dominantie <i>codified knowledge</i> , vanwege de codeerbaarheid van de kennis in o.a. patenten	Dominantie <i>tacit knowledge</i> , vanwege belang van praktische vaardigheden	Afhankelijk van <i>tacit knowledge</i> , kennis door ervaring
Sectoren	Life-sciences, high-tech, chemie, (nieuwe) energie	Logistiek, laagwaardige productie (van bv. voedsel en meubels)	Creatieve industrie, ICT, nieuwe media, mode, kunst
Implicaties clustering	Concentratie rondom onderzoekinstellingen, vanwege internationale toponderzoekers en R&D infrastructuur	Concentratie in traditionele clusters, vanwege voordelen van de nabijheid van klanten en toeleveranciers	Concentratie rondom steden vanwege belang <i>face-to-face</i> contact en <i>local buzz</i>

Bron: *Bewerking van Asheim et al., 2007.*

Analytische kennis is belangrijk voor bedrijven die productinnovaties ontwikkelen, oftewel nieuwe producten en diensten. Het gaat om nieuwe wetenschappelijke kennis, in bijvoorbeeld de life-sciences sector (Asheim et al., 2007). Omdat wetenschappelijke kennis verifieerbaar moet zijn, gaat het voornamelijk om *codified knowledge*. Deze gedocumenteerde kennis kan ook op afstand verkregen worden. Desondanks, clusteren deze sectoren zich in de nabije omgeving van universiteiten of onderzoekinstellingen die binnen hun onderzoeksveld toonaangevend zijn (Cooke, 2005). Een belangrijke reden hiervoor is de mogelijkheid tot frequente *face-to-face* contact met toponderzoekers van bedrijven en onderzoekinstellingen. Hierdoor kunnen vertrouwensrelaties ontstaan en kunnen gezamenlijke brainstormsessies wellicht meer creatieve ideeën opleveren. Ook *local buzz* kan belangrijk zijn om informatie in te winnen over bijvoorbeeld de reputatie van onderzoekers, of om op de hoogte te zijn van veelbelovend maar nog niet gepubliceerd onderzoek. Daarnaast is de toegang tot hoogwaardige R&D infrastructuur van bijvoorbeeld een universiteit aantrekkelijk.

Bedrijven gebruiken synthetische kennis wanneer ze probleem gestuurd zoeken naar een toepassing of nieuwe combinatie van bestaande kennis (Asheim et al., 2007). Dit leidt tot incrementele innovaties, zoals het aanpassen van bestaande producten en processen aan de wensen van de opdrachtgever. Interactie vindt vooral plaats in de verticale dimensie van de waardeketen, dus tussen toeleveranciers en afnemers. *Codified knowledge* kan een rol spelen, (bijvoorbeeld als het gaat om (technische) blauwdrukken van bestaande producten), maar de nadruk ligt op *tacit knowledge*. De basis ligt namelijk bij de uitwisseling van

praktische vaardigheden en deze kennis is het beste over te brengen door *learning-by-doing* en *on-the-job-training*. Het voordeel van clustering is voornamelijk de mogelijkheid tot frequent *face-to-face* contact. Hierdoor zijn bedrijven vaker op de hoogte van wat er al is geprobeerd om (technische) problemen op te lossen, waardoor sneller oplossingen gevonden worden. In andere woorden, het *trail-and-error* proces is doorgaans korter binnen clusters. *Local buzz* speelt praktisch geen rol, omdat het hier vooral gaat om de bilaterale kennisuitwisseling tussen toeleverancier en afnemer (Asheim et al., 2007). Kortom, sectoren met een synthetische kennisbasis agglomereren in traditionele clusters om zo te profiteren van de voordelen van nabijheid tot toeleveranciers en klanten. *Face-to-face* contact leidt tot incrementele innovaties als hogere flexibiliteit, betere producten en efficiëntere productie (Porter, 2000).

Bedrijven met een symbolische kennisbasis houden zich vooral bezig met het creëren van nieuwe ideeën, beelden en imago's en minder met concrete productieprocessen. Hierin zijn ze innovatief doordat ze verschillende bestaande conventies op creatieve wijze recombineren. De bedrijven behoren tot de creatieve sectoren, zoals media en mode (Asheim et al., 2007). De producten hebben artistieke waarde, welke voort komt uit culturele tradities die lokaal verankerd zijn (Asheim et al., 2007). Succes van het product hangt af van de mate van sociale waardering. Daarom moeten bedrijven constant op de hoogte zijn van wat er om zich heen gebeurt, onder andere door het opdoen van informatie en inspiratie uit de lokale straatcultuur. Dit leidt tot agglomeraties in stedelijke omgevingen. *Face-to-face* contacten zijn voor creatieve bedrijven belangrijk om twee redenen. Ten eerste omdat *local buzz* vaak plaatsvindt op grote bijeenkomsten (bijvoorbeeld filmpremières, muziekfestivals) en ten tweede om kennis uit te wisselen in actuele projecten. Deze kennis bestaat uit creatieve vaardigheden, en is vanwege zijn '*tacit*' karakter makkelijker uitwisselbaar via *face-to-face* contact.

Concluderend

De relevante kennisbasis bepaalt grotendeels het type innovatie en de noodzakelijkheid van *face-to-face* contact en *local buzz* voor de benodigde kennisuitwisseling. Indien deze vormen van interactie noodzakelijk zijn, dan zal het bedrijf zich hoogst waarschijnlijk aangetrokken voelen tot clusters omdat de onderlinge ruimtelijke en cognitieve nabijheid interactie en kennisuitwisseling stimuleren (Martin & Sunley, 2003).

2.2.4 Relevantie clustering voor bedrijven

Het clusterconcept bestaat uit een bonte verzameling van clustertheorieën (paragraaf 2.2.1) met een eveneens rijk spectrum aan toegedichte externaliteiten (paragraaf 2.2.2). De standaardisering van de terminologie betreffende het clusterconcept is echter nog verre van voltooid. "*The very definitional incompleteness of the cluster concept has been an important reason for its popularity*" (Perry, 1999). Dit stelt onderzoekers en beleidsmakers in staat om het clusterconcept zo te interpreteren dat het hun eigen doelen dient. Hierdoor wordt clusterbeleid gebaseerd op de (impliciete) aanname dat tussen bedrijven in een cluster rijke vormen van interactie plaats vinden en dat deze bedrijven bovendien zeer innovatief zijn (Martin & Sunley, 2003). Dit is niet verwonderlijk, aangezien clusterbeleid hierdoor op meer politieke steun kan rekenen.

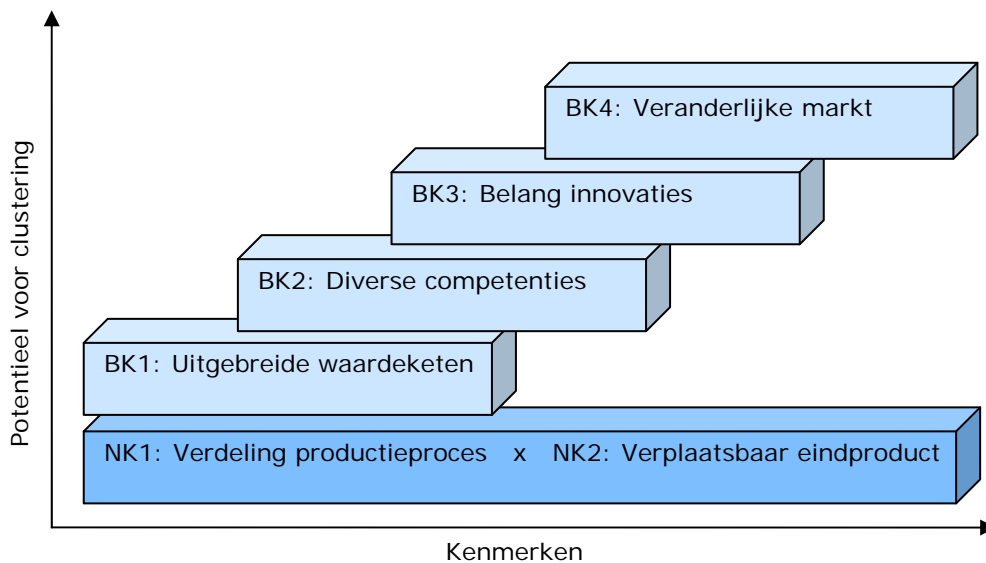
Het is echter bekend dat niet alle bedrijven voordeel hebben bij clustering: "*Far from being the general rule and the key missing link in local competitive advantage, the benefits realized from geographical clustering appear to be specific to certain industries at certain stages of development in certain places, and are only realized under particular conditions*" (Martin & Sunley, 2003, p.22). Deze paragraaf maakt een vergelijking tussen de mate waarin bedrijven zich

aangetrokken voelen tot clusters, en doet dit op basis van zowel sectorale als individuele bedrijfskenmerken.

Sectorale bedrijfskenmerken

Uit paragraaf 2.2.3 bleek al dat bedrijven uit bepaalde sectoren zich eerder zullen organiseren in clusters dan anderen vanwege hun kennisbasis. Daarnaast spelen nog andere bedrijfskenmerken een rol die min of meer sectoraal bepaald zijn, zoals het product, de organisatiestructuur, het belang van innovatie, de markt enzovoort. Een aantal van deze eigenschappen is voor de bedrijvigheid noodzakelijk om zich te kunnen organiseren in een cluster. Dit wil nog niet zeggen dat alle bedrijven die hieraan voldoen zich zullen clusteren. De kans hierop neemt toe wanneer het bedrijf verder beschikt over een aantal bevorderende kenmerken (figuur 2.7).

Figuur 2.7: Bedrijfskenmerken die clustervorming bevorderen.



Bron: Steinle & Schiele, 2001.

Noodzakelijke kenmerken van bedrijven voor clustervorming:

1. *Mogelijkheid tot de verdeling van het productieproces.* Hierdoor kunnen bedrijven zich specialiseren in bepaalde stappen van de productiekolom, waardoor er naast verticaal geïntegreerde organisatiestructuren alternatieven mogelijk worden. Technische problemen kunnen de mogelijkheid hiertoe beperken, bijvoorbeeld bij de productie van omvangrijke objecten of in sectoren waar sprake is van bijproducten zoals in de chemische industrie. Voor een succesvolle gedesintegreerde organisatiestructuur van een sector moet de regio voldoende economische massa hebben zodat er voldoende gespecialiseerde actoren samen kunnen werken en concurreren.
2. *Het eindproduct moet verplaatsbaar zijn.* Wanneer dit niet het geval is wordt de locatiekeuze van bedrijven die het product of dienst leveren bepaald door de locatie van de markt. Extreme voorbeelden hiervan zijn organisaties met een sterk regionaal verzorgingsgebied, zoals ziekenhuizen, supermarkten en dergelijke. Daarbij maakt een immobiel eindproduct concurrentie tussen bedrijven uit verschillende regio's voor elkaars markten onmogelijk, terwijl competitie één van de drijfveren van clustering is. De immobiliteit van grondstoffen of halffabricaten maakt clustering van opeenvolgende productiestappen juist waarschijnlijker, vanwege schaalvoordelen in onder andere de infrastructuur. Een goed voorbeeld hiervan zijn de immense mammoettankers welke de Rotterdamse haven aandoen en de West-Europese bedrijven die hiervan afhankelijk zijn. Dit blijkt uit de hoge toegedichte

voordelen van clustering door bedrijven met een internationale afzetmarkt (Gordon & McCann, 2000).

Bevorderende kenmerken van bedrijven voor clustervorming:

Naast de noodzakelijke kenmerken geven de onderstaande kenmerken een extra stimulans aan clustervorming. Wanneer een sector deze vier kenmerken bezit, dan bezit het een flexibele organisatiestructuur bestaande uit samenwerkende en concurrerende actoren met verschillende maar complementaire specialisaties en bijbehorende competenties. Een dergelijke organisatiestructuur gedijt het best binnen een cluster.

1. *Een uitgebreide waardeketen.* Bedrijven met zeer gespecialiseerde activiteiten zijn voor hun concurrentiekracht sterk afhankelijk van actoren met complementaire activiteiten. De coördinatie van de partnerschappen brengen hoge kosten met zich mee, vooral wanneer het gaat om *tailor-made* producten in plaats van bulkgoederen. Deze kosten liggen lager binnen clusters. Sectoren hebben de neiging om uitgebreide waardeketens te ontwikkelen wanneer verschillende stappen van het productieproces andere *economies of scale* hebben (Scott, 1988), of winstgevender zijn dan anderen (Jarillo, 1995).
2. *Diversiteit competenties binnen de waardeketen.* Hoe diverser de benodigde kennis en vaardigheden voor de verschillende stappen in de waardeketen, des te lastiger is het voor een enkel bedrijf om deze te beheersen. De resulterende verticaal gedesintegreerde organisatiestructuur waarbij partners beschikken over uiteenlopende competenties bemoeilijkt de coördinatie wat clustering in de hand werkt (Sternberg, 1995).
3. *Het belang van innovatie binnen sectoren.* Wanneer binnen een sector de bedrijven hun concurrentiepositie grotendeels ontlenen aan innovaties, is een efficiënte coördinatie tussen partners met verschillende competenties een succesfactor en zal clustering sneller optreden. De noodzaak tot clustering voor bedrijven varieert echter per type innovatie. De verschillende typen innovaties hangen samen met de kennisbases en zijn grotendeels gerelateerd aan een bepaalde sector (tabel 2.2). Met name netwerkinnovaties stimuleren bedrijven te clusteren. Deze komen tot stand via collectieve leerprocessen waarbij actoren hun verschillende competenties combineren. Als een sector gekenmerkt wordt door netwerkinnovaties, dan zal een efficiënte coördinatie van belang zijn en bedrijven zich eerder clusteren (Freeman & Soete, 1997). De aard van het innovatienetwerk wordt voor een groot gedeelte bepaald door de kennisbasis waarin de sector zich bevindt. Dit komt terug in het onderzoek van De Man & Duysters (2003), zie tabel 2.3 waarin de drijfveer voor netwerkinnovaties per sector blijkt te verschillen.

Tabel 2.3: Beweegredenen voor innovatienetwerken per sector

Sector	Beweegredenen voor innovatienetwerk
Life Sciences	Complementaire kennis: - Toegang tot wetenschappelijke kennis - Toegang tot ontwikkelings- en marktkennis
Micro-elektronica	Delen van hoge R&D kosten
Telecommunicatie	Complementaire kennis - Toegang tot technologische kennis - Toegang tot content voor mobiele toepassingen

Bron: De Man & Duysters, 2003.

Zo draait het in de Life Sciences voornamelijk om complementaire kennis. De toegang tot wetenschappelijke kennis is een belangrijke reden voor bedrijven om samen te werken met kennisinstellingen. Daarnaast worden veel samenwerkingsverbanden opgestart tussen kleine innovatieve Life Sciences bedrijven en gerelateerde multinationals met als doel een technologie verder

te ontwikkelen, op te schalen en vervolgens naar de markt te brengen (De Man & Duysters, 2003). Dit beeld is ook terug te vinden in het biomedisch cluster van Winnipeg en het nanotechnologie cluster van Edmonton, waar de relaties voornamelijk bestaan tussen bedrijven en kennisinstellingen in plaats van tussen bedrijven onderling. Dit wordt veroorzaakt doordat de sector zich nog in de groeifase bevindt. In Saskatoon bevindt zich een volwassen agrarisch cluster wat zich evolueert in een 'bio-economy'. De van oudsher bestaande relaties met toeleveranciers en dienstverleners vormen hier de basis van het innovatienetwerk (Arthurs et al., 2009). In de micro-elektronica is R&D voor een individueel bedrijf vaak te kostbaar. Vandaar dat samenwerking vaak tot doel heeft de kosten van onderzoeksprojecten te delen. Uitwisseling van complementaire kennis, bijvoorbeeld over nieuwe netwerkstandaarden, is voor bedrijven in de telecommunicatie sector de meest genoemde reden voor samenwerking. Daarnaast wordt er veel samengewerkt tussen aanbieders van infrastructuur en platforms en dienstverleners.

Uit het onderzoek van De Man & Duysters (2003) blijkt ook dat de Life Sciences sector de eenvoudigste vormen van samenwerking kent. Het overgrote deel van de relaties is contractueel, kent enkelvoudige relaties en is bilateraal. De IT is iets complexer, de samenwerkingsverbanden zijn vaker meervoudig en tussen meerdere partijen. Met name dit laatste is een belangrijk verschil, omdat deze complexe samenwerkingsverbanden onevenredig veel organisatie vergen en dus gemakkelijker in clusters plaats vinden. Deze verbanden zijn binnen de IT noodzakelijk doordat standaardisering en integratie een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling van nieuwe producten. Innovaties binnen de Life Sciences sector staan juist meer op zichzelf waardoor er minder op elkaar af hoeft te worden gestemd. Binnen de telecomsector is er vooral sprake van strategische relaties tussen de grote providers en *content*-aanbieders.

4. *Veranderlijke markt*. Het netwerkmodel is de gunstigste organisatievorm voor bedrijven die opereren in een veranderlijke markt, hierdoor zijn ze namelijk in staat hun bedrijfsvoering snel en tegen lagere kosten aan te passen (Scott, 1988). Dit komt mede doordat er meer economische interactie plaats vindt dan binnen een verticaal geïntegreerde organisatiestructuur.

Voor de sectoren waarvan het eindproduct onderhevig is aan mode of seizoensinvloeden is het van belang dat de actoren zich snel kunnen aanpassen. Het gaat dan niet uitsluitend om bedrijven met technologisch hoogwaardige activiteiten of die met een *just-in-time* bedrijfsvoering. Een flexibele instelling van bedrijven is evenzeer van belang in markten met een breed productaanbod of waarbij de producten sterk geïndividualiseerd zijn (Malmberg & Maskell, 1997). Bedrijven in sectoren die vooral bulkgoederen produceren hoeven minder flexibel te zijn doordat de markt minder veranderlijk is, dientengevolge is de noodzaak tot clustering minder hoog.

Deze benaderingswijze op basis van kenmerken maakt het beleidsmakers mogelijk om op voorhand de sectoren te selecteren die het meeste profijt hebben van stimuleringsbeleid gericht op kennisnetwerken en andere vormen van clusterontwikkeling. Wat niet vergeten mag worden is dat deze conclusies worden getrokken op het geaggregeerde sectorniveau, en niet op het individuele bedrijfsniveau. Zelfs wanneer alle bedrijven binnen een sector om dezelfde redenen voordeel kunnen behalen uit vestiging in een cluster, zullen niet alle bedrijven dit doen. De locatiebeslissingen van bedrijven worden immers ook beïnvloedt door bedrijfskenmerken die meer individueel van aard zijn, en in sommige gevallen zwaarder kunnen wegen.

Individuele bedrijfskenmerken

De sectoraal gerelateerde bedrijfskenmerken zijn het meest bepalend, mede omdat de sector voor een groot deel het kader schept voor de andere bedrijfskenmerken. Het is echter onmogelijk om te stellen dat het behoren tot een sector automatisch zal leiden tot een bepaalde locatiebeslissing, elke beslissing is namelijk een individuele aangelegenheid onder unieke omstandigheden. Bovendien is het nooit een enkel bedrijfskenmerk dat het locatiegedrag bepaald, altijd zijn er meerdere in het spel. Hoogstens is de invloed van het ene kenmerk groter dan het andere. Vandaar dat hieronder, op basis van eerder onderzoek, de rol van enkele kenmerken binnen locatiekeuzes belicht worden.

De *activiteiten* van bedrijven kunnen van invloed zijn op de locatiebeslissing. Bij de locatiekeuze voor bedrijfsvestigingen met kennisintensieve activiteiten zoals Research & Development en hoofdkantoor activiteiten zijn andere locatiefactoren belangrijk dan bij vestigingen met laagwaardige activiteiten zoals productie of transport. In de productlevenscyclus van een sector zijn gedurende de introductiefase (figuur 2.2) vrijwel alle activiteiten hoogwaardig, kennisuitwisseling tussen actoren speelt een belangrijke rol. Als de producten eenmaal doorontwikkelt en gestandaardiseerd zijn, verlaagt de kennisintensiteit van de productieactiviteiten sterk waardoor het belang van prijsconcurrerende locatiefactoren als goedkope arbeid toe neemt. Vaak wordt de productie dan verplaatst naar een locatie waar goedkope arbeidskrachten aanwezig zijn. Veelal zal dit een locatie buiten Nederland betreffen. Goedkope arbeid is niet direct iets wat in Nederland het verschil zal maken. Daarvoor is de globalisering al te ver in gang gezet. Bedrijven die goedkope arbeid een interessante factor vinden gaan naar Oost-Europa of Azië. De sterke relatie tussen de gevoerde activiteiten en de locatiefactoren komt ook naar voren in onderzoek van de Stec Groep uit 2001, waaruit blijkt dat clustering van bedrijvigheid meer evident is naar activiteit dan naar sector. Zo is de activiteit 'hoofdkantoren' sterk geclusterd in de Noordvleugel van de Randstad.

Een ander belangrijk bedrijfskenmerk dat invloed kan hebben op de locatiebeslissing zijn de *huidige relaties met andere actoren*. Zoals eerder gesteld bepalen de kennisbasis samen met de gekozen specialisatie (activiteit) het belang van de relaties voor de bedrijfsvoering van de vestiging. De mate waarin nabijheid tot toeleveranciers / partners, klanten, geschikt personeel en kennisinstellingen bepalende locatiefactoren zijn varieert per bedrijf. Buitenlandse bedrijven met een eerste vestiging in Nederland moeten hun lokale netwerk nog grotendeels opbouwen, dit gaat gemakkelijker binnen een cluster van gerelateerde bedrijvigheid. Bedrijven die al gevestigd zijn in Nederland, hebben reeds een netwerk opgebouwd met toeleveranciers, klanten en andere relevante actoren. Doordat ze van dit netwerk afhankelijk zijn voor de continuering van de bedrijfsprocessen zijn ze in de regio verankerd, blijkt ook uit onderzoek naar bedrijfsmigratie in Nederland van Pellenburg (2005). Hierdoor is het noodzakelijk om de oorspronkelijke locatie van bedrijven in beschouwing te nemen bij de analyse van hun locatiekeuzes (De Bok en Sanders, 2004).

Ook het *herkomstland* van de buitenlandse investeerders heeft invloed op de locatiebeslissing. Het gedeelde netwerk, overeenkomstige taal en cultuur stimuleren versterking van de onderlinge zakelijke relaties. Zodoende komt het vaak voor dat eerste vestigers blind varen op de ervaringen van bedrijven uit hetzelfde moederland, omdat ze zelf niet over voldoende kennis beschikken. Op deze wijze ontstaan binnen landen concentraties van bedrijvigheid met dezelfde herkomst. Zo past de keuze van het Chinese Haier voor een locatie in Noord-Brabant voor zijn Europese hoofdkwartier in een Aziatische traditie. Tientallen Taiwanese bedrijven zoals BenQ zitten er al. Ook Japanse bedrijven kozen voor Brabant als hun Europese uitvalsbasis. Fuji in Tilburg was in de jaren tachtig de

kwartiermaker (NRC Handelsblad, 2006). Buitenlandse producenten die voornamelijk leveren aan andere buitenlandse bedrijven vestigen zich vaak in hun omgeving (Smith and Florida 1994). Daarbij beïnvloedt de culturele achtergrond voor een groot deel de locatievoorkeuren en de gevoeligheid voor bepaalde vormen van investeringspromotie. Zo verkiezen producenten uit de VS, Hong Kong en Taiwan bij voorkeur een locatie met toegang tot de lokale afzetmarkt, terwijl Japanse bedrijven havensteden prefereren (He, 2002).

De *bedrijfsomvang* is het laatste bedrijfskenmerk dat veelvuldig in onderzoeken aan bod komt en hier besproken zal worden. Het gaat dan specifiek om het aantal arbeidsplaatsen van de nieuwe vestiging. Voor grote bedrijven (>250 medewerkers) met laagwaardige activiteiten is de beschikbaarheid van goedkope arbeid een belangrijke locatiefactor. De winstgevendheid van deze bedrijven wordt namelijk voor een groot deel bepaald door de arbeidskosten. Andersom is voor bedrijven van gemiddelde omvang (50-249 medewerkers) het opleidingsniveau belangrijker dan de arbeidskosten (Karakay & Canal, 1998). Dus zowel voor middelgrote als grote bedrijven kan de arbeidsmarkt bepalend zijn, maar om een andere reden. Hoewel 'goedkope arbeid' veelal buiten clusters gevonden wordt, blijkt uit verschillende onderzoeken dat met name grote bedrijven zich aangetrokken voelen tot clusters (Gordon & McCann, 2000). In het Verenigd Koninkrijk blijken bedrijven in clusters gemiddeld 2,5 keer groter te zijn dan daarbuiten (Keeble & Nachum, 2002).

Doordat de gemiddelde bedrijfsomvang sterk varieert per sector en specifieke activiteiten daarbinnen, variëren de effecten van de bedrijfsomvang op de locatiekeuze ook per sector. Zo zijn het binnen de logistieke sector juist de kleinere bedrijven die erg gevoelig zijn voor de beschikbaarheid van goedkope arbeid (Hong, 2007). De zakelijke dienstverlening wordt gekenmerkt door de kleinschalige KIBS (*Knowledge Intensive Business Services*) welke een belangrijke rol spelen binnen het regionaal innovatiemilieu door de intensieve netwerkrelaties met multinationals waarbij ze vaak in de omgeving zijn gevestigd (Muller & Zenker, 2001). Verder bestaan er relaties tussen de bedrijfsomvang en de locatiefactor bereikbaarheid. Grote bedrijven geven de voorkeur aan een snelweglocatie, terwijl kleinere bedrijven een voorkeur hebben voor stationslocaties. De hogere huurprijs die grotere bedrijven bereid zijn te betalen duidt op een hogere waarde die gehecht wordt aan het imago van de locatie (De Bok & Sanders, 2005).

Concluderend

Bedrijven met verschillende kenmerken vinden dus andere locatiefactoren belangrijk. Zo beïnvloeden de bedrijfskenmerken indirect de uiteindelijke locatiebeslissing van de bedrijven. Van de verschillende kenmerken blijkt de invloed van de sector waar het bedrijf actief op de locatiefactoren leidend te zijn. De invloed van de andere individuele bedrijfskenmerken is van secundaire aard, en biedt zodoende vooral een verklaring voor de mogelijk afwijkende locatiebeslissingen van enkele bedrijven uit een sector. Zo vinden Japanse bedrijven binnen de machine industrie als enige lage arbeidskosten geen doorslaggevende locatiefactor (He, 2002).

2.3 DEEL 3: Samenvatting theorie en verwachtingen

In dit hoofdstuk zijn theoretische inzichten naar voren gekomen die het mogelijk maken om een antwoord te geven op de deelvragen 1 en 2. Het antwoord op deze twee deelvragen moet tevens gezien worden als een samenvatting van de theorie.

Deelvraag 1:

Wat zijn de theoretische inzichten over de invloed van clustering op de bepalende locatiefactoren voor bedrijven die een locatiebeslissing nemen?

Clustertheorieën zien nabijheid als een belangrijk goed om zinvolle interactie tussen verschillende actoren tot stand te brengen. Deze interactie, waarbij kennis met elkaar wordt uitgewisseld en gecreëerd, betekent voor bedrijven dat ze over de mogelijkheid beschikken om innovatief te zijn. Dit stelt bedrijven in staat om de concurrentie te slim af te zijn en dus betere (financiële) resultaten te boeken. Ondanks de voordelen van clustering zijn er veel bedrijven die zich vestigen buiten de 'pieken'. Het blijkt dat er bij het nemen van een locatiebeslissing verschillende type locatiefactoren een doorslaggevende rol kunnen spelen (tabel 2.1). Bedrijven kunnen waarde hechten aan harde factoren gericht op kostenminimalisatie (vooral neoklassieke locatietheorie), zachte factoren (vooral behaviourale locatietheorie), beleidsfactoren (vooral institutionele locatietheorie) en clusterfactoren (onder andere institutionele locatietheorie en evolutionaire locatietheorie). Daarnaast kunnen specifieke bedrijfskenmerken (o.a. sector, activiteit en omvang) invloed hebben op de locatiebeslissing.

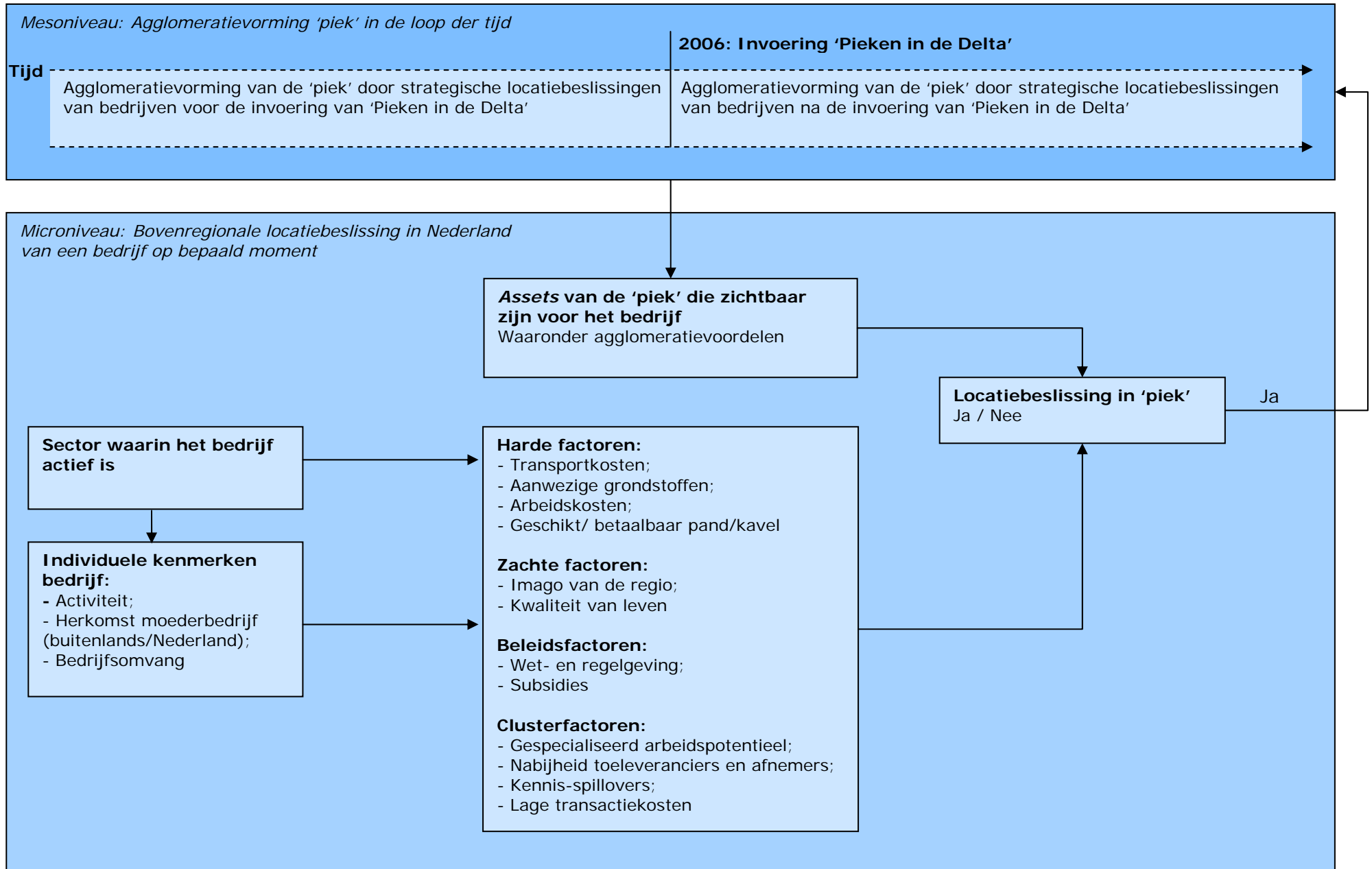
Deelvraag 2:

Van welke 'pieken' mag op basis van de theoretische inzichten verwacht worden dat er agglomeratievorming plaats vindt, zowel voor als na de invoering van 'Pieken in de Delta'?

Het is niet mogelijk om op basis van de geschetste theorie 'pieken' aan te wijzen die in Nederland clusteren. Uit de theorie blijkt dat sectorale kenmerken leidend zijn wat betreft de locatievoorkeuren (Steinle & Schiele, 2001). Zolang bedrijven in staat zijn om het productieproces te verdelen en het eindproduct verplaatsbaar is, is clustering mogelijk. Dit zijn noodzakelijke voorwaarden die gelden voor bedrijven in tal van sectoren. In het bijzonder geldt dat bedrijven die hoogwaardige kennis nodig hebben en dus regelmatig *face-to-face* contacten nodig hebben, eerder zullen clusteren dan bedrijven die voldoende hebben aan laagwaardige kennis. Ook het (nog) niet hebben van nuttige relaties voor de bedrijfsvoering kan ertoe leiden dat bedrijven kiezen voor een cluster van gerelateerde bedrijvigheid. Daarnaast kunnen bedrijven afkomstig uit een bepaald land zich in de buurt vestigen van bedrijven die uit hetzelfde land komen, ongeacht de sector waarin het bedrijf actief is. Ten slotte kan de omvang van een bedrijf van invloed zijn bij de keuze om wel of niet te clusteren. Uit onderzoek blijkt dat vooral de grote bedrijven zich in clusters bevinden.

De onduidelijkheid over welke 'pieken' zich clusteren en welke niet maakt dat het interessant is om te zien in hoeverre locatiebeslissingen van bedrijven overeenkomen met de verschillende vastgestelde 'pieken' in de nota 'Pieken in de Delta'. Daarom en in overeenstemming met de geschetste theorie in dit hoofdstuk is het volgende conceptueel model opgesteld (figuur 2.8).

Figuur 2.8 Conceptueel model



Het conceptueel model bevat twee niveaus; meso en micro. Deze tweedeling is in overeenstemming met het multi-dimensionale karakter van de probleemstelling. Op het mesoniveau wordt er gekeken naar de agglomeratietendensen van sectoren, welke verklaard dienen te worden op het microniveau aan de hand van locatiebeslissingen van individuele bedrijven.

Mesoniveau:

Het conceptueel model kan op het mesoniveau worden opgedeeld in twee delen. Het eerste deel is het agglomeratiepatroon van bedrijven uit dezelfde sector in Nederland voorafgaand aan de benoeming van de 'pieken'. Het tweede deel vormen de agglomeraties van de benoemde 'pieken' in de nota 'Pieken in de Delta'.

Omdat Economische Zaken de volgende definitie hanteert van 'pieken': "...een onderscheidend cluster van bedrijvigheid en kennis dat van (inter)nationale betekenis is of kan worden en dat zich onderscheidt door focus en massa, samenwerking en samenhang" (Bureau Louter, 2008, p.2) mag verwacht worden dat de 'pieken' al voor de invoering in 2006 over een aanzienlijke focus en massa beschikken, dat wil zeggen een relatief hoge concentratie bedrijven uit één sector binnen de regio. Daarom wordt in hypothese 1 getoetst of strategische locatiebeslissingen in de periode voor de invoering bijgedragen hebben aan de agglomeratievorming van de later gedefinieerde 'pieken':

Hypothese 1:

Locatiebeslissingen van bedrijven die genomen zijn voor de invoering van de nota 'Pieken in de Delta', droegen bij aan de agglomeratievorming van de 'pieken'.

De uitvoering van het beleid zou bij moeten dragen aan de versterking en aantrekkelijkheid van de verschillende 'pieken'. Dit leidt tot de tweede hypothese:

Hypothese 2:

Locatiebeslissingen van bedrijven die genomen zijn na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta', droegen bij aan de agglomeratievorming van de 'pieken'.

Vervolgens is het interessant om te zien of de bijdrage van de locatiebeslissingen aan de agglomeratievorming is toegenomen sinds de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' in 2006 ten opzichte van de periode ervoor. Verwacht wordt dat locatiebeslissingen van bedrijven steeds vaker overeen komen met de 'pieken' omdat er een zelfversterkend proces (par. 2.2.2) in werking treedt wat de voordelen van clustering voor bedrijven vergroot. Dit wordt getoetst in hypothese drie:

Hypothese 3:

De bijdrage van de locatiebeslissingen aan de agglomeratievorming van de 'pieken' is toegenomen sinds de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' in 2006.

Microniveau:

Om het ruimtelijke patroon op het mesoniveau te verklaren wordt er op het microniveau onderzocht waarom bedrijven nu kiezen voor vestiging in 'pieken' of juist daarbuiten. De volgende vraag werpt zich op; op basis van welke locatiefactoren baseren bedrijven hun locatiebeslissing? Op basis van de theorie mag verwacht worden dat bedrijven voor wie clusterfactoren doorslaggevend zijn, zich eerder zullen vestigen in een cluster. Dit resulteert in de vierde hypothese:

Hypothese 4:

Bedrijven voor wie clusterfactoren doorslaggevend zijn, kiezen eerder voor een vestiging binnen een 'piek' dan andere bedrijven.

Door het zelfversterkende proces en door de invoering van de nota 'Pieken in de Delta', zouden de *assets* van de 'pieken' voor bedrijven steeds zwaarder moeten wegen bij de locatiekeuze. Daarom mag er verwacht worden van bedrijven die in de periode vanaf de invoering van de nota besloten hebben om zich in de 'piek' te vestigen dat ze dit vaker doen omwille van de clusterfactoren dan bedrijven voor de invoering van de 'pieken'. Dit wordt getoetst in hypothese vijf:

Hypothese 5:

Na de invoering van 'Pieken in de Delta' waren de clusterfactoren vaker doorslaggevend voor bedrijven die zich vestigen in de 'piek(en)' dan in de periode daarvoor.

In het conceptueel model wordt schematisch weergegeven welke bedrijfskenmerken bepalen welke locatiefactoren van belang zijn voor de bedrijven die een locatiebeslissing nemen. Op basis van de theorie wordt er verwacht dat de sector het meest bepalende bedrijfskenmerk is. Het is echter mogelijk dat bedrijven uit dezelfde sector met verschillende individuele bedrijfskenmerken, zoals de herkomst, activiteit, de bedrijfsomvang, etcetera (par 2.2.4) andere locatiefactoren van belang achten. Hierdoor is het mogelijk dat individuele bedrijfskenmerken indirect van invloed zijn op het al dan niet vestigen in 'pieken'.

Zo is in dit hoofdstuk geconstateerd dat bedrijven die reeds in Nederland gevestigd zijn vaak al beschikken over relaties met andere actoren, terwijl bedrijven met een eerste vestiging deze nog op moeten bouwen. De nabijheid van gerelateerde bedrijvigheid in een cluster vergemakkelijkt het aangaan van nieuwe relaties. Dus verwacht mag worden dat eerste vestigers een groter belang hechten aan clusterfactoren. Daarnaast zullen bedrijven met hoogwaardige activiteiten meer behoefte hebben aan kennis dan bedrijven met laagwaardige activiteiten. Dus verwacht mag worden dat bedrijven met hoogwaardige activiteiten meer belang hechten aan clusterfactoren. Tenslotte blijkt uit onderzoek (Gordon & McCann, 2000) dat met name grote bedrijven zich aangetrokken voelen tot clusters. Dus verwacht mag worden dat er meer grote bedrijven (>250 arbeidsplaatsen) belang hechten aan clusterfactoren dan middelgrote bedrijven (50-249 arbeidsplaatsen).

Om te onderzoeken of deze relaties tussen individuele bedrijfskenmerken enerzijds en de locatiefactoren anderzijds niet bestaan, wordt de volgende hypothese getoetst:

Hypothese 6:

De invloed van de individuele bedrijfskenmerken op het belang van locatiefactoren, wordt bepaald door de sector waarin het bedrijf actief is.

Implicaties hypothesen

Voorgaande hypothesen vertegenwoordigen elk de toetsing van één van de relaties tussen de elementen uit het conceptueel model. Indien voor een 'piek' alle zes de hypothesen worden aangenomen betekent dit er in de periode 2000-2008 in toenemende mate agglomeratievorming binnen de 'piek' is opgetreden, én dat dit te danken is aan een toenemende match tussen de regionale *assets* en de bepalende locatiefactoren voor de bedrijven uit de betreffende sector.

3 METHODOLOGIE

De grote verscheidenheid aan onderzoeksmethoden maken al gauw dat onderzoekers door de bomen het bos niet meer zien. Handboeken zoals dat van Bryman (2002) trachten orde in de chaos te scheppen door overzichten te verstrekken van de verschillende methoden waarop empirische data verzameld kan worden. Maar het opsommen van de voor en nadelen, maakt nog niet duidelijk welke onderzoeksmethoden in welke situatie het best gehanteerd kunnen worden. Healey & Rawlinson (1993, p.352) verwoorden deze tekortkoming als volgt:

“The lack of guidance in the literature on business surveys means that most researchers have no choice in designing their surveys but to rely on a combination of common sense and previous experience”.

Met gezond verstand voortbouwen op ervaringen van onderzoekers uit het verleden luidt dus het devies. Zodoende is gekomen tot de onderzoeksstrategie waarbij een telefonische enquête onder bedrijven wordt aangevuld met interviews en testimonials van bedrijven en betrokkenen. Paragraaf 3.2 zet de gehanteerde onderzoeksstrategie verder uiteen en benoemt de sterktes en beperkingen hiervan. Vervolgens komt in paragraaf 3.3 de operationalisering van de kwantitatieve onderzoeksmethode (telefonische enquête) aan bod, aangevuld met een omschrijving van de onderzoekspopulatie. In paragraaf 3.4 wordt dit gedaan voor de kwalitatieve onderzoeksmethode (diepte-interviews en testimonials).

3.1 Onderzoeksmethoden

Al in de jaren veertig stelt Hoover (1948) dat een locatiebeslissing niet gezien kan worden als het eenvoudigweg aflopen van een aantal locatiefactoren, maar een complex proces is. Onder de economisch geografen bestaat de consensus dat voor het doorgronden van een locatiebeslissing het noodzakelijk is om de uiteindelijke besluitnemers te interviewen. Zie hiervoor onder andere Townroe, 1972; Pellenbarg, 1985; Healey & Rawlinson, 1993; Pen 2002. Ook het strategisch management onderstreept het belang van persoonlijke interviews. Zo benadrukt Mintzberg et al. (1976, p. 248) dat:

“Strategic processes typically span periods of years; often forced to study the process after completion, therefore the researcher is obliged to rely heavily on interviewing. The best trace of the completed process remains in the minds of those people who carried it out”.

Het belang van persoonlijke interviews met bedrijven is duidelijk. De vraag is echter of deze methode op zichzelf voldoende is om onze probleemstelling te beantwoorden. Het doel is immers om de locatiebeslissingen van een grote groep bedrijven te analyseren en te verklaren. Een meer gestructureerde aanpak leent zich beter voor het verkrijgen van een algemeen systematisch en representatief beeld (Pen, 2002).

Een manier om de voordelen van verschillende onderzoeksmethoden te benutten en de nadelen te beperken, is door ze te combineren tot een ‘multi-strategy-research’ (Layder, 1993). Een onderzoeks-aanpak waarbij de “sample survey” methode en diepte-interviews gecombineerd worden blijken uitermate geschikt om locatiebeslissingen te bestuderen. Barkley en McNamara (1994) onderschrijven dit:

"Surveying manufacturers' location decisions is generally conducted by interviews and/or mail questionnaires".

Hammersley (1996) hanteert een indeling van benaderingen, te weten:

- 1 Triangulatie: Het gebruiken van kwalitatief onderzoek, om onderzoeksresultaten uit kwantitatief onderzoek te verifiëren, of vice versa.
- 2 Faciliteren: Het gebruiken van kwalitatief onderzoek, om kwantitatief onderzoek op een geschikte wijze op te zetten, of vice versa.
- 3 Complementariteit: Het gebruiken van kwalitatief onderzoek, om onderzoeksresultaten uit kwantitatief onderzoek aan te vullen, of vice versa.

In dit onderzoek hanteren wij een strategie op basis van de triangulatie 'multi-strategy' benadering. De telefonische enquête onder bedrijven welke een locatiebeslissing hebben gemaakt dient om een representatief beeld te krijgen. Een verdere analyse van de telefonische enquêtes leidt tot uitkomsten. Deze worden in het tweede, kwalitatieve, gedeelte van het empirisch onderzoek gecontroleerd aan de hand van diepte-interviews en testimonials.

Ons kwantitatief onderzoek wordt gevormd door de Database Locatiebeslissingen Nederland (hierna kortweg DLN) van de Stec Groep. Dit is een telefonische enquête onder bedrijven welke een strategische locatiebeslissing hebben genomen. De database wordt sinds 2000 op halfjaarlijkse basis bijgewerkt door stagiairs van de Stec Groep. Frank van Dongen, mede-auteur van deze thesis, heeft als stagiair de DLN bijgewerkt voor het jaar 2008.

Doordat we ons kwantitatief onderzoek baseren op een eerder opgezet databestand, hebben we beperkte invloed gehad op de gehanteerde methodiek, de vragenlijst en de afbakening van de onderzoekspopulatie. Deze keuzes bepalen de sterktes en de zwaktes van het onderzoek en daaruit volgend de mogelijkheden tot verdere analyse.

De telefonische enquête wordt afgenomen met behulp van een gestructureerde vragenlijst. Een groot voordeel hiervan is dat de verschillen in externe beïnvloeding worden geminimaliseerd en de antwoorden gestandaardiseerd, waardoor het mogelijk is om de verzamelde data uit de enquêtes te aggregeren tot een analyseerbaar databestand. Gestructureerde dataverzameling dankt zijn populariteit onder onderzoekers dan ook aan twee voordelen, aldus Bryman (2002):

"...reducing error due to variation in the asking of questions and greater accuracy in and ease of processing respondents' answers".

Het gebruik van verschillende interviewers, de stagiairs, brengt een risico met zich mee. Door verschillen in interviewstijl en de formulering van vragen is het mogelijk dat de gegeven antwoorden dusdanig inhoudelijk verschillen dat ze lastig samen te voegen zijn tot één uniform databestand. Het hanteren van een gestructureerde vragenlijst en een protocol voor het telefonisch afnemen van de interviews dekt dit risico voldoende af.

Telefonisch enquêteren heeft ook zijn fundamentele tekortkomingen. Zo is de bereidheid van respondenten om bedrijfsgevoelige informatie te overhandigen veelal lager, in vergelijking met persoonlijke interviews. Verder is het niet mogelijk om respondenten te observeren en daarop te anticiperen (Bryman, 2002). Het is dan ook niet verwonderlijk dat er regelmatig kritiek wordt geuit op dergelijke onderzoeken. Zo uit Pen (2002) op de DLN (Stec Groep, 2001) de volgende kritiek:

“Het betreft in onderhavig onderzoek echter niet alleen informatie over de inhoudelijke, maar vooral ook de procesmatige kant en daarvoor zijn telefonische enquêtes een ongeschikt instrument”.

Pen's kritiek is zeker gegrond, het afnemen van interviews via de telefoon heeft zoals gesteld zijn tekortkomingen. Echter verwerpen wij Pen's kijk op de DLN als een poging tot een kwalitatief alternatief voor persoonlijke interviews. Wij zien het als een kwantitatieve methode om patronen op microniveau waar te nemen, en voor dit doel wegen de voordelen van telefonisch enquêteren op tegen de nadelen. In ons onderzoek wordt rekening gehouden met de tekortkomingen, door de resultaten te controleren en waar nodig aan te vullen met behulp van diepte-interviews met en testimonials van bedrijven en betrokkenen.

3.2 Kwantitatieve onderzoeksmethode: De telefonische enquête

Het kwantitatieve gedeelte van het empirisch onderzoek wordt gevormd door de Database Locatiebeslissingen Nederland (hierna kortweg DLN) van de Stec Groep. Deze is gebaseerd op een telefonische enquête onder bedrijven welke in de jaren 2000-2008 een strategische locatiebeslissing binnen of naar Nederland hebben genomen.

3.2.1 Methodiek

Elk half jaar wordt een groslijst opgesteld van enkele honderden bedrijven die aankondigen een locatiebeslissing te nemen. Deze aankondigingen worden verkregen uit verschillende bronnen, zoals persberichten van de bedrijven, berichtgeving van makelaars en de vastgoedbranche en meewerkende overheidsinstanties (zoals het NFIA, gemeentes en regionale ontwikkelingsmaatschappijen). Bepalend voor de opname in de DLN is dus de aankondiging, en niet het daadwerkelijke moment van realisatie. Hiervoor is gekozen omdat dit moment eenduidig meetbaar is. In praktijk blijkt dat de daadwerkelijke realisatie wel eens afwijkt van de aankondigde plannen. Om deze reden worden de resultaten na 3 jaar gecontroleerd en waar nodig aangepast.

Op basis van de aankondigingen wordt vervolgens met vrijwel al deze bedrijven contact opgenomen om te achterhalen of ze voldoen aan de criteria (kader 3.1) voor de DLN. Zo worden de strategische locatiebeslissingen gedestilleerd waardoor de bovenregionale locatietendensen zichtbaar worden. Allereerst wordt een ondergrens van 25 kilometer gehanteerd voor bovenregionale verplaatsingen of samenvoegingen. Daarbij worden overheden, retail en non-profit organisaties niet meegenomen omdat deze meestal een regionaal verzorgingsgebied hebben en niet voor clustering in aanmerking komen (zie paragraaf 2.2.6). Bedrijven kleiner dan 50 werknemers worden niet meegenomen, omdat deze buitengewoon moeilijk in kaart te brengen zijn. Bovendien geven de grotere locatiebeslissingen ruim voldoende onderbouwing aangezien deze verantwoordelijk zijn voor veruit het grootste deel van het aantal arbeidsplaatsen dat met bovenregionale locatiebeslissingen gemoeid is.

In totaal zijn er 357 bedrijven in de DLN opgenomen, wat naar inzicht van Dhr. Bruil (Bruil, 2009) bij benadering overeenkomt met de volledige populatie. Het doel is immers om alle bedrijven die met hun locatiebeslissing voldoen aan de criteria op te nemen in de database. Al deze bedrijven worden via de telefoon persoonlijk benaderd met een gestructureerde vragenlijst (paragraaf 3.3.2). In het enkele geval dat een bedrijf niet bereid is zijn medewerking te verlenen, wordt via andere

Kader 3.1: Criteria bedrijven gehanteerd voor Database Locatiebeslissingen Nederland

De volgende typen beslissingen komen in aanmerking:

- a) bedrijven (voornamelijk buitenlandse bedrijven) die een eerste vestiging beginnen in Nederland;
- b) reeds in Nederland aanwezige bedrijven die uitbreiden door middel van een nieuwe locatie elders in Nederland;
- c) bedrijven die besluiten een bestaande vestiging fors te upgraden en waarbij een stedeselectie in het spel is;
- d) bedrijven die in zijn geheel over grote afstand verhuizen (minimaal 25 km.);
- e) bedrijven die bedrijfsactiviteiten op een nieuwe locatie concentreren / samenvoegen (minimaal 25 km.).

Bij bedrijfsverplaatsingen dan wel concentratie van bedrijfsactiviteiten gebruiken we een ondergrens van 25 km. om zo de locatiebeslissing van de bedrijven eruit te halen.

De bedrijven moeten in het huidige jaar hebben aangekondigd zich in de gemeente / regio te willen vestigen. Het definitieve moment van vestiging kan dus best later plaatsvinden.

De bedrijven moeten zich niet bevinden in de non-profit-, detailhandel- en toeristische sector.

De bedrijven moeten minimaal 50 arbeidsplaatsen hebben als zij volledig operationeel zijn;

- Voor kantoorruimte houdt dit in, rekening houdend met 1 werknemer per 28 vierkante meter, dat er minimaal 1500 vierkante meter moet worden gehuurd of gekocht.

Voor bedrijfsruimte is geen specifieke formule van toepassing

3.2.2 Vragenlijst

Doel van ons onderzoek is het analyseren van het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen en deze te verklaren aan de hand van bedrijfskenmerken en locatiefactoren. Vandaar dat de vragen die aan de bedrijven zijn voorgelegd in de enquête de twee thema's bedrijfskenmerken en locatiefactoren betreffen. De complete vragenlijst is terug te vinden in de bijlagen.

Binnen locatiekeuzeonderzoek ligt de focus vaak op bedrijfsverplaatsingen. Ons onderzoek richt zich op de aantrekkingskracht van 'pieken' op bedrijven, vandaar dat andere typen locatiebeslissingen ook zijn meegenomen. De respondenten is de vraag voorgelegd welk type locatiebeslissing er is genomen, waarbij een verdeling is gehanteerd in de volgende vijf typen:

- 1 Eerste vestiging: een eerste vestiging binnen Nederland van een buitenlands bedrijf.
- 2 Nieuwe locatie: een bedrijfsuitbreiding binnen Nederland door middel van een nieuwe locatie elders in Nederland.
- 3 Totale verplaatsing: een bedrijfsverplaatsing binnen Nederland (>25km).
- 4 Samenvoeging: een samenvoeging van verschillende bedrijfsactiviteiten op één locatie binnen Nederland (>25km).
- 5 Uitbreiding: upgradering van een bestaande vestiging waarbij ook andere steden zijn overwogen.

Verder zijn de respondenten gevraagd enkele kenmerken te geven van hun bedrijf en de betreffende vestiging. Zodoende kan er een algemene vergelijking gemaakt worden. Het gaat dan om kenmerken als; herkomst, sector, activiteit, aantal arbeidsplaatsen, jaar van aankondiging en het type locatie.

Voorgaande vragen vormen het eerste gedeelte van de vragenlijst, waaruit een beschrijving rolt van de locatiebeslissing op basis van kenmerken. Het tweede gedeelte van de vragenlijst dient om de locatiebeslissingen te verklaren. Aangezien ons onderzoek zich richt op de aantrekkingskracht van 'pieken', zijn we geïnteresseerd in de *pull*-locatiefactoren die voor de bedrijven doorslaggevend zijn geweest. Aan de respondenten is gevraagd welke locatiefactoren voor hen doorslaggevend waren. Hierbij konden ze maximaal drie factoren opgeven en dienden ze deze bovendien te rangschikken naar hun belang.

De respondenten hadden hierbij de keuze uit twaalf antwoordcategorieën, waarvan 1 overige (Bijlage I). Deze categorieën zijn door de Stec Groep op basis van eerder onderzoek en ervaring gekozen, vanwege de verwachting dat ze alle mogelijke antwoorden goed zouden afdekken. Uit het feit dat de bedrijven bijna geen overige locatiefactoren opgaven bleek deze veronderstelling te kloppen. Deze overige locatiefactoren konden bovendien worden onderverdeeld in slechts twee extra categorieën; medewerking overheid & nabijheid huidig personeel. Hierdoor wordt er in de analyse gewerkt met dertien antwoordcategorieën (tabel 3.1).

Tabel 3.1: Antwoordcategorieën locatiefactoren enquête

Harde factoren	Zachte factoren	Clusterfactoren	Beleidsfactoren
<ul style="list-style-type: none"> - Geografische ligging - Bereikbaarheid / infrastructuur - Beschikbaarheid kantoor- en/of bedrijfsruimte - Aanwezigheid ICT-infrastructuur 	<ul style="list-style-type: none"> - Imago van de stad - Aantrekkelijk woon- en werkklimaat - Nabijheid huidig personeel 	<ul style="list-style-type: none"> - Aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt - Aanwezigheid klanten - Aanwezigheid toeleveranciers / partners - Aanwezigheid kennisinstellingen 	<ul style="list-style-type: none"> - Fiscaaljuridische voordelen van Nederland als geheel - Medewerking overheid

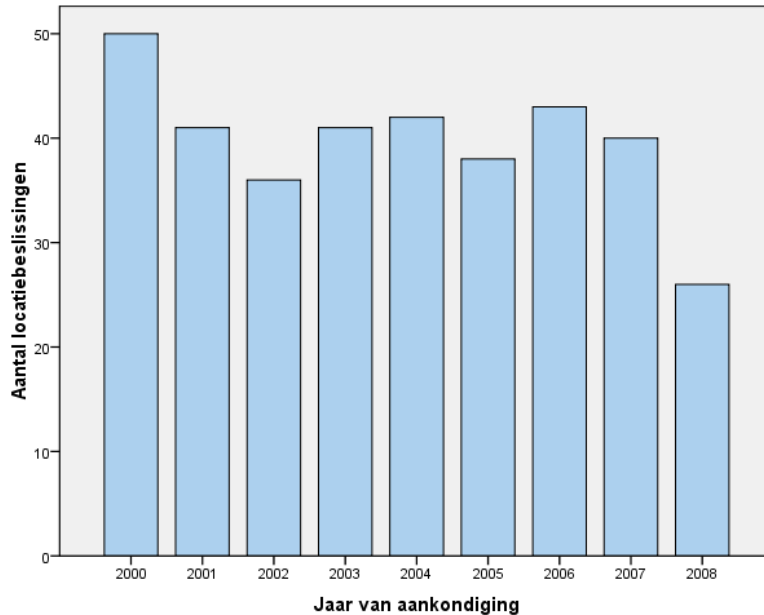
Deze antwoordcategorieën dienden niet nader afgestemd te worden op ons onderzoek aangezien ze in grote mate overeenkomen met de locatiefactoren die in de theorie zijn behandeld. De antwoordcategorieën vallen elk in één van de vier typen locatiefactoren uit het conceptueel model (figuur 2.8). Zodoende is het bijvoorbeeld mogelijk om het belang van clusterfactoren te analyseren bij locatiebeslissingen in de verschillende 'pieken'.

3.2.3 Onderzoekspopulatie

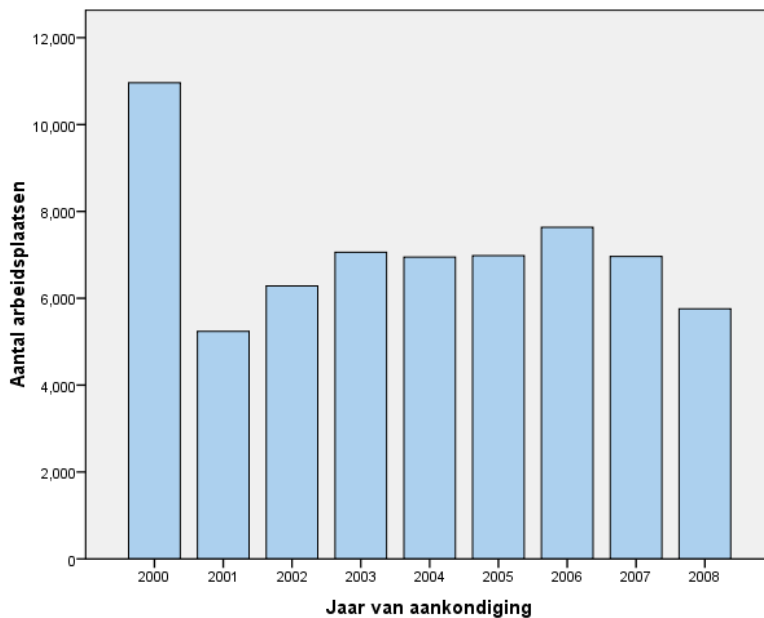
De onderzoekspopulatie bestaat uit 357 bedrijven welke met hun locatiebeslissing aan de criteria voldoen om opgenomen te worden in de DLN. Hieronder zal een eerste indruk worden gegeven van de populatie aan de hand van enkele algemene kenmerken. Achtereenvolgens komen aan bod: de aantallen en hun omvang, het type locatiebeslissing, de herkomst, de sector en de activiteit.

In de periode 2000-2008 schommelde het aantal locatiebeslissingen rond de 30-40 per jaar (figuur 3.2). De jaren 2000 en 2008 wijken met respectievelijk 50 en 24 locatiebeslissingen hier van af. Ook het aantal arbeidsplaatsen dat gepaard gaat met de locatiebeslissingen vertoont een dergelijke ontwikkeling in de tijd (figuur 3.3). Het aantal schommelt rond de 6000 arbeidsplaatsen, met het jaar 2000 als opvallende afwijking hierop met 11.000 arbeidsplaatsen. De gemiddelde omvang per locatiebeslissing ligt door de jaren heen rond de 170 arbeidsplaatsen.

Figuur 3.2: Aantal locatiebeslissingen (2000-2008)



Figuur 3.3: Aantal arbeidsplaatsen (2000-2008)



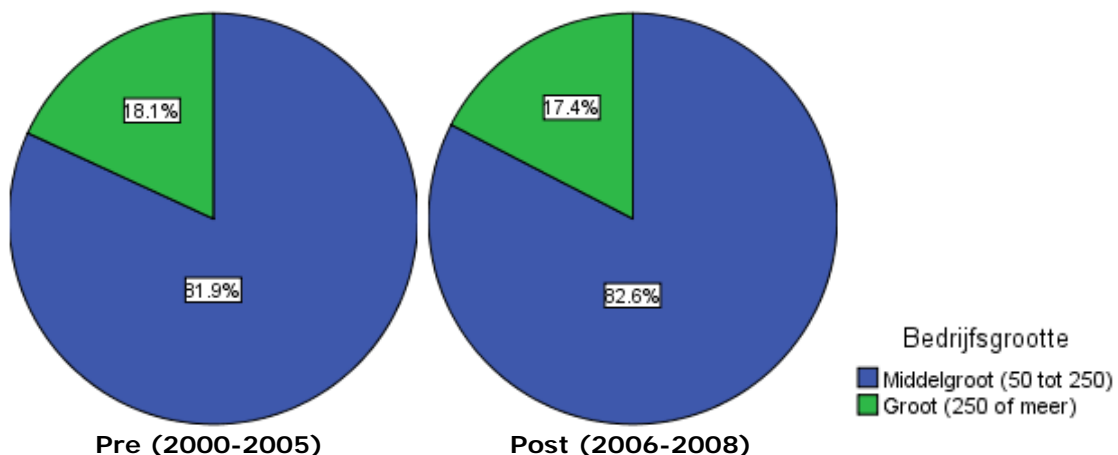
De verklaring voor de variatie kan gevonden worden in de conjunctuurbeweging en de relatief grote invloed van enkele locatiebeslissingen. Zo correspondeert de laagconjunctuur in 2001 en 2008 met een terugval in locatiebeslissingen van bedrijven. Daarbij komt er geen enkele locatiebeslissing uit 2001 voor in de top 20 van locatiebeslissingen naar omvang, terwijl er 4 terug te vinden zijn uit het jaar 2000.

Tabel 3.2: Top 20 locatiebeslissingen 2000-2008

	Jaar	Bedrijf	Gemeente	Arbeidsplaatsen
1	2006	Achmea	Leiden	3.000
2	2000	Cisco Systems	Amsterdam	2.500
3	2002	Agis	Amersfoort	1.500
4	2007	Hewlett Packard	Amstelveen	1.200
5	2008	UVIT	Arnhem	1.100
6	2000	Worldcom	Amsterdam	1.000
7	2005	Getronics Pinkroccade	Houten	1.000
8	2008	FrieslandCampina	Amersfoort	875
9	2007	Ziggo	Utrecht	800
10	2007	Scheuten Solar	Venlo	800
11	2005	Brauw Blackstone Westbroek	Amsterdam	750
12	2000	DHL	Maastricht	700
13	2004	Unilever	Rotterdam	700
14	2000	SNT	Enschede	600
15	2005	Yokogawa	Amersfoort	600
16	2002	ABN-AMRO	Apeldoorn	500
17	2003	Solectron	's-Hertogenbosch	500
18	2004	DHL Express	Amersfoort	500
19	2004	Xerox	Breukelen	500
20	2005	UPS Supply Chain Solutions	Roermond	500

De invloed van de grote bedrijven (250 arbeidsplaatsen of meer) is echter gering, aangezien deze slechts een krappe 20% vertegenwoordigen van de totale populatie (figuur 3.4). Dit aandeel is nauwelijks veranderd sinds de invoering van 'Pieken in de Delta'.

Figuur 3.4: Verdeling bedrijvigheid over bedrijfsomvangklassen naar periode t.o.v. 'Pieken in de Delta'



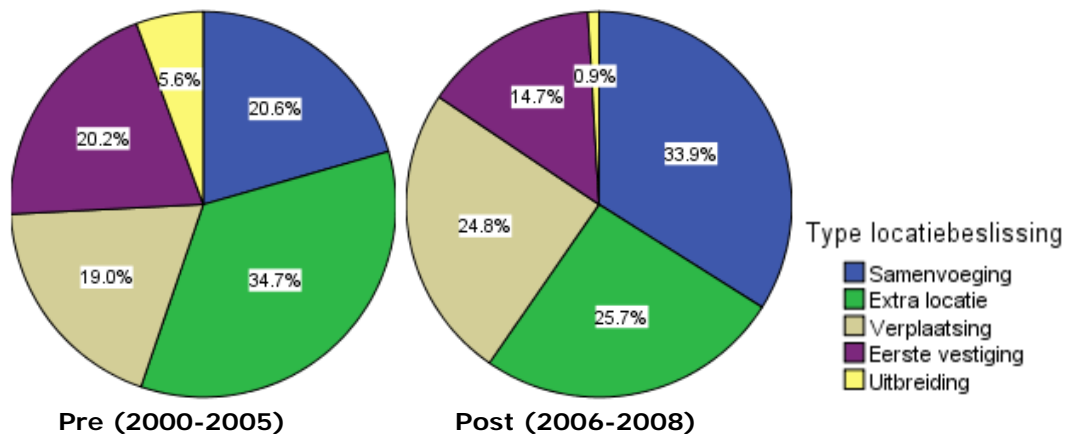
Type locatiebeslissing

Op basis van hun aard zijn de locatiebeslissingen op te delen in vijf verschillende typen (paragraaf 3.2.2): Samenvoeging, Extra Locatie, Verplaatsing, Eerste vestiging & Uitbreiding. Opvallend is het hoge aandeel van samenvoegingen, zeker na 2005 (tabel 3.3 & figuur 3.5). Wanneer de periode van na de invoering van de 'pieken' wordt vergeleken met die ervoor valt op dat het aandeel van de investeringen bij de typen locatiebeslissing 'eerste vestiging' en 'extra locatie' terug is gelopen van respectievelijk, 20,2% naar 14,7% en van 34,7% naar 25,7%. Daarnaast valt de marginalisering van de rol van 'uitbreidingen' op (figuur 3.5). Bovendien valt het enorme belang (31,9%) van 'extra locatie' op binnen de totale onderzoekspopulatie (tabel 3.3).

Tabel 3.3: Aantal bedrijven per type locatiebeslissing naar periode t.o.v. 'Pieken in de Delta'

	<i>Aantal bedrijven 2000 – 2005</i>		<i>Aantal bedrijven 2006 – 2008</i>		<i>Aantal bedrijven 2000 – 2008</i>	
	Absoluut	Relatief	Absoluut	Relatief	Absoluut	Relatief
Samenvoeging	51	20,6%	37	33,9%	88	24,6%
Extra Locatie	86	34,7%	28	25,7%	114	31,9%
Verplaatsing	47	19,0%	27	24,8%	74	20,7%
Eerste vestiging	50	20,2%	16	14,7%	66	18,5%
Uitbreiding	14	5,6%	1	0,9%	15	4,2%
Totaal	248	100,0%	109	100,0%	357	100,0%

Figuur 3.5: Verdeling bedrijvigheid over de typen locatiebeslissingen naar periode t.o.v. 'Pieken in de Delta'

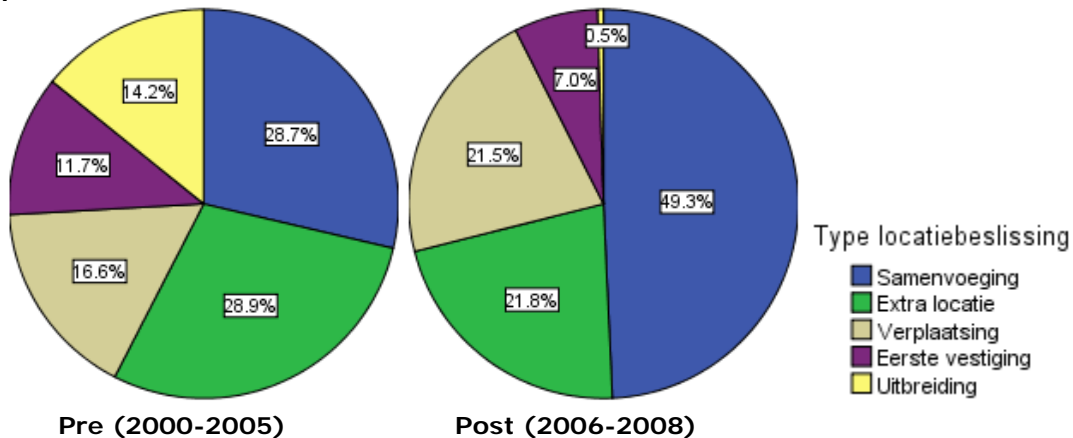


Omdat vestigingen een verschillend aantal arbeidsplaatsen opleveren wordt er ook per type locatiebeslissing bekeken hoeveel arbeidsplaatsen er mee gemoeid zijn. Het type 'samenvoeging' heeft met 35,2% van alle arbeidsplaatsen het grootste aandeel over de jaren 2000-2008. Het relatieve aantal arbeidsplaatsen van het type 'samenvoeging' is in de periode 2006-2008 enorm gegroeid ten opzichte van de periode 2000-2005 (tabel 3.4 & figuur 3.6). Het relatieve aantal arbeidsplaatsen bij het type 'uitbreiding' is in de periode 2006-2008 juist sterk afgenomen ten opzichte van de periode 2000-2005 (tabel 3.4 & figuur 3.6). Voor de andere typen locatiebeslissingen zijn de verschillen tussen de twee periodes kleiner.

Tabel 3.4: Arbeidsplaatsen per type locatiebeslissing naar periode t.o.v. 'Pieken in de Delta'

Type locatiebeslissing	Arbeidsplaatsen 2000 – 2005		Arbeidsplaatsen 2006 – 2008		Arbeidsplaatsen 2000 – 2008	
	Absoluut	Relatief	Absoluut	Relatief	Absoluut	Relatief
Samenvoeging	12465	28,7%	10030	49,3%	22495	35,2%
Extra Locatie	12556	28,9%	4436	21,8%	16992	26,6%
Verplaatsing	7200	16,6%	4375	21,5%	11575	18,1%
Eerste vestiging	5094	11,7%	1415	7,0%	6509	10,2%
Uitbreiding	6160	14,2%	100	0,5%	6260	9,8%
Totaal	43475	100,0%	20356	100,0%	63831	100,0%

Figuur 3.6: Verdeling werkgelegenheid over de typen locatiebeslissingen naar periode t.o.v. 'Pieken in de Delta'

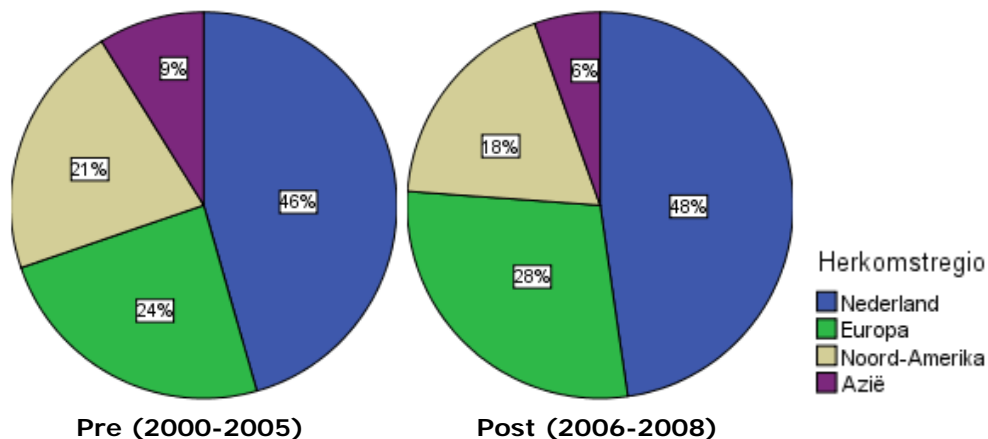


Herkomstland

Iets minder dan de helft van de locatiebeslissingen worden genomen door Nederlandse bedrijven (figuur 3.7). Ongeveer de helft van de buitenlandse bedrijven in Nederland komen van origine uit een ander Europees land, 20% is Noord-Amerikaans en een kleine 10% heeft zijn wortels in Azië liggen. Deze verdeling is sinds de invoering van 'Pieken in de Delta' niet sterk veranderd.

Van alle herkomstlanden steken de Verenigde Staten met 72 locatiebeslissingen en een kleine 15.000 arbeidsplaatsen met kop en schouders boven de rest uit (tabel 3.5). Duitsland is een goede tweede met 29 locatiebeslissingen 5000 arbeidsplaatsen en onder de Aziatische landen is Japan de grootste leverancier van aantal vestigingen en arbeidsplaatsen.

Figuur 3.7: Aandeel herkomstregio's naar periode t.o.v. 'Pieken in de Delta'



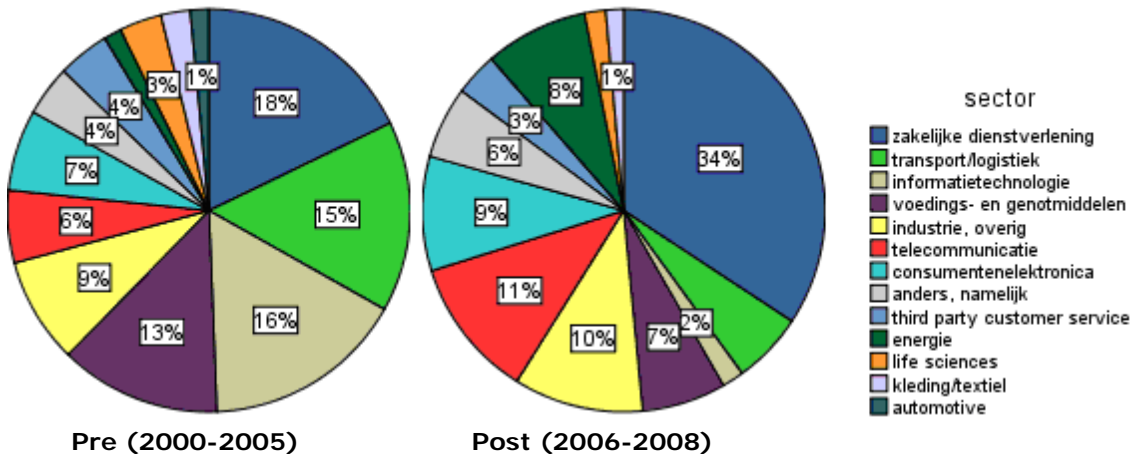
Tabel 3.5: Top 15 herkomstlanden naar arbeidsplaatsen naar periode t.o.v. 'Pieken in de Delta'

Herkomstland	Aantal bedrijven			Aantal arbeidsplaatsen		
	pre	post	totaal	pre	post	totaal
Nederland	113	52	165	18991	12281	31272
VS	53	19	72	11614	3035	14649
Duitsland	21	8	29	4065	1005	5070
VK	11	3	14	1470	455	1925
Japan	10	2	12	1705	200	1905
Frankrijk	5	3	8	1180	550	1730
Zweden	7	5	12	690	770	1460
Denemarken	7	1	8	820	85	905
Luxemburg	1	1	2	450	400	850
Korea	3	2	5	400	170	570
Finland	0	2	2	0	525	525
Saoedi-Arabië	1	0	1	480	0	480
België	3	1	4	310	110	420
China	3	0	3	350	0	350
Noorwegen	2	1	3	210	70	280

Locatiebeslissingen naar sector en activiteit

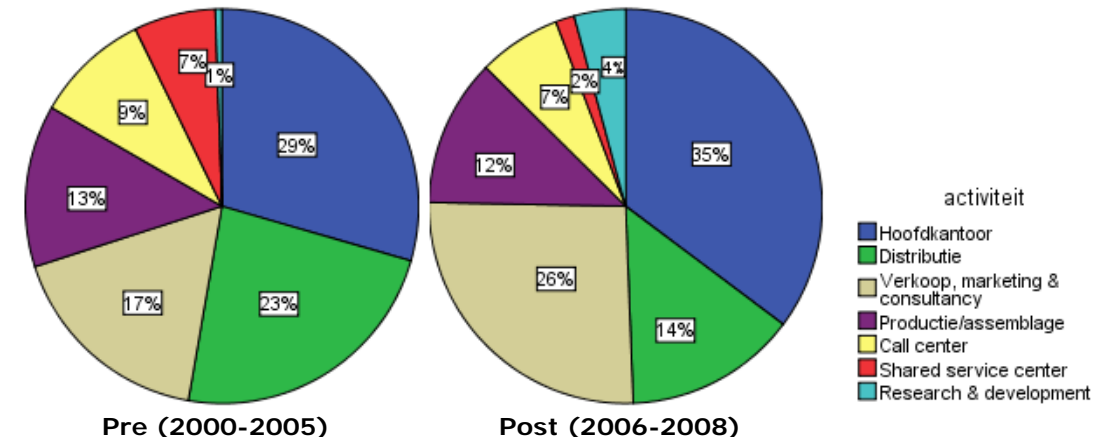
De DLN bestaat uit bedrijven die actief zijn in zeer verschillende sectoren. Sommige sectoren zijn heel sterk vertegenwoordigd in de database, terwijl andere dat niet zijn (figuur 3.8). Daarnaast zijn er verschillen in de periode voor de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' en de periode vanaf de invoering. Zo zijn de (relatieve) aantallen locatiebeslissingen in de sectoren zakelijke dienstverlening, telecommunicatie en energie gestegen in de DLN (figuur 3.8). Daarentegen zijn de (relatieve) aantallen locatiebeslissingen in de sectoren transport/logistiek, ICT en voeding gedaald.

Figuur 3.8: Aandeel sectoren naar periode t.o.v. Pieken in Delta



De DLN bestaat ook uit bedrijven die zich bezig houden met zeer verschillende activiteiten. Sommige activiteiten zijn in aantallen sterker vertegenwoordigd dan anderen (figuur 3.9). Daarnaast zijn er ook hier weer verschillen in de periode voor de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' en de periode vanaf de invoering. Zo zijn de (relatieve) aantallen locatiebeslissingen in de activiteiten hoofdkantoren, verkoop-marketing-consultancy en research & development toegenomen in de DLN. Daarentegen zijn de (relatieve) aantallen locatiebeslissingen in de activiteiten distributie en shared service center gedaald.

Figuur 3.9: Aandeel activiteiten naar periode t.o.v. Pieken in Delta



3.2.4 Afbakening en selectie 'pieken'

Om te achterhalen of de locatiebeslissingen van bedrijven vallen binnen de 'pieken' is het noodzakelijk om te weten of een bedrijf met zijn activiteiten inhoudelijk tot een 'piek' behoort. Op basis van de bedrijfskenmerken die in de DLN zijn opgenomen valt dit niet te achterhalen. Deze gaan namelijk niet dieper dan de hoofdsectoren en activiteiten van de bedrijfsvestiging. Dit probleem van classificeren speelde ook bij de rijksoverheid, welke in samenwerking met Bureau Louter, de decentrale overheden en het bedrijfsleven een uiteindelijke afbakening heeft gemaakt op basis van de 5-digit SBI-codes (Bijlage II). Deze fijnmazige sectorale indeling hebben wij voor ons onderzoek ook gehanteerd vanwege zijn werkbaarheid en mogelijkheid om de resultaten te vergelijken. Wel dient de kanttekening geplaatst te worden dat dergelijke afbakeningen zeer arbitrair zijn, want zoals Martin & Sunley (2003, p.24) stellen:

"There is a fundamental tension between the public policy desire to include as many firms as possible and the notion that policy interventions can be more cost effective if they are targeted in some way. But if the policy is too targeted, then it starts to look like old style industrial policy and too close to the discredited notion of 'picking winners'."

Het hanteren van een indeling naar SBI-codes betekent dat aan alle bedrijfsvestigingen een SBI-code toebedeeld moest worden. Dit is gebaseerd op basis van sector en activiteit afkomstig uit de DLN, persberichten betreffende de bedrijfsvestiging, websites van de bedrijven en online bedrijvengidsen welke doorgaans een SBI-code vermelden. Vervolgens is op basis van de SBI-code van elke bedrijfsvestiging bepaald binnen welke 'pieken' ze vallen. Dit resulteert in een sterk verschillende massa per 'piek' (tabel 3.6). Opgemerkt dient te worden dat de 'pieken' 'Life Sciences & Health of medische technologie' en 'Food & Nutrition of Agribusiness' in meerdere regio's vertegenwoordigd zijn. Onderling bestaan er verschillen qua thematische focus, er is echter voor gekozen dit niet terug te laten komen in de afbakening. Vandaar dat binnen deze 'pieken' dezelfde bedrijven zijn opgenomen.

Tabel 3.6: Aantal bedrijven en arbeidsplaatsen per 'piek' voor heel Nederland

<i>Piek</i>	<i>Regio waarvoor 'piek' is vastgesteld</i>	<i>Aantal bedrijven in heel NL</i>	<i>Totaal aantal arbeidsplaatsen in heel NL</i>
Creatieve industrie/ ICT/ nieuwe media	Noordvleugel	59	13388
Innovatieve logistiek en handel	Noordvleugel	115	17861
Life Sciences	Noordvleugel, Oost, Zuidvleugel, Zuidoost,	15	1820
Haven en industrie complex	Zuidvleugel	60	9541
Procesindustrie	Zuidwest	52	7480
Logistiek	Zuidwest	53	8536
Food & nutrition	Zuidoost, Oost, Noord	47	8090
High-tech systemen en materialen	Zuidoost	86	17937
Technology	Oost	80	17723
Toerisme en congreswezen	Noordvleugel	0	0
Toeleveranciers glastuinbouw	Zuidvleugel	4	830
Internationaal recht, vrede en veiligheid	Zuidvleugel	1	95

Toerisme	Zuidwest	0	0
Energie	Noord	10	1825
Water	Noord	2	230
Sensortechnology	Noord	3	735

Niet alle 'pieken' lenen zich er voor om opgenomen te worden in ons onderzoek. Vandaar dat er voor gekozen is om 6 van de 21 'pieken' niet mee te nemen (tabel 3.7). De argumentatie hiervoor komt deels overeen met diegene die Bureau Louter hanteerde voor hun onderzoek (Bijlage II). Zo zijn de 'pieken' 'Toeleveranciers glastuinbouw' en 'Internationaal recht, vrede en veiligheid' te specifiek vastgesteld waardoor een interregionale vergelijking onmogelijk is. De 'pieken' 'Water' en 'Sensortechnology' van regio Noord zijn gebaseerd op potentieel en daardoor niet goed meetbaar. Daarbij geldt voor alle vier genoemde 'pieken' dat ze amper vertegenwoordigd zijn in de DLN, waardoor een analyse onmogelijk is. Om dezelfde reden kunnen de 'pieken' gerelateerd aan toerisme in zowel de regio Noordvleugel als de regio Zuidwest niet meegenomen worden.

Tabel 3.7: Niet in het onderzoek meegenomen 'pieken'

<i>Piek</i>	<i>Regio</i>	<i>Reden</i>
Toeleveranciers glastuinbouw	Zuidvleugel	Te specifiek vastgesteld; 4 vestigers
Internationaal recht, vrede en veiligheid	Zuidvleugel	Te specifiek vastgesteld; 1 vestiger
Water	Noord	Gebaseerd op potentieel; 2 vestigers
Sensortechnology	Noord	Gebaseerd op potentieel; 3 vestigers
Toerisme en congreswezen	Noordvleugel	0 vestigers
Toerisme	Zuidwest	0 vestigers

3.2.5 Analysetechniek ruimtelijk patroon locatiebeslissingen

Nadat de data is geprepareerd kan door middel van analyse worden achterhaald of het ruimtelijk patroon van de locatiebeslissingen overeen komt met de gekozen 'pieken'. Voor deze analyse worden twee technieken gebruikt; locatiequotiënten en kaartmateriaal.

Met behulp van locatiequotiënten kan achterhaald worden of er in de regio waar de 'piek' is benoemd een oververtegenwoordiging bestaat van locatiebeslissingen van bedrijven uit de bijbehorende sector. Er is voor gekozen om het locatiequotiënt te baseren op het aantal locatiebeslissingen an sich en niet zoals gebruikelijk op de gepaard gaande werkgelegenheid. De reden hiervoor is dat alle meegenomen locatiebeslissingen een behoorlijke omvang hebben (>50 werknemers) en daarom qua werkgelegenheid van strategische waarde zijn.

Het locatiequotiënt wordt berekend als het percentage van de locatiebeslissingen uit één sector in een regio gedeeld door het percentage van de locatiebeslissingen uit één sector in heel Nederland. In formule vorm:

$$LQ = \frac{X_a / X_{nl}}{Y_a / Y_{nl}}$$

(X_a is het aantal locatiebeslissingen van bedrijven uit sector X in regio a, X_{nl} is het aantal locatiebeslissingen uit sector X in heel Nederland, Y_a is het totaal aantal locatiebeslissingen in regio a, Y_{nl} is het totaal aantal locatiebeslissingen in heel Nederland)

Omdat een locatiequotiënt niets zegt over de mate van spreiding of concentratie binnen 'pieken' en over de gepaard gaande werkgelegenheid, kan op basis van deze maat alleen niet geconcludeerd worden of er agglomeratievorming optreedt in de 'pieken'. Vandaar dat in de analyse gebruik wordt gemaakt van kaartmateriaal als aanvullende techniek. Doordat het aantal locatiebeslissingen relatief beperkt is kan het ruimtelijk patroon hiervan overzichtelijk in kaart worden gebracht. Bovendien is het mogelijk om de gepaard gaande arbeidsplaatsen weer te geven. In combinatie met de locatiequotiënten kan zo worden bepaald binnen welke 'pieken' sprake is van agglomeratievorming.

3.2.6 Analysetechniek verklaring individuele locatiebeslissingen

De verklaring voor eventuele agglomeratievorming binnen 'pieken', dient gevonden te worden op het microniveau, oftewel de individuele locatiebeslissingen. Deze zullen worden verklaard aan de hand van de locatiefactoren die voor het bedrijf doorslaggevend waren. Zoals gesteld heeft elk bedrijf dat opgenomen is in de DLN een aantal doorslaggevende locatiefactoren opgegeven (maximaal 3), welke onder te verdelen zijn in 13 antwoordcategorieën. Om te achterhalen of het veronderstelde verband tussen clusterfactoren en vestiging in een 'piek' (Hypothese 4) bestaat en is toegenomen na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' (Hypothese 5) worden de doorslaggevende locatiefactoren van groepen bedrijven met behulp van staafdiagrammen met elkaar vergeleken. Daarna zal per sector worden gecontroleerd voor de invloed van overige bedrijfskenmerken op het belang van locatiefactoren voor bedrijven (Hypothese 6).

Met deze vorm van beschrijvende statistiek kan worden volstaan omdat er voor de gehele onderzoekspopulatie data beschikbaar is. Statistische toetsing van verbanden op significantie is immers alleen noodzakelijk als er gewerkt wordt met steekproefgegevens (De Vocht, 2002).

Indien uit de staafdiagrammen een verband blijkt te bestaan zal doormiddel van een associatiemaat de sterkte (en richting) van het verband in een getal worden uitgedrukt. Deze associatiematen verschillen in de wijze van berekening en interpretatie. Welke maat het meest geschikt is, wordt bepaald door de variabele met de laagste meetschaal uit het verband. Met de toetsing van de hypothesen 4, 5 en 6 komen de drie onderstaande verbanden aan bod:

Hypothese 4:

Afhankelijke variabele: Binnen of buiten 'piek'; dichotoom (binnen/buiten)

Onafhankelijke variabele: Belang van clusterfactoren; ordinaal (rangschikking naar aantal doorslaggevende clusterfactoren)

Hypothese 5:

Afhankelijke variabele: Belang van clusterfactoren; ordinaal (rangschikking naar aantal doorslaggevende clusterfactoren)

Onafhankelijke variabele: Vestiging in 'piek' voor of na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta'; dichotoom (voor/na)

Hypothese 6:

Afhankelijke variabele: Belang van clusterfactoren; ordinaal (rangschikking naar aantal doorslaggevende clusterfactoren)

Onafhankelijke variabelen:

- Bedrijfsomvang; dichotoom (middelgroot/groot)
- Bedrijfsactiviteit; dichotoom (laagwaardig/hoogwaardig)
- Eerste vestiger in Nederland; dichotoom (wel/niet)

Alle drie de verbanden worden gelegd tussen een dichotome en een ordinale variabele. Doordat een dichotome variabele qua meetniveau hybride is (een dergelijke variabele is zowel te interpreteren als een nominale, als een ordinale, of als een interval/ratio variabele) zal voor alledrie de verbanden gebruik worden gemaakt van een associatiemaat voor ordinale variabelen, de Spearman's rho. Deze geeft informatie over de sterkte en de richting van een verband en is gebaseerd op celfrequenties en rangschikkingen over categorieën van de variabelen. Daarbij varieert hij tussen -1 (perfecte negatieve samenhang) over 0 (geen samenhang) tot $+1$ (perfecte positieve samenhang).

3.3 Kwalitatieve onderzoeksmethode: interviews en testimonials

In het kader van het onderzoek zijn drie interviews gehouden. Er is één interview gehouden met een medewerker van de Stec Groep (dhr. Bruil), één interview met een medewerker van het ministerie van Economische Zaken (dhr. Tonk) en één interview met een medewerker van de Limburgse ontwikkelingsmaatschappij, het LIOF (dhr. Koppers). Daarnaast is er gebruik gemaakt van testimonials van bedrijven.

3.3.1 Interviews

Omdat de kwantitatieve analyse een dominante rol speelt in dit onderzoek, geven de interviews vooral ondersteunende informatie en daarnaast kunnen ze theoretische inzichten bevestigen of ontkrachten. De interviews zijn gehouden om een beter inzicht te krijgen op het gebied van strategische locatiebeslissingen en het relevante beleid.

Bij de gehouden interviews is steeds met andere vragenlijsten gewerkt. De vragenlijsten zijn bij ieder interview toegespitst op de organisatie en de functie van de persoon die geïnterviewd is. Dit is in de ogen van de auteurs van dit onderzoek de beste manier om ondersteunend te zijn aan de kwantitatieve analyse en om theoretische inzichten te kunnen bevestigen of ontkrachten.

De interviews zijn opgenomen met een geluidsrecorder. Tijdens de interviews zijn ook korte aantekeningen gemaakt. Na de interviews zijn de geluidsfragmenten op de geluidsrecorder en de aantekeningen uitgewerkt. Er is niet voor gekozen om de interviews uit te werken tot transcriptie, omdat de interviews zijn gehouden ter ondersteuning van de kwantitatieve onderzoeksmethode en in dit onderzoek dus niet de leidende onderzoeksmethode is. De eventuele baten zouden niet opwegen tegen de benodigde extra inspanningen.

3.3.2 Testimonials

Om een gedegen analyse op het microniveau te kunnen uitvoeren van de locatiebeslissingen van bedrijven zal er gebruik worden gemaakt van testimonials. Deze worden verkregen uit krantenartikelen, bedrijfspublicaties en andere persberichten. In deze testimonials wordt de setting geschetst waarin de bedrijven hun locatiebeslissing hebben genomen. Bovendien geven de bedrijven hierin zelf aan welke locatiefactoren voor hen doorslaggevend zijn geweest. Deze gegevens bieden een kwalitatieve aanvulling op de meer kwantitatieve gegevens uit de DLN. De verklarende analyse van het ruimtelijk patroon op basis van de DLN, zal dan ook op kwalitatieve wijze worden onderbouwd en toegelicht aan de hand van de testimonials.

4 ANALYSE: LOCATIEBESLISSINGEN

Dit hoofdstuk vormt het analytisch gedeelte van de thesis. Aan de hand van de opgestelde hypothesen wordt antwoord gegeven op de deelvragen 3 en 4. De hiervoor benodigde data is verkregen via empirisch onderzoek, welke uitgevoerd is volgens de onderzoeksopzet (hoofdstuk 3). In paragraaf 4.1 wordt gekeken in hoeverre het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen overeenkomt met de 15 'pieken'. Concreet betekent dit dat de hypothesen 1, 2 en 3 voor deze pieken zullen worden getoetst. In paragraaf 4.2 zal dieper worden ingegaan op een aantal sectoren. Er wordt bekeken op basis van welke locatiefactoren bedrijven hebben besloten zich binnen dan wel buiten een 'piek' te vestigen. Het verband tussen de locatiefactoren en de locatiekeuze wordt getoetst aan de hand van hypothesen 4 en 5. In paragraaf 4.3 wordt gecontroleerd of de sector als bedrijfskenmerk leidend is voor het belang dat bedrijven hechten aan locatiefactoren, of dat individuele bedrijfskenmerken hierop een storende invloed hebben. Dit zal gedaan worden met de toetsing van hypothese 6. Het hoofdstuk zal afgesloten worden met een afrondende beschouwing in paragraaf 4.4, welke een antwoord geeft op de deelvragen 3 en 4.

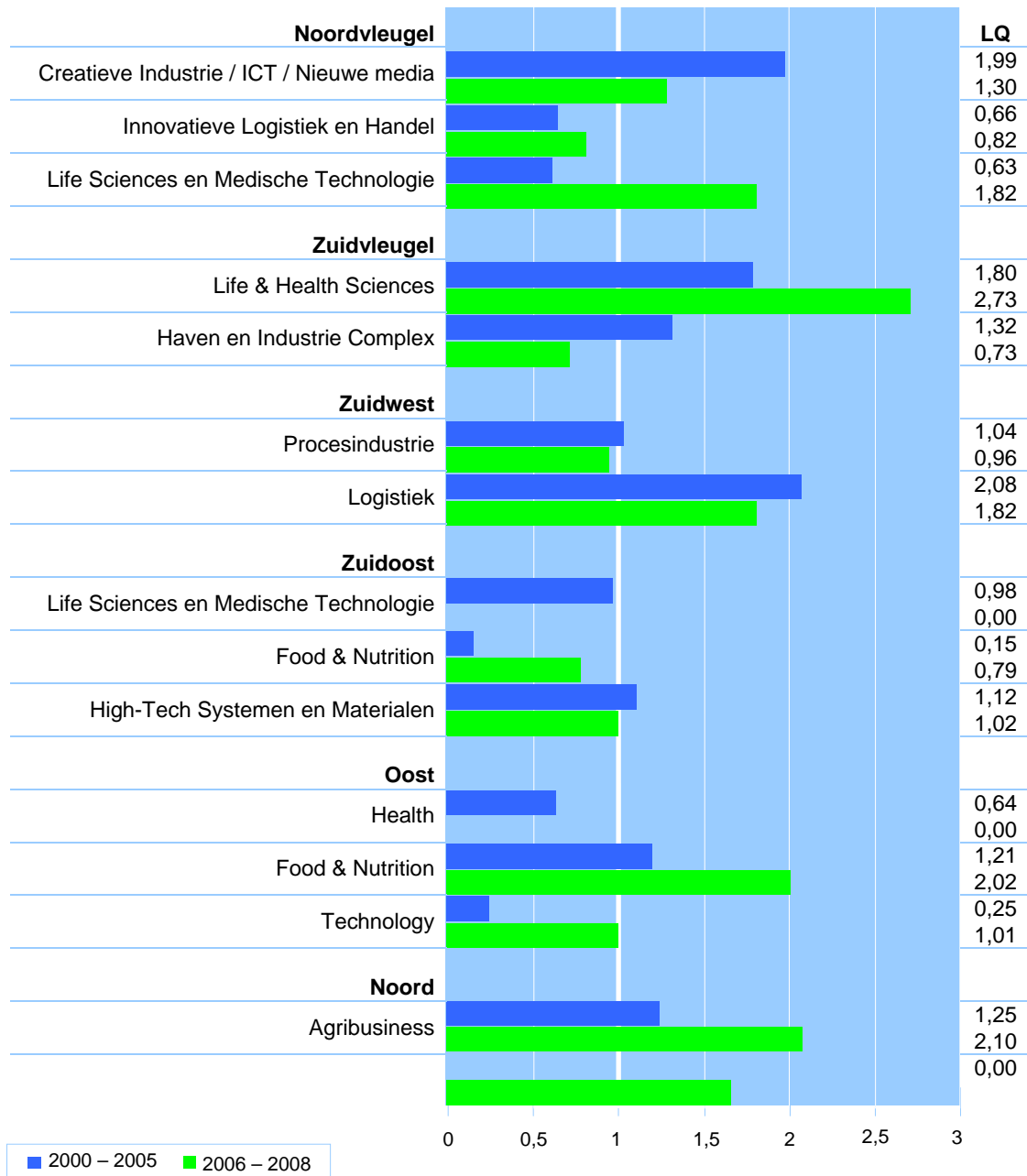
4.1 Ruimtelijk patroon locatiebeslissingen

In deze paragraaf wordt onderzocht in hoeverre het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen overeen komt met de 'pieken' uit de nota 'Pieken in de Delta'. Ook wordt er antwoord gegeven op de vraag of er agglomeratievorming optreedt in de 'pieken' en of deze sinds de invoering van de nota is toegenomen. Het ruimtelijk patroon van de locatiebeslissingen zal per 'piek' worden geanalyseerd met behulp van locatiequotiënten (paragraaf 4.1.1) én kaartmateriaal (paragraaf 4.1.2), zoals omschreven in de onderzoeksopzet (paragraaf 3.2.5). Op basis hiervan worden in de afsluitende paragraaf 4.1.3 de bijbehorende hypothesen 1, 2 en 3 getoetst.

4.1.1 Het ruimtelijk patroon in locatiequotiënten

In onderstaande figuur 4.1 zijn voor alle vijftien 'pieken' twee locatiequotiënten op basis van het aantal vestigingen weergegeven. Één voor de periode voor de invoering van de 'pieken' (jaren 2000-2005) en één voor de periode na de invoering van de 'pieken' (jaren 2006-2008). Hieruit blijkt dat het locatiequotiënt niet voor alle 'pieken' in beide perioden hoger ligt dan 1. Dit betekent dat er niet in alle 'pieken' een oververtegenwoordiging is van locatiebeslissingen van bedrijven uit de bijbehorende sector. Bovendien is het locatiequotiënt niet voor alle 'pieken' gestegen na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta'.

Figuur 4.1: Locatiequotiënten naar 'piek'



De locatiequotiënten zeggen echter niets over de mate van spreiding of concentratie binnen de 'pieken' (dus over agglomeratievorming). Het zegt ook niets over de hoeveelheid arbeidsplaatsen die gepaard gaat met een locatiebeslissing en dus niets over de economische massa die een locatiebeslissing oplevert. De locatiequotiënten geven op zichzelf dus niet voldoende informatie om het ruimtelijk patroon van de locatiebeslissingen grondig te analyseren, maar ze zijn wel geschikt om een eerste indruk te krijgen.

4.1.2 Het ruimtelijk patroon in kaart gebracht

De weergave van het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen met kaarten maakt het mogelijk om binnen de 'pieken' eventuele agglomeratievorming te ontwaren. Een aantal 'pieken' behelzen dezelfde sector, zo bevatten de 'pieken' Food & Nutrition in Zuidoost en Oost Nederland en Agribusiness in Noord Nederland

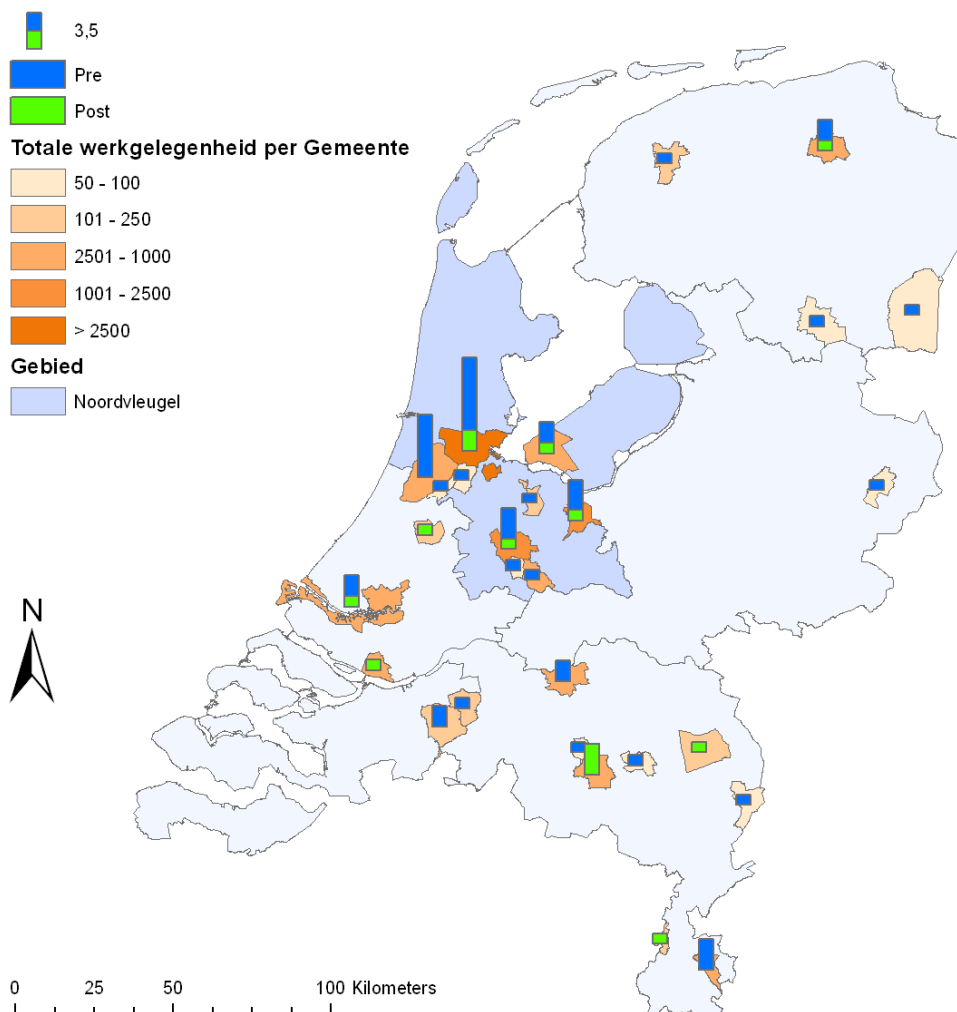
dezelfde soort bedrijvigheid. Vandaar dat de 'pieken' worden beschreven aan de hand van de 10 unieke sectoren die tesamen alle 15 'pieken' behelsen.

Locatiebeslissingen in de sector Creatieve Industrie

De sector Creatieve Industrie is voor de Noordvleugel benoemd tot 'piek'. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in beide periodes een oververtegenwoordiging van locatiebeslissingen in de Noordvleugel is. Na de invoering van de nota is het locatiequotiënt wel gedaald. Uit het ruimtelijk patroon blijkt er in de driehoek Amsterdam-Almere-Utrecht een concentratie van locatiebeslissingen te bestaan, zowel in de pre- als de postperiode (figuur 4.2). Ook in termen van werkgelegenheid heeft deze regio goed gepresteerd. Buiten de 'piek' ligt het aantal locatiebeslissingen aanzienlijk lager en bovendien liggen deze verspreid over de grotere steden, zoals Heerlen, Groningen en Eindhoven.

Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat er in de 'piek' Creatieve Industrie in de Noordvleugel agglomeratievorming optreedt, met name in de stedelijke regio Amsterdam-Almere-Utrecht. Alhoewel dit proces zowel in de pre- en postperiode gaande was, is dit proces niet versterkt na de invoering van de nota.

Figuur 4.2: Ruimtelijk patroon sector Creatieve Industrie
Locatiebeslissingen Creatieve Industrie



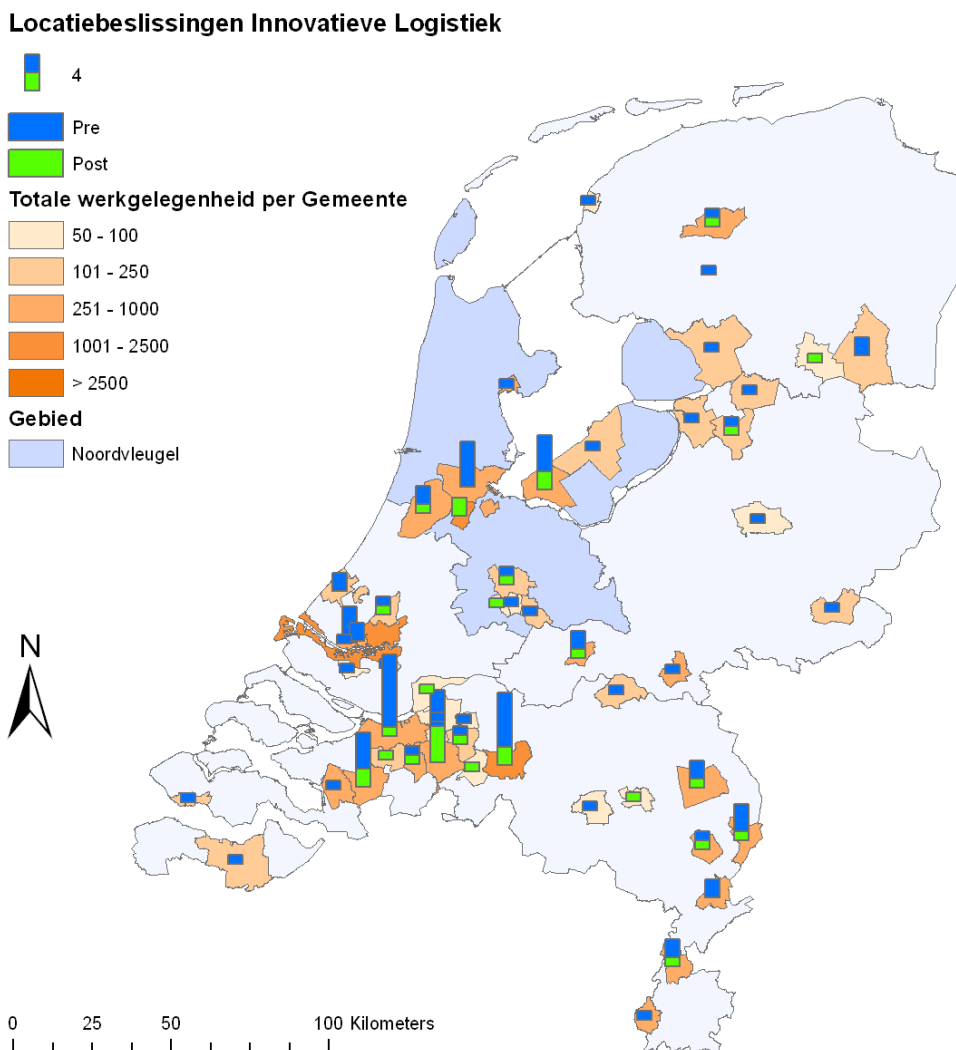
Locatiebeslissingen in de sector Innovatieve Logistiek

De sector Innovatieve Logistiek is net als de sector Creatieve Industrie voor de Noordvleugel benoemd tot 'piek'. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in de Noordvleugel een ondervertegenwoordiging van locatiebeslissingen is. Na de invoering van de nota is het quotiënt wel licht gestegen.

Binnen de 'piek' liggen de locatiebeslissingen voornamelijk rondom Amsterdam met daarnaast nog een kleinere concentratie rondom Utrecht (figuur 4.3). De agglomeratievorming valt echter tegen, aangezien Amsterdam over het algemeen al veel bedrijven aantrekt en er in andere regio's sterkere concentraties van logistieke bedrijven bestaan. Veruit de sterkste concentratie buiten de 'piek' ligt in het westen van Noord-Brabant, ook de regio's Rotterdam en Noord-Limburg doen het goed. De overige locatiebeslissingen liggen redelijk verspreid over het land. Qua werkgelegenheid scoren de steden Rotterdam en Tilburg hoog, met een aantal grote vestigers.

Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat er in de 'piek' Innovatieve Logistiek in de Noordvleugel geen agglomeratievorming optreedt. Zowel voor als na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta'. Wel zijn de tekenen van agglomeratievorming licht gestegen na de invoering van de nota.

Figuur 4.3: Ruimtelijk patroon sector innovatieve logistiek

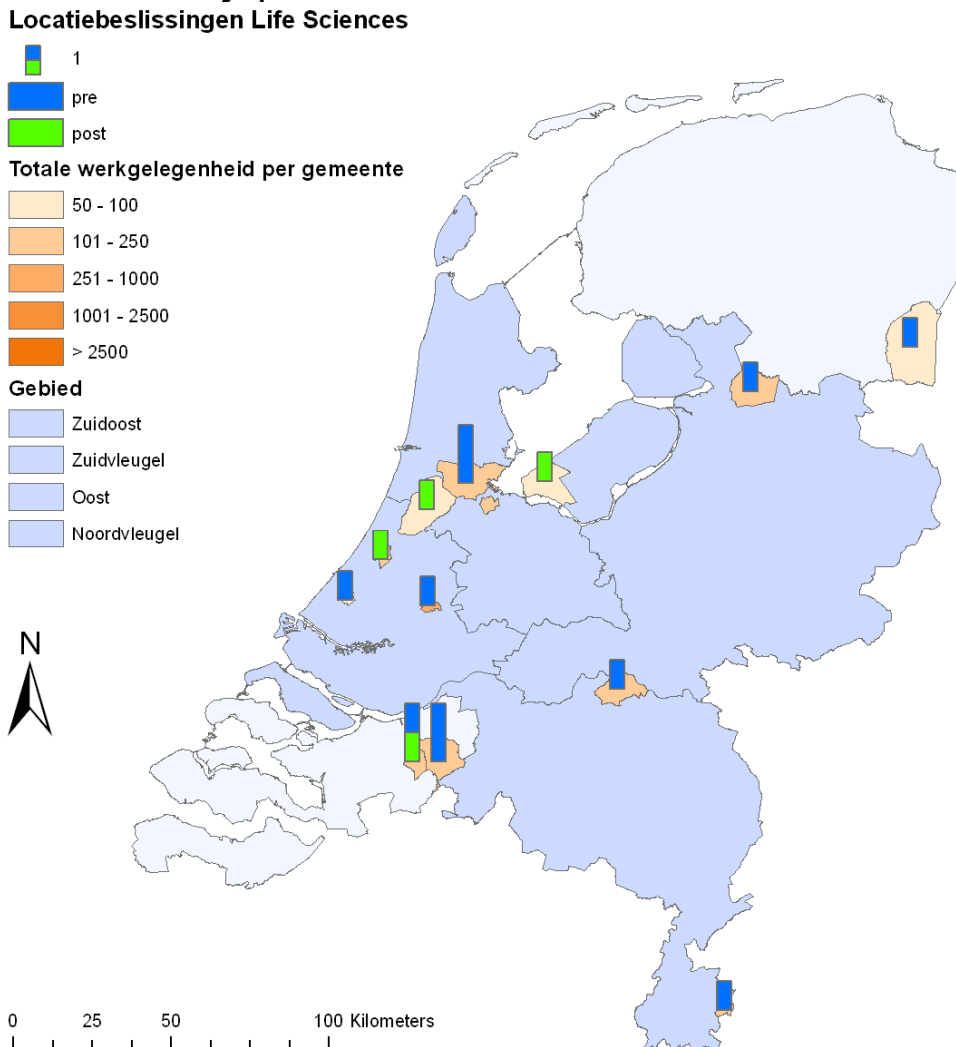


Locatiebeslissingen in de sector Life Sciences

De sector Life Sciences is vastgesteld voor vier van de zes regio's, namelijk Oost, Zuidoost en de Noord- en Zuidvleugel. Het aandachtsgebied binnen de sector Life Sciences varieert hierbij weliswaar tussen de 'pieken', maar hun afbakening op basis van de sbi'93-indeling is gelijk. Uit de locatiequotiënten (figuur 4.1) blijkt dat voor de invoering van 'Pieken in de Delta' alleen in de Zuidvleugel een oververtegenwoordiging bestaat. In de postperiode bestaat er een oververtegenwoordiging in zowel de Noord- als de Zuidvleugel. Het ruimtelijk patroon geeft inderdaad aan dat er verhoudingsgewijs veel Life Sciences bedrijven in de Randstad zijn gaan zitten (figuur 4.4).

Vanwege het lage aantal locatiebeslissingen kan er echter niet worden geconcludeerd dat er in één van de vier 'pieken' Life Sciences agglomeratievorming is opgetreden in de pre- of postperiode.

Figuur 4.4: Ruimtelijk patroon sector Life Sciences

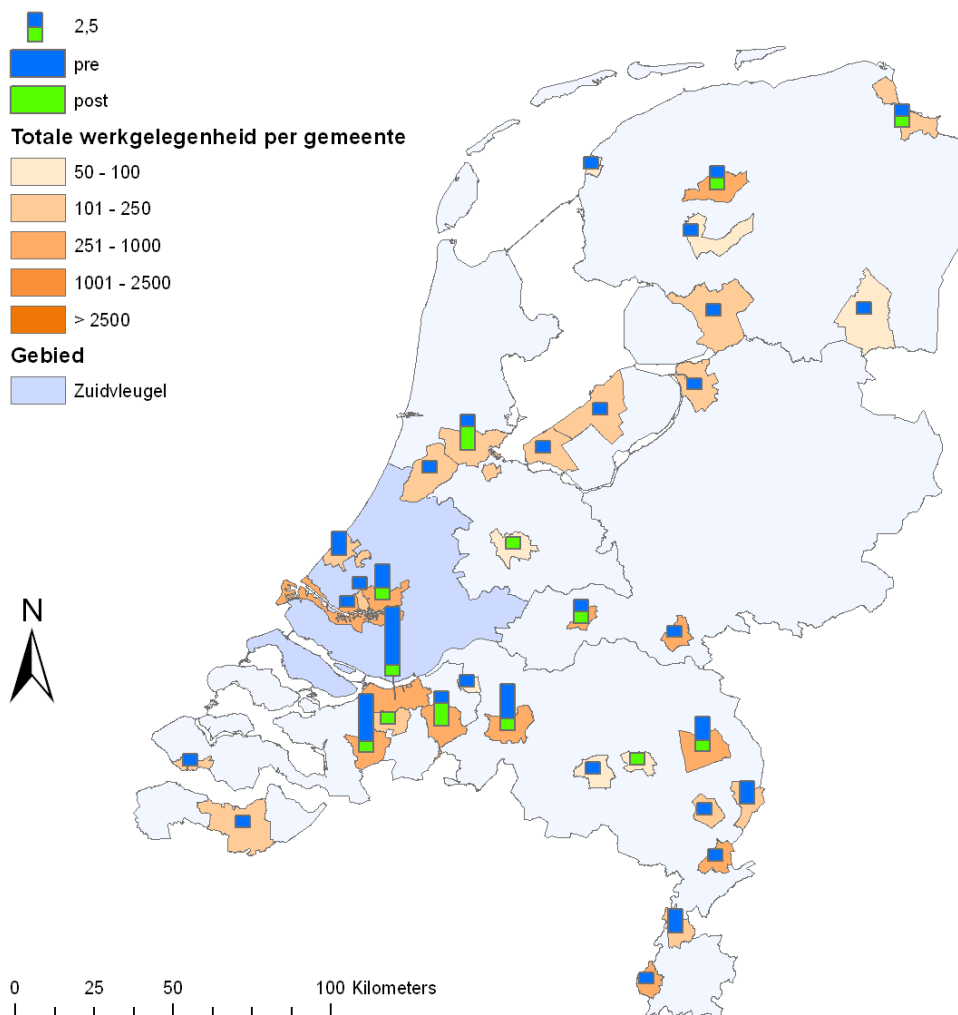


Locatiebeslissingen in de sector Haven & Industrie

De sector Haven & Industrie is voor de Zuidvleugel benoemd tot 'piek'. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in de preperiode een oververtegenwoordiging van locatiebeslissingen is en in de postperiode een ondervertegenwoordiging. In figuur 4.5 is te zien dat de strategische locatiebeslissingen van bedrijven in deze sector verspreid over Nederland zijn gevallen tussen 2000 en 2008. Binnen de 'piek' zijn de locatiebeslissingen gevallen op de gemeenten Rotterdam, Schiedam, Vlaardingen en Den Haag. In de postperiode had de 'piek' slechts één vestiger, terwijl er buiten de 'piek' regio's zijn waar meerdere locatiebeslissingen hebben plaatsgevonden. Buiten de 'piek' zijn bedrijven vooral neergestreken in gemeenten in het zuiden van het land. Populair zijn de nabij gelegen gemeenten Moerdijk, Roosendaal, Breda en Tilburg. Deze gemeenten liggen weliswaar net buiten de 'piek', maar het gaat te ver om te zeggen dat deze vestigingen bijdragen aan de agglomeratievorming van de 'piek'.

Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat voor de invoering van de nota agglomeratievorming in de 'piek' Haven & Industrie in de Zuidvleugel plaats vindt, maar dat dit proces in de post-periode tot stilstand is gekomen.

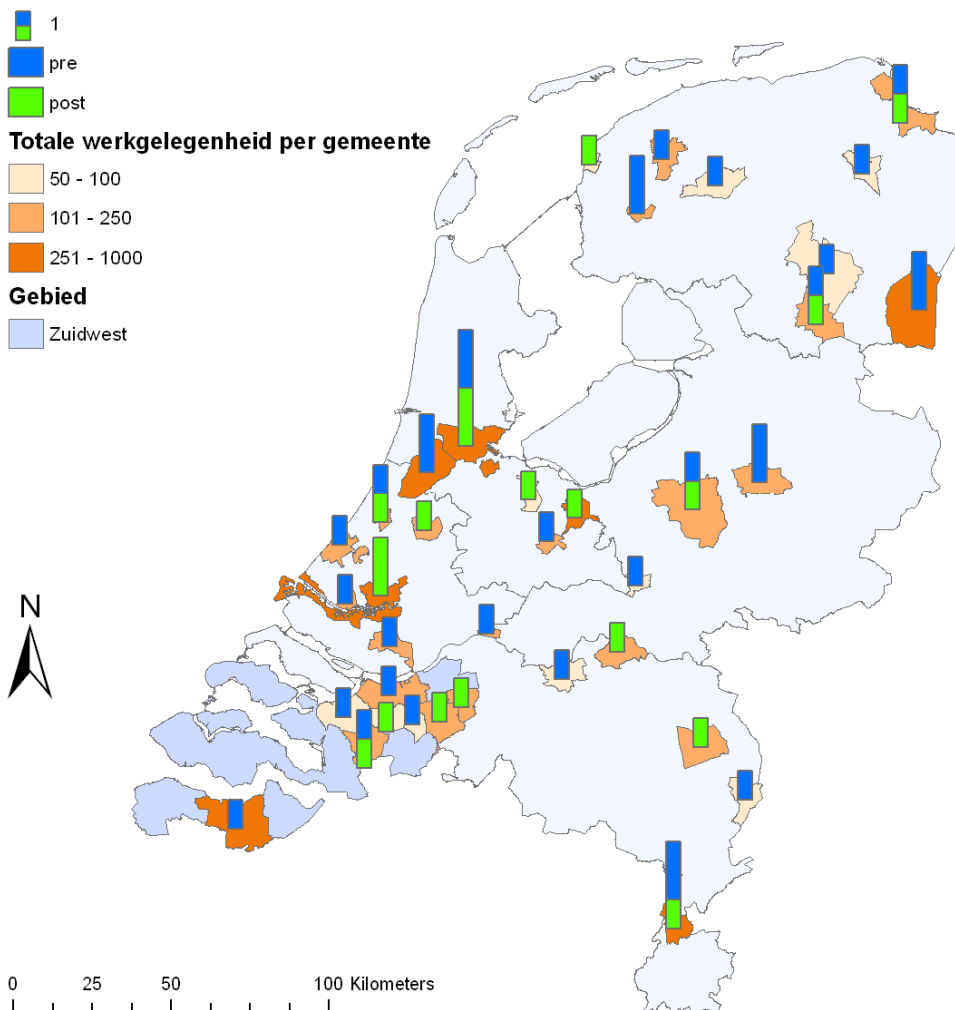
Figuur 4.5: Ruimtelijk patroon sector haven & industrie
Locatiebeslissingen Haven en industrie complex



Locatiebeslissingen in de sector Procesindustrie

De sector Procesindustrie is voor de regio Zuidwest benoemd tot 'piek'. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in de preperiode een (lichte) oververtegenwoordiging van locatiebeslissingen is en in de postperiode een (lichte) ondervertegenwoordiging. Ondanks dat de locatiequotiënten niet wijzen op agglomeratievorming blijkt uit figuur 4.6 dat in de 'piek' een concentratie van locatiebeslissingen is gevallen op het westen van Noord-Brabant. Specifiek gaat het om een zestal aangrenzende gemeenten, namelijk Steenbergen, Roosendaal, Halderberge, Moerdijk, Etten-Leur en Breda. Daarbij heeft een vestiger in Terneuzen veel werkgelegenheid gecreëerd. Net buiten de 'piek' rond Rotterdam zijn er verschillende locatiebeslissingen geweest die veel arbeidsplaatsen hebben opgeleverd. Buiten de 'piek' liggen de locatiebeslissingen redelijk verspreid. Wel valt het relatief grote aantal locatiebeslissingen in de regio Noord op, aangezien deze regio matig scoort in andere sectoren. In de gemeente Emmen hebben een tweetal bedrijven veel arbeidsplaatsen gecreëerd. Het patroon is echter verspreid over de regio Noord, waardoor hier niet gesproken kan worden van agglomeratievorming. Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat er in de 'piek' Procesindustrie in Zuidwest Nederland agglomeratievorming is opgetreden, zowel voor als na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta'. Maar dat dit proces niet sterker is geworden na de invoering van de nota.

Figuur 4.6: Ruimtelijk patroon sector Procesindustrie
Locatiebeslissingen Procesindustrie



Locatiebeslissingen in de sector Logistiek

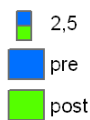
De sector Logistiek is voor de regio Zuidwest benoemd tot 'piek'. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in beide periodes een ruime oververtegenwoordiging van locatiebeslissingen in de regio is. Sinds de invoering van de nota is het quotiënt wel licht gedaald.

Uit het ruimtelijk patroon valt op dat binnen de 'piek' de bedrijven vooral gekozen hebben voor het westen van Noord-Brabant, dit geldt voor zowel de pre- en de postperiode (figuur 4.7). Bovendien hebben drie logistieke bedrijven zich gevestigd net buiten de 'piek' maar in dezelfde regio, namelijk in Tilburg. Buiten de 'piek' valt verder de hoeveelheid locatiebeslissingen in de provincie Limburg op. Daarnaast valt op dat de locatiebeslissingen in de zuidelijke gemeenten (inclusief Tiel en Nijmegen) gepaard gingen met meer arbeidsplaatsen dan in de meer noordelijk gelegen gemeenten. Hierdoor wordt de agglomeratievorming in de 'piek' nog extra versterkt.

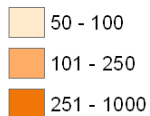
Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat er in de 'piek' Logistiek in Zuidwest Nederland agglomeratievorming is opgetreden, zowel voor als na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta'. Maar dat dit proces niet sterker is geworden na de invoering van de nota.

Figuur 4.7: Ruimtelijk patroon sector logistiek

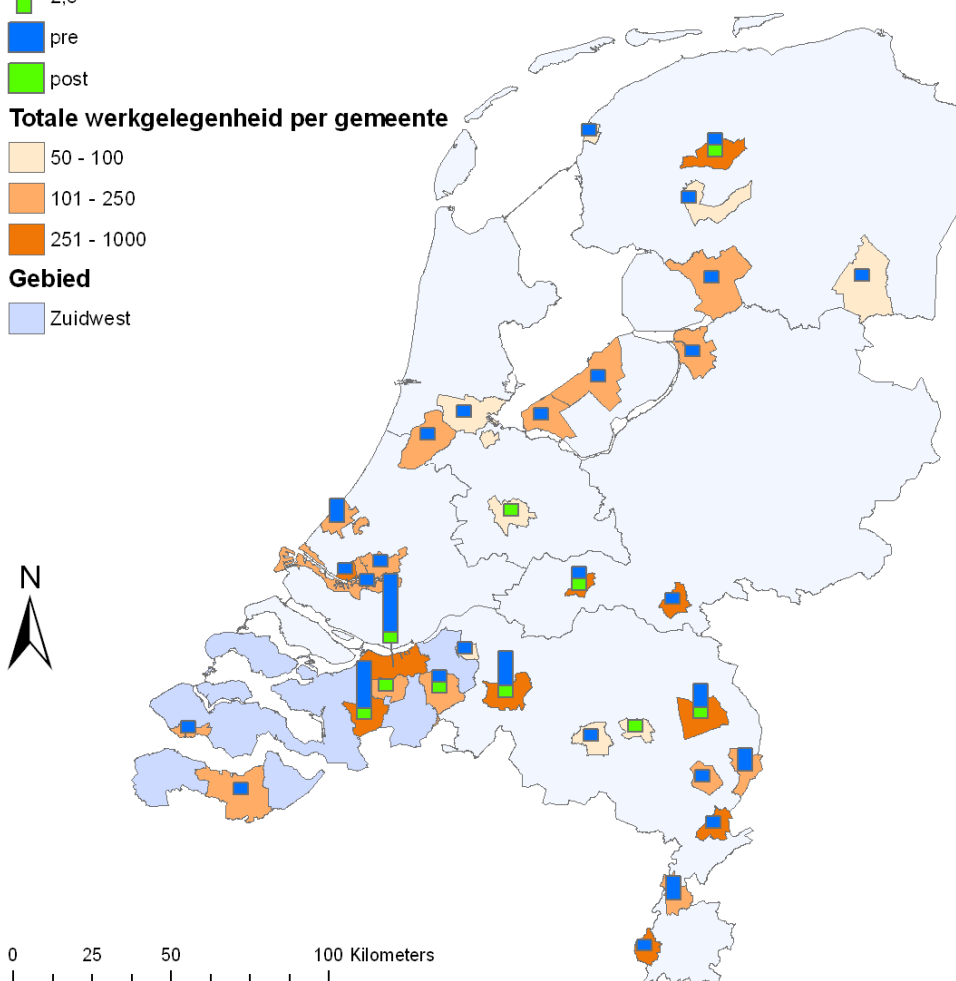
Locatiebeslissingen Logistiek



Totale werkgelegenheid per gemeente



Gebied



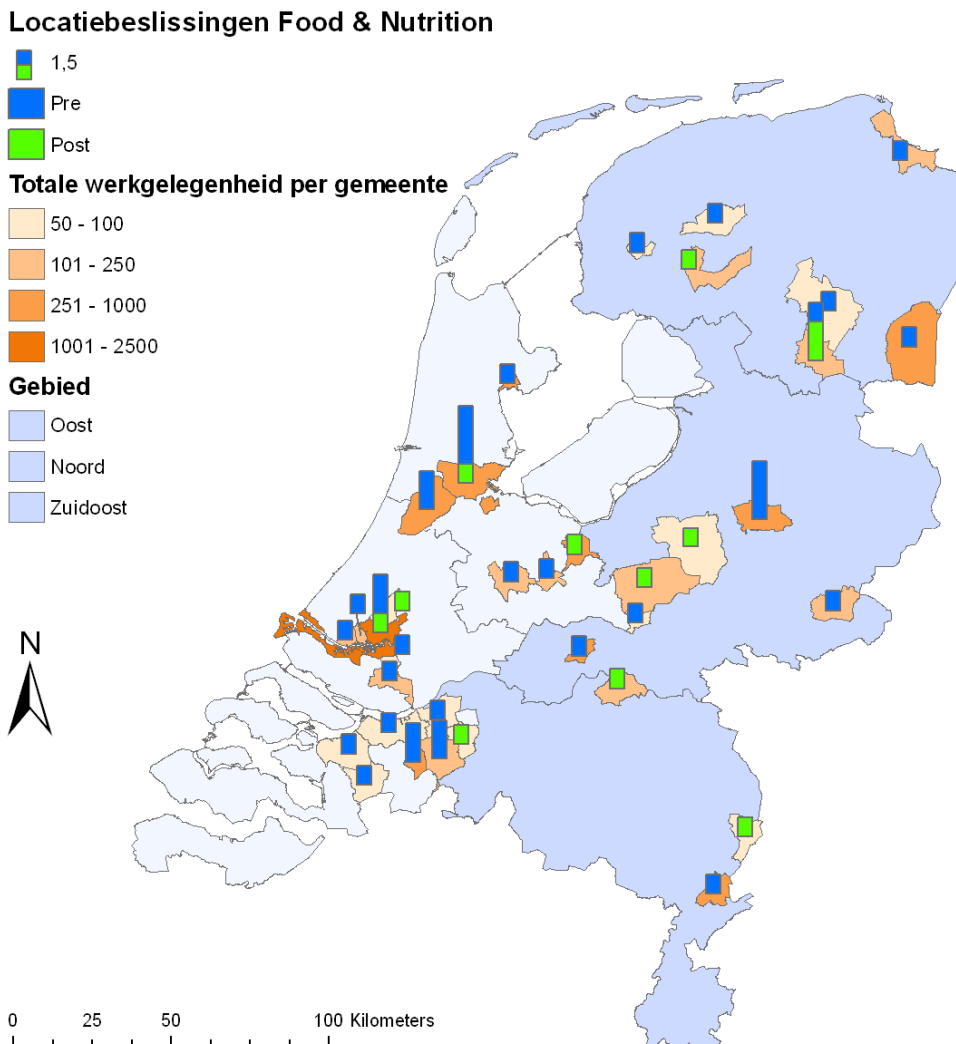
Locatiebeslissingen in de sector Food & Nutrition

De sector Food & Nutrition is voor een drietal regio's benoemd tot 'piek'. Dit zijn de regio's Zuidoost, Oost en Noord. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in de preperiode een lichte oververtegenwoordiging van locatiebeslissingen is in de regio's Oost en Noord en een zware ondervertegenwoordiging in Zuidoost. In de postperiode is de vertegenwoordiging in alledrie de 'pieken' aanzienlijk gestegen. Desondanks blijft er een ondervertegenwoordiging bestaan in Zuidoost.

Het ruimtelijk patroon laat in de regio Oost een concentratie zien van locatiebeslissingen in een aantal nabij gelegen gemeenten, waaronder Ede, Wageningen, Apeldoorn en Deventer. Bovendien hebben de locatiebeslissingen in de nabijgelegen provincie Utrecht bijgedragen aan de agglomeratievorming (figuur 4.8). In de regio Noord zijn de locatiebeslissingen meer verspreid over de regio. De regio Zuidoost heeft zowel in de pre- en postperiode een laag aantal locatiebeslissingen gekend, respectievelijk 1 en 2. Opvallend genoeg vielen veel locatiebeslissingen buiten de 'pieken' rondom Amsterdam en in de regio Rotterdam-Breda.

Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat er in de 'pieken' Food & Nutrition in Noord en Oost Nederland sprake is van agglomeratievorming in de pre- en postperiode. Bovendien is in deze 'pieken' in de postperiode de agglomeratievorming toegenomen. In Zuidoost Nederland vindt er geen agglomeratievorming plaats.

Figuur 4.8: Ruimtelijk patroon sector Food & Nutrition



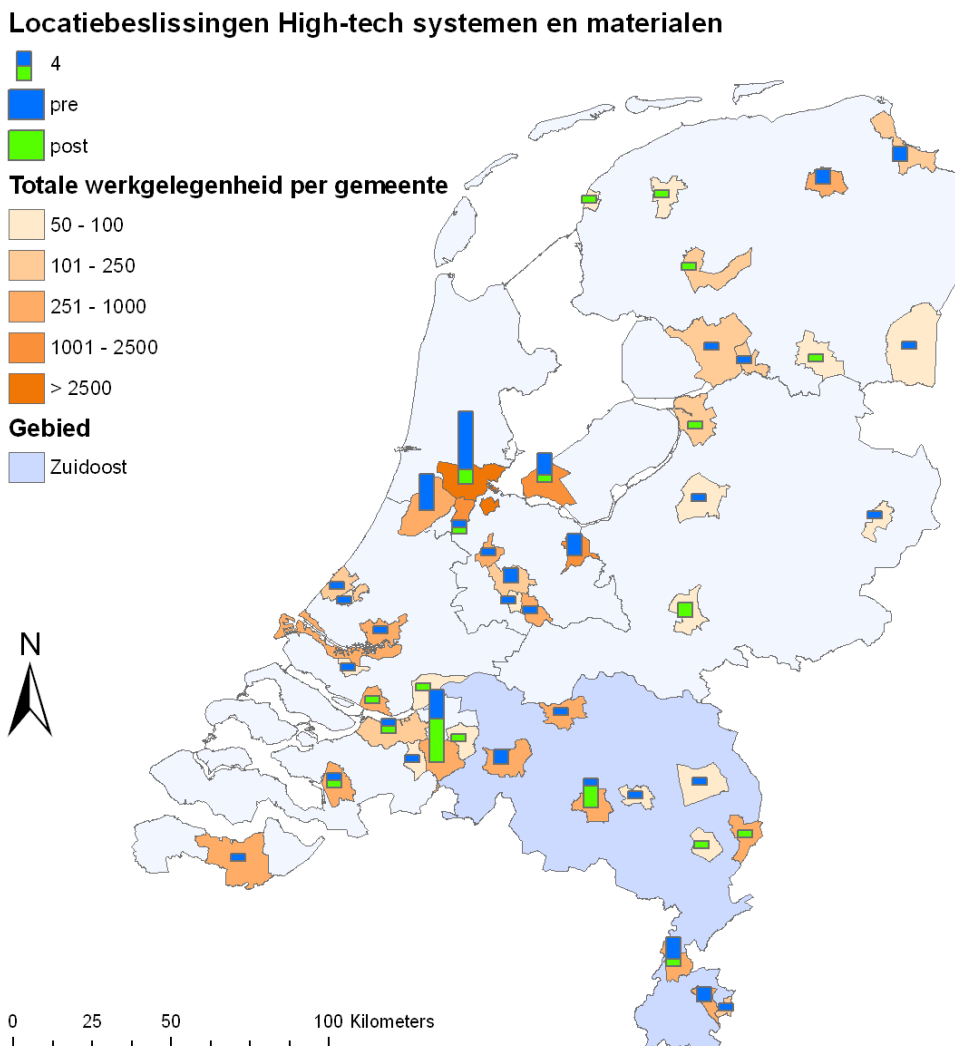
Locatiebeslissingen in de sector High-Tech Systemen en Materialen

De sector High-Tech Systemen en Materialen is voor de regio Zuidoost benoemd tot 'piek'. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in beide periodes een lichte oververtegenwoordiging van locatiebeslissingen is geweest in de 'piek'.

In figuur 4.9 is te zien dat de locatiebeslissingen in de 'piek' over de regio verspreid hebben plaats gevonden; binnen de regio is er geen concentratie waar te nemen. Bedrijven hebben de voorkeur voor steden als Eindhoven, Sittard-Geleen, Heerlen, Venlo, Tilburg en 's Hertogenbosch. Buiten de 'piek' is er een concentratie van locatiebeslissingen in deze sector waar te nemen in de regio Amsterdam-Utrecht-Almere. Opvallend is dat de locatiebeslissingen gepaard gingen met veel arbeidsplaatsen in Amsterdam, Almere en Amersfoort. Daarnaast valt Breda op vanwege het grote aantal vestigers.

Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat er in de 'piek' High-Tech Systemen en Materialen in Zuidoost Nederland zowel voor als na de invoering van 'Pieken in de Delta' geen agglomeratievorming is opgetreden. Bovendien zijn de tekenen van agglomeratievorming na de benoeming van de 'piek' afgenomen.

Figuur 4.9: Ruimtelijk patroon sector High-Tech Systemen en Materialen

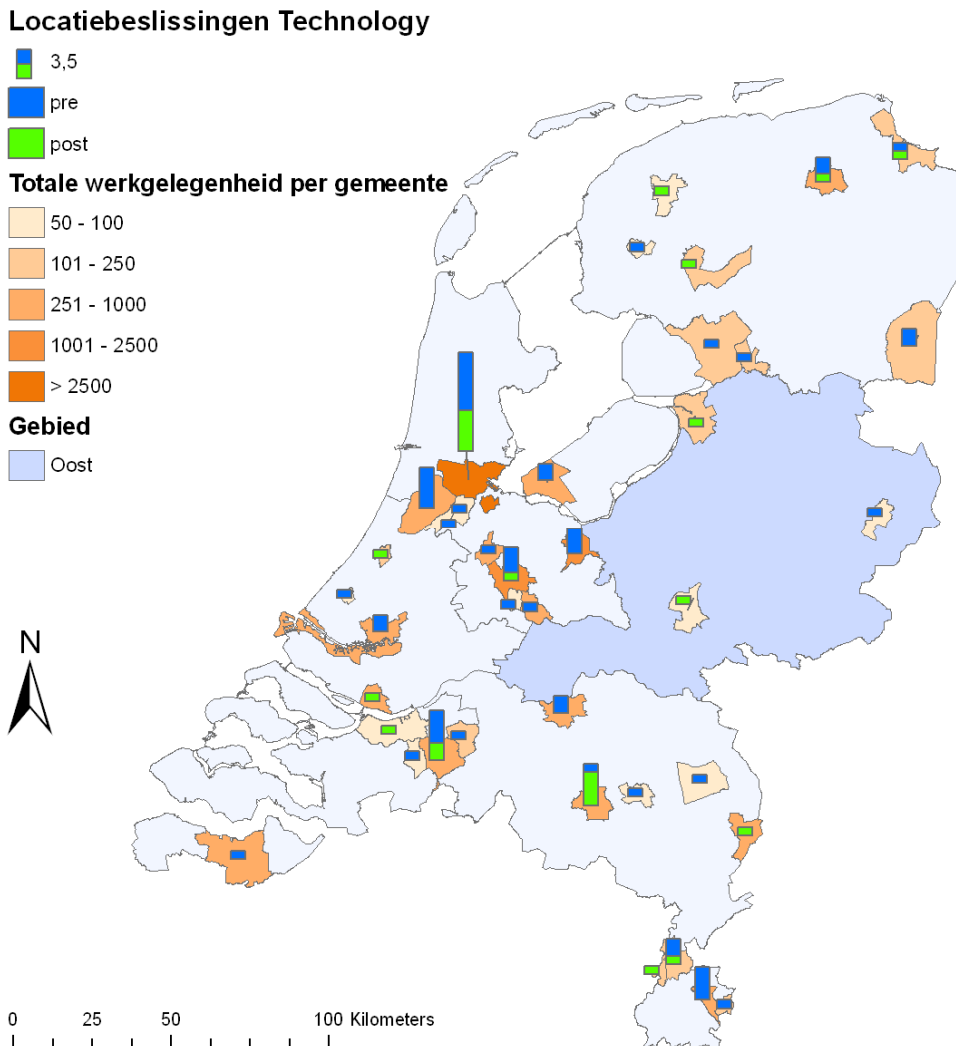


Locatiebeslissingen in de sector Technology

De sector Technology is voor de regio Oost benoemd tot 'piek'. De locatiequotiënten van de pre- en postperiode (figuur 4.1) maken duidelijk dat er in de preperiode een ondervertegenwoordiging van locatiebeslissingen is en in de postperiode een (lichte) oververtegenwoordiging. Relatief gezien, hebben bedrijven in deze sector in de postperiode dus meer interesse getoond in de regio Oost. Dit is echter te danken aan het lagere aantal locatiebeslissingen in andere regio's en niet aan een absolute toename in de regio. In de 'piek' zijn er namelijk maar vier locatiebeslissingen geweest; twee in de preperiode (Hengelo en Steenwijkerland) en twee in de postperiode (Arnhem en Kampen). In figuur 4.10 is te zien dat de locatiebeslissingen in de periode 2000-2008 zich verspreid hebben over heel Nederland. Ondanks dat 'piek' niet is aangemerkt voor de Noordvleugel is daar een concentratie waarneembaar. Naast de Noordvleugel bestaan er ook concentraties van locatiebeslissingen rondom Breda en Zuid-Limburg, maar dus niet binnen de 'piek'.

Op basis van de locatiequotiënten en het ruimtelijk patroon wordt geconcludeerd dat er in de 'piek' Technology in Oost Nederland zowel voor als na de invoering van 'Pieken in de Delta' geen agglomeratievorming is opgetreden. Wel zijn de tekenen van agglomeratievorming na de benoeming van de 'piek' licht gestegen.

Figuur 4.10: Ruimtelijk patroon sector Technology



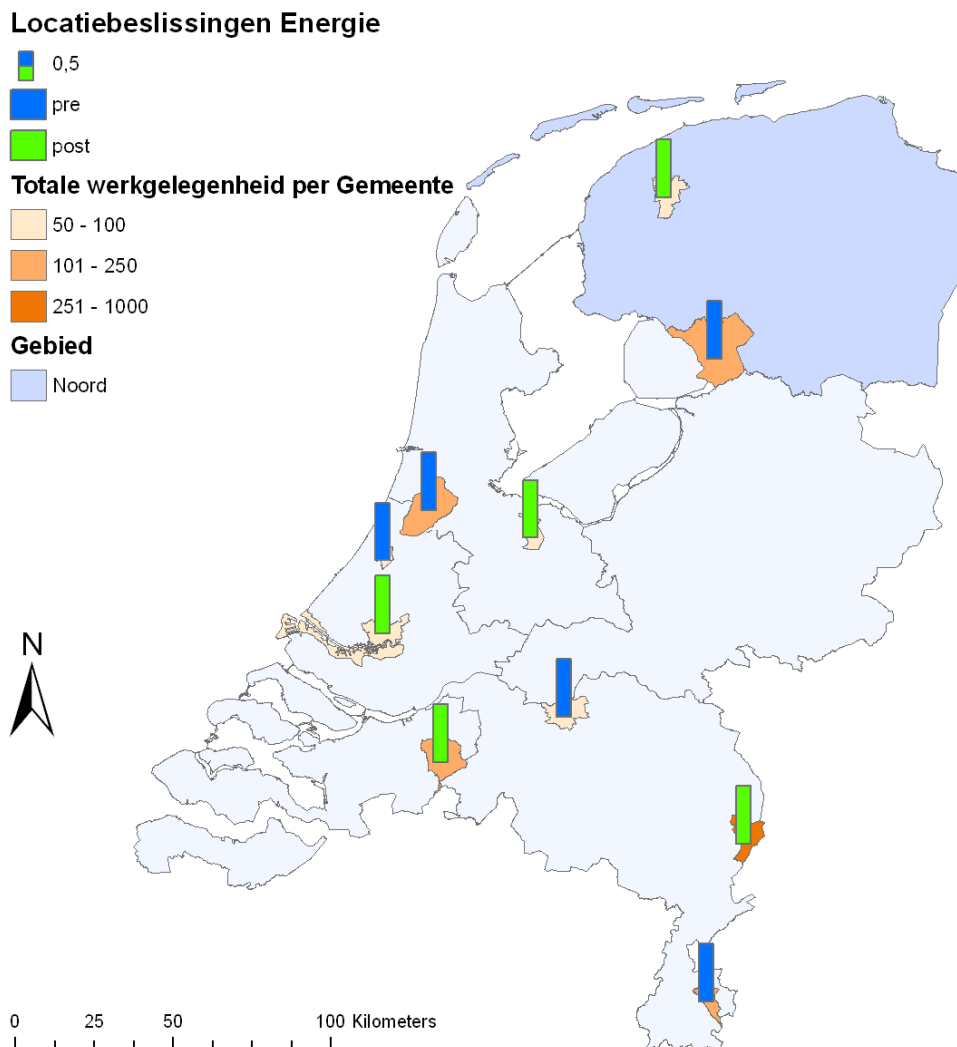
Locatiebeslissingen in de sector Energie

De sector Energie is voor de regio Noord-Nederland benoemd tot 'piek'. In totaal hebben slechts tien bedrijven uit de sector Energie een bovenregionale locatiebeslissing genomen in de periode 2000-2008. Vandaar dat aan de locatiequotiënten van de pre- en postperiode dus niet te veel gewicht moet worden toegekend. Immers kan het algemene beeld sterk beïnvloed worden door slechts één enkele locatiebeslissing.

Uit het ruimtelijk patroon blijkt bovendien dat de weinige bedrijven uit de sector die een locatiebeslissing hebben genomen, zich verspreid hebben over heel Nederland (figuur 4.11). Binnen de 'piek' is er in de preperiode zelfs geen enkele strategische locatiebeslissing geweest en in de postperiode slechts één.

Vanwege het lage aantal locatiebeslissingen en hun ruimtelijke spreiding kan er worden geconcludeerd dat er in de 'piek' Energie in Noord Nederland geen agglomeratievorming op is getreden in de pre- of postperiode.

Figuur 4.11: Ruimtelijk patroon sector energie



4.1.3 Het ruimtelijk patroon samengevat

Door het ruimtelijk patroon van de locatiebeslissingen te analyseren is per 'piek' achterhaald of er agglomeratievorming is opgetreden in de pre- en postperiode. Daarnaast is bekeken of de tekenen van agglomeratievorming na de invoering van de nota in de 'pieken' zijn toegenomen. De onderzoeksresultaten zijn samengevat in tabel 4.1. De groen gearceerde vlakken geven aan dat er agglomeratievorming optrad in de 'piek' en periode, of dat de agglomeratievorming is toegenomen in de 'piek' na zijn benoeming. De rode kleur geeft het tegenovergestelde aan. De grijze vlakken geven aan dat vanwege het lage aantal locatiebeslissingen geen sprake is van (een toenemende) agglomeratievorming in de 'piek'.

Tabel 4.1: Agglomeratievorming in de 'pieken' voor en na hun benoeming

<i>Regio</i>	<i>Piek</i>	<i>Voor</i>	<i>Na</i>	<i>Toename</i>
Noordvleugel	Creatieve Industrie/ ICT/ Nieuwe Media			
	Innovatieve Logistiek en Handel			
	Life Sciences en Medische Technologie			
Zuidvleugel	Life & Health Sciences			
	Haven en Industrie Complex			
Zuidwest	Procesindustrie			
	Logistiek			
Zuidoost	Life Sciences en Medische Technologie			
	Food & Nutrition			
	High-Tech Systemen en Materialen			
Oost	Health			
	Food & Nutrition			
	Technology			
Noord	Agribusiness			
	Energie			

Op basis van deze resultaten worden nu de eerste drie hypothesen getoetst.

Hypothese 1:

Locatiebeslissingen van bedrijven die genomen zijn voor de invoering van de nota 'Pieken in de Delta', droegen bij aan de agglomeratievorming van de 'pieken'.

Voor slechts zes 'pieken' kan geconcludeerd worden dat er in de preperiode agglomeratievorming plaats vond. Binnen vier 'pieken' was er sprake van een ondervertegenwoordiging van locatiebeslissingen of was het ruimtelijk patroon te gespreid waardoor deze conclusie niet kan worden getrokken. Binnen de overige vijf 'pieken' vielen te weinig locatiebeslissingen om te kunnen spreken van agglomeratievorming.

Door de hoge mate van differentiatie tussen de onderzoeksresultaten kan hypothese 1 niet in stand blijven. Hypothese 1 wordt dan ook verworpen.

Hypothese 2:

Locatiebeslissingen van bedrijven die genomen zijn na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta', droegen bij aan de agglomeratievorming van de 'pieken'.

In de postperiode zijn er slechts vijf 'pieken' waarvoor geconcludeerd kan worden dat er agglomeratievorming plaats vond. Binnen evenveel 'pieken' was er sprake van een ondervertegenwoordiging van locatiebeslissingen of was het ruimtelijk

patroon te gespreid waardoor deze conclusie niet kan worden getrokken. Binnen de overige vijf 'pieken' vielen te weinig locatiebeslissingen om te kunnen spreken van agglomeratievorming.

Door de hoge mate van differentiatie tussen de onderzoeksresultaten kan hypothese 2 niet in stand blijven. Hypothese 2 wordt dan ook verworpen.

Hypothese 3:

De bijdrage van de locatiebeslissingen aan de agglomeratievorming van de 'pieken' is toegenomen sinds de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' in 2006.

In de postperiode was er in minder 'pieken' agglomeratievorming dan in de preperiode. Dit beeld komt ook terug wanneer per 'piek' wordt geconcludeerd of de tekenen van agglomeratievorming zijn toegenomen of afgenomen. Een duidelijke toename is namelijk in slechts drie 'pieken' waarneembaar. Voor vijf 'pieken' geldt dat er geconcludeerd kan worden dat de tekenen van agglomeratievorming af zijn genomen. En voor maar liefst zeven 'pieken' geldt dat er te weinig locatiebeslissingen op vielen om eventueel te kunnen spreken van een toenemende agglomeratievorming.

Doordat voor slechts drie van de vijftien 'pieken' geconcludeerd kan worden dat de agglomeratievorming is toegenomen, kan hypothese 3 niet in stand blijven. Hypothese 3 wordt dan ook verworpen.

4.2 Welke locatiefactoren verklaren de locatiebeslissingen?

De analyse van het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen in de vorige paragraaf maakte duidelijk in welke 'pieken' er sprake is van (toenemende) agglomeratievorming. Deze paragraaf tracht het ruimtelijk patroon te verklaren door op het microniveau te achterhalen welke locatiefactoren doorslaggevend zijn voor de bedrijven die een locatiebeslissing nemen. Op basis van de theorie bestaat de verwachting dat de bedrijven die zich vestigen in een 'piek' clusterfactoren belangrijk vinden. En dat dit in nog sterkere mate geldt voor de bedrijven die zich vestigen na de invoering van 'Pieken in de Delta', mede vanwege de toenemende economische massa. Deze verbanden worden getoetst aan de hand van de hypothesen 4 en 5 met behulp van beschrijvende statistiek. De sterkte van het verband zal worden uitgedrukt met de Spearman's rho (paragraaf 3.2.6). De resultaten worden aangekleed met informatie verkregen uit krantenartikelen en enkele interviews.

Het overgrote gedeelte van de bedrijven uit de DLN heeft ten minste één doorslaggevende locatiefactor opgegeven (tabel 4.3). Bovendien gaven veel bedrijven ook een tweede en derde locatiefactor op. Het aantal locatiefactoren dat de bedrijven doorslaggevend vinden varieert bovendien per sector.

Tabel 4.3: Aantal door bedrijf genoemde locatiefactoren per sector

	DLN N=357	Creatieve Industrie N=59	Proces- industrie N=53	Logistiek N=53	Hightech N=86
Eén locatiefactor	81,8%	84,7%	94,2%	92,5%	91,9%
Twee locatiefactoren	56,7%	61,0%	71,2%	58,5%	68,6%
Drie locatiefactoren	22,9%	23,7%	26,9%	26,4%	26,7%

Van alle locatiefactoren wordt een drietal verreweg het vaakst door bedrijven gezien als doorslaggevend. Het valt op dat dit alledrie harde locatiefactoren zijn, namelijk de 'geografische ligging', 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' en 'bereikbaarheid/infrastructuur'. Dit algemene beeld maakt duidelijk dat het merendeel van de locatiebeslissingen het gevolg is van een match tussen de gewenste harde locatiefactoren en de *assets* van de verschillende regio's in Nederland. Ruimtelijk gezien bestaat hier weinig variatie in, het belang van de harde locatiefactoren ligt bijvoorbeeld zowel in de Randstad als in de rest van Nederland rond de 65% (DLN, 2008).

Naast een grote rol van de harde locatiefactoren in het algemeen, mag op basis van de theorie verwacht worden dat bedrijven vaker kiezen voor een vestiging in een 'piek' wanneer clusterfactoren belangrijk zijn. En dat dit in nog sterkere mate geldt voor de bedrijven die zich vestigen na de invoering van 'Pieken in de Delta', mede vanwege de toenemende economische massa.

Vandaar dat ervoor is gekozen om de verklarende analyse van de locatiebeslissingen aan de hand van locatiefactoren per 'piek' uit te voeren. Dit wordt gedaan voor de 'pieken' Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media, Procesindustrie, Logistiek en High-Tech Systemen en Materialen, mede omdat deze beschikken over het benodigde aantal cases voor de analyse. Allereerst worden de overeenkomsten en verschillen tussen vestigers binnen en buiten een 'piek' geanalyseerd. Daarna worden de overeenkomsten en verschillen in doorslaggevende locatiefactoren tussen locatiebeslissingen in de preperiode en postperiode geanalyseerd. Hierbij wordt er telkens in het bijzonder aandacht besteedt aan de clusterfactoren.

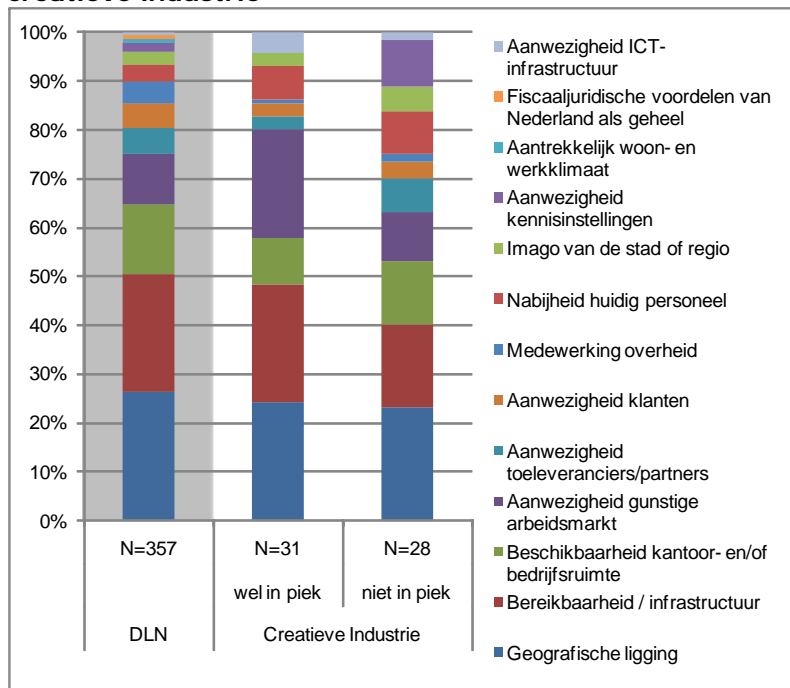
4.2.1 Sector Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media

De locatiekeuze van bedrijven uit de sector Creatieve Industrie zal hier worden geanalyseerd. In de DLN zitten 59 bedrijven uit deze sector die tussen 2000 en 2008 een strategische locatiebeslissing namen. Hiervan hebben 31 bedrijven zich in de 'piek' gevestigd en 28 hebben een locatie gevonden buiten de 'piek'. Bijna 85% van de bedrijven uit de Creatieve Industrie vindt minimaal één locatiefactor doorslaggevend (tabel 4.3). Daarnaast heeft 61% van de bedrijven een secundaire en 24% een tertiaire locatiefactor opgegeven welke een doorslaggevende rol hebben gespeeld bij hun locatiekeuze.

Binnen vs. buiten de 'piek'

De doorslaggevende locatiefactoren voor de bedrijven uit de sector Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media vertonen een opvallende gelijkens met de gehele DLN (figuur 4.13). Dit geldt voor zowel de bedrijven die zich in de 'piek' vestigen als daarbuiten. Dit neemt niet weg dat er ook kleine verschillen bestaan tussen de locatiefactoren die genoemd worden door vestigers binnen en buiten de 'piek'.

Figuur 4.13: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen en buiten de 'piek' creatieve industrie



Wat opvalt is dat bedrijven die zich in de 'piek' vestigen relatief veel gewicht hangen aan de clusterfactor 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt' in vergelijking met de vestigers buiten de 'piek'. Zo besloot Philips in 2000 haar hoofdkantoor voor de divisie Domestic Appliances and Personal Care (onder meer huishoudelijke apparaten) te verplaatsen van Groningen naar Amersfoort vanwege de gunstigere arbeidsmarkt: "Groningen is een prettige omgeving, maar we kunnen hier geen topdesigners krijgen. Deze zijn te vinden in steden als Londen, New York en Amsterdam. We moeten naar zo'n plek toe om deze mensen te vinden" aldus DAP-directeur A. Veenhof (ANP, 2000). Het bedrijf Cisco Systems (ICT-dienstverlener) dat in 2000 besloot om een vestiging te openen (goed voor 2500 arbeidsplaatsen) in Amsterdam geeft ook aan dat de belangrijkste doorslaggevende locatiefactor de gunstige arbeidsmarkt geweest is (DLN, 2008). Het bedrijf waardeert het hoge opleidingsniveau en de meertaligheid van de lokale arbeidsmarkt (Nieuwsbank, 2000). Ook WorldCom dat in 2000 besloot een vestiging te openen in Amsterdam

geeft aan dat de gunstige arbeidsmarkt een belangrijke doorslaggevende locatiefactor is geweest (Gemeente Amsterdam, 2005).

De overige clusterfactoren worden bijna niet genoemd door bedrijven in de 'piek'.

Verschillende vestigers buiten de 'piek' geven aan dat de clusterfactor 'aanwezigheid van kennisinstellingen' doorslaggevend is geweest, terwijl geen enkele vestiger in de 'piek' dit doorslaggevend vindt. Zo heeft TNO in 2002 voor de verplaatsing van een R&D-vestiging gekozen voor de gemeente Helmond, omdat het dichtbij de Technische Universiteit van Eindhoven ligt (DLN, 2008). Ook TOMTOM heeft in 2007 om deze reden gekozen voor de vestiging van een R&D-afdeling in de gemeente Eindhoven, nadat het meerdere steden had overwogen (DLN, 2008).

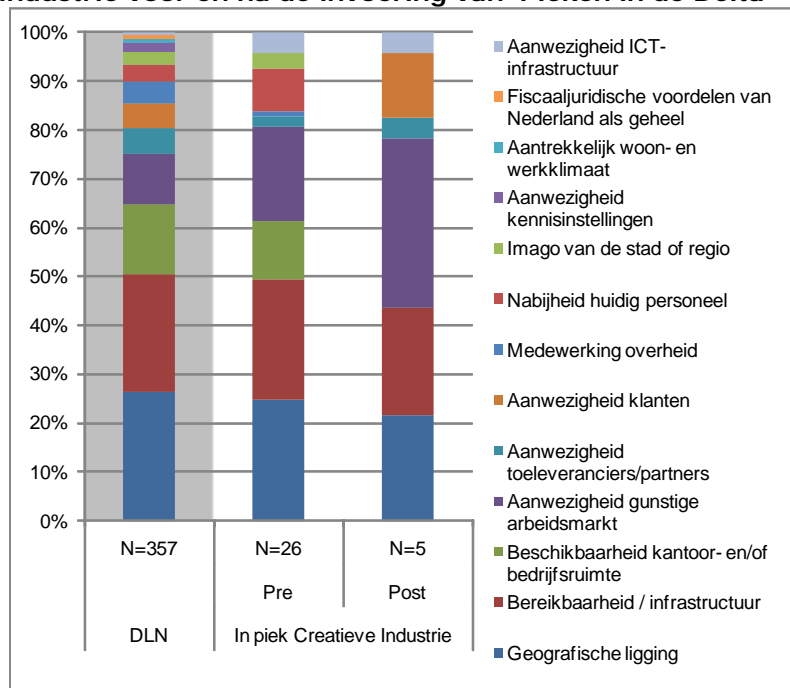
Daarnaast wordt geheel tegen de verwachtingen in, de clusterfactor 'aanwezigheid toeleveranciers/partners', van een iets groter belang geacht door bedrijven met een vestiging buiten de 'pieken' dan door bedrijven met een vestiging in de 'pieken'. Zo geeft het bedrijf Tedopres (digitale gebruikers- en onderhoudshandleidingen), dat in 2005 in de gemeente Best een hoofdkantoor en productievestiging opende, aan dat de aanwezigheid van veel hoogwaardige technologische bedrijven in de regio de belangrijkste factor is geweest om te kiezen voor Best (Brabants Dagblad, 2005; DLN, 2008). Ook het bedrijf Syntrack dat Research en trainingsfaciliteiten aanbiedt in de telecomsector (ontstaan als gezamenlijk initiatief van Libertel, Ericsson, ontwikkelingsmaatschappij LIOF; inmiddels onderdeel Vodafone), vond de mogelijkheid tot synergie met nabijgelegen ICT-bedrijven de belangrijkste factor om te kiezen voor een vestiging in Heerlen (DLN, 2008).

Kortom, bedrijven kiezen voor vestiging in de 'piek' vanwege onder andere de clusterfactor 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt', maar daar staat tegenover dat bedrijven die zich buiten de 'piek' vestigen andere clusterfactoren belangrijk vinden. Het verband tussen de onafhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren' en de afhankelijke variabele 'vestiging binnen de piek', is met een Spearman's Rho van 0,065 dan ook slechts zeer zwak positief. Gezien deze verschillen kan er dus niet geconcludeerd worden dat de bedrijven uit de Creatieve Industrie die belang hechten aan clusterfactoren relatief vaak kiezen voor een vestiging in deze 'piek'.

Preperiode vs. postperiode in de 'piek'

De doorslaggevende locatiefactoren voor de bedrijven uit de creatieve industrie die zich in de preperiode in de 'piek' hebben gevestigd verschillen slechts licht met de gehele DLN (figuur 4.14). Dit verschil is in de postperiode groter, bovendien verschillen de genoemde locatiefactoren tussen pre- en post ook onderling.

Figuur 4.14: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen de 'piek' creatieve industrie voor en na de invoering van 'Pieken in de Delta'



Van alle doorslaggevende factoren die genoemd zijn door bedrijven die zich in de preperiode in de 'piek' gevestigd hebben, betreft het in iets minder dan 50% de volgende twee harde factoren: 'Geografische Ligging' en 'Bereikbaarheid / Infrastructuur'. Dit beeld is min of meer in overeenstemming met de gehele DLN. Voor BMC Software zijn het precies deze twee factoren dat ze deed besluiten om voor de vestiging van een hoofdkantoor de gemeente Haarlemmermeer te kiezen. Met ruim twintig verkoopkantoren verspreid in Europa blijkt Nederland een zeer centrale ligging te zijn voor het bedrijf. De nabijheid tot de luchthaven Schiphol leidde tot vestiging in de gemeente Haarlemmermeer (NFIA, 2007). Ook de clusterfactor 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt' speelt een aanzienlijke rol voor bedrijven in de preperiode in verhouding tot de DLN. Voor de bedrijven ASM International (2000), Philips (2000), Cisco Systems (2000), Solectron (2001) was dit het meest belangrijk bij hun beslissing om voor de 'piek' te kiezen in deze periode, voor de bedrijven WorldCom (2000), BMC Software (2000) en ASM Europe (2003) de op één na belangrijkste factor (DLN, 2008).

Van alle doorslaggevende factoren die genoemd zijn door de vestigers in de postperiode, betreft het in iets meer dan 40% van de gevallen de twee harde factoren 'geografische ligging en de 'bereikbaarheid/infrastructuur'. De harde factor 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' wordt helemaal niet genoemd. Wat verder opvalt is dat bedrijven die zich in de postperiode in de 'piek' vestigen, in vergelijking met de vestigers in de preperiode nog meer gewicht toekennen aan de clusterfactor 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt'. Terwijl de bedrijven in de preperiode hier ook al een behoorlijk gewicht aan toekennen. Wat ook opvalt is dat bedrijven in de postperiode, de clusterfactor 'aanwezigheid klanten' doorslaggevend achten, terwijl dit in de preperiode niet wordt genoemd door bedrijven. Zo heeft Vodafone in 2007 besloten een hoofdkantoor te openen in Amsterdam: "Vodafone Netherlands is executing an ambitious growth strategy. To support this we need to engage more closely with our customers, business partners and other stakeholders, many of which live and work in the Randstad. This also improves our opportunities to recruit top talent who are looking for a career with us and Vodafone internationally", aldus G. Laurence CEO bij Vodafone (Vodafone, 2007).

Kortom, in de postperiode waren de clusterfactoren vaker van doorslaggevend belang bij het vestigen in de 'piek' dan in de preperiode. De vestigers in de postperiode gaven aan dat een tweetal clusterfactoren van invloed zijn geweest op hun locatiekeuze. Het verband tussen de onafhankelijke variabele 'Voor of na de invoering van 'Pieken in de Delta'' en de afhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren', is met een Spearman's Rho van 0,311 dan ook matig positief. Daarom wordt er geconcludeerd dat bedrijven die zich in de postperiode in deze 'piek' vestigden de clusterfactoren vaker doorslaggevend vonden dan bedrijven die zich in de preperiode in deze 'piek' vestigden.

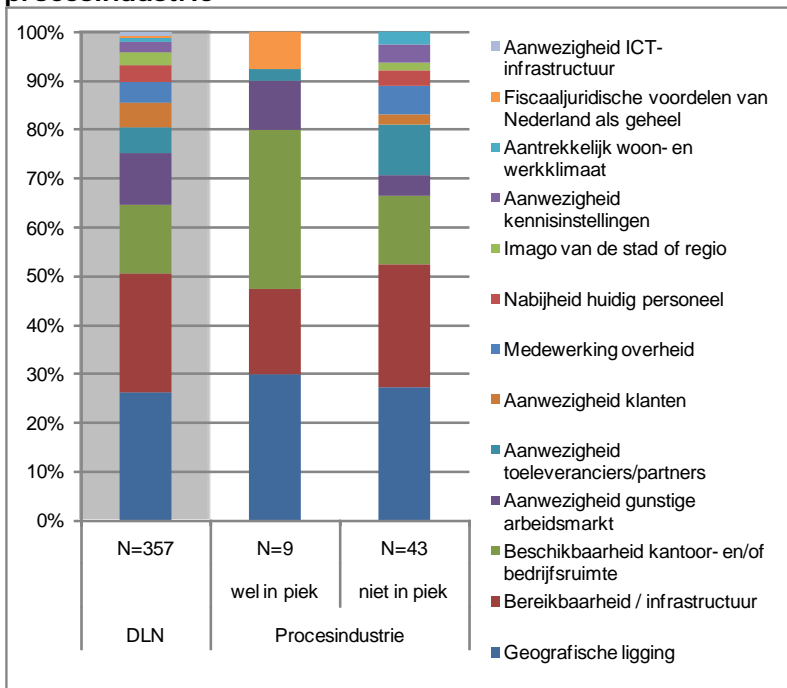
4.2.2 Sector Procesindustrie

De locatiekeuze van bedrijven in de procesindustrie zal hier worden geanalyseerd. In de DLN zijn 52 bedrijven opgenomen die tussen 2000 en 2008 een strategische locatiebeslissing hebben genomen in deze sector. Hiervan hebben 9 bedrijven zich in de 'piek' gevestigd en 43 hebben een locatie gevonden buiten de 'piek'. Bijna 95% van de bedrijven uit de sector procesindustrie heeft minimaal één doorslaggevende locatiefactor opgegeven (tabel 4.3). Daarnaast heeft 71% van de bedrijven een secundaire en 27% een tertiaire locatiefactor opgegeven welke een doorslaggevende rol hebben gespeeld bij hun locatiekeuze.

Binnen vs. buiten de 'piek'

De bedrijven uit de sector procesindustrie die zich in de 'piek' vestigen vinden ten opzichte van de gehele DLN naast de harde locatiefactoren maar weinig andere locatiefactoren doorslaggevend (figuur 4.15). Dit in tegenstelling tot de bedrijven die zich buiten de 'piek' vestigen, waar de doorslaggevende locatiefactoren juist een opvallend gelijk zijn aan de gehele DLN.

Figuur 4.15: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen en buiten de 'piek' procesindustrie



Van alle doorslaggevende factoren die zijn opgegeven door bedrijven die zich gevestigd hebben in de 'piek', betreft het in ongeveer 80% de volgende drie harde factoren: 'geografische ligging', 'bereikbaarheid/infrastructuur' en de

'beschikbaarheid van kantoor en/of bedrijfsruimte'. Dit relatief hoge aandeel is met name te danken aan het relatief hoge belang dat gehecht wordt aan de factor 'beschikbaarheid van kantoor en/of bedrijfsruimte'. Wat verder opvalt is dat bedrijven die zich in de 'piek' vestigen meer gewicht toekennen aan de clusterfactor 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt' dan bedrijven die zich vestigen buiten de 'piek'. Het bedrijf Memox (vervaardiging van informatiedragers) dat in 2001 de beslissing nam om een vestiging te openen in de gemeente Terneuzen, geeft aan dat de hoge werkloosheid in de regio hen in staat stelde om gemakkelijk personeel te werven en dat dit daarom één van de doorslaggevende factoren geweest is bij de locatiekeuze (DLN, 2008). Ook Budelpack (vervaardiging van verpakkingsmiddelen van papier en karton) dat in 2007 besloot om een productievevestiging te openen in Roosendaal, geeft aan dat de gunstige arbeidsmarkt (lees overschot aan goedkope arbeid) in de regio een doorslaggevende factor is geweest bij de locatiebeslissing (DLN, 2008).

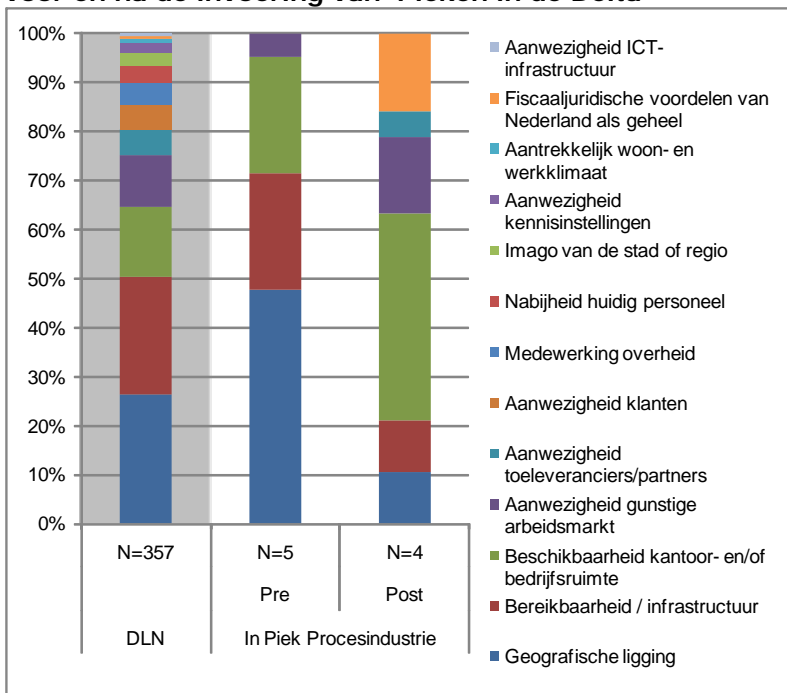
De bedrijven die hebben gekozen voor een vestiging buiten de 'piek' noemden de harde factoren 'geografische ligging' en 'bereikbaarheid van de infrastructuur' als de belangrijkste doorslaggevende locatiefactoren. De clusterfactor 'aanwezigheid toeleveranciers/partners' wordt daarnaast, tegen de verwachtingen in, iets belangrijker gevonden door bedrijven met een vestiging buiten de 'piek' dan door vestigers in de 'piek'. Zo heeft Royal Leerdam (glasfabrikant) in 2004 besloten een nieuw distributiecentrum te openen in Gorinchem. De nieuwe vestiging ligt op nog geen 13 kilometer van de glasfabriek, die in Leerdam is gevestigd. Met dit nieuwe distributiecentrum kan Royal Leerdam haar logistieke proces effectiever en efficiënter inrichten dan voorheen het geval was. De glazen die geproduceerd worden in de fabriek in Leerdam kunnen op één locatie verder worden verwerkt en verpakt, waar dat eerder op meerdere locaties gebeurde (Logistiek, 2005). Ook het bedrijf Intracel (productie vaccins voor bepaalde vormen van kanker) koos in het jaar 2000 voor een locatie buiten de 'piek' (namelijk gemeente Emmen), onder andere vanwege een belangrijke samenwerkingspartner (Dagblad van het Noorden, 2000). Daarnaast worden ook de clusterfactoren 'aanwezigheid klanten' en 'aanwezigheid kennisinstellingen' een aantal maal genoemd door vestigers buiten de 'piek', terwijl vestigers in de 'piek' deze twee factoren geen enkele maal noemen.

Kortom, slechts één clusterfactor wordt door een behoorlijk aantal bedrijven in de 'piek' genoemd als doorslaggevend voor hun keuze. Bedrijven die zich buiten de 'piek' vestigden vonden de clusterfactoren opmerkelijk genoeg iets vaker doorslaggevend. Het verband tussen de onafhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren' en de afhankelijke variabele 'vestiging binnen de piek', is met een Spearman's Rho van -0,056 dan ook zeer zwak en zelfs negatief. Gezien deze verschillen kan er dus niet geconcludeerd worden dat de bedrijven uit de Procesindustrie die belang hechten aan clusterfactoren relatief vaak kiezen voor een vestiging in deze 'piek'.

Preperiode vs. postperiode in de 'piek'

De doorslaggevende locatiefactoren voor de bedrijven uit de sector procesindustrie die zich in de preperiode in de 'piek' hebben gevestigd vertonen een opvallend verschil ten opzichte van de gehele DLN (figuur 4.16). Ook de genoemde factoren in de postperiode wijken af van het beeld van de gehele DLN. Daarnaast is er tussen de pre- en postperiode ook een groot verschil in genoemde factoren.

Figuur 4.16: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen de 'piek' procesindustrie voor en na de invoering van 'Pieken in de Delta'



Van alle doorslaggevende factoren die genoemd zijn door bedrijven die zich in de preperiode in de 'piek' gevestigd hebben, betreft het in iets minder dan 95% de volgende drie harde factoren: 'geografische ligging', de 'bereikbaarheid/infrastructuur' en de 'beschikbaarheid van kantoor en/of bedrijfsruimte'. Vooral de factoren 'geografische ligging' en de 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' zijn relatief belangrijk voor bedrijven. Zo was de geografische ligging de belangrijkste factor voor het bedrijf Het Verre Oosten (kant en klare oosterse maaltijden) toen het in 2003 besloot om een vestiging te openen in de gemeente Roosendaal (DLN, 2008). Voor het bedrijf Dawn Foods (diepvriesproducten) was de factor 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' het belangrijkste omdat ze in Steenbergen een pand konden betrekken dat weinig aanpassingen nodig had en er uitbreidingsmogelijkheden waren (DLN, 2008). De clusterfactor 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt' speelt in verhouding tot de DLN slechts in beperkte mate een doorslaggevende rol. Opvallend genoeg worden er naast deze vier locatiefactoren geen andere doorslaggevende factoren genoemd door vestigers in de preperiode.

Van alle doorslaggevende factoren die genoemd zijn door bedrijven die zich in de postperiode in de 'piek' gevestigd hebben, betreft het in iets meer dan 60% de volgende drie harde factoren (figuur 4.16): 'geografische ligging', 'bereikbaarheid/infrastructuur' en de 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte'. In vergelijking tot de preperiode zijn de factoren 'geografische ligging' en 'bereikbaarheid/infrastructuur' minder belangrijk geworden. Wat verder opvalt is dat bedrijven met een locatiebeslissing in de postperiode ten opzichte van de preperiode relatief gezien veel waarde hechten aan de harde factor 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte'. Dit is genoemd voor een distributievestiging van de Dylan Groep (vervaardiging van staal) in Halderberge in 2008 en voor de vestiging van de gipskartonfabriek van de Koninklijke Martens Groep in Oosterhout in 2008 (DLN, 2008). Daarnaast vindt Texaco de factor 'fiscaal-juridische voordelen van Nederland als geheel' doorslaggevend (DLN, 2008). Texaco wilde zijn landelijke hoofdkantoren in Rotterdam en Brussel samenvoegen. Hiervoor was het bedrijf op zoek naar een centrale locatie en overwoog verschillende steden in de grensregio Nederland en België. Uiteindelijk

koos het bedrijf in 2008 Breda als locatie voor haar nieuwe Benelux hoofdkantoor, vooral vanwege de fiscaal-juridische voordelen van Nederland als geheel. Texaco koos voor Nederland omdat daar de loonkosten dankzij fiscale voordelen maar liefst zo'n €10.000,- per werknemer lager liggen dan in België. Ook de reeds aanwezige bedrijven uit de auto- en brandstof sector spelen een rol, maar zijn niet doorslaggevend (BN/De Stem, 2008). Hoofdacquisiteur C. Nuijten van het REWIN verwacht met de komst van Texaco wel, dat meer gerelateerde bedrijven zich in de toekomst aangesproken voelen om een vestiging in deze regio te openen. De clusterfactor 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt' wordt door één bedrijf in de postperiode genoemd als de meest doorslaggevende locatiefactor (Budelpack). Daarnaast wordt door slechts één bedrijf in de postperiode de clusterfactor 'aanwezigheid toeleveranciers/partners' genoemd als de op twee-na belangrijkste doorslaggevende locatiefactor. Dit betreft de vestiging van een gipskartonplatenfabriek in de gemeente Oosterhout, onderdeel van de Koninklijke Martens Groep. Deze factor wordt vooral genoemd omdat de andere BV's van de Koninklijke Martens Groep in de nabije omgeving gevestigd zijn (BN/De Stem, 2008b).

Kortom, in de preperiode is de rol van clusterfactoren erg beperkt. In de postperiode worden door een paar bedrijven een tweetal clusterfactoren genoemd die van invloed zijn geweest op het vestigen in de 'piek'. Het verband tussen de onafhankelijke variabele 'Voor of na de invoering van 'Pieken in de Delta'' en de afhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren', is met een Spearman's Rho van 0,362 dan ook matig positief. Daarom wordt er geconcludeerd dat bedrijven die zich in de postperiode in deze 'piek' vestigden de clusterfactoren vaker doorslaggevend vonden dan bedrijven die zich in de preperiode in deze 'piek' vestigden.

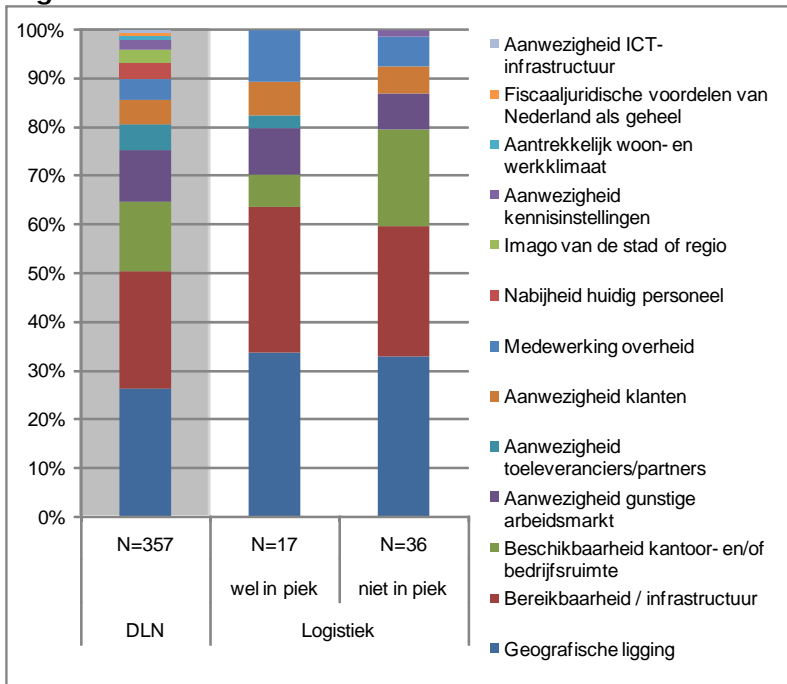
4.2.3 Sector Logistiek

De locatiekeuzes van bedrijven in de sector Logistiek zullen hier worden geanalyseerd. In de DLN zitten 53 bedrijven die tussen 2000 en 2008 een strategische locatiebeslissing hebben genomen in deze sector. Hiervan hebben 17 bedrijven gekozen voor de regio waar de sector benoemd is tot 'piek', namelijk Zuidwest Nederland. Daarnaast hebben 36 bedrijven een locatie gevonden buiten de 'piek'. Maar liefst 93% van de bedrijven uit de logistieke sector heeft minimaal één doorslaggevende locatiefactor opgegeven. Hiermee ligt de responserate ook voor de bedrijven binnen deze 'piek' hoger dan die voor de gehele DLN (tabel 4.3). Daarnaast heeft 59% van de bedrijven een secundaire en 26% een tertiaire locatiefactor opgegeven welke een doorslaggevende rol speelde bij hun locatiekeuze.

Binnen vs. buiten de 'piek'

De doorslaggevende locatiefactoren van de vestigers binnen de 'piek' komen net als die van de vestigers buiten de 'piek' redelijk overeen met die van de gehele DLN (figuur 4.17). Logistieke bedrijven hechten vooral veel belang aan de harde locatiefactoren, zoals de geografische ligging en de bereikbaarheid / infrastructuur. Overige locatiefactoren zijn zelfs nog minder vaak dan in de gehele DLN doorslaggevend.

Figuur 4.17: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen en buiten de 'piek' Logistiek



De bedrijven die zich in de 'piek' hebben gevestigd zien de 'geografische ligging' en de 'bereikbaarheid / infrastructuur' opvallend vaak als doorslaggevende locatiefactor. Ook het bedrijf Geologistics koos om deze redenen in 2000 voor een vestiging in de gemeente Moerdijk. C. Price, CEO GeoLogistics Nederland: *"Moerdijk ligt uitermate strategisch voor een geïntegreerd logistiek dienstverlener. Moerdijk ligt tussen de havens van Rotterdam en Antwerpen in, er is een zee- en binnenvaartontsluiting en qua snelwegen ligt het aan de noord-zuid as én op de oostwestcorridor"* (Prologis, 2001). Ook Penske Logistics dat in 2002 besloot om haar hoofdkantoor te verplaatsen van Amersfoort naar Roosendaal geeft aan dat de geografische ligging één van de doorslaggevende locatiefactoren is geweest (DLN, 2008). De andere harde locatiefactor 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' wordt in verhouding tot de bedrijven buiten de 'piek' weinig genoemd. De factor 'medewerking overheid' is in verhouding tot de bedrijven buiten de 'piek' en de gehele DLN belangrijk. Zo besloot Hays Logistics in 2002 om een vestiging te openen in de gemeente Geertruidenberg, onder andere omdat de gemeente goed met het bedrijf meedacht. Het bedrijf DHL besloot in 2005 om een hoofdkantoor te openen in Roosendaal, vooral omdat ze subsidie kregen (DLN, 2008). Clusterfactoren zijn in slechts enkele gevallen doorslaggevend, het gaat dan om de factoren 'aanwezigheid klanten', de 'aanwezigheid van toeleveranciers/partners' en de 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt'.

Buiten de 'piek' zijn de 'geografische ligging' en de 'bereikbaarheid/infrastructuur' eveneens vaak doorslaggevende locatiefactoren voor de logistieke vestigers. Logistiek dienstverlener Wim Bosman besloot in 2007 om een nieuw nationaal distributiecentrum te openen in Utrecht vanwege de centrale ligging. Deze plaats werd verkozen boven steden als 's Hertogenbosch, Rotterdam en Veenendaal (Logistiek, 2007a). Voor de bedrijven Eagle Global Logistics (2002), Nijhof-Wassink (2002), Kuehne & Nagel (2007) is de factor 'bereikbaarheid/infrastructuur' het belangrijkste geweest, omdat ze vonden dat er op hun nieuwe vestigingen goede multimodale transportmogelijkheden (water, trein en weg) zijn (DLN, 2008). In vergelijking tot de bedrijven die zich in de 'piek' hebben gevestigd valt enkel het grote belang van de factor 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' op. Zo koos Vos Logistics in 2003 voor een pand in de gemeente Nijmegen omdat de

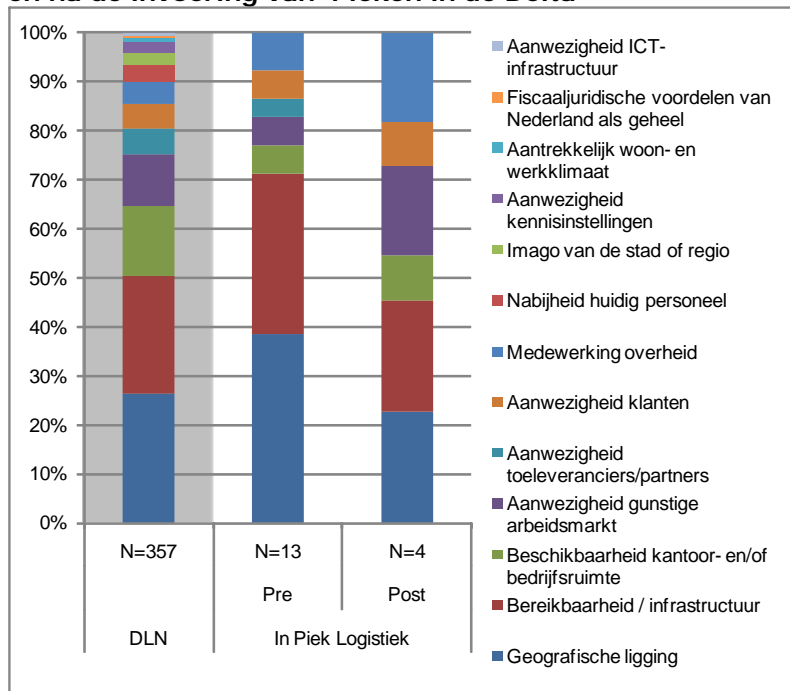
energiekosten er laag zijn (DLN, 2008). Naast deze harde locatiefactoren spelen er geen andere locatiefactoren een rol van betekenis. Ook de rol van de clusterfactoren is beperkt, gezamenlijk vertegenwoordigen zij slechts 10% van alle factoren.

Het is duidelijk dat voor de bedrijven uit de logistieke sector de 'Geografische Ligging' en de 'Bereikbaarheid/Infrastructuur' de bepalende locatiefactoren zijn. Clusterfactoren spelen zowel voor de logistieke vestigers binnen als buiten de 'piek' geen rol van betekenis. Wel is de rol van de clusterfactoren in de 'piek' iets groter dan buiten de 'piek'. Het verband tussen de onafhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren' en de afhankelijke variabele 'vestiging binnen de piek', is met een Spearman's Rho van 0,071 dan ook zeer zwak positief. Daarom kan er dus geconcludeerd worden dat bedrijven die kiezen voor een vestiging in deze 'piek' in het algemeen iets meer belang hechten aan clusterfactoren.

Preperiode vs. postperiode in de 'piek'

De doorslaggevende locatiefactoren voor de bedrijven uit de sector procesindustrie die zich in de preperiode in de 'piek' hebben gevestigd verschillen sterk met de gehele DLN (figuur 4.18). Ook de genoemde factoren in de postperiode wijken af van het beeld van de gehele DLN. Daarnaast is er ook tussen de pre- en postperiode een groot verschil in genoemde factoren.

Figuur 4.18: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen de 'piek' logistiek voor en na de invoering van 'Pieken in de Delta'



In de preperiode bepalen twee harde factoren 'geografische ligging' en de 'bereikbaarheid/infrastructuur' voor maar liefst 70% de locatiekeuze van de vestigers in de 'piek' (figuur 4.18). Hiermee wordt behoorlijk afgeweken van de gehele DLN. De clusterfactoren 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt', 'aanwezigheid toeleveranciers/partners' en 'aanwezigheid klanten' spelen een kleine rol, net als in de gehele DLN. Tot slot heeft een goed meewerkende overheid in vergelijking met de gehele DLN bovengemiddeld vaak tot een locatiebeslissing in de 'piek' geleid.

In de postperiode bepalen de harde locatiefactoren 'geografische ligging' en 'bereikbaarheid/infrastructuur' slechts voor 40% de locatiekeuze van de vestigers

in de 'piek'. Na de invoering van 'Pieken in de Delta' is het belang van deze twee factoren dus aanzienlijk gedaald. Daarentegen wordt er door bedrijven in de postperiode vooral meer gewicht toegekend aan de clusterfactoren 'aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt' en 'aanwezigheid klanten'. De Rooy Warehousing & Distribution (opslag, handling en distributie van witgoed artikelen) besloot in 2008 om een groot distributiecentrum te openen in Halderberge, vooral vanwege voldoende (goedkope) arbeidskrachten in deze regio en de loonkostensubsidie die het ontvangt van de overheid (DLN, 2008). Het is dan ook niet verwonderlijk dat voor dit bedrijf de factor 'medewerking overheid' doorslaggevend was. Deze laatste factor was voor meer bedrijven in de preperiode al belangrijk, maar is in de postperiode nog belangrijker geworden. Dit duidt op een succesvolle poging van de overheid om de 'piek' te versterken. Een goed voorbeeld hiervan is de grensoverschrijdende samenwerking van de gemeente Breda en Antwerpen aan een logistiek park ter hoogte van de landsgrens. In dit proces speelt volgens Dhr. Tonk (Beleidsmedewerker ministerie EZ) REWIN een belangrijke rol. Dit ontwikkelingsbedrijf is operatief in het westen van Noord-Brabant en heeft een grote draagkracht doordat het is opgezet door de gemeenten uit deze regio. Bovendien hebben ze een neusje voor economische kansen, aldus Dhr. Tonk. Er wordt oplossingsgericht gedacht. Zo wordt bijvoorbeeld proactief met bedrijven meegezocht naar een geschikte vestigingslocatie.

Kortom, in de preperiode is de rol van clusterfactoren erg beperkt. Daarentegen vonden in de postperiode de vestigers in de 'piek' een tweetal clusterfactoren relatief vaak doorslaggevend. Het verband tussen de onafhankelijke variabele 'Voor of na de invoering van 'Pieken in de Delta'' en de afhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren', is met een Spearman's Rho van 0,366 dan ook matig positief. Daarnaast blijkt uit het belang van de locatiefactor 'medewerking overheid' dat de overheid succesvol bezig is om de 'piek' te versterken. Daarom wordt er geconcludeerd dat bedrijven die zich in de postperiode in deze 'piek' vestigden de clusterfactoren vaker doorslaggevend vonden dan bedrijven die zich in de preperiode in deze 'piek' vestigden.

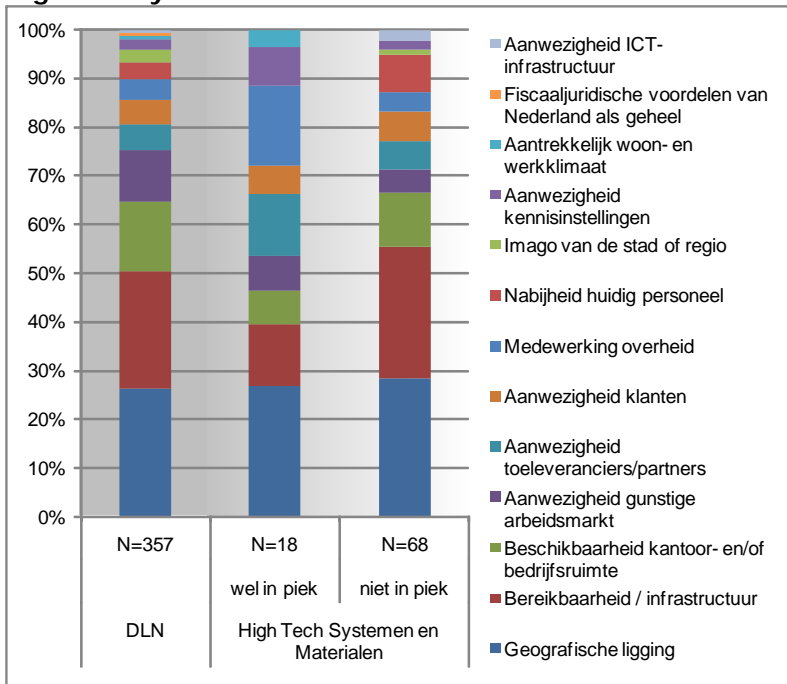
4.2.4 Sector High-Tech Systemen en Materialen

De locatiekeuze van bedrijven in de sector High-Tech Systemen en Materialen zal hier worden geanalyseerd. In de DLN zijn 86 bedrijven uit deze sector opgenomen die tussen 2000 en 2008 een strategische locatiebeslissing hebben genomen. Hiervan hebben 18 bedrijven gekozen voor de regio waar de sector benoemd is tot 'piek', namelijk Zuidoost Nederland. Daarnaast hebben 68 bedrijven een locatie gevonden buiten de 'piek'. Maar liefst 92% van de bedrijven uit de High-Tech sector heeft minimaal één doorslaggevende locatiefactor opgegeven. Hiermee ligt de responserate zelfs nog hoger dan die voor de gehele DLN (tabel 4.3). Daarnaast heeft 69% van de bedrijven een secundaire en 27% een tertiaire locatiefactor opgegeven welke een doorslaggevende rol hebben gespeeld bij hun locatiekeuze.

Binnen vs. buiten de 'piek'

De doorslaggevende locatiefactoren voor de bedrijven uit de sector High-Tech Systemen en Materialen die zich in de 'piek' hebben gevestigd verschillen aanzienlijk ten opzichte van de gehele DLN (figuur 4.19). Dit in tegenstelling tot de vestigers buiten de 'piek', waarvoor de doorslaggevende locatiefactoren juist een opvallende gelijkenis vertonen met de gehele DLN. De doorslaggevende factoren van de vestigers binnen en buiten de 'piek' verschillen dan ook behoorlijk van elkaar.

Figuur 4.19: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen en buiten de piek Hightech Systemen & Materialen



De bedrijven die zich in de 'piek' hebben gevestigd zien de harde locatiefactor 'bereikbaarheid/infrastructuur' minder vaak als doorslaggevend dan bedrijven buiten de 'piek'. Verder valt op dat de bedrijven die voor de 'piek' hebben gekozen twee clusterfactoren relatief vaak noemen als doorslaggevende locatiefactor, namelijk de 'aanwezigheid van toeleveranciers/partners' en de 'aanwezigheid van kennisinstellingen'. Voor het bedrijf Sekisui Chemical (vervaardiging van kunststof in primaire vorm) dat in 2005 besloot een vestiging te openen in de gemeente Sittard-Geleen gaf de aanwezigheid van toeleveranciers in de regio de doorslag (DLN, 2008). De grondstoffen die zij gebruiken zijn afkomstig van fabrieken in de nabije omgeving (waaronder het DSM-concern). Ook speelt de factor 'medewerking overheid' een belangrijke rol voor de bedrijven die zich vestigden in de 'piek', terwijl de rol van de overheid voor bedrijven buiten de 'piek' slechts marginaal is. De overheid is in de regio Zuidoost Nederland proactief in het aantrekken van innovatieve bedrijvigheid voor de verschillende vastgestelde 'pieken', zo wordt subsidies verstrekt aan innovatieve bedrijven die bereid zijn om zelf ook fors in de regio te investeren. Zo gaf de financiële steun van de Nord-Rhein Westfalen, de provincie Limburg en de gemeente Heerlen de doorslag voor Solland Solar Energy om zich in 2004 te vestigen in Zuid-Limburg (Senternovem, 2006).

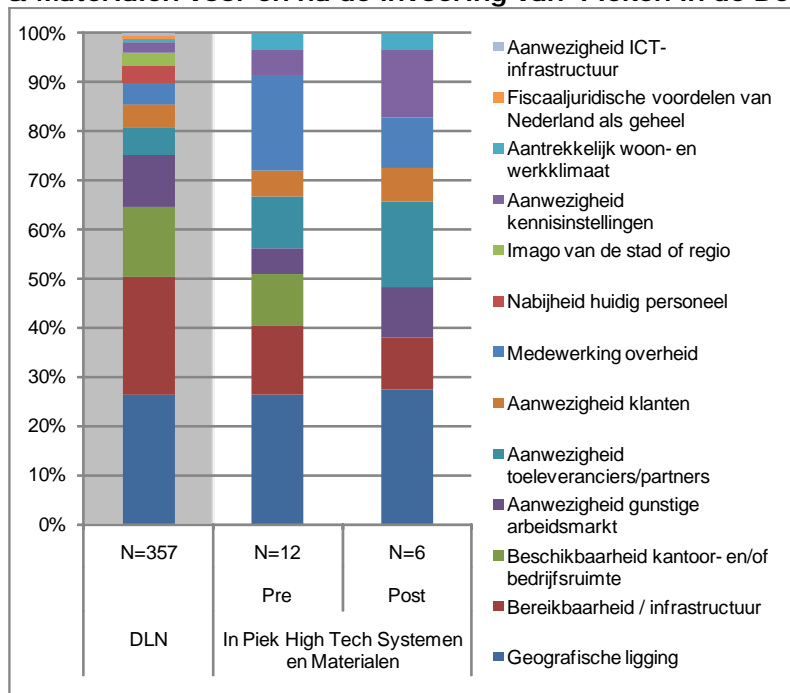
De harde locatiefactoren zijn voor de bedrijven die hebben gekozen voor een vestiging buiten de 'piek' vaker doorslaggevend dan voor bedrijven in de 'piek'. Zo koos het van oorsprong Duitse bedrijf Tüv Nord (kwaliteitsbewaking van verschillende voertuigen) er in 2004 voor om haar Nederlandse hoofdkantoor te verplaatsen van Lelystad naar Vaassen, onder andere vanwege de harde locatiefactor 'geografische ligging' (Autokompas, 2004). Het computerbedrijf Asus koos in 2006 voor de gemeente Emmen om haar Europese Customer Care centrum te openen omdat er snel een pand beschikbaar was (en omdat Asus hier al een andere vestiging heeft) (Samenwerkingsverband Emmen-Lingen, 2007). Verder wordt de locatiefactor 'bereikbaarheid/infrastructuur' maar liefst twee keer zo vaak belangrijk geacht. Ook de 'nabijheid huidig personeel' is voor deze bedrijven opvallend vaak een doorslaggevende factor, wat voortkomt uit een groot aantal samenvoelingen. Clusterfactoren spelen daarentegen slechts een bescheiden rol.

Kortom, een tweetal clusterfactoren hebben een opvallend grote invloed op de bedrijven die een locatiebeslissing binnen de 'piek' hebben genomen. Terwijl de bedrijven die kozen voor een vestiging buiten de 'piek' vooral de harde locatiefactoren zwaar laten wegen. Het verband tussen de onafhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren' en de afhankelijke variabele 'vestiging binnen de piek', is met een Spearman's Rho van 0,227 dan ook matig positief. Gezien deze verschillen kan er dus geconcludeerd worden dat de bedrijven uit de sector High-Tech Systemen en Materialen die belang hechten aan clusterfactoren relatief vaak kiezen voor een vestiging in deze 'piek'.

Preperiode vs. postperiode in de 'piek'

De doorslaggevende locatiefactoren voor de bedrijven uit de sector high-tech systemen en materialen die zich in de preperiode in de 'piek' hebben gevestigd vertonen een aanzienlijk verschil ten opzichte van de gehele DLN. Ook de genoemde factoren in de postperiode wijken aanzienlijk af van het beeld van de gehele DLN. Tussen de pre- en postperiode bestaan er kleine verschillen tussen de genoemde factoren.

Figuur 4.20: Belang locatiefactoren voor vestigers binnen de ' Hightech Systemen & Materialen voor en na de invoering van 'Pieken in de Delta'



In de preperiode valt op dat de harde factor 'bereikbaarheid/infrastructuur' ten opzichte van de DLN een kleine rol speelt voor bedrijven. Daarentegen is de factor 'medewerking overheid' juist heel belangrijk in vergelijking met de gehele DLN. Zo kreeg het bedrijf Solland Solar Energy dat in 2004 vestigde in Heerlen financiële steun zoals al eerder is opgemerkt, maar ook het bedrijf Boston Scientific (ontwerpen en produceren van medische apparatuur) dat in 2005 besloot om een distributiecentrum te openen in Kerkrade, kreeg subsidie van het rijk en de provincie (De Gelderlander, 2005) en vond dat de belangrijkste factor bij hun locatiekeuze (DLN, 2008). De clusterfactor 'aanwezigheid toeleveranciers/partners' is in verhouding tot de gehele DLN iets belangrijker. De overige clusterfactoren spelen in de preperiode een bescheiden rol.

Van alle doorslaggevende factoren die genoemd zijn door bedrijven die in de postperiode zich in de 'piek' hebben gevestigd, betreft het in iets minder dan 40% de twee harde factoren 'geografische ligging' en de 'bereikbaarheid/infrastructuur'.

De harde factor 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' wordt helemaal niet genoemd. Wat verder opvalt is dat bedrijven die zich in de postperiode in de 'piek' vestigen, relatief gezien iets meer gewicht toekennen aan alle vier de clusterfactoren ten opzichte van de bedrijven in de preperiode. Vooral aan de clusterfactoren 'aanwezigheid toeleveranciers/klanten' en 'aanwezigheid kennisinstellingen' wordt relatief veel gewicht gehangen. Zo besloot het bedrijf Kyocera Mita (producent en leverancier van printers) in 2007 om in de gemeente Helden een Europees distributiecentrum op te zetten vanwege de aanwezigheid van DHL en IBM (DLN, 2008). Samen met deze bedrijven werkte het bedrijf een nieuwe waardeketen strategie uit (Logistiek, 2007b). Voor Scheuten Solar (producent van zonnecellen en energiemodules) was de aanwezigheid van branchegenoten in de regio één van de doorslaggevende factoren om in 2007 zich te vestigen in Venlo (DLN, 2008). TomTom (producent van navigatiesystemen) koos in 2007 Eindhoven als uitbreidingslocatie voor haar Research & Development activiteiten, vooral vanwege de nabijheid tot de Technische Universiteit van Eindhoven (DLN, 2008). Dankzij deze kennisinstelling is er in de regio een groot aanbod aan technisch hoogopgeleide arbeid. Bovendien zijn de mensen in de regio niet onbekend met de autobranche: *"Rondom Eindhoven wonen veertigduizend mensen die hebben gewerkt in de autoindustrie, onder andere bij DAF. Wij kunnen die kennis goed gebruiken"*, aldus H. van de Kraats, directeur personeelsbeleid bij TomTom (Het Parool, 2007). Ook voor het bedrijf Tata Consultancy Services (producent van software applicaties) dat in 2008 besloot om een vestiging te openen in Eindhoven was de aanwezigheid van de High-Tech Campus één van de doorslaggevende locatiefactoren (DLN, 2008).

Kortom, in de postperiode waren de clusterfactoren voor meer vestigers in de 'piek' van doorslaggevend belang dan in de preperiode. Aan alle vier de clusterfactoren werd door de vestigers in de postperiode een doorslaggevend belang gehecht. Het verband tussen een vestiging in de 'piek' voor de invoering van 'Pieken in de Delta' en de afhankelijke variabele 'belang van clusterfactoren', is met een Spearman's Rho van 0,444 dan ook sterk positief. Daarom wordt er geconcludeerd dat bedrijven die zich in de postperiode in deze 'piek' vestigden de clusterfactoren vaker doorslaggevend vonden dan bedrijven die zich in de preperiode in deze 'piek' vestigden.

4.2.5 Het belang van locatiefactoren samengevat

De harde locatiefactoren 'geografische ligging', 'bereikbaarheid/infrastructuur' en 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' blijken voor bedrijven uit elke sector een doorslaggevende rol te spelen bij locatiebeslissingen. Het maakt dan niet veel uit of een bedrijf zich vestigt in een 'piek' of niet en of dit in de pre- of postperiode plaatsvindt. Deze factoren hebben dus geen verklarende waarde op de uiteindelijke locatiekeuze van bedrijven. Het verschil van belang van clusterfactoren voor vestigers binnen en buiten de 'piek', varieert per sector. Zo geldt voor de bedrijven in de sectoren Logistiek en High-Tech Systemen en Materialen, dat de bedrijven die zich in de 'piek' vestigen clusterfactoren belangrijker vinden dan bedrijven buiten de 'piek'. Voor de bedrijven in de sectoren Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media en Procesindustrie met een vestiging in de 'piek' zijn clusterfactoren niet belangrijker. Voor alle vier de sectoren geldt echter dat de vestigers in de 'piek' na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' vaker clusterfactoren doorslaggevend vonden.

Voor niet alle sectoren geldt dat de bedrijven voor wie clusterfactoren doorslaggevend zijn, eerder kiezen voor een vestiging binnen een 'piek' dan andere bedrijven. Daarom moet hypothese 4 verworpen worden.

Hypothese 4:

Bedrijven voor wie clusterfactoren doorslaggevend zijn, kiezen eerder voor een vestiging binnen een 'piek' dan andere bedrijven.

De 'pieken' lijken zich niet bewust gevormd te hebben (hypothese 4 wordt immers verworpen). Voor alle vier de sectoren geldt echter wel dat de vestigers in de 'piek' na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' vaker clusterfactoren doorslaggevend vonden. Daarom wordt hypothese 5 aangenomen.

Hypothese 5:

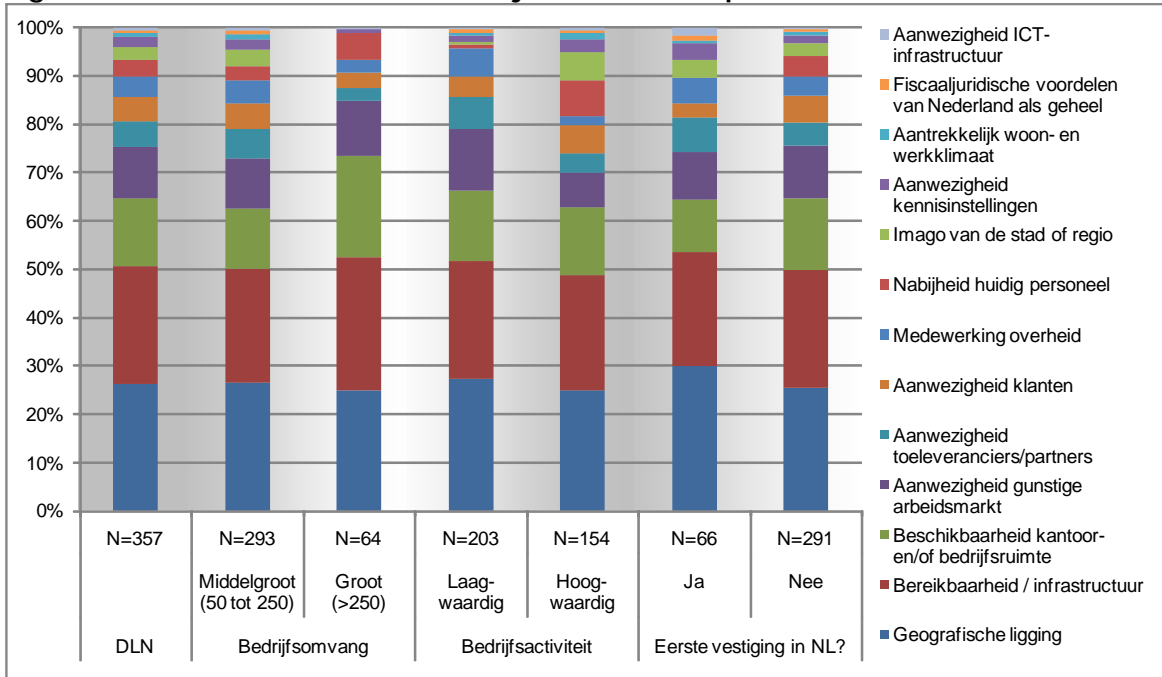
Na de invoering van 'Pieken in de Delta' waren de clusterfactoren vaker doorslaggevend voor bedrijven die zich vestigen in de 'piek(en)' dan in de periode daarvoor.

4.3 De invloed van individuele kenmerken

In de vorige paragraaf zijn de locatiefactoren achterhaald die voor bedrijven doorslaggevend zijn geweest bij hun locatiebeslissing, binnen of buiten een 'piek'. Dit werd gedaan door de hypothesen 4 en 5 te toetsen voor vier 'pieken' en dus voor bedrijven uit vier verschillende sectoren. Deze bedrijven kunnen echter verschillende individuele kenmerken hebben, zoals activiteit en omvang. Het is niet ondenkbaar dat bedrijven met verschillende individuele kenmerken verschillende locatiefactoren belangrijk vinden. Vandaar dat in deze paragraaf wordt gecontroleerd voor de invloed van enkele individuele kenmerken op het belang dat bedrijven hechten aan locatiefactoren.

Uit figuur 4.21 blijkt dat bedrijven met verschillende individuele kenmerken ook daadwerkelijk bepaalde locatiefactoren vaker doorslaggevend vinden. De verschillen voor de kenmerken bedrijfsomvang, bedrijfsactiviteit en het wel of niet openen van een eerste vestiging zijn echter gering. Daarom kunnen er geen conclusies worden getrokken over de invloed van de individuele kenmerken op het belang van locatiefactoren voor de gehele populatie.

Figuur 4.21: Invloed individuele bedrijfskenmerken op locatiefactoren

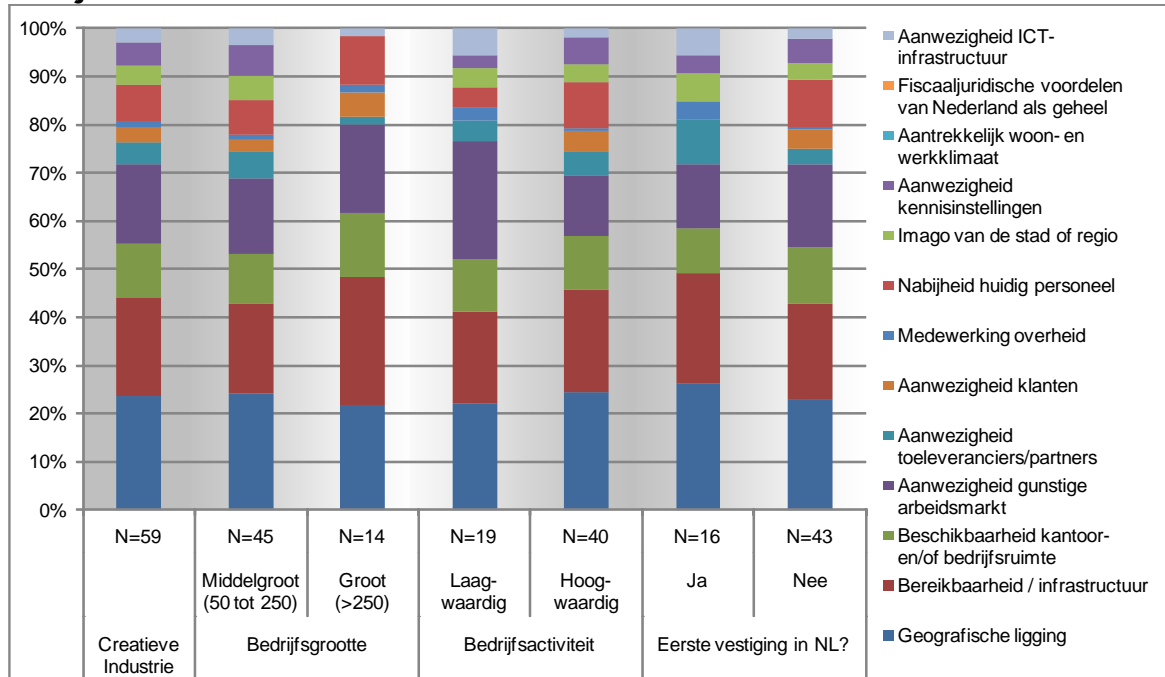


De invloed van de individuele kenmerken kan echter per sector verschillen. Op basis van de theorie bestaat immers de verwachting dat de sector het bepalende kenmerk is en dat de invloed van de overige (individuele) bedrijfskenmerken secundair is. Bovendien bepaalt de sector voor een groot deel de overige bedrijfskenmerken, zo hebben bedrijven uit de creatieve sector vaker hoogwaardige activiteiten dan bedrijven uit de logistieke sector (DLN, 2008). Vandaar dat in het vervolg van de paragraaf per sector gecontroleerd zal worden voor de invloed van de individuele bedrijfskenmerken. Hiervoor worden dezelfde vier sectoren gekozen als in de vorige paragraaf. Indien er een verband bestaat tussen een individueel bedrijfskenmerk en de locatiefactoren zal de sterkte van dit verband worden uitgedrukt met de Spearman's rho (paragraaf 3.2.6).

4.3.1 Invloed individuele kenmerken binnen de Creatieve Industrie

Binnen de Creatieve Industrie hebben de individuele kenmerken invloed op het belang dat bedrijven hechten aan locatiefactoren (figuur 4.22).

Figuur 4.22: Invloed individuele kenmerken op het belang van locatiefactoren voor bedrijven uit de Creatieve Industrie



Grote bedrijven vinden de locatiefactoren 'bereikbaarheid/infrastructuur' en 'aanwezigheid van klanten' vaker doorslaggevend dan middelgrote bedrijven. Andersom gaven de aanwezigheid van toeleveranciers/partners en kennisinstellingen en het imago van de stad of regio vaker de doorslag bij de locatiebeslissingen van middelgrote bedrijven.

De hoogwaardigheid van de activiteiten van de bedrijven is vooral van invloed op het belang van een gunstige arbeidsmarkt. Opvallend genoeg noemden bedrijven met laagwaardige activiteiten aanzienlijk vaker deze locatiefactor dan bedrijven met hoogwaardige activiteiten. Uit de DLN (2008) blijkt dat het de bedrijven met laagwaardige bedrijven voornamelijk gaat om lage arbeidskosten, terwijl de bedrijven met hoogwaardige activiteiten vooral dicht willen zitten bij een arbeidspool met voldoende aanbod van geschikt niveau. Vandaar dat bedrijven met hoogwaardige activiteiten vaker kiezen voor een nieuwe locatie nabij hun huidige personeel, zodat ze hun *human capital* kunnen behouden.

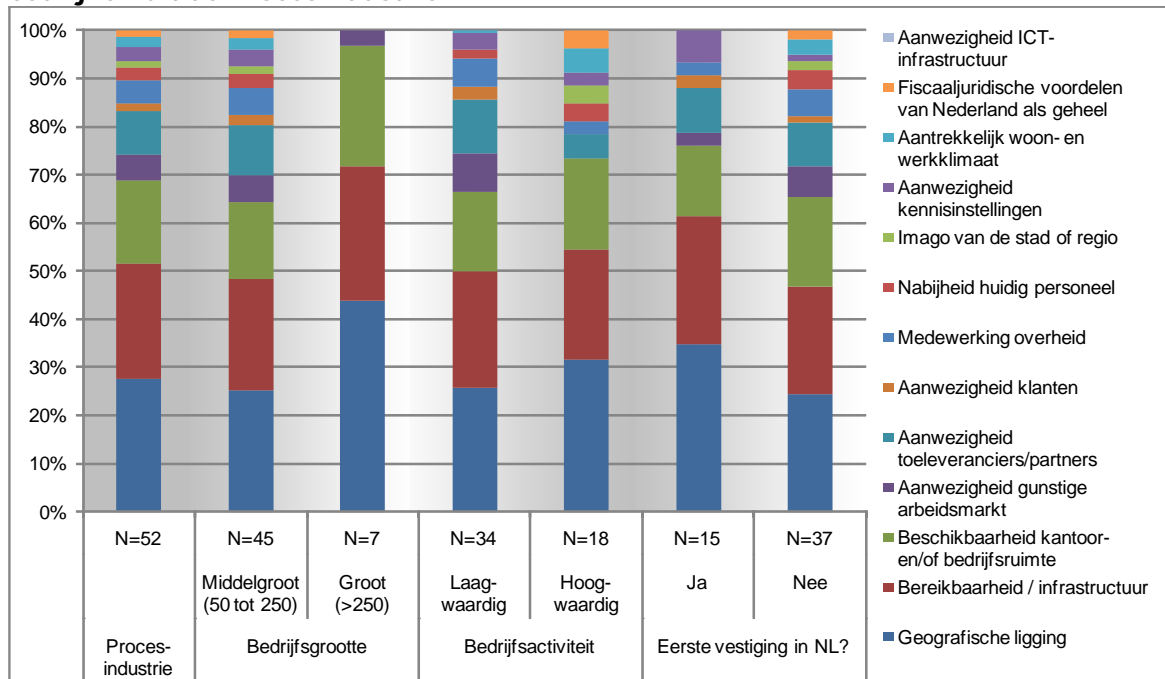
Eerste vestigers in Nederland hebben nog geen uitgebreid netwerk, vandaar dat voor hen de factor 'aanwezigheid van toeleveranciers/partners' vaker belangrijk is. Bovendien gaan ze vaker af op het imago van de stad of regio, omdat ze onvoldoende eigen kennis en ervaringen hebben over de verschillende regio's in Nederland en/of Europa. Voor bedrijven die reeds in Nederland gevestigd zijn speelt het in stand houden en versterken van relaties met klanten, kennisinstellingen en personeel een grote rol.

Kortom, voor de bedrijven uit de sector Creatieve Industrie kan geconcludeerd worden dat clusterfactoren (in het algemeen) vaak van doorslaggevend belang zijn en dat de drie onderzochte kenmerken hierop amper van invloed zijn. Wel bepalen de individuele kenmerken mede welke specifieke clusterfactoren doorslaggevend zijn.

4.3.2 Invloed individuele kenmerken binnen de Procesindustrie

Ook binnen de Procesindustrie hebben de individuele kenmerken invloed op het belang dat bedrijven hechten aan locatiefactoren (figuur 4.23).

Figuur 4.23: Invloed individuele kenmerken op het belang van locatiefactoren voor bedrijven uit de Procesindustrie



Tussen de bedrijfsomvang en het belang dat bedrijven hechten aan clusterfactoren, bestaat een matig negatief verband (Spearman's Rho = -0,195). Voor de grote bedrijven uit de procesindustrie waren enkel de drie harde locatiefactoren doorslaggevend, terwijl de middelgrote bedrijven daarnaast ook belang hechten aan andere locatiefactoren zoals clusterfactoren. De belangrijkste clusterfactor voor de middelgrote bedrijven was de 'aanwezigheid van toeleveranciers /partners'.

Tussen de hoogwaardigheid van de bedrijfsactiviteit en het belang dat bedrijven hechten aan clusterfactoren, bestaat een matig negatief verband (Spearman's Rho = -0,288). Zo vinden laagwaardige bedrijven in tegenstelling tot hoogwaardige bedrijven de clusterfactor 'aanwezigheid van toeleveranciers/ partners' vaak doorslaggevend. Opvallend genoeg wordt door hoogwaardige bedrijven een gunstige arbeidsmarkt zelfs helemaal niet genoemd. Wel hechten hoogwaardige bedrijven veel waarde aan de locatiefactoren 'fiscaaljuridische voordelen van Nederland als geheel' en 'aantrekkelijkheid woon- en werkklimaat'. Harde locatiefactoren zijn belangrijk voor zowel bedrijven met laagwaardige activiteiten als voor bedrijven met hoogwaardige activiteiten.

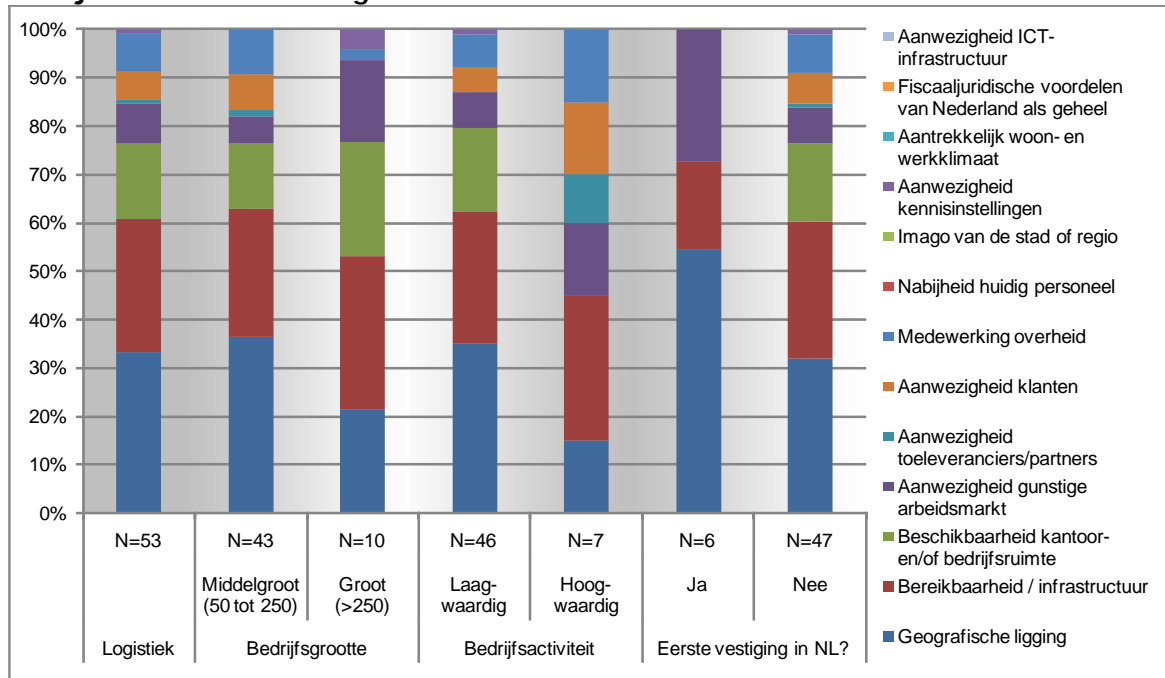
Eerste vestigers kiezen vaak voor Nederland vanwege de centrale ligging ten opzichte van de Europese markt en goede transportverbindingen via onder andere het water. Daarnaast speelt voor een aantal van hen de aanwezigheid van technische hogescholen, universiteiten en andere kennispartners een doorslaggevende rol. Deze of andere clusterfactoren spelen voor bedrijven die reeds in Nederland gevestigd zijn geen doorslaggevende rol. Deze bedrijven zijn op zoek naar een nieuwe locatie om de operationele kosten te verlagen en de efficiëntie van de bedrijfsvoering te verhogen. Het opzetten van een eerste vestiging in Nederland hangt dan ook positief samen met het belang van clusterfactoren, er bestaat een matig positief verband (Spearman's Rho = 0,185).

Kortom, binnen de sector Procesindustrie hechten voornamelijk de middelgrote bedrijven en de bedrijven met laagwaardige activiteiten waarde aan clusterfactoren. Ook vinden de bedrijven met een eerste vestiging in Nederland vaak de 'aanwezigheid van kennisinstellingen' in de regio een doorslaggevende clusterfactor.

4.3.3 Invloed individuele kenmerken binnen de sector Logistiek

Ook binnen de sector Logistiek hebben de individuele kenmerken invloed op het belang dat bedrijven hechten aan locatiefactoren (figuur 4.24).

Figuur 4.24: Invloed individuele kenmerken op het belang van locatiefactoren voor bedrijven uit de sector Logistiek



Tussen de bedrijfsomvang en het belang dat bedrijven hechten aan clusterfactoren, bestaat een zwak positief verband (Spearman's Rho = 0,114). Grote logistieke bedrijven vinden voornamelijk een snel beschikbare kavel in combinatie met goede transportmogelijkheden vaak doorslaggevend. Van de middelgrote bedrijven koos een aanzienlijke hoeveelheid er bewust voor om zich te vestigen in de nabijheid van (potentiële) klanten, omdat ze deze pro-actiever moeten werven (DLN, 2008).

Harde locatiefactoren zijn voor bedrijven met laagwaardige activiteiten vaker doorslaggevend dan voor bedrijven met hoogwaardige activiteiten, met name de factoren 'Geografische ligging' en 'Beschikbaarheid geschikt kantoor en/of bedrijfsruimte'. Clusterfactoren zijn echter vaker doorslaggevend voor bedrijven met hoogwaardige activiteiten, tussen beide bestaat een zwak positief verband (Spearman's Rho = 0,102). Specifiek gaat het om de clusterfactoren 'Aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt', 'Aanwezigheid toeleveranciers/partners' en 'Aanwezigheid klanten'.

Eerste vestigers kiezen voornamelijk voor Nederland vanwege de centrale ligging ten opzichte van de Europese markt en de goede bereikbaarheid/infrastructuur (via de Rotterdamse haven), clusterfactoren speelden nauwelijks een rol van betekenis. Dit in tegenstelling tot de bedrijven die reeds in Nederland gevestigd waren, deze noemden naast de 'Geografische ligging' en de 'Bereikbaarheid/Infrastructuur' wel een aantal clusterfactoren. Het opzetten van een eerste vestiging in Nederland

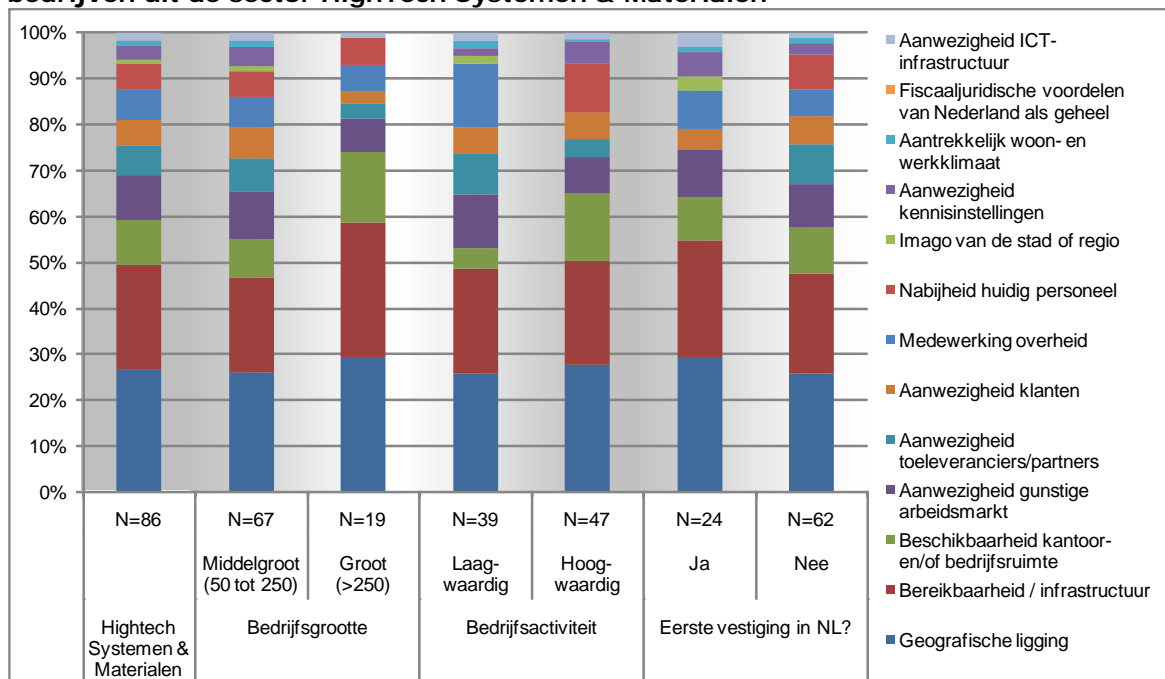
hangt dan ook negatief samen met het belang van clusterfactoren, maar met een Spearman's Rho van -0,114 is het verband wel zwak.

Kortom, binnen de logistieke sector hechten voornamelijk de middelgrote bedrijven, de hoogwaardige bedrijven en de bedrijven die reeds in Nederland actief zijn waarde aan clusterfactoren.

4.3.4 Invloed individuele kenmerken binnen de sector Hightech Systemen & Materialen

Ook binnen de sector Hightech Systemen & Materialen hebben de individuele kenmerken invloed op het belang dat bedrijven hechten aan locatiefactoren (figuur 4.25).

Figuur 4.25: Invloed individuele kenmerken op het belang van locatiefactoren voor bedrijven uit de sector HighTech Systemen & Materialen



Uit de DLN (2008) blijkt dat middelgrote bedrijven uit de Hightech sector vaker clusterfactoren doorslaggevend vinden dan grote bedrijven, omdat ze vanwege hun bedrijfsvoering meer gebaat zijn bij samenwerking en kennisuitwisseling met andere actoren in de regio. Tussen de bedrijfsomvang en het belang dat bedrijven hechten aan clusterfactoren, bestaat dan ook een matig negatief verband (Spearman's Rho = -0,162). Grote bedrijven hechten meer belang aan een goede bereikbaarheid en infrastructuur. Bovendien voeren de grote bedrijven vaak hoogwaardige activiteiten uit, die vanwege hun industriële en grootschalige karakter vaker specifieke eisen opwerpen aan de locatie. Het is dan ook niet verwonderlijk dat voor hen de beschikbaarheid van kantoor- en/of bedrijfsruimte een bepalende locatiefactor is.

Voor bedrijven met hoogwaardige activiteiten geldt dat ze vaker dan bedrijven met laagwaardige activiteiten een locatie zoeken in de nabijheid van het huidige personeel. Daarbij zijn bedrijven met laagwaardige activiteiten gevoeliger voor overheidsinitiatieven, zoals subsidieverstrekking en ondersteuning van het vestigingsproces. Het belang van clusterfactoren verschilt zwak tussen beide groepen.

Over het algemeen vinden de eerste vestigers en de bedrijven die al in Nederland een vestiging hadden vrijwel dezelfde locatiefactoren doorslaggevend. Ook ligt het

belang van clusterfactoren binnen beide groepen ongeveer gelijk. Wel vindt de laatste groep bedrijven vaker de locatiefactoren 'aanwezigheid toeleveranciers / partners' en 'nabijheid huidig personeel' belangrijk. Het onderhouden of versterken van bestaande relaties is voor hen belangrijk. Dit duidt op agglomeratievorming.

Kortom, binnen de Hightech sector vinden vooral de middelgrote bedrijven clusterfactoren belangrijk. Laag- en hoogwaardige bedrijven vinden clusterfactoren ongeveer even belangrijk, wel verschillen de genoemde clusterfactoren. Zowel eerste vestigers als de bedrijven die al een vestiging in Nederland hadden vinden clusterfactoren van belang.

4.3.5 De invloed van individuele kenmerken samengevat

In deze paragraaf is de invloed van de individuele kenmerken op de locatiefactoren per sector onderzocht. Hieronder volgt een kort overzicht van de belangrijkste conclusies per sector, over de invloed van de individuele kenmerken op het belang van clusterfactoren.

Creatieve Sector:

Voor alle bedrijven uit deze sector zijn clusterfactoren relatief vaak doorslaggevend, ongeacht hun individuele kenmerken.

Procesindustrie:

Voor de middelgrote bedrijven en de bedrijven met laagwaardige activiteiten vinden de clusterfactoren vaak doorslaggevend. Daarnaast was voor veel eerste vestigers de aanwezigheid van kennisinstellingen in de regio een doorslaggevende clusterfactor.

Logistiek:

Voor de middelgrote, hoogwaardige bedrijven die reeds in Nederland actief zijn hechten waarde aan clusterfactoren. Hierin bestaat geen verschil tussen nieuwe vestigers en bedrijven die al in Nederland gevestigd zijn.

Hightech Systemen & Materialen:

Voor de middelgrote bedrijven vinden clusterfactoren belangrijk. Waarbij de achterliggende reden wordt bepaald door de bedrijfsactiviteit. Daarnaast vinden bedrijven die al in Nederland gevestigd zijn het onderhouden van hun huidige relaties belangrijk, wat ook blijkt uit de voor hen doorslaggevende locatiefactoren.

Dit bevestigt de veronderstelling dat van alle bedrijfskenmerken de sector waarin het bedrijf actief is, het sterkst het belang van locatiefactoren voor het bedrijf bepaalt. Vandaar dat hypothese 6 wordt aangenomen:

Hypothese 6:

De invloed van de individuele bedrijfskenmerken op het belang van locatiefactoren, wordt bepaald door de sector waarin het bedrijf actief is.

4.4 Samenvatting onderzoeksresultaten

In dit hoofdstuk zijn de strategische locatiebeslissingen in Nederland geanalyseerd aan de hand van hypothesen. Interpretatie hiervan maakt het mogelijk om de deelvragen 3 en 4 te beantwoorden.

Deelvraag 3: In hoeverre komt het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen overeen met de 'pieken' uit de nota 'Pieken in de Delta'?

De belangrijkste conclusie die getrokken kan worden, is dat de match tussen het ruimtelijk patroon van de strategische locatiebeslissingen met de 'pieken' sterk verschilt per sector. Sommige 'pieken' hebben een grote aantrekkingskracht, waardoor een vestiging in de 'piek' voor de bedrijven een voor de hand liggende keuze is. Binnen andere sectoren laten bedrijven de 'piek' vaker links liggen.

In de 'pieken' Food & Nutrition in de regio Oost en Agribusiness in de regio Noord was er voor de invoering van de nota al een oververtegenwoordiging aan locatiebeslissingen. Deze oververtegenwoordiging is na de invoering van de nota zelfs nog toegenomen. Voor deze twee 'pieken' lijkt de vlieger op te gaan dat de opgebouwde economische massa in de periode voor de nota, heeft geleid tot een toename van het aantal vestigers in de 'pieken'. Er dient echter een kanttekening geplaatst te worden bij deze conclusie. De 'pieken' doen het weliswaar relatief goed, het aantal locatiebeslissingen is in vergelijking met andere sectoren wel beperkt. Het is dan ook nog maar zeer de vraag of er gesproken kan worden van agglomeratie van aanzienlijke omvang binnen deze 'pieken'.

Verder zijn er drie 'pieken' die zowel in de preperiode als in de postperiode verhoudingsgewijs veel bedrijven hebben aangetrokken. Het gaat om de 'pieken' Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media in de Noordvleugel en de 'pieken' Procesindustrie en Logistiek in de regio Zuidwest. De oververtegenwoordiging van vestigers in de 'pieken' ligt na de invoering van de nota echter niet hoger dan in de periode ervoor. Desalniettemin hebben deze 'pieken' een (grote) aantrekkingskracht op bedrijven, wat in de toekomst kan leiden tot nieuwe vestigers.

In de 'pieken' Innovatieve Logistiek en Handel' in de regio Noordvleugel en Food & Nutrition in de regio Zuidoost vestigden zich zowel voor als na de invoering van de nota maar relatief weinig bedrijven. Na de invoering van de nota is het gedeelte dat zich vestigde in de 'pieken' wel toegenomen. Deze stijging wijst op een voorzichtige versterking van het agglomeratievormingsproces.

Voor de overige 'pieken' komt het ruimtelijk patroon niet overeen met de nota 'Pieken in de Delta'. Voor de 'piek' Haven en Industrie in de Zuidvleugel geldt zelfs dat de oververtegenwoordiging in de preperiode omgezet is in een onderverteenwoordiging in de postperiode. Doordat de locatiebeslissingen in de 'piek' High-Tech Systemen en Materialen zeer verspreid in de regio liggen, bestaat niet de indruk dat er agglomeratievorming plaats vindt. Voor de vier 'pieken' in de sector Life Sciences, de 'piek' Technology in de regio Oost en de 'piek' Energie in de regio Noord zijn er te weinig locatiebeslissingen geweest om een ruimtelijk patroon te ontdekken.

Deelvraag 4: Welke locatiefactoren zijn doorslaggevend voor bedrijven die een locatiebeslissing nemen, en zijn bedrijfskenmerken van invloed op het belang dat bedrijven hechten aan de locatiefactoren?

De locatiebeslissingen van bedrijven zijn in dit hoofdstuk verklaard aan de hand van de doorslaggevende locatiefactoren en de bedrijfskenmerken. Op basis van de veronderstelling dat het bedrijfskenmerk sector grotendeels bepaalt welke locatiefactoren het bedrijf belangrijk vindt, zijn de doorslaggevende locatiefactoren per sector onderzocht. Achteraf is deze aanname gecontroleerd door de rol van overige bedrijfskenmerken te toetsen. Hieruit blijkt dat de sector waarin bedrijven actief zijn, leidend is en de individuele kenmerken van ondergeschikt belang zijn. Zo vinden grote bedrijven uit de sector Logistiek clusterfactoren belangrijker dan kleine bedrijven, terwijl in de sector Creatieve Industrie juist de kleine bedrijven de clusterfactoren belangrijker vinden dan de grote bedrijven.

Van alle locatiefactoren hebben de harde locatiefactoren 'geografische ligging', 'bereikbaarheid/infrastructuur' en 'beschikbaarheid kantoor en/of bedrijfsruimte' het vaakst een doorslaggevende rol bij locatiebeslissingen. Dit geldt voor bedrijven uit elke sector, hiervoor maakt het weinig uit of een bedrijf zich voor of na de invoering van de nota binnen of buiten een 'piek' vestigt. Deze factoren hebben dus geen verklarende waarde voor de uiteindelijke locatiekeuze van bedrijven. De verklaring voor de beslissing van bedrijven om zich binnen of buiten de 'pieken' te vestigen, kan wel gevonden in het belang van clusterfactoren. Dit verschilt namelijk sterk tussen vestigers binnen en buiten de 'piek'.

Bedrijven in de sectoren Logistiek en High-Tech Systemen en Materialen, die zich vestigen in de 'piek' vinden clusterfactoren vaker doorslaggevend dan bedrijven die zich vestigen buiten de 'piek'. Bedrijven uit de sectoren Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media' en Procesindustrie, die zich vestigen in de 'piek' vinden clusterfactoren niet vaker doorslaggevend dan bedrijven die zich buiten de 'piek' vestigen. De clusterfactoren hebben voor bedrijven in deze twee sectoren dus geen verklarende waarde op het wel of niet vestigen in de 'piek'.

Wanneer er gekeken wordt naar bedrijven met een vestiging in de 'piek' en er een onderscheid gemaakt wordt in een periode voor de invoering van de nota en een periode na de invoering van de nota, dan valt op dat de clusterfactoren door bedrijven in de postperiode in de vier onderzochte sectoren Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media', Procesindustrie, Logistiek en High-Tech Systemen en Materialen nog vaker doorslaggevend worden gevonden dan in de preperiode. Het lijkt er dus op dat de vestigers in de preperiode hebben bijgedragen aan de agglomeratievorming van de 'piek', waardoor bedrijven in de postperiode clusterfactoren vaker doorslaggevend vinden. In hoeverre dit strookt met de theorie en hoe dit uitmondt in een algemene conclusie zal blijken in het afsluitende hoofdstuk 5. Voor nu kan in ieder geval geconcludeerd worden dat de clusterfactoren voor bedrijven met een vestiging in de 'piek' belangrijker zijn geworden na invoering van de nota 'Pieken in de Delta'.

5 CONCLUSIES

Op basis van de bevindingen uit de analyse zal nu de probleemstelling die centraal staat in deze thesis beantwoordt worden:

In hoeverre hebben strategische locatiebeslissingen van bedrijven in de periodes voor en na de invoering van de nota 'Pieken in de Delta' geleid tot versterking van de 'pieken' en hoe zijn deze locatiebeslissingen te verklaren?

Het belang van clusterfactoren bij locatiebeslissingen wordt onderschreven door locatietheorieën afkomstig uit onder andere de institutionele en evolutionaire economische benadering. Een aantal van deze factoren zijn 'gespecialiseerd arbeidspotentieel', 'nabijheid toeleveranciers/afnemers', 'kennis-spillovers' en 'lage transactiekosten' (zie conceptueel model). Het belang dat bedrijven hechten aan clusterfactoren verschilt sterk per sector (tabel 2.2). Zo blijkt uit wetenschappelijk onderzoek dat bedrijven uit de sectoren Life Sciences en High-Tech de aanwezigheid van kennisinstellingen een belangrijke locatiefactor vinden, dat voor bedrijven in de sector Logistiek de nabijheid tot toeleveranciers en afnemers belangrijk is en voor bedrijven in de sector Creatieve Industrie (mode, media, kunst) de grote steden belangrijk zijn vanwege de vele *face-to-face* contacten en *local buzz*.

Het belang van clusterfactoren voor bedrijven uit bepaalde sectoren is evident, desondanks is onmogelijk om te voorspellen binnen welke 'pieken' uit de nota 'Pieken in de Delta' clustervorming zal optreden. De theorie geeft wel aan dat de sector waarin het bedrijf is, voor een groot deel bepaalt welke locatiefactoren zij belangrijk acht. Overige bedrijfskenmerken (o.a. wel/geen eerste vestiging, laagwaardige/hogewaardige activiteit en middelgrote/grote bedrijfsomvang) zouden hierop slechts een secundaire invloed hebben. Vandaar dat er in dit onderzoek gecontroleerd is voor de invloed van de individuele bedrijfskenmerken per sector. Hieruit bleek dat de invloed van de individuele kenmerken inderdaad per sector verschilt voor de 357 strategische locatiebeslissingen die in Nederland zijn genomen. Vandaar dat de gekozen sectorale invalshoek voor de verklarende analyse van de locatiebeslissingen gerechtvaardigd is.

Uit het ruimtelijk patroon van de locatiebeslissingen blijkt dat er agglomeratievorming is opgetreden in de 'pieken' Food & Nutrition voor de regio Oost, Agribusiness voor de regio Noord, Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media voor de regio Noordvleugel, Procesindustrie voor de regio Zuidwest en Logistiek voor de regio Zuidwest. Voor bedrijven uit de logistieke sector die kozen voor een vestiging in de 'piek', gaven clusterfactoren vaak de doorslag. Voor bedrijven uit de sectoren Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media en Procesindustrie met een vestiging in de 'piek', waren clusterfactoren niet meer doorslaggevend dan voor bedrijven met een vestiging buiten de 'piek'. Het is dus niet vanzelfsprekend dat bedrijven die clusterfactoren belangrijk achten zich ook daadwerkelijk vestigen in een 'piek'.

Voor de overige 'pieken' geldt dat het ruimtelijk patroon van locatiebeslissingen matig tot niet overeen komen met de 'pieken' omschreven in de nota 'Pieken in de Delta'. Voor de 'piek' Haven en Industrie in de Zuidvleugel in het bijzonder geldt dat de oververtegenwoordiging aan locatiebeslissingen in de preperiode omgezet is in een ondervertegenwoordiging in de postperiode. De beleidsdoelen van de nota ten spijt. Ook voor de 'piek' Innovatieve Logistiek en Handel geldt dat er naar verhouding weinig locatiebeslissingen op de regio vielen, een bescheiden stijging

na de invoering van de nota rechtvaardigt licht optimisme. De locatiebeslissingen in de 'piek' High-Tech Systemen en Materialen liggen zeer verspreid in de regio, hierdoor wordt de indruk gewekt dat er geen sprake is van agglomeratievorming. Het is daarom ook zeer opmerkelijk dat de bedrijven die zich vestigden in de 'piek' vaak clusterfactoren belangrijk vonden, zeker in vergelijking met de vestigers buiten de 'piek'. Ondanks het gespreide vestigingspatroon binnen de regio Zuidoost lijkt er dus toch sprake te zijn van agglomeratievorming van deze 'piek', het ruimtelijke schaalniveau ligt alleen hoger en de agglomeratie beslaat de gehele regio Zuidoost. Voor de vier 'pieken' in de sector Life Sciences, de 'piek' Technology in de regio Oost en de 'piek' energie in de regio Noord zijn er te weinig locatiebeslissingen geweest om een ruimtelijk patroon te ontdekken. Deze 'pieken' zijn in de nota vastgesteld als economische kansen voor de toekomst, maar hebben dus nog een lange weg te gaan.

Het is duidelijk dat de strategische locatiebeslissingen die in Nederland genomen zijn tussen 2000 en 2008 in lang niet alle 'pieken' geleid heeft tot agglomeratievorming. Uit het theoretische hoofdstuk is duidelijk geworden dat er een bepaalde massa van bedrijvigheid nodig is om een zelfversterkend proces (conceptueel model) van agglomeratievorming in gang te zetten. Toch zijn er in dit onderzoek 'pieken' waar een oververtegenwoordiging van locatiebeslissingen in de preperiode bestond, maar dit niet heeft geleid tot een toename van de agglomeratievorming in de postperiode. Ook de benoeming van de 'pieken' in de nota 'Pieken in de Delta', wat de zichtbaarheid van de agglomeratievoordelen voor bedrijven zou moeten vergroten, leidt niet per definitie tot meer vestigingen in 'pieken'. De conclusie is dan ook dat het beleidsdoel van 'Pieken in de Delta' om de economische massa van de 'pieken' te vergroten door middel van het aantrekken van bedrijven, maar gedeeltelijk geslaagd is.

Clusterfactoren zijn niet voor elke vestiger in een 'piek' doorslaggevend. Ook hechten vestigers binnen een 'piek' niet altijd meer belang aan clusterfactoren dan vestigers buiten dezelfde 'piek'. Bovendien varieert het belang van clusterfactoren voor bedrijven sterk per sector. Zo vonden de vestigers in de 'pieken' Logistiek en High-Tech Systemen en Materialen clusterfactoren vaak doorslaggevend, maar geldt dit niet voor de 'pieken' Creatieve Industrie/ICT/Nieuwe Media en de Procesindustrie. Sinds de benoeming van de 'pieken' kiezen bedrijven wel vaker voor een vestiging in een 'piek' omwille van clusterfactoren. Voor bedrijven in alle vier de 'pieken' die onderzocht zijn op het microniveau, geldt namelijk dat de vestigers na de invoering van de nota de clusterfactoren vaker doorslaggevend vonden dan voorheen. De locatiebeslissingen van bedrijven in de preperiode hebben dus bijgedragen aan de agglomeratievorming van de 'piek', waardoor in de postperiode bedrijven die clusterfactoren belangrijk vinden vaker kiezen voor een vestiging in de 'piek'. Dit is overeenstemming met de theorie, waarin wordt verondersteld dat de agglomeratievoordelen voor bedrijven toenemen gedurende het groeiproces van een cluster. Op basis hiervan kan geconcludeerd worden dat de overheid succesvol is in het aantrekkelijker maken van de 'pieken' voor bedrijven die clusterfactoren belangrijk vinden.

Kortom, de nota 'Pieken in de Delta' heeft niet voor elke 'piek' geleid tot meer vestigers binnen de 'piek'. Maar clusterfactoren zijn wel steeds vaker doorslaggevend voor de bedrijven die kiezen voor de 'pieken'.

6 AANBEVELINGEN

6.1 Beleidsaanbevelingen

In deze thesis is gebleken dat de benoeming van een aantal clusters tot 'pieken' niet altijd heeft geleid tot agglomeratievorming. Voor slechts een aantal 'pieken' geldt dat ze onevenredig veel bedrijven hebben aangetrokken. Dat het overheidsbeleid voor sommige 'pieken' succesvoller is dan voor andere 'pieken', wordt verklaard door het per sector verschillende belang van clusterfactoren. De vraag is dan ook of clusterbeleid voor elke sector even zinvol is. Dat de sector Life Sciences in maar liefst vier van de zes regio's tot 'piek' is benoemd laat zien dat het voor sommige sectoren logischer is om één economisch beleid op rijksniveau te voeren in plaats van versnipperd clusterbeleid. Wat betreft de Life Sciences sector vaart het EZ ook in toenemende mate deze koers (interview Tonk, 2009).

Daarnaast kan men zich afvragen of het een gemiste kans is dat de overheid met 'Pieken in de Delta' louter inzet op 'specialized clusters' en niet op 'generalized clusters'. Binnen dit type cluster ontstaan namelijk relatief veel radicale innovaties doordat bedrijven uit verschillende sectoren samenwerken, juist deze radicale innovaties leveren een grote bijdrage aan de economische groei (Jacobs, 1969; Glaeser, 2005). Dit wordt ondersteund door onderzoek van Frenken, Van Oort en Verburg (2005), waaruit blijkt dat in Nederland regionale economische groei wel verband houdt met (gerelateerde) variëteit maar niet met de mate van specialisatie. Vandaar dat de overheid met zijn ruimtelijk beleid er goed aan zou doen om niet te specifiek in te zetten op bepaalde (sub)sectoren, zoals dit nu gebeurt met 'Pieken in de Delta' (Economische Zaken, 2004). Door de regionale economische structuur in de breedte te versterken wordt de kans vergroot op succesvolle radicale innovaties en het ontstaan van clusters in de regio (Boschma, 2005).

Ondanks dat 'Pieken in de Delta' succesvol een aantal clusters stimuleert, is het nog maar zeer de vraag in hoeverre dit beleid efficiënt is in zijn huidige vorm. 'Pieken in de Delta' lijkt het midden te houden van een clusterbeleid en een sectorenbeleid. Het is effectiever en efficiënter om deze twee te scheiden. Sectoraal beleid kan beter door de rijksoverheid gevoerd worden, generiek van aard en gebaseerd op keuzes en criteria die geen onderscheid maken tussen regio's. Clusterbeleid kan beter overgelaten worden aan de lokale overheden, deze zijn beter op de hoogte van wat in de regio speelt en wat voor netwerken daar zijn en zijn daardoor beter in staat de regionale kennis en innovatie te stimuleren.

6.2 Onderzoeksaanbevelingen

De keuze om onderzoek te doen naar een specifieke populatie heeft als voordeel gehad dat alle relevante data voor de gehele populatie te verzamelen was. Hierdoor was het niet noodzakelijk om de verbanden te toetsen op statistische significantie. Aan de andere kant, zijn hierdoor slechts 357 bedrijven opgenomen in de DLN, waardoor de te vergelijken deelpopulaties een gering aantal bedrijven bevatten. Door dit lage aantal cases, heeft het duiden van de sterkte van verbanden met een associatiemaat weinig toegevoegde waarde. Voor toekomstig onderzoek dat uitspraken wilt doen voor een grotere populatie strekt het tot aanbeveling om de selectiecriteria voor de bedrijven te versoepelen. De DLN bevat de locatiefactoren die voor bedrijven een rol speelden en/of doorslaggevend waren bij hun locatiebeslissingen (zie Bijlage). In de praktijk

bleken de antwoordcategorieën die de bedrijven in de enquêtelijst kregen voorgelegd goed de gegeven locatiefactoren af te dekken. Tijdens de analyse bleek enkel de antwoordcategorie 'de aanwezigheid van een gunstige arbeidsmarkt' te breed gekozen te zijn. Zo kan een bedrijf deze factor belangrijk vinden omdat ze goedkope arbeiders zoeken, of omdat ze hoogopgeleide kennisarbeiders zoeken. In het eerste geval een harde locatiefactor, in het laatste geval een clusterfactor. Vaak bleek uit de toelichting wat een bedrijf met deze locatiefactor bedoelde, maar een enkele keer kon dit nergens uit worden opgemaakt. Het strekt dan ook tot aanbeveling dat toekomstig onderzoek gebruik maakt van data of zelf data verzameld, waarin deze twee locatiefactoren in aparte antwoordcategorieën zijn ondergebracht.

De wijze waarop bedrijven aan konden geven welke locatiefactoren voor hen doorslaggevend waren, bleek voor dit onderzoek niet ideaal te zijn. Bedrijven konden namelijk maar maximaal drie doorslaggevende locatiefactoren opgeven. Uit het onderzoek bleek dat voor de meeste bedrijven harde locatiefactoren doorslaggevend waren. Hierdoor kan het zo zijn dat voor een bedrijf clusterfactoren in mindere mate doorslaggevend waren maar dit niet heeft kunnen aangeven. Hierdoor was het lastig om het belang van clusterfactoren te vergelijken tussen groepen bedrijven. Voor dit onderzoek zou het beter zijn geweest als het belang van de locatiefactoren met behulp van de likert-schaal (zeer onbelangrijk tot zeer belangrijk) gemeten was. De toetsing van het verband tussen het belang van clusterfactoren en het al dan niet vestigen van een bedrijf in een 'piek' had dan op een statistisch gezien betere wijze kunnen geschieden. Het strekt tot aanbeveling dat toekomstig onderzoek naar locatiefactoren gebruik maakt van een dergelijke operationalisering.

BIBLIOGRAFIE

Wetenschappelijke boeken, tijdschriften, readers en website

Arthurs D., E. Cassidy, C. Davis & D. A. Wolfe (2009), Indicators to Support Innovation Cluster Policy. *International Journal of Technology Management* 45: 3/4: 263-279.

Asheim, B., L. Coenen & J. Vang (2007), Face-to-face, buzz, and knowledge bases: sociospatial implications for learning, innovation, and innovation policy. *Environment and Planning C: Government and Policy* 25: 655-670.

Asheim, B., P. Cooke & R. Martin (2006), *Clusters and Regional Development: Critical Reflections and Explorations*. London and New York: Routledge.

Atzema, O., J. Lambooy, T. van Rietbergen & E. Wever (2002), *Ruimtelijke Economische Dynamiek*. Bussum: Coutinho. Tweede druk.

Atzema O. & E.J. Visser (2004), tabel 2 (five regional cluster prototypes). In: O. Atzema & E.J. Visser, eds., *Economic geography 2: Firm and Region*. Universiteit Utrecht.

Audretsch, D.B. & M.P. Feldman (1999), Innovation in Cities: Science-based diversity, specialization and localized competition. *European Economic Review* 43, pp.409-429.

Barkley, D. & K. McNamara (1994), Manufacturers' location decisions: do surveys provide helpful insight?. *International Regional Science Review* 17 (1). pp. 23-47.

Blanc, G. le (2000), *Regional specialization, Local Externalities and Clustering in Information Technology Industries*. Paris: CERNA.

Bok, M. de & F. Sanders (2005), Firm relocation and the accessibility of locations: Empirical results from the Netherlands. *Journal of the Transportation Research Board* 1902, pp.35-43.

Boschma, R.A., K. Frenken & J.G. Lambooy (2002), *Evolutionaire economie: Een inleiding*. Bussum: Coutinho.

Boshma, R.A. (2004), Competitiveness of Regions from an Evolutionary Perspective. *Regional Studies* 38 (9), pp.1001-1014.

Boschma, R.A. (2005), Proximity and innovation: a critical assessment. *Regional studies* 39 (1), pp.61-74.

Brenner, T. (2004), *Local industrial clusters: existence, emergence and evolution*. London and New York: Routledge.

Brink, J., M. McKelvey & K. Smith (2004), Conceptualizing and measuring modern biotechnology. In *The Economic Dynamics of Modern Biotechnology*, pp. 20-42.

Brouwer, A.E., I. Mariotti & J.N. van Ommeren (2004), The firm relocation decision: An empirical investigation. *The Annals of regional science* 38, pp.335-347.

- Brulhart, M. & N.A. Mathys (2008), Sectoral agglomeration economies in a panel of European regions. *Regional Science and Urban Economics* 38, pp.348-362.
- Brussel, J. van & R. Ponds (2005), Ruimte voor samenwerking. *Agora* 21, pp.7-9.
- Bryman, A. (2002), *Social research methods*. Oxford: University Press.
- Bryson, J.R. N. Henry, D. Keeble & R. Martin (1999), *The economic geography reader: producing and consuming global capitalism*. Chichester: Wiley.
- Bureau Louter (2008), *Pieken in Beeld. Nulmeting Pieken in de Delta monitor*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Camagni, R. (1991), *Innovation Networks: Spatial Perspectives*. London and New York: Belhaven Press.
- Christensen, J.L. & I. Drejer (2005), The strategic importance of location: Location decisions and the effects of firm location on innovation and knowledge acquisition. *European Planning Studies* 13 (6), pp.807-814.
- Cohen, N. (2000), *Business Location Decision Making and the cities: Bringing companies back*. The Brookings Institution.
- Cooke, P. (2005), Rational drug design, the knowledge value chain and bioscience megacentres. *Cambridge Journal of Economics* 29, 325-341.
- Dicken, P. (2003), *Global Shift: Reshaping the global economic map in the 21st century*. London: SAGE Publications.
- Dijk J.J. van (2004), www.janjacobvandijk.nl gevonden op internet op 16 juli 2009.
- Economische Zaken (2004), *De nota Pieken in de Delta. Gebiedsgericht Economische Perspectieven*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Economische Zaken (2009), *Pieken in de Noordvleugel: Uitbouw van de internationale dienstverlening*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Economische Zaken (2010), *Van voornemens naar voorsprong: kennis moet circuleren*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- EIM (2005), *MKB-locaties: onderzoek naar de aard en kwaliteit van de bedrijfslocaties van MKB-ondernemingen*. Zoetermeer: EIM.
- Florida, R. (2002), *The Rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- Freeman & Soete (1997), *The Economics of Industrial innovation*. London: Continuum. Third Edition.
- Frenken, K., F.G. van Oort & Th. Verburg (2005), Het gelijk van variëteit. *ESB*, pp.247-249.
- Fujita, M., & Mori (1996), The role of ports in the making of major cities: self-agglomeration and hub-effects. *Journal of development economics* 49, pp.93-120.
- Fujita, M., P. Krugman & A.J. Venables (1999), *The spatial economy: cities, regions and international trade*. Cambridge (USA): MIT Press.

Fujita, M., & T. Mori (2005), *Frontiers of the new economic geography*. Discussion paper 27. Institute of developing economies. Chiba (Japan): Institute of developing economies.

Gertler, M.S. (2004), *Manufacturing Culture: The institutional geography of industrial practice*. Oxford: University Press.

Glaeser, E.L., H. Kallal, J. Scheinkman & A. Shleifer (1992), Growth in cities. *Journal of Political Economy* 100 (6), 1126-1152.

Glaeser, E.L. (2005), Review van Richard Florida's 'The Rise of the Creative Class'. *Regional Science and Urban Economics* 35, 593-596.

Gordon, I. & P. McCann (2000), Industrial clusters: complexes, agglomeration and/or social networks? *Urban Studies*, pp.513-532.

Groep, R. van der, R. Ponds, M. Perquin & F. van Oort (2005), Van kennissteden naar kennisnetwerken. *Agora* 21, pp.4-6.

Hammersley, M. (1996), The relationship between qualitative and quantitative research: paradigm loyalty versus methodological eclecticism. In J. T. E. Richardson (Ed.) *Handbook of Qualitative Research Methods for Psychology and the Social Sciences*, pp. 159 – 174. Leicester: BPS Books.

Harrison, B., M.R. Kelley & J. Gant (1996), Innovative firm behaviour and local milieu: exploring the intersection of agglomeration, firm effects and technological change. *Economic Geography* 72 (3), pp.233-258.

Hayter, R. (1997), *The dynamics of industrial location; the factory, the firm and the production system*. Chichester: John Wiley & Sons.

Hazeu, C.A. (2000), *Institutionele economie. Een optiek op organisatie- en sturingsvraagstukken*. Bussum: Coutinho.

He, C. (2002), Location of foreign manufacturers in China: Agglomeration economies and country of origin effects. *Regional Science* 82, pp.351-372.

Healey, M. & M. Rawlinson (1993), Interviewing business owners and managers: a review of methods and techniques. *Geoforum* 24, pp.339–355.

Hessels, M. (1992), *Locational dynamics of business services; an intrametropolitan study on the Randstad Holland*. Utrecht: Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen.

Hong, J. (2007), Firm-specific Effects on Location Decisions of Foreign Direct Investment in China's Logistics Industry. *Regional Studies* 41 (5), pp.673-683.

Hoover, E.M. (1948), *The Location of Economic Activity*. New York: McGraw-Hill.

Hymer, S.H. (1979), *The Multinational Corporation: A radical approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jacobs, J. (1969), *The Economy of Cities*. New York: Random House.

Jarillo, J.C. (1995), *Strategic Networks. Creating the Borderless Organization*. Oxford.

- Karakay, F. & C. Canal (1998), Underlying dimensions of business location decisions. *Industrial Management & Data Systems* 98 (7), pp.321-329.
- Keeble, D. & L. Nachum (2002), Why Do Business Service Firms Cluster? Small Consultancies, Clustering and Decentralization in London and Southern England. *Transactions of the Institute of British Geographers, New Series*, 27 (1), pp.67-90.
- Krugman, P. (1991), *Geography and Trade*. Cambridge (USA): MIT Press.
- Krumme, G. (1969), Towards a geography of enterprise. *Economic Geography* 45, pp.30-40.
- Layder, D. (1993), *New Strategies in Social Research*, Polity, Cambridge.
- Lundvall, B.A. (1988), Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to the national innovation systems. In: G. Dosi, C. Freeman, R.R. Nelson, G. Silverberg & L. Soete, eds., *Technical Change and Economic Theory*. London: Pinter.
- Lundvall, B. (1992), *National Systems of Innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*. London: Pinter.
- Malmberg, A. & P. Maskell (1997), The elusive concept of localization economies. Towards a knowledge based theory of spatial clustering. *Environment and Planning A*, forthcoming.
- Man, A.P. de & G.M. Duysters (2003), *De positie van Nederlandse bedrijven in innovatienetwerken*. Ministerie van Economische Zaken, EZ Onderzoekssreeks, Den Haag 2003.
- Manshanden, W. (1996), Zakelijke Diensten en Regionaal-economische ontwikkeling: de economie van nabijheid. *Nederlandse Geografische Studies* 205.
- Mariotti, I. & C.J. Pen (2001), Firm migration patterns in the Netherlands and in the United Kingdom. An end of twelve years of calm geographical interest. 41th Congress of the European Regional Science.
- Marshall, A. (1890), *Principles of Economics*. London: Macmillan.
- Martin, R. & P. Sunley (2002), Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea? *Journal of Economic Geography* 3, pp.5-35.
- Maskell, P. (2001), Towards a knowledge-based theory of the geographical cluster. *Industrial and Corporate Change* 10 (4), pp.921-943.
- Mintzberg, H., D. Raisinghani & A. Theoret (1976), The structure of "unstructured" decision processes. *Administrative Science Quarterly* 21 (2), pp.246-275.
- Morgan, K. (2004), The exaggerated death of geography: learning, proximity and territorial innovation systems. *Journal of Economic Geography* 4, pp.3-21.
- Muller, E. & A. Zenker (2001), Business services as actors of knowledge transformation: the role of KIBS in regional and national innovation systems. In: *Research Policy* 30, pp. 1501-1516.
- Myrdal (1957), *Economic theory and underdeveloped regions*. London: Duckworth.

- Neary, J.P. (2001), Of hype and hyperbolas: Introducing the new economic geography. *Journal of Economic Literature* 39, june 2001, pp.536-561.
- Nelson, R.R. & S.G. Winter (1982), *An evolutionary theory of economic change*. Cambridge (USA): Harvard University Press.
- Newlands, D. (2003), Competition and cooperation in industrial clusters: Implications for policy. *European planning Studies* 11 (5), pp.521-528.
- Oinas, P. (1999), Voices and silences: The problem of access to embeddedness. *Geoforum* 30 (4), pp.351-361.
- Pellenbarg, P.H. (1985), *Bedrijfsrelokatie en ruimtelijke kognitie; onderzoeken naar bedrijfsverplaatsingsprocessen en de subjektieve waardering van vestigingsplaatsen door ondernemers in Nederland*. Groningen: Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen.
- Pellenbarg, P.H., L.J.G. van Wissen & J. van Dijk (2002), *Firm relocation: state of the art and research prospects*. SOM Research Report 02D31. Groningen: University of Groningen.
- Pellenbarg, P.H. (2005), *Firm migration in the Netherlands*. Paper for the 45th ERSA congress.
- Pen, C.J. (2002), *Wat beweegt bedrijven: besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*. Groningen: Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen, Rijksuniversiteit Groningen.
- Perry, M. (1999), Clusters last stand. *Planning practice and research* 14 (2), pp.149-152.
- Polanyi, M. (1996), *The tacit dimension*. London: Routledge and Kegan.
- Porter, M.E. (1990), *The Competitive advantage of nations*. Londen: Macmillan.
- Porter, M.E. (1998), Clusters and the new economic of competition. *Harvard Business Review*, november-december 1998.
- Porter, M.E. (2000), Location, competition, and economic development: Local clusters in a global economy. *Economic development quarterly* 14 (1), pp.15-34.
- Pred, A. (1967), *Behavior and location; foundations for a geographic and dynamic location theory*. Lund: Department of Geography.
- Richardson, H.W. (1995), Economies and diseconomies of agglomeration. In: H. Giersch, ed. *Urban agglomeration and Economic Growth*, pp. 123-146. Berlin: Springer.
- RPB (2007), *Verhuizingen van bedrijven en groei van werkgelegenheid*. Den Haag: Ruimtelijk PlanBureau.
- Schumpeter, J.M. (1934), *The Theory of Economic Development*. Cambridge (USA): Harvard University Press.
- Scott, A.J. (1988), *New Industrial Spaces: Flexible production organization and regional development in North America and Western Europe*.

- Scott, A.J. (2000), *Economic Geography: the great half-century*. Cambridge Journal of Economics 24, pp. 482-504.
- Simon, H. A. (1961), *Administrative behaviour*. New York: MacMillan. Second Edition.
- Smidt, M. de (1977), *Van industriële vestigingsplaatsleer naar een geografie van de onderneming, een literatuurverkenning*. Geografisch Tijdschrift 11, pp. 275-285.
- Smith, D.M. (1971), *Industrial Location: an economic geographical analysis*. New York: Wiley.
- Smith, D. & R. Florida (1994), *Agglomeration and industrial location: Econometric analyses of Japanese-affiliated manufactured establishments in automotive-related industries*. Journal of Urban Economics 36, pp.23-41.
- Stec Groep (2001), *Logica in locatiepatronen. Resultaten Database Locatiebeslissingen Nederland*, Nijmegen.
- Steen, P.J.M. van (1998), *Bedrijvenlandschap 2000+. Bedrijfsverplaatsingen en de vraag naar bedrijfslocaties in Nederland*. Groningen: Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen, Rijksuniversiteit Groningen.
- Steinle, C. & H. Schiele (2001), *When do industries cluster? A proposal on how to assess an industry's propensity to concentrate at a single region or nation*. *Research Policy* 31, pp.849-858.
- Sternberg, R. (1995), *Technologiepolitik und High-Tech Regionen—ein internationaler Vergleich*. Münster, Hamburg.
- Storper M. & J. Venables (2004), *Buzz: face-to-face contact and the urban economy*. Journal of Economic Geography, Oxford University Press 4 (4), pp.351-370.
- Swann, P. G. M. (2002), *Innovation Businesses and the Science and the Technology Base: An analysis using the CIS3 data*.
- Townroe, P.M. (1972), *Some behavioural considerations in the industrial location decision*. Regional Studies 6, pp. 261-272.
- Tulder, R. van (1988), *Small European countries in the international telecommunications struggle*. In: C. Freeman & B.A. Lundvall, eds. *Small countries facing the technological revolutions*. London: Pinter.
- Uzzi, B. (1996), *The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: The network effect*. American Sociological Review 61, pp. 674-698.
- Venables, A.J. (1996), *Equilibrium locations of vertically linked industries*. International Economic Review 37: pp.341-359.
- Venables, A.J. (2005), *New economic geography*. Palgrave dictionary of economics.
- Vernon, R. (1966), *International investment and international trade in the product cycle*. Quarterly journal of economics. 80, pp.190-207.

Vocht, A. de (2002), Basishandboek SPSS 11 voor Windows. Utrecht: Bijleveld Press.

Werf, M. van der & R. Kloosterman (2005), Lokale diversiteit en innovatie: op zoek naar een verband. Den Haag: NICIS en NWO.

Werker, C. & S. Athreye (2004), Marshall's disciples. Knowledge and Innovation driving regional economic development and growth. Journal of Evolutionary Economics 14, pp. 505-524.

Wolfe, D.A. & M.S. Gertler (2004), Clusters from the inside and out: local dynamics and global linkages. Urban Studies 41 (5/6), pp.1071-1093.

Yeung, H.W. (2000), Reconceptualising the "Firm" in New Economic Geographies: An Organisational Perspective. Paper Presented at the Workshop on "'The Firm' in Economic Geography", Maart 2000, University of Portsmouth, U.K.

Krantenartikelen

ANP (2000, 8 juli). Divisie van Philips weg uit Groningen. Verkregen uit <http://www.anp.nl>

Autokompas (2004, 2 juli). TÜV Nord naar Gelderland verhuisd. Verkregen uit <http://www.autokompas.nl>

BN/De Stem (2008a, 7 oktober). Breda centrum voor Benelux-hoofdkantoren. Verkregen uit <http://www.bndestem.nl>

BN/De Stem (2008b, 1 november). 130 nieuwe banen door gipsplatenfabriek. Verkregen uit <http://www.bndestem.nl>

Brabants Dagblad (2005, 24 augustus). Tilburgse Tedopres centraliseert alle activiteiten in Best. Verkregen uit <http://www.brabantsdagblad.nl>

Dagblad van het Noorden (2000, 10 maart). Intracel wil vanuit Emmen de wereld in. Verkregen uit <http://www.dvhn.nl>

De Gelderlander (2005, 30 september). Provincie Limburg eist miljoenen van het rijk. Verkregen uit <http://www.gelderlander.nl>

Gemeente Amsterdam (2005, 15 april). Nieuw hoofdkantoor WorldCom Nederland. Verkregen uit <http://www.amsterdam.nl>

Het Parool (2007, 1 december). TomTom is een groeimachine. Verkregen uit <http://www.parool.nl>

Logistiek (2005, 9 mei). Eerste pand Royal Leerdam opgeleverd. Verkregen uit <http://www.logistiek.nl>

Logistiek (2007a, 12 juni). Wim Bosman opent geen holding maar dc in Utrecht. Verkregen uit <http://www.logistiek.nl>

Logistiek (2007b, 22 juni). Kyocera Mita past supply chain aan. Verkregen uit <http://www.logistiek.nl>

Netherlands Foreign Investment Agency (2007, juni). The central location in Europe is the key factor. Verkregen uit <http://www.nfia.nl>

Nieuwsbank (2000, 20 maart). Cisco Systems maakt nieuwbouwplannen in Amsterdam bekend. Verkregen uit <http://www.nieuwsbank.nl>

NRC Handelsblad (2006, 18 februari). Gemoedelijkheid als wapen. Verkregen uit <http://www.nrc.nl>

Prologis (2001, 1 juni). Prologis tekent huurcontract met Geologistics voor een Multi-client. Verkregen uit <http://www.prologis.com>

Samenwerkingsverband Emmen-Lingen (2007, 15 februari). ASUS vestigt pan-Europees Customer-Care Centre in Emmen. Verkregen uit <http://www.emmen-lingen.nl>

Senternovem (2006, 16 oktober). Zonnecelproducent Solland Solar, "rising star in Nederland". Verkregen uit <http://www.senternovem.nl>

Vodafone (2007, 10 oktober). Vodafone Netherlands to open second Head Office in Amsterdam to further support its growth strategy. Verkregen uit <http://www.vodafone.com>

Interviews

Tonk, J. (2009), Werkzaam bij het ministerie van Economische Zaken. In functie als Clusterleider Noordvleugel van de Randstad.

Koppers, M. (2009), Werkzaam bij ontwikkelingsmaatschappij LIOF. In functie als projectmanager.

Bruil, P. (2009), Werkzaam bij de Stec Groep. In functie als senior adviseur vastgoed.

BIJLAGE I VRAGENLIJST DLN

VRAGENLIJST Database Locatiebeslissingen Nederland (2008)

1. Is uw (moeder)bedrijf een Nederlands of een buitenlands bedrijf?

- Nederlands
- Buitenlands, namelijk
- Anders, namelijk

2. In welke branche opereert uw bedrijf? (maar één antwoord mogelijk)

- Kleding, textiel
- Voedings- en genotmiddelen
- Consumentenelektronica
- Informatietechnologie
- Telecommunicatie
- Life sciences (biotechnologie, medische technologie en farmacie)
- Zakelijke dienstverlening
- Transport / logistiek
- Third party customer service
- Energie
- Industrie overig
- Anders, namelijk

3a. Wanneer is de oprichting van de nieuwe vestiging officieel aangekondigd / bekend gemaakt?

Jaar Kwartaal 1 / 2 / 3 / 4 (omcirkelen wat van toepassing is)

3b. Per wanneer wordt / is de vestiging operationeel?

Jaar Kwartaal 1 / 2 / 3 / 4 (omcirkelen wat van toepassing is)

4. Wat is de aard van de locatiebeslissing? (maar één antwoord mogelijk)

- Een eerste vestiging binnen Nederland
- Een bedrijfsuitbreiding binnen Nederland door middel van een nieuwe locatie elders in Nederland
- Een bedrijfsverplaatsing binnen Nederland, namelijk van naar
- Een samenvoeging van verschillende bedrijfsactiviteiten op één nieuwe locatie binnen Nederland, namelijk een samenvoeging van de volgende locaties: in.....
- Upgrading van een bestaande vestiging waarbij ook andere steden zijn overwogen

5. **Wat zijn de belangrijkste activiteiten van uw vestiging? (meerdere antwoorden mogelijk, de drie belangrijkste aangeven en de volgorde van belangrijkheid (1,2,3) weergeven in de vakjes)**

- Hoofdkantoor
- Productie/assemblage
- Distributie
- Verkoop, marketing en consultancy
- Research & Development
- Call center
- Shared services center
- Anders, namelijk

6a. **Hoeveel m² kantoor- en/of bedrijfsruimte neemt de nieuwe vestiging in totaal in beslag? (graag weergeven in m² bvo)**

Totaal aantal m² bvo kantoor- en/of bedrijfsruimte:

6b. **Om wat voor type locatie gaat het?**

- Stationslocatie
- Centrumlocatie
- Snelweglocatie
- Knooppuntlocatie
- Locatie langs uitvalswegen (stadsrand)
- Anders, namelijk

7. **Welke andere steden waren betrokken bij de uiteindelijke keuze voor een nieuwe vestigingsplaats? (maximaal vier antwoorden mogelijk)**

-
-
-
-

8. **Wat is / wordt de omvang van uw nieuwe vestiging in aantal fte (fulltime eenheden) en aantal medewerkers?**

Bij de start

Aantal fte bij de start:

Aantal medewerkers bij de start:

Volledig operationeel

Aantal fte bij de start:

Aantal medewerkers bij de start:

9a. Welke factoren hebben meegespeeld in de keuze voor deze stad? (meerdere antwoorden mogelijk, de drie belangrijkste factoren aangeven en de volgorde van belangrijkheid (1,2,3) weergeven in de vakjes)

- Fiscaaljuridische voordelen van Nederland als geheel, namelijk
- Imago van de stad, namelijk
- Geografische ligging, namelijk
- Bereikbaarheid/infrastructuur, namelijk
- Aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt, namelijk
- Beschikbaarheid kantoor- en/of bedrijfsruimte, namelijk
- Aanwezigheid ICT-infrastructuur, namelijk
- Aanwezigheid klanten, namelijk
- Aanwezigheid toeleveranciers/partners, namelijk
- Aanwezigheid kennisinstellingen, namelijk
- Aantrekkelijk woon- en werkklimaat, namelijk
- Anders, namelijk

9b. Welke factoren waren doorslaggevend in de keuze voor deze stad? (meerdere antwoorden mogelijk, de drie belangrijkste factoren aangeven en de volgorde van belangrijkheid (1,2,3) weergeven in de vakjes)

- Fiscaaljuridische voordelen van Nederland als geheel, namelijk
- Imago van de stad, namelijk
- Geografische ligging, namelijk
- Bereikbaarheid/infrastructuur, namelijk
- Aanwezigheid gunstige arbeidsmarkt, namelijk
- Beschikbaarheid kantoor- en/of bedrijfsruimte, namelijk
- Aanwezigheid ICT-infrastructuur, namelijk
- Aanwezigheid klanten, namelijk
- Aanwezigheid toeleveranciers/partners, namelijk
- Aanwezigheid kennisinstellingen, namelijk
- Aantrekkelijk woon- en werkklimaat, namelijk
- Anders, namelijk

10a. Welke externe partijen / organisaties buiten uw bedrijf hebben een rol gespeeld bij de vestigingskeuze?

- NFIA
- ROM (Regionale Ontwikkelingsmaatschappij)
- Provincie
- Gemeente
- Commerciële partij / adviesbureau
- Andere bedrijven
- Ambassade
- Universiteit / hogeschool

10b. Op welke manier heeft de ROM (Regionale Ontwikkelingsmaatschappij) uw keuzeproces ondersteund?

- Algemene informatie over regio verstrekken
- Bedrijf wijzen op het bestaan van subsidiemogelijkheden (bijv. IPR)
- Begeleiden contacten / onderhandelingen met de provincie en gemeente

- Rondleiden door de regio
- Probleembemiddeling
- Toegang tot het bedrijvennetwerk
- Huisvesting
- Anders, namelijk.....
- Niet

Vriendelijk bedankt voor uw medewerking!

BIJLAGE II AFBAKENING PIEKEN

BUREAU LOUTER

Door programmacommissies zijn in elk van de zes gebieden drie of vier 'pieken' afgebakend. Om tot kwantificering van de 'pieken' te komen, moesten de 'pieken' worden 'vertaald' naar fijnmazige typen economische activiteiten. Dat is gebeurd door per 'piek' een selectie van zogenaamde SBI-codes op het meest nauwkeurige niveau (5 digits) vast te stellen. In totaal zijn er 874 SBI-codes. Om tot het afbakenen van 'pieken' te komen is de volgende procedure doorlopen:

- Door Bureau Louter en het Ministerie van Economische Zaken is per 'piek' een lijst met 5-digit SBI-codes opgesteld. Als basis daarvoor dienden de programmadocumenten van de zes programmacommissies.
- De lijst is naar vertegenwoordigers uit de programmaclusters binnen de directe Ruimtelijk Economisch Beleid gestuurd, voorzien van een toelichting. Er is met de vertegenwoordigers uit de programmaclusters een gebiedsgericht consultatiegesprek gevoerd.
- Op basis van het gesprek is een aangepaste lijst met SBI-codes opgesteld en naar de vertegenwoordigers van de programmaclusters gestuurd. Naar aanleiding van de reacties zijn nog wijzigingen doorgevoerd. Deze procedure heeft voor alle gebieden geleid tot een door de vertegenwoordigers van de programmaclusters akkoord bevonden lijst.

Wat via de SBI-codes wordt gemeten is de 'kern' van de 'pieken'. Daarnaast zijn er toeleveranciers van producten of diensten (zogenaamde 'achterwaartse effecten'). En soms levert een sterke 'piek' ook de voorwaarden voor de vestiging van andere typen bedrijvigheid (zogenaamde 'voorwaartse effecten'). De totale 'impact' van de 'pieken' zal dus groter zijn dan hier vastgesteld.

De overige vier pieken

Vier 'pieken' zijn niet in de monitor van Bureau Louter opgenomen omdat deze zo specifiek zijn vastgesteld dat het niet mogelijk bleek goed vergelijkbare gegevens op basis van openbare cijfers vast te stellen. Dit geldt bijvoorbeeld voor de 'piek' 'glastuinbouw toeleveranciers in de Zuidvleugel van de Randstad', waar jaarlijks ongeveer 700 miljoen à 1 miljard Euro aan toegevoegde waarde wordt gecreëerd. De toeleverende sector aan de glastuinbouw is gevestigd in het Westland/Oostland en heeft een marktaandeel in de Nederlandse tuindersmarkt van 59 procent. De 'piek' 'Internationaal recht, vrede en veiligheid in de Zuidvleugel van de Randstad' is gericht op internationale organisaties in de regio den Haag waar ruim 12.000 mensen werkzaam zijn. De indirecte werkgelegenheid door bestedingen van internationale organisaties bij Nederlandse bedrijven en door bestedingen van buitenlandse werknemers bedraagt nog eens 12.000 arbeidsplaatsen. 'Pieken' in Noord-Nederland zijn meer aangemerkt op basis van potentie dan op bewezen economische prestaties in het verleden, waardoor ze in de monitor relatief lastig zijn af te bakenen. In de 'piek' 'Water in Noord-Nederland' zijn ongeveer 5.500 mensen werkzaam in 145 bedrijven, die gezamenlijk circa 1 miljard euro omzetten. De 'piek' 'sensortechnologie in Noord-Nederland' is een goed voorbeeld van een 'piek' waarvan de status is ontleend aan potentie voor de toekomst. De basis wordt gevormd door het sensortechnologie instituut ASTRON. Belangrijk is te beseffen dat de in dit kader genoemde cijfers door het ministerie van Economische Zaken aan verschillende bronnen zijn ontleend en niet direct vergelijkbaar zijn met de elders in deze monitor beschreven gebieds- en piekindicatoren. Ze hebben vooral illustratieve waarde.