

# Alle ballen op Amsterdam!

Concurrentiekracht van de Noordvleugel Randstad nader bekeken

Michiel van Erdevijk



# Alle ballen op Amsterdam!

Concurrentiekracht van de Noordvleugel Randstad nader bekeken

*Michiel van Erdewijk (3121542)*  
**Utrecht, maart 2011**



**Universiteit Utrecht**

**Faculteit Geowetenschappen - Economische Geografie**  
Masterthesis  
*Begeleider: Dr. T. van Rietbergen*

- Voorwoord

Het onderzoeksresultaat dat voor u ligt is geschreven in het kader van de Masterthesis, ter afsluiting van mijn masteropleiding economische geografie aan de Universiteit Utrecht. Tijdens mijn bacheloropleiding sociale geografie en planologie, tevens aan de Universiteit Utrecht, heb ik mij vooral verdiept in de vakgebieden economische geografie en planologie. De combinatie tussen ruimte en bedrijven heeft mij hierbij het meeste gefascineerd. Vandaar de keuze om mij te specialiseren in de economische geografie. De economische verschillen tussen landen, regio's en steden, maar ook het vestigingsgedrag van bedrijven spreken me binnen dit vakgebied het meeste aan. Door een combinatie te maken van deze twee ben ik uiteindelijk gekomen tot het onderwerp van dit onderzoek.

Graag wil ik mijn begeleider de heer Dr. Ton van Rietbergen hartelijk danken voor het leerzame proces en de prettige samenwerking. Daarnaast wil ik mijn dank uitspreken voor de bedrijven en specialisten die bereid waren mee te werken aan dit onderzoek. Tot slot gaat mijn dank uit naar vrienden en familie voor de verkregen steun en reflectie.

## • Samenvatting

De concurrentie tussen landen en regio's neemt steeds verder toe als het gaat om het binnenhalen van buitenlandse investeringen. Dit komt door de toenemende internationalisering. Hierdoor worden gebieden steeds vaker internationaal met elkaar vergeleken, zowel door bedrijven als door bestuurders. Dit onderzoek gaat in op de concurrentiekracht van de Noordvleugel Randstad. Dit vanwege de sterke positie die de regio binnen Nederland inneemt. De meeste buitenlandse investeringen strijken neer in de Noordvleugel Randstad. Dit komt met name door de aantrekkingskracht van de stad Amsterdam. Daarbij wordt door overheden op verschillende schaalniveaus in Nederland veel geld uitgetrokken om de concurrentiepositie te handhaven en te versterken. Dit terwijl er binnen alle overheidslagen flink bezuinigd moet worden op veel kostenposten en niet duidelijk is hoe effectief dit beleid is.

De probleemstelling luidt daarom als volgt:

***In hoeverre hebben overheden invloed op de regionale concurrentiepositie van de Noordvleugel Randstad en het aantrekken van Amerikaanse bedrijven?***

Wat de concurrentiepositie van een land of regio precies inhoudt is niet zomaar uiteengezet. Deze concurrentie gaat op een heel andere manier in zijn werk dan de concurrentie tussen bedrijven. Toch is er wel degelijk sprake van een vorm van concurrentie. Verschillende factoren en condities bepalen binnen dit proces de prestatie van bedrijven en daarmee het competitieve voordeel van een land. Deze factoren worden door verschillende onderzoeksbureaus omgezet in een concurrentiescore per land, regio of stad. Dit gebeurt met een veelvoud aan factoren en subfactoren, omgerekend via uiteenlopende en moeilijk te doorgronden methoden.

De hype rond het begrip concurrentiekracht wordt ook doorgetrokken naar regio's en steden. Zo ook naar de Noordvleugel Randstad. Op dit schaalniveau zijn er echter onvoldoende gegevens beschikbaar. Daarbij wordt de afbakening van de Noordvleugel voortdurend veranderd. De vraag is daarom of de Noordvleugel Randstad onderdeel uitmaakt van een bestuurlijk spel rondom het begrip concurrentiekracht of dat het daadwerkelijk een ruimtelijk-economische betekenis heeft. De Noordvleugel Randstad is wel het schaalniveau dat het beste uit verschillende concurrentiekrachtanalyses naar voren lijkt te komen. Er zijn echter te weinig gegevens bekend op dit schaalniveau om dit daadwerkelijk hard te kunnen maken. Het schaalniveau van het grootstedelijk gebied van Amsterdam is daarom interessanter. Dit schaalniveau behaalt een betere score als de concurrentiekracht internationaal wordt vergeleken dan de schaalniveaus van de Randstad en Nederland. Daar komt bij dat de regio Randstad minder goed scoort dan Nederland als geheel. Uit deze analyses blijkt daarmee dat vooral de schaalniveaus van het grootstedelijk gebied van Amsterdam en Nederland interessant zijn om economisch- en promotiebeleid weer te geven. De energie die de afgelopen jaren gestoken is in de concepten de Randstad en de Noordvleugel Randstad is hiermee grotendeels verspilde moeite geweest vanuit een ruimtelijk-economisch perspectief.

Het begrip concurrentiekracht hangt nauw samen met het internationale vestigingskeuzeprocess van bedrijven en de factoren die hierop van invloed zijn. Deze factoren spelen immers mee bij het opstellen van concurrentiekrachtlijsten. Bij de meeste van deze vestigingsbeslissingen gaat het om een getrapte keuze, waarbij achtereenvolgens gekozen wordt voor het werelddeel, het land, de regio en de stad. Verschillende locatiefactoren zijn van invloed op deze vestigingskeuze, zoals belastingklimaat, infrastructuur, arbeidsmarkt, etc. Naast deze factoren zijn ook persoonlijke en zakelijke relaties van invloed op de vestigingskeuze. Vooral het contact met klanten en andere bedrijven is hierbij belangrijk, evenals een professionele analyse van een adviesbureau. Met name als het gaat om grote investeringen worden dergelijke bureaus ingeschakeld om een goed onderbouwde keuze te maken.

Op basis van een kwalitatief onderzoek onder vier bedrijven en acht specialisten is verder gezocht naar een antwoord op de probleemstelling. Uit de analyse is gebleken dat er aan de concurrentiekrachtlijsten veel haken en ogen zitten. Er wordt een veelvoud aan factoren gebruikt die door economische onderzoeksbureaus worden omgezet in een concurrentiescore per land, regio of stad. Door al deze factoren zijn de lijsten te algemeen om er daadwerkelijk de goede gegevens uit te kunnen halen. Amerikaanse bedrijven en specialisten onderkennen dit probleem en de meesten geven dan ook aan dat de lijsten niet belangrijk gevonden worden. Toch blijkt dat zowel Amerikaanse bedrijven als bestuurders en andere specialisten wel degelijk naar deze lijsten kijken. Al geeft de plaats die een gebied inneemt op een concurrentiekrachtlijst zelden tot nooit de doorslag bij de vestigingskeuze van Amerikaanse bedrijven. Pas wanneer een land of regio op alle of veel concurrentiekrachtlijsten zakt gaan de alarmbellen rinkelen, zowel bij bestuurders als bij Amerikaanse bedrijven. Het is daarom niet verstandig veel moeite te doen om te stijgen van de zesde naar de vierde plek. Het verschil tussen deze plekken heeft namelijk weinig betekenis voor Amerikaanse bedrijven en is daarmee een verspilling van publiek geld.

Ook bestuurlijke concepten als de Randstad en de Noordvleugel Randstad hebben geen invloed op de komst van Amerikaanse bedrijven. De beide termen zijn niet bekend op het moment dat Amerikaanse bedrijven naar Nederland toe komen en worden daarom door bestuurders onterecht ingezet om de concurrentiekracht van het gebied te versterken. Daarbij is er ook geen gevoel van eenheid binnen de Noordvleugel Randstad waar te nemen. Er is vooral samenhang op het schaalniveau van de grootstedelijke regio rond Amsterdam. Het bestaansrecht van de Noordvleugel Randstad is daarmee, in termen van concurrentiekracht, erg minimaal. Inmiddels is de regio dan ook terecht, in versmalde vorm, omgedoopt tot de Metropoolregio Amsterdam. Wellicht dat aan de voortdurend veranderende ruimtelijke afbakening hiermee eindelijk een einde komt. De naam is namelijk belangrijker dan de grenzen van de regio. In plaats van constante reorganisatie van overheidslagen moet er daarom juist een flexibel overheidsapparaat worden ontwikkeld. Deze moet in staat zijn in te springen op de actualiteit van een vraagstuk, omdat deze vraagstukken zich niet houden aan bestaande grenzen. Toch blijft de versmalde vorm van regionale samenwerking op het niveau van de Metropoolregio Amsterdam noodzakelijk. Zo krijgen Amerikaanse bedrijven met zo min mogelijk overheidslagen te maken. Dit voorkomt verwarring en afschrikking.

Wel werd duidelijk dat adviesbureaus een grote rol spelen in het vestigingskeuzeproses. Dit gaat echter niet zo ver dat een regio een competitief voordeel behaalt door de aanwezigheid van een groot adviesbureau. Wel is het zo dat deze bureaus graag dicht bij de klanten gevestigd zijn, zo ontstaat een zelfversterkend proces van bedrijfsconcentratie en clustervorming. Het zou daarom goed zijn om als gebied zoveel mogelijk in de relevante netwerken te zitten, die bij het versterken van de clustervorming belangrijk zijn. Zo kunnen Amerikaanse bedrijven in contact worden gebracht met de juiste regionale actoren. Overheden kunnen hierbij een faciliterende rol spelen. Ook moet de Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) meer gebruikt worden door regio's om contact te leggen met Amerikaanse bedrijven. Toch blijft een eigen regionaal acquisitiebeleid onvermijdelijk, ondanks dat dit soms voor verwarring zorgt in het buitenland. Regionale en zelfs lokale belangen zullen voor lokale bestuurders altijd de prioriteit krijgen. Op het moment dat een bedrijf voor Nederland gekozen heeft is het iedere regio en iedere stad voor zich. Als het gaat om regionale acquisitie gericht op een specifieke sector dan kan het zelfs succesvol zijn. Een regio of stad heeft dan al bekendheid onder bedrijven in een specifieke sector en kan hiervan gebruik maken door bedrijven direct te benaderen.

Het bovenstaande leidt tot de volgende aanbevelingen:

- Werk toe naar een flexibele overheidsstructuur, waarbinnen snel geschakeld kan worden naar het juiste schaalniveau.
- Neem concurrentiekrachtlijsten niet te serieus. Door de ingewikkelde methoden erkennen steeds meer specialisten dat de lijsten met een korreltje zout genomen

moeten worden. Pas als een gebied op alle lijsten zakt is er reden voor paniek. Het is wel belangrijk om constant te scoren en in de top-10 te staan.

- Er is meer onderzoek nodig naar de rol van adviesbureaus in het proces van de locatiekeuze van Amerikaanse bedrijven. In dit onderzoek is duidelijk geworden dat er een grote rol is weggelegd voor deze bureaus. Er is echter nog niet duidelijk hoe groot de impact van deze bureaus daadwerkelijk is op het economische succes van een regio.
- Regionale acquisitie is niet te voorkomen, omdat eigen belangen voor blijven gaan. Daarbij lijkt de aanpak van Amsterdam InBusiness te werken bij Amerikaanse bedrijven. Toch moet getracht worden om internationale acquisitie zoveel mogelijk nationaal te organiseren via het NFIA.
- Regionale acquisitie kan een aanvulling zijn op nationale acquisitie, mits deze zich richt op regiospecifieke excellerende sectoren.
- **Alle ballen op Amsterdam!** Zet bij branding in op het merk Amsterdam voor het aantrekken van Amerikaanse bedrijven. Wanneer de bedrijven Nederland beter kennen naarmate ze hier langer gevestigd zijn kijken zij meer rond. Zo blijkt in veel gevallen dat andere regio's, zoals Noord-Brabant, interessanter zijn voor het bedrijf. Andere regio's profiteren daarom vanzelf van de komst van buitenlandse bedrijven naar de regio rond Amsterdam. Dit is echter wel afhankelijk van de sector en de activiteit.

## • Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Samenvatting	4
Inleiding	9
Probleemduiding	9
Doelstellingen	9
Probleemstelling	10
Opbouw onderzoek	10
1. Concurrentie tussen landen	11
1.1 Discussie binnen de economische geografie	11
1.2 Concurrentiekracht van Nederland	16
1.3 Conclusie	20
2. De Noordvleugel Randstad	21
2.1 Concurrentie tussen regio's	21
2.2 De Noordvleugel Randstad	22
2.2.1 Bestuurlijke verankering van de Randstad	22
2.2.2 Concurrentiekracht van de Randstad	28
2.2.3 Bestuurlijke verankering van de Noordvleugel Randstad	31
2.2.4 Economisch profiel van de Noordvleugel Randstad	32
2.2.5 Concurrentiepositie van de Noordvleugel Randstad	33
2.3 Concurrentiekracht van Amsterdam	34
2.4 Conclusie	36
3. Vestigingsgedrag van multinationals	38
3.1 De waarde van buitenlandse bedrijven voor de vestigingsregio	38
3.2 Buitenlandse bedrijven in Nederland en de Noordvleugel	39
3.3 De theorie achter de locatiekeuze van multinationals	41
3.4 Nederlands beleid gericht op buitenlandse investeringen	42
3.5 Conclusie	44
4. Methodologie	45
4.1 Het onderzoek conceptueel weergegeven	45
4.2 Het onderzoek	47
4.2.1 Keuze voor een kwalitatief onderzoek	47
4.2.2 Selectie van de ondervraagden	48
4.2.3 Representativiteit van de resultaten	49
4.3 Conclusie	49
5. Data analyse	51
5.1 Bedrijfskenmerken	51
5.2 Noordvleugel Randstad	53
5.2.1 Oorsprong van de Noordvleugel Randstad	53
5.2.2 Bestaansrecht van de Noordvleugel Randstad	53
5.3 Amerikaanse bedrijven	54
5.3.1 Trends	54
5.3.2 De vestigingskeuze van Amerikaanse bedrijven	55
5.3.3 Proces na de vestigingskeuze	57
5.4 Relaties	57
5.4.1 Relaties bij de vestigingskeuze	57
5.4.2 Relaties na de vestigingskeuze	58
5.5 Concurrentiekracht	58
5.5.1 Concurrentiekracht ranglijst	58
5.5.2 Waarde van concurrentiekracht ranglijsten	59
5.5.3 Regionale en lokale acquisitie	60
5.6 Conclusie	61
6. Conclusies en aanbevelingen	62
6.1 De probleemstelling beantwoord	62
6.2 Aanbevelingen	63

Literatuur	65
Bijlage 1	71
Bijlage 2	72
Bijlage 3	73
Bijlage 4	74
Bijlage 5	81
Bijlage 6	85
Bijlage 7	87
Bijlage 8	89
Bijlage 9	91
Bijlage 10	93
Bijlage 11	95
Bijlage 12	97
Bijlage 13	98
Bijlage 14	100
Bijlage 15	103
Bijlage 16	106
Bijlage 17	109



- **Inleiding**

- **Probleemduiding**

Door de toenemende internationalisering van economische activiteiten neemt de concurrentie tussen regio's steeds verder toe als het gaat om het binnenhalen en vasthouden van buitenlandse investeringen. Een buitenlandse investering kan een overname zijn van een lokaal bedrijf door een buitenlands bedrijf, maar ook een nieuwe vestiging van een buitenlands bedrijf, of het kan gaan om de uitbreiding van een reeds gevestigd buitenlands bedrijf. Landen, regio's en steden voeren steeds meer een actief acquisitiebeleid om multinationale ondernemingen (MNO's) aan te trekken. Buitenlandse investeringen kunnen namelijk zorgen voor economische groei, brengen directe en indirecte werkgelegenheid met zich mee, genereren innovaties, houden lokale bedrijven alert door de toegenomen concurrentie en zorgen voor de aansluiting op internationale netwerken (Ministerie van Economische Zaken, 2006, p. 6). Deze positieve kanten van directe buitenlandse investeringen (DBI) worden vaak gebruikt als input van economisch beleid. Ook wordt de term concurrentiekracht veelal gebruikt als rechtvaardiging van dit beleid.

Wat nu de concurrentiepositie en de concurrentiekracht van een regio inhoudt, is echter niet eenvoudig te bepalen (PRES, 2009a). Overheden worstelen daarom veelal met de vraag wat een regio nou echt speciaal maakt en hoe zij presteren ten opzichte van andere regio's. In dit onderzoek zal de analyse plaatsvinden op het schaalniveau van een regio, omdat de concurrentie steeds minder gebeurt op gebied van kosten en steeds meer op gebied van kennis, creativiteit, arbeidspotentieel en connectiviteit. Multinationale ondernemingen en de daarbij betrokken kenniswerkers vergelijken steeds vaker regio's met elkaar dan steden. Op het schaalniveau van een regio wordt gekeken of er voldoende kwantiteit, diversiteit en interactie bestaat (PRES, 2009a).

In dit onderzoek wordt nader gekeken naar de concurrentiekracht van de Noordvleugel Randstad als metropoolregio. Dit omdat deze regio internationaal gezien de meeste uitstraling (vooral door de internationale aantrekkingskracht van Amsterdam) en potentie lijkt te hebben van alle regio's in Nederland. Zo is het grootste deel van de buitenlandse bedrijven in dit gebied gevestigd en worden er de meeste banen gecreëerd (Stec Groep, 2005a). Het onderzoek zal zich verder concentreren op de Amerikaanse bedrijven in deze regio, omdat dit het land is met het grootste aandeel in de buitenlandse investeringen in Nederland (IBM, 2010a, p. 5-6.).

Door overheden op verschillende schaalniveaus in Nederland wordt veel geld uitgetrokken om de concurrentiepositie te handhaven en te versterken. Dit terwijl er binnen alle overheidslagen flink bezuinigd moet worden op veel kostenposten (De Volkskrant, 2010). Hierbij is niet goed duidelijk wat de precieze kosten en opbrengsten zijn. Ook is niet goed duidelijk in hoeverre overheden invloed kunnen uitoefenen op de concurrentiepositie van regio's. In het verlengde hiervan is weinig bekend in hoeverre overheden invloed uit kunnen oefenen op de locatiekeuze van MNO's.

- **Doelstellingen**

Dit onderzoek heeft verschillende doelen. Het eerste doel is een wetenschappelijke. Er wordt in dit onderzoek nagegaan wat concurrentiekracht als begrip inhoudt voor gebieden en of deze concurrentiekracht wel bestaat. Hier is al veel over bekend in de huidige literatuur. Dit onderzoek maakt echter ook de koppeling met beleid en de mogelijkheden die het begrip concurrentiekracht biedt voor economische beleidsbepalers. Hier komt meteen een maatschappelijk belang aan het licht. Momenteel wordt veel geld uitgetrokken voor beleid gericht op het buitenlandse bedrijven en op het bereiken van een zo hoog mogelijke concurrentiekracht. Het is daarmee zinvol om het nut van dergelijk beleid te achterhalen, zodat overheidsgelden zo efficiënt mogelijk kunnen worden ingezet.

## • Probleemstelling

De probleemstelling luidt daarom als volgt:

***In hoeverre hebben overheden invloed op de regionale concurrentiepositie van de Noordvleugel Randstad en het aantrekken van Amerikaanse bedrijven?***

Om te komen tot een antwoord op deze vraag zullen eerst de volgende deelvragen beantwoord worden:

- Hoe kan de concurrentiepositie van gebieden worden weergegeven?
- Wat zijn de redenen van Amerikaanse multinationals om naar de Noordvleugel Randstad te komen?
- Hoe kunnen overheden de concurrentiepositie van de Noordvleugel Randstad beïnvloeden?

## • Opbouw onderzoek

Voor het beantwoorden van deze vragen zal er eerst in de literatuur worden gekeken wat er al bekend is. Het beeld wat hieruit ontstaat, zal aangevuld worden met een empirisch onderzoek. Er zijn vier Amerikaanse bedrijven ondervraagd evenals acht specialisten, allen met veel expertise op het gebied van Amerikaanse investeringen in de Noordvleugel Randstad.

In het eerste hoofdstuk wordt op basis van literatuur worden gekeken naar het bestaan van concurrentie tussen landen. Vervolgens wordt in het tweede hoofdstuk, wederom voornamelijk op basis van bestaande literatuur, de concurrentie tussen regio's behandeld. Hierna wordt in hetzelfde hoofdstuk worden ingegaan op de Noordvleugel Randstad, wat deze inhoudt en hoe de regio concurreert. Het derde hoofdstuk is het laatste hoofdstuk, waarin voornamelijk naar bestaande literatuur wordt gekeken. Dit hoofdstuk geeft een beeld van het vestigingsgedrag van multinationals en de rol van overheden hierbij. In het vierde hoofdstuk wordt een werkwijze uiteengezet voor het verzamelen van gegevens en geeft daarmee een opmaat naar het vijfde hoofdstuk. Dit hoofdstuk bevat een analyse van de verzamelde gegevens bij vier Amerikaanse bedrijven en acht specialisten. Het onderzoek wordt afgesloten in hoofdstuk 6 waar de algemene conclusies zijn terug te vinden evenals de aanbevelingen.

## 1. • Concurrentie tussen landen

In dit eerste hoofdstuk wordt uiteengezet wat het begrip concurrentiekracht betekent voor gebieden. Om buitenlandse investeringen te kunnen verwelkomen moet een gebied iets hebben wat deze bedrijven aantrekt. Dit wordt vaak weergegeven in termen als de concurrentiekracht of de concurrentiepositie van een land. Er is echter vaak onduidelijk wat concurrentiekracht van landen nu daadwerkelijk is en of deze überhaupt wel bestaat. Dit hoofdstuk zal hierin duidelijkheid scheppen. Hierdoor kan aan het einde van dit hoofdstuk in worden gegaan op de concurrentiekracht van Nederland.

### 1.1 • Discussie binnen de economische geografie

Veelal wordt het begrip concurrentiekracht aangedragen om economische groei te kunnen verklaren, beschrijft Phelps (2009). Het verbeteren van de concurrentiekracht van bijvoorbeeld landen of industriële agglomeraties wordt door overheden vaak aangedragen om buitenlandse investeringen aan te trekken. Deze buitenlandse investeringen zijn in de loop der jaren minder gebonden geworden aan de vestigingsplaats. Ook voor binnenlandse bedrijven geldt dat deze steeds mobieler worden. Hierdoor is beleid gericht op regionale economische ontwikkeling moeilijk te onderbouwen en is het niet meer dan hopen op een goede afloop. Er moet daarom duidelijk uiteengezet worden wat de geografische ondergrond is van economische groei om goed beleid te kunnen voeren. Anders hebben concepten als, de lerende regio, de kenniseconomie en clusters geen beleidsmatige grondslag.

De term concurrentiekracht is gaan leven aan het einde van de jaren zeventig onder vooraanstaande personen uit het bedrijfsleven, de politiek en de wetenschappelijke wereld. Concurrentiekracht werd gebruikt om het economische succes van een land of regio te kunnen begrijpen. Als de jaren negentig aanbreeken is de term dusdanig ingebed dat hij niet meer ter discussie staat. Dit blijkt ook uit de jaarlijkse onderzoeken naar de concurrentiekracht van landen. Een voorbeeld is het IMD (2009) dat al sinds 1989 het World Competitiveness Yearbook uitgeeft.

Als gevolg van globalisering worden landen in toenemende mate met elkaar vergeleken. Krugman (1996) laat zien dat landen elkaar al jaren gek maken met het begrip concurrentiekracht. Ondanks dat niet bekend was wat die concurrentiekracht nu precies inhield bij landen. Er werd zonder er bij na te denken van uitgegaan dat landen op eenzelfde manier met elkaar concurreren voor een marktaandeel als bedrijven dat doen. Landen die er niet in slagen te concurreren op gebied van productiviteit of technologie zullen het economisch moeilijk krijgen. Landen kunnen echter niet op dezelfde manier met elkaar concurreren als bedrijven dat doen. Als het marktaandeel van Pepsi Cola groter wordt dan wordt als vanzelfsprekend het aandeel van Coca Cola kleiner, wat zal betekenen dat Coca Cola minder goede resultaten zal boeken (Krugman, 1994, 28-30). Als de economie in Duitsland beter draait wil dit echter niet zeggen dat de economie in Nederland minder goed gaat draaien, vaak blijkt zelfs het tegendeel. Dit geeft wel aan dat landen zeker niet op de zelfde manier concurreren als bedrijven.

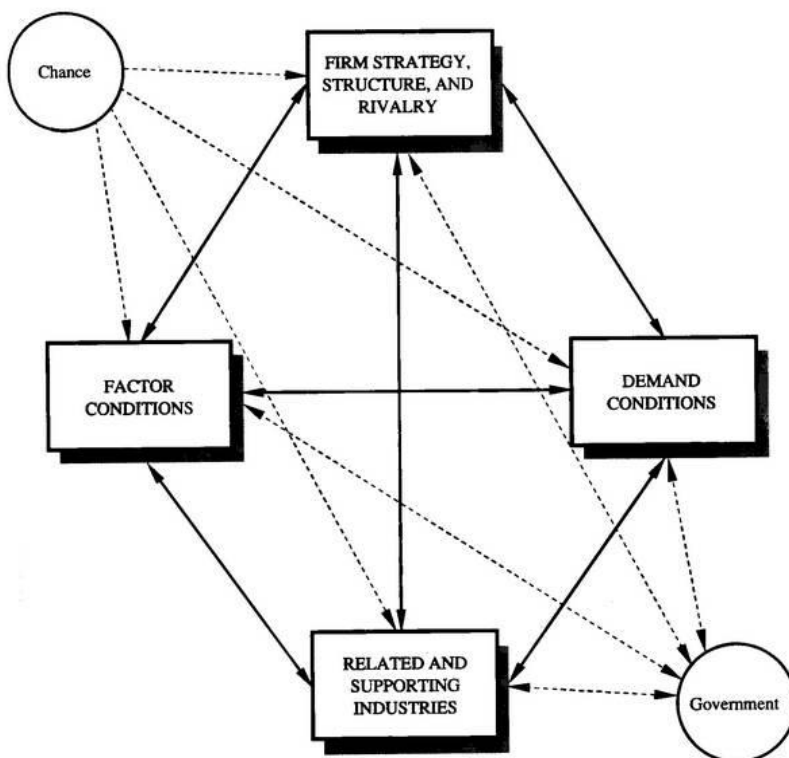
De concurrentie tussen bedrijven wordt geacht te zorgen voor economische vooruitgang. Soms gaat economische vooruitgang zover dat een nieuwe techniek of product de oude compleet vervangt. Schumpeter (1944) gaf deze ontwikkeling de naam *creative destruction*. Hierbij kan het gebeuren dat een hele bedrijfstak zijn concurrentiekracht verliest en ten onder gaat. Een minder drastische vernieuwing van de economie gebeurt enerzijds door het mechanisme van selectie, alleen bedrijven met betere producten en/of productiemethoden overleven de concurrentiestrijd. Daarnaast zorgt concurrentie voor de motivatie om de producten en/of productiemethoden te verbeteren. Deze twee eigenschappen van concurrentie vergroten de productiviteit in een land en zorgen daarmee voor economische groei. De concurrentie tussen landen gebeurt op een heel andere wijze. Het mechanisme van selectie in de concurrentie tussen landen is bijvoorbeeld een lastig punt (Turok, 2004).

Het is namelijk niet altijd zo dat er in een land een economische crisis ontstaat wanneer de productiviteit daalt of achterblijft op andere landen. Krugman (1991)

beschrijft de concurrentie niet bestaat tussen landen, maar vooral uit de samenstelling van goederen en diensten die in een land worden geproduceerd. Het competitieve voordeel van een land kan overal vandaan komen. Echter op het moment dat een land zich ergens in onderscheidt, dan wordt een land aantrekkelijk voor bedrijven om zich er te vestigen. Allereerst kunnen er technologische voordelen ontstaan, waarbij er sprake is van kennisuitwisseling tussen bedrijven. Hierdoor wordt de totale kennis op een bepaald gebied in een land versterkt. Daarnaast kunnen er monetaire voordelen ontstaan, waarbij de grootte van de markt erg belangrijk is. Het gaat vooral om de prestaties, uitgedrukt in concurrentiekracht, van de bedrijven die in een land zijn gevestigd. Door de bedrijven zelf wordt de economie in het betreffende land sterker. Door middel van uiteenlopende voordelen kan er internationale specialisatie ontstaan door een zelfversterkend effect van clusterende bedrijven onderling. Dit resulteert in een totaalbeeld van een land, door velen omschreven als de concurrentiepositie. Hoge productiviteit en export in een land kunnen zowel effect als oorzaak zijn van de internationale concurrentiekracht van een land. Het is voor overheden echter zeer lastig hoe moet worden omgaan met het handhaven en het creëren van zulke competitieve voordelen (Krugman, 1991).

Ondanks het feit dat er veel onbegrip is rond de term concurrentiekracht is het in veel landen het belangrijkste onderdeel van economisch beleid (hoofdstuk 1). Ook wordt concurrentiekracht vaak gebruikt om handel en export te kunnen verklaren. Door het toegenomen belang van kennis wordt het begrip echter extra lastig, omdat dienstverlening moeilijker is uit te drukken in handel dan het uitvoeren van goederen en grondstoffen. De vraag wat de concurrentiekracht van een land is kan dan ook beter vervangen worden door andere vragen, volgens Porter (1998, p 1, 13). Bijvoorbeeld: waarom huisvest een bepaald land veel internationaal succesvolle bedrijven in een specifieke sector? Of: waarom zijn de bedrijven in een bepaald land in staat een competitief voordeel op te bouwen ten opzichte van andere bedrijven wereldwijd in dezelfde sector? Er zijn een aantal condities en factoren die de prestatie van bedrijven en daarmee het competitieve voordeel van een land beïnvloeden. Porter (1998, p. 72, 127) heeft een model vormgegeven waarmee het mogelijk is een analyse te maken van de concurrentiepositie van een gebied, de diamant van Porter genaamd (figuur 1.1).

Figuur 1.1 | De determinanten van nationale voordelen.



Bron | Porter, 1998, p. 127.

Er zijn vier hoofdelementen die de diamant van Porter (1998, p. 127) vormen. Allereerst zijn er de *factor conditions* (productiefactoren) van een land die nodig zijn om te concurreren in een bepaalde sector. Hierbij valt te denken aan infrastructuur en de samenstelling en opleiding van de arbeidsmarkt. Ten tweede zijn er *demand conditions* (vraagfactoren). Dit is de aard van de thuismarkt van een land, de vraag naar producten of diensten in een bepaalde sector. Ten derde zijn er *related en supporting industries* (netwerken binnen en tussen sectoren). Hierbij gaat het om de aanwezigheid van toeleveranciers, maar ook van bedrijven in de zelfde sector die internationaal gezien concurrerend zijn. Ten vierde is er de *firm strategy, structure en rivalry* (bedrijfscultuur, economische structuur en concurrentie). De bedrijfscultuur, de structuur van de economie en de binnenlandse concurrentie zijn bepalend voor het goed functioneren van bedrijven. Op deze vier determinanten die de diamant vormen zijn twee factoren van invloed. Deze twee factoren zijn daarmee indirect van invloed op het concurrerend vermogen van bedrijven in een land. Allereerst is er toeval. Soms kan er een concurrerend voordeel ontstaan wat min of meer uit het niets komt. Dit toeval kan bijvoorbeeld voortkomen uit een uitvinding, een technologische doorbraak, een economische crisis, een veranderde vraag, politieke beslissingen in het buitenland, of zelfs oorlog. Al deze zaken en meer kunnen bijdragen aan het toevallig ontstaan van een competitief voordeel in een land. Een andere factor die van invloed is op het model is de rol van de overheid. De overheid kan iedere determinant zowel positief als negatief beïnvloeden. Dit kan door het geven van subsidies, het stimuleren van onderwijs (productiefactoren). Ook valt te denken aan richtlijnen voor productie, of het afnemen van producten, creëren van vraag. Het is echter de vraag of deze overheidsingrepen bijdragen aan een internationaal competitief klimaat of dit juist tegenwerken. Hierover wordt wereldwijd nogal verschillend gedacht, maar daarover later meer (Porter, 1998, p. 71, 124-128).

Jacobs haakt in op de benadering van Porter en zegt het volgende over concurrentiekracht (Jacobs, 2009, p. 25):

*"De concurrentiekracht van ondernemingen, regio's of landen omvat twee grote elementen. Enerzijds moet men presteren op een niveau dat vergelijkbaar is met dat van anderen – dat wil zeggen niet te duur zijn en leren van best practices elders – en anderzijds moet men ergens bijzonder goed in zijn en daarbij zijn eigen pad volgen. Naast convergentie is er dus altijd ook divergentie en specialisatie."*

Bij deze benadering is het erg van belang om te kijken naar het meso-niveau. De ontwikkeling van sectoren en clusters zijn hierbij erg belangrijk in de analyse van de concurrentiekracht van landen (Jacobs, 2009, p. 25).

Er zijn twee redenen waarom de concurrentie tussen landen is toegenomen in de loop der jaren, volgens Turok (2004). Allereerst is er sprake van een toegenomen mobiliteit van kapitaal en is de economie in veel landen meer open geworden voor buitenlandse bedrijven. Deze twee redenen worden vaak samengevat onder de noemer globalisatie. Door de toegenomen import en export de afname van handelsbarrières en afnemende transportkosten zijn landen meer en meer met elkaar verbonden. Hierdoor worden buitenlandse investeringen steeds belangrijker voor de economische ontwikkeling van landen.

Dat landen tot op zekere hoogte met elkaar concurreren wordt ook door Garelli (2008) beschreven. Bij deze concurrentie wordt de dienstensector steeds belangrijker in de hedendaagse economie. Liefst 77 procent van het BBP in de Verenigde Staten wordt bijvoorbeeld gegenereerd door bedrijven in de dienstensector. In deze sector is het erg lastig om een weergave te maken van de productiviteit. Concurrentiekracht is daarom meer dan productiviteit. Bovendien concurreren landen wel degelijk met elkaar als het gaat om de politieke en zakelijke structuur, maar ook omgevingsfactoren van een land. Hierbij valt te denken aan wetgeving en infrastructuur. Er moet immers op een manier te verklaren zijn hoe het kan dat een bedrijf met gelijke producten, technologieën en

processen het op de ene plek beter doet dan op de andere. Concurrentiekracht is een middel voor landen om op de korte termijn economische vooruitgang te realiseren. Op de lange termijn gaat het om het bereiken van welvaart. Deze welvaart kan beschreven worden als economische vooruitgang en extra zaken als levensstandaard, het verbeteren van omgevingsfactoren, veiligheid en ga zo maar door. Wat als welvaart beschouwd wordt verschilt sterk tussen landen en culturen. Voor bedrijven betekent welvaart het in leven houden van het bedrijf op de lange termijn. Concurrentiekracht kan daarom volgens Garelli (2008, p. 32) als volgt worden weergegeven:

*"Competitiveness is how a nation manages the totality of its resources and competencies to increase the prosperity of its people".*

Deze afbakening is echter erg kortzinnig. In de definitie van concurrentiekracht tussen landen moet ook plaats zijn voor de relatieve concurrentiepositie gevestigde bedrijven in externe markten innemen. Ook moet gedacht worden aan de productiviteit van lokale hulpbronnen en het gebruik ervan (Turok, 2004). Een completere definitie wordt gegeven door de Ierse National Competitiveness Council (NCC, 2004, p. 2):

*"The ability to achieve success in international markets leading to better standards of living for all. National competitiveness stems from a number of factors, notably firm level strategies and a business environment that supports innovation and investment, which combined lead to strong productivity growth, real income gains and sustainable development."*

Ook deze definitie gaat uit van het bereiken van een hogere levensstandaard. Er is echter ook aandacht voor een aantal factoren, dat een duurzame economische ontwikkeling moet veroorzaken waaruit deze hogere levensstandaard zal voortkomen. Hierbij zijn investeringen van buitenlandse bedrijven erg van belang om de concurrentiekracht te kunnen bepalen bij een analyse.

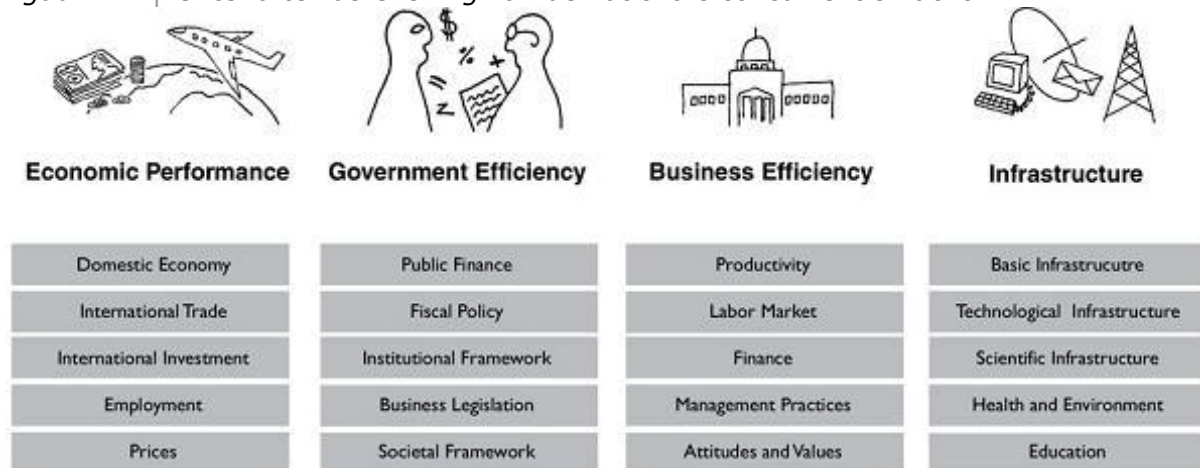
Maskell en Malmberg (1999) beschrijven dat het in een concurrentiekrachtanalyse belangrijk is naar verschillende kostenverschillen te kijken. Wat betreft productiekosten zijn er twee soorten te onderscheiden als wordt teruggegaan naar de meer traditionele locatietheorie. Enerzijds zijn er productiefactoren, als grondstof en arbeid, die in prijs verschillen tussen plaatsen. Anderzijds zijn er factoren die vrijwel overal beschikbaar zijn en ook vrijwel tegen dezelfde prijs, de zogenaamde ubiquiteiten. Onder invloed van een internationaliserende wereldeconomie en door het universeel worden van voormalige tacit knowledge (kennis die moeilijk overdraagbaar is), zijn steeds meer factoren ubiquiteiten geworden. De ontwikkeling van kennis is echter vooral afhankelijk van de samenwerking met zowel leveranciers, als klanten en ook concurrenten. Ook wordt deze ontwikkeling beïnvloed door lokale hulpbronnen, instituties en sociale en culturele eigenschappen. Deze ontwikkeling zorgt ervoor dat bedrijven in landen met relatief hoge kosten, bijvoorbeeld voor arbeid, aan concurrentiekracht moeten inleveren. Dit heeft weer gevolgen voor de concurrentiekracht van een land als geheel (Maskell en Malmberg, 1999).

Eerder werd al aangegeven dat bedrijven en landen op andere wijze met elkaar concurreren. Toch is er wel degelijk sprake van concurrentie. De determinanten die worden aangedragen door Porter (1998) kunnen hierbij worden verdeeld in twee groepen. Allereerst zijn er economische determinanten, waarbij het gaat om factoren als productie, infrastructuur, locatie, economische structuur en gezonde steden. Daarnaast zijn er strategische determinanten. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om de effectiviteit van de overheid, publiek-private samenwerking en institutionele flexibiliteit. In een aantal onderzoeken wordt ook terecht gedacht aan het opleidingsniveau van de beroepsbevolking. Dergelijke eigenschappen ontstaan niet vanzelf, maar zijn de indirecte uitkomst van aanwezige onderwijsinstellingen als universiteiten (Kresl en Singh, 1999). Wanneer dergelijke eigenschappen aanwezig zijn kan er een klimaat ontstaan dat aantrekkelijk is voor hoger opgeleiden. Zo kan een zelfversterkende situatie ontstaan, waardoor succesvolle locaties ook succesvol blijven. Hierbij gaat het zowel om het

aantrekken van buitenlandse bedrijven, als ook kenniswerkers, internationaal toerisme en lokaal ondernemerschap (Malecki, 2004).

Het meten of cijfermatig weergegeven van de concurrentiekracht is echter een lastig punt. Vaak wordt gebruik gemaakt van een multicriteria analyse om te komen tot een score op het gebied van concurrentiekracht. In het World Competitiveness Report van het IMD (2009) wordt concurrentiekracht gemeten op basis van vier hoofdindicatoren: *economic performance*, *government efficiency*, *business efficiency* en *infrastructure*. Deze hoofdindicatoren zijn elk weer onderverdeeld in vijf subindicatoren (figuur 1.2). Deze subindicatoren tellen alle twintig voor 5 procent mee. Om te komen tot deze subindicatoren wordt gebruik gemaakt van meer dan 300 criteria.

Figuur 1.2 | Criteria ter berekening van de nationale concurrentiekracht.



Bron | IMD, 2009, p. 471.

Al deze criteria vinden hun grondslag in wetenschappelijke literatuur, of komen voort uit de langdurige ervaring van onderzoek doen, nationale en regionale bronnen en feedback van bedrijven, overheden en wetenschappers. De criteria worden dan ook regelmatig aangepast als er sprake is van nieuwe theorievorming of data. Sommige van de verzamelde gegevens zijn objectief te achterhalen in harde data, bijvoorbeeld het bruto binnenlands product. Andere gegevens zijn echter zachte data en worden verzameld door middel van een opinie onderzoek onder directeuren van bedrijven. Hierbij gaat het om een beeld van de gevoelsmatige concurrentiekracht. In dit onderzoek worden daarmee moeilijk meetbare criteria, zoals arbeidsrelaties, corruptie of de levensstandaard, gekwantificeerd (IMD, 2009, p. 471).

Een ander voorbeeld is de methode van het WEF (2009). Het onderzoek over 2009-2010 had een respons van 13.000 hoge managers in 133 landen. De resultaten worden weergegeven in drie onderwerpen onderverdeeld in 12 pijlers. Het eerste onderwerp omvat de basisbenodigdheden: instituties, infrastructuur, macro-economische stabiliteit en gezondheid en basisonderwijs. Het tweede onderwerp betreft efficiëntie: hoger onderwijs en opleiding, goederen markt efficiëntie, arbeidsmarkt efficiëntie, financiële markt ontwikkeling, technologische ontwikkeling en markt grootte. Het laatste onderwerp is innovatie en ontwikkelingsfactoren: bedrijfsontwikkeling en innovatie.

Multicriteria analyses als de hierboven omschreven methode krijgen veel kritiek. Zo worden niet alle landen ter wereld opgenomen in de benchmark van dergelijke rapporten. Ook de data analyse kan nooit een optimale vergelijking opleveren, omdat dezelfde vragen in verschillende talen (en culturen) worden gesteld. Zo kan het voorkomen dat vragen in verschillende landen op verschillende manieren worden geïnterpreteerd. Bij de perceptie van zachte factoren treden dezelfde problemen op. De perceptie is nogal afhankelijk van individuele kenmerken en waarden (Gemeente Groningen, 2004; Greek Products Trade, 2010). Door de onduidelijke rekenmethoden en het vergelijken van appels met peren, moet er kritisch worden omgegaan met de uitkomsten. Het voorgaande relateert daarmee de geschetste objectiviteit van multicriteria analyses. De

uitkomsten zijn bruikbaar, maar niet heilig (Hulsebosch, 2011; Zuidema, 2010; Van der Meer, 2010; Visser, 2010).

In analyses van de concurrentiekracht van landen is te weinig aandacht voor de rol van buitenlandse bedrijven, zoals in de definitie van de NCC (2004) duidelijk werd. Als nader wordt gekeken naar de investeringen van buitenlandse bedrijven kan er veel meer duidelijk worden over het begrip concurrentiekracht. Het zijn namelijk de buitenlandse bedrijven die bij een investering een keuze moeten maken voor een vestigingsplaats. Zij bepalen of een plaats voor hen geschikt is om van daaruit te kunnen concurreren met andere bedrijven. Bij het weergeven van de concurrentiekracht van Nederland en van de Noordvleugel zal daarom veel aandacht zijn voor buitenlandse bedrijven. Ook de genoemde creative destruction van Schumpeter (1944) is van invloed op het begrip concurrentiekracht. Plaatsen kunnen sterk afhankelijk zijn van een bedrijfstak die door een dergelijke ontwikkeling kan wegvallen. Het is daarom noodzakelijk voor gebieden om alert te zijn op economische ontwikkelingen om de creative destruction te kunnen ontwijken en daarmee concurrerend te blijven.

Door een economisch zwaar klimaat is de afgelopen jaren investeren bedrijven minder in het buitenland. Hierdoor wordt de positie van landen waar veel moederbedrijven van multinationals zitten verstevigd. Hierbij gaat het om landen als de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Frankrijk en ook Nederland. Ook de landen waar kostenvoordelen te behalen zijn, bijvoorbeeld wat betreft arbeidskosten, versterken hun positie. Hierbij gaat het om landen in Noord-Afrika, Turkije, Roemenië, Maleisië, de Filippijnen en Vietnam (IBM, 2009a; Randstad Regiovisier, 2009).

## 1.2 • Concurrentiekracht van Nederland

In de verschillende ranglijsten die er door de jaren heen zijn opgesteld van de internationale concurrentiekracht is Nederland over het algemeen in de top tien terug te vinden. Begin jaren negentig zijn met behulp van de diamant van Porter een aantal positieve en negatieve punten van de concurrentiekracht van Nederland opgesteld door Jacobs et al. (1990). Wat betreft de productiefactoren komt vooral de goede infrastructuur naar voren. Als bedreiging wordt daarbij de fileproblematiek opgemerkt. De arbeidsmarkt is over het algemeen kwalitatief goed. Onderwijs, wetenschap en technologie moeten echter in de gaten worden gehouden. Op gebied van hightech scoort Nederland niet hoog. Ook de samenwerking van bedrijven met hun leveranciers en het uitbesteden van activiteiten is relatief weinig aan de orde. Er is van oudsher echter wel een cultuur van handel, innovatie en een internationale blik. Ook is er sprake van een relatief soepele kartelwetgeving als deze wordt vergeleken met andere Europese landen (Jacobs et al., 1990).

De belangrijkste sectoren die destijds aan het licht kwamen zijn nog altijd actueel, volgens Jacobs (2009). Dit komt omdat het over het algemeen erg lang duurt, wil er grote veranderingen optreden in de economische structuur van een land. De belangrijkste clusters voor de concurrentiepositie van Nederland zijn de volgende (Jacobs, 2009, p. 23):

- Landbouw en voeding.
- Aardolie en chemie.
- Metalen en materialen en vooral de verwerking daarvan.
- Transport en distributie.

Jacobs et al. (1990) constateerden dat de overheid in Nederland een vrij prominente rol inneemt. Het is positief dat infrastructuur, onderwijs, wetenschap en technologie hoog op de agenda staan bij de Nederlandse overheid. Ook stimuleert de overheid het bedrijfsleven en daarmee de kennisontwikkeling door het verstrekken van subsidies. Soms wordt echter ook het verkeerde signaal afgegeven, bijvoorbeeld als het gaat om kartels en milieuwetgeving. Hier tegenover staat een ander belangrijk positief punt, namelijk het gunstige belastingtarief voor bedrijven. Tot slot moet bij de genoemde internationale oriëntatie nog wel worden opgemerkt dat deze ook een bedreiging kan



vormen. Nederlandse multinationals zijn door deze oriëntatie geneigd veel in het buitenland actief te zijn en dragen daarom minder bij dan gedacht aan de economische ontwikkeling in Nederland. Daarom zal er meer aandacht moeten komen voor de kleinere bedrijven die veelal in een leerproces zitten waarbij geen hulp nodig is van de overheid (Jacobs et al., 1990). Hierbij erkent Jacobs (2009) zelf dat er aan de gebruikte methode van Porter ook haken en ogen zitten. De clusters zijn vrij gemakkelijk op te sporen op basis van statistieken. Er wordt dan echter nog niet duidelijk of er ook daadwerkelijk een zelfversterkend proces bestaat binnen de beschreven clusters.

Het is daarom zinvol om te kijken naar een veelvoud aan onderzoeken, waar een analyse gemaakt wordt van de concurrentiepositie van Nederland (tabel 1.1).

*Tabel 1.1 | De concurrentiepositie van Nederland*

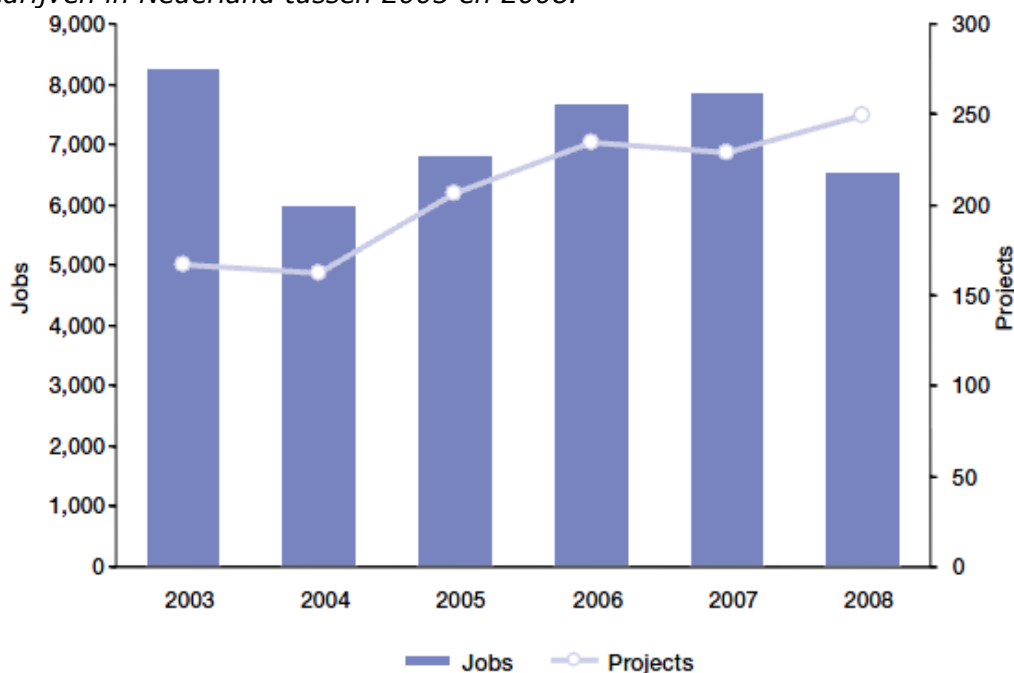
Onderwerp	Bron	Schaalniveau (aantal landen)	Notering
Algemene concurrentiekracht	The Global Competitiveness Report 2010-2011 (WEF, 2010)	Wereldwijd (139)	8
Algemene concurrentiekracht	World Competitiveness Yearbook 2010 (IMD, 2010)	Wereldwijd (58)	12
Concurrentiekracht innovatie	Innovation index (Economist Intelligence Unit Limited, 2009)	Wereldwijd (82)	8
Concurrentiekracht Innovatie	European Innovation Index 2009 (Pro Inno Europe, 2009)	Europa (33)	12
Globalisatie van de economie	KOF Index of Globalisation (Dreher et al., 2008)	Wereldwijd (208)	3
Vrijheid economie	Index of Economic Freedom 2010 (Miller en Holmes, 2009)	Wereldwijd (183)	15
Gemak van zaken doen	Doing Business 2010 (The World Bank, 2009)	Wereldwijd (183)	30
Fortune 500 bedrijven	Global 500 countries (CNN, 2010a)	Wereldwijd (37)	8
Concurrentiekracht productie	Global Manufacturing Competitiveness Index 2010 (Allen et al., 2010)	Wereldwijd (26)	16
Concurrentiekracht hoofdkantoren	Headquarter Ranking (Storm et al., 2010)	Europa (15)	3
Concurrentiekracht logistiek	Logistics Performance Index (The World Bank, 2010)	Wereldwijd (155)	4
Concurrentiekracht R&D (op basis van belasting)	Review of Global R&D Tax Incentives (Mazars, 2010)	Wereldwijd (20)	7
Levenskwaliteit	Quality of Life Index 2010 (International Living, 2010)	Wereldwijd (194)	11
Gelukigste inwoners	The World's Happiest Countries (Forbes, 2010)	Wereldwijd (155)	4
Milieu	Environmental Performance Index 2010 (Yale, 2010)	Wereldwijd (163)	47
Landen als merk	Nation Brands Index (GfK Roper, 2009)	Wereldwijd (50)	12
Voortbrengen van talent	Talent Index 2007-2012 (Heidrick & Struggle International, 2010)	Wereldwijd (30)	4
Digitale concurrentiekracht	Digital Economy Rankings 2010 (IBM, 2010b)	Wereldwijd (70)	5

Als de concurrentiepositie van Nederland wordt vergeleken met die van andere landen blijkt dat Nederland in 2010 over het algemeen goed scoort. In de tabel 1.1 wordt een breed scala aan onderzoeken weergegeven. De eerste twee onderzoeken laten meteen

zien dat een andere methode meteen een andere uitkomst oplevert. In *The Global Competitiveness Report 2010-2011* eindigt Nederland op een achtste plek vergeleken met 139 landen wereldwijd (WEF, 2010). In het *World Competitiveness Yearbook 2010* haalt Nederland een twaalfde plek vergeleken met maar 58 landen wereldwijd (IMD, 2010). Het is vreemd dat Nederland een lagere notering laat zien, terwijl er een vergelijking wordt gemaakt met minder landen. Het verschil in score is moeilijk te achterhalen. Wel is duidelijk dat er verschillende hoofdvariabelen worden gebruikt. Er wordt door allebei echter niet weergegeven hoe de subindicatoren precies zijn opgebouwd, om maar te zwijgen over de weging van alle sub- en hoofdindicatoren. De enige te achterhalen reden achter de verschillende score, is daarmee dat er een verschillende methode wordt gebruikt. Het is daarom ook interessant te kijken naar de score van Nederland op specifieke onderwerpen. Nederland scoort bijvoorbeeld erg goed als het gaat om de globalisatie van de economie, derde van 208 landen wereldwijd. Wat betreft het gemak van zakendoen scoort Nederland slecht met een dertigste plaats van 183 landen wereldwijd. Als gekeken wordt naar de sectoren scoort Nederland goed op logistiek (vierde van 155 landen wereldwijd). Als vervolgens wordt gekeken naar de activiteit van bedrijven scoort Nederland goed wat betreft hoofdkantoren (derde van 15 Europese landen) en slecht op gebied van productie (zestiende van de 26 landen wereldwijd) en R&D (zevende van 20 landen wereldwijd). Wat betreft meer algemene kenmerken scoort Nederland goed op gebied van levenskwaliteit (elfde van de 194 landen wereldwijd) en geluk (vierde van 155 landen wereldwijd). Er wordt echter matig gescoord als het gaat om het uitdragen van het land als merk (twaalfde van 50 landen wereldwijd) en slecht als het gaat om milieu (plaats 47 van 163 landen wereldwijd) (IMD, 2010).

Door de economisch moeilijke tijden is het aantal buitenlandse investeringen in Nederland teruggelopen. In 2008 werden 25 procent minder banen gecreëerd wereldwijd dan het jaar ervoor. Met dit in het achterhoofd valt de situatie in Nederland mee (Randstad Regiovisier, 2009). Er werden in 2008 6.500 banen gecreëerd wat 20 procent minder is dan een jaar eerder. Als alleen naar het absolute aantal banen wordt gekeken neemt Nederland plaats 27 in wereldwijd. Binnen Europa eindigt Nederland op plaats 17 in 2008. Daar staat tegenover dat wat betreft het aantal projecten het hoogste aantal in de laatste zes jaar is gemeten (figuur 1.3).

Figuur 1.3 | De ontwikkeling in de creatie van banen en projecten van buitenlandse bedrijven in Nederland tussen 2003 en 2008.



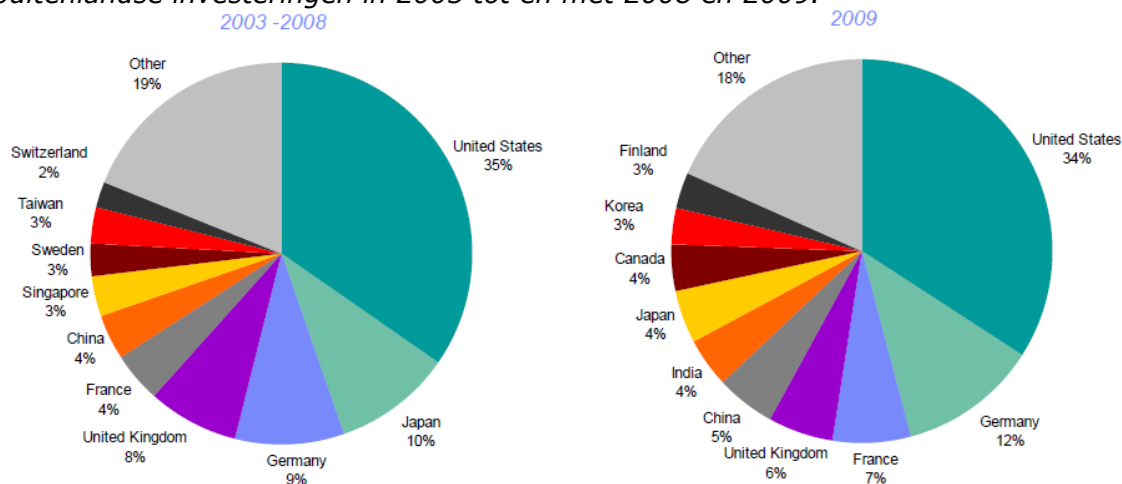
Bron | IBM, 2009b, p. 9.

Als nader wordt gekeken naar de sectoren uit het onderzoek van IBM (2009b), blijkt dat Nederland vooral afhankelijk is van de diensten sector als het gaat om het creëren van banen door buitenlandse investeringen. De productiesector wordt juist steeds minder van belang. Ook blijft het aantrekken van research & development projecten lastig. Vooral dit laatste kan op de lange termijn een bedreiging vormen voor de economische ontwikkeling van Nederland. Ook het grote belang van de diensten sector kan een gevaar vormen, omdat bij steeds meer landen komen waar veel diensten goedkoper kunnen worden geproduceerd. De afname in de creatie van het aantal banen is in veel sectoren terug te vinden, maar vooral in de chemische sector en de transport sector. Er waren echter ook sectoren waar een groei in het aantal banen is waargenomen. Zo liet de zakelijke dienstverlening in 2008 een stijging van 32 procent zien in vergelijking met 2007. Deze ontwikkeling komt vooral voort uit drie relatief grote contact en shared services centra. Deze ontwikkeling is zeer positief, omdat veel andere landen de grootste moeite hebben deze centra aan te trekken. De voedingssector liet zelfs in dat zelfde jaar een stijging van 69 procent zien. Deze investeringen komen vooral uit de landen in opkomst, zoals Maleisië. Als naar activiteiten wordt gekeken valt op dat Nederland een sterke positie in Europa en wereldwijd inneemt als het gaat om het aantrekken van hoofdvestigingen. Nederland moet opkomende sectoren meer zien aan te trekken en de sectoren waarin kosten een rol spelen wat meer los laten. Het is daarvoor wel nodig om goede economische resultaten te blijven behalen als land. Ook moeten hulpbronnen, infrastructuur, technologie en personen worden samengebracht om aantrekkelijk te worden en blijven voor bedrijven (IBM, 2009b).

Uit een onderzoek van het IBR (2009) onder 7.200 managers van bedrijven wereldwijd blijkt het in Nederland voornamelijk te ontbreken aan de aanwezigheid van goed opgeleide werknemers. Daarnaast ligt de toegankelijkheid tot financieel kapitaal lager in Nederland dan het wereldwijde gemiddelde. Een klein lichtpuntje is dat bedrijven in Nederland gemiddeld milieuvriendelijker zijn dan het wereldwijde gemiddelde.

Als wordt gekeken naar het land van herkomst van de buitenlandse investeringen vallen een aantal zaken op (figuur 1.4).

*Figuur 1.4 | Aandeel per land in het gecreëerde aantal banen in Nederland door buitenlandse investeringen in 2003 tot en met 2008 en 2009.*



Bron | IBM, 2010a, p. 5-6.

Allereerst is duidelijk zichtbaar dat bedrijven uit de Verenigde Staten veruit de meeste banen creëren in Nederland. Wel is deze dominante positie iets aan het terugzakken als 2009 wordt vergeleken met de periode 2003 tot en met 2008. Verder valt op dat Japanse bedrijven in 2009 een grote terugval laten zien in het creëren van banen. Het aandeel van Duitsland is juist toegenomen, waardoor het na de Verenigde Staten het

belangrijkste land van herkomst is. Verder is er een opkomst waar te nemen van opkomende economieën als China, India en Korea (IBM, 2010a, p. 5-6).

### **1.3 • Conclusie**

In het voorgaande hoofdstuk bleek dat het niet eenvoudig is weer te geven wat de concurrentiekracht van landen en regio's precies inhoudt. Er werd duidelijk dat een definitie niet zomaar is over te nemen van de concurrentie tussen bedrijven. Toch bleek dat ook landen, regio's en steden wel degelijk met elkaar concurreren. Hierdoor kan het begrip concurrentiekracht worden toegepast op Nederland. In paragraaf 1.2 is de concurrentiepositie van Nederland uitgewerkt aan de hand van verschillende onderzoeken.

## 2. • De Noordvleugel Randstad

De hype rond het begrip concurrentiekracht wordt ook doorgetrokken naar regio's en steden. Zo ook binnen de Noordvleugel Randstad. Op dit schaalniveau ontbreekt het echter aan veel gegevens. Daarbij wordt het schaalniveau van de Noordvleugel voortdurend veranderd. De vraag is echter of de Noordvleugel Randstad onderdeel uitmaakt van een bestuurlijk spel rondom het begrip concurrentiekracht of dat het daadwerkelijk een ruimtelijk-economische betekenis heeft. In dit hoofdstuk zal daarom eerst worden gekeken wat de Noordvleugel en de Randstad precies zijn en hoe deze bestuurlijk zijn verankerd. Hierbij wordt ook ingegaan op de relatie tussen de Noordvleugel en de stad Amsterdam. Tot slot wordt gekeken wat de regio betekent voor de Nederlandse economie en wat voor buitenlandse bedrijven zich in de regio gevestigd hebben.

### 2.1 • Concurrentie tussen regio's

Concurrentie tussen regio's kan op twee manieren gevoerd worden. Enerzijds door schaalvoordelen en diversiteit die behaald kunnen worden in stedelijke agglomeraties. Anderzijds door de kwaliteit van netwerken en interacties tussen bedrijven, organisaties en overheden (Budd en Hirmis, 2004).

Binnen de globaliserende wereld is de concurrentie tussen gebieden steeds meer een autonoom proces. Hierdoor komen steden en stedelijke regio's steeds meer op de voorgrond. Het beleid, nationaal en regionaal, is er daarom steeds vaker op gericht om stedelijke agglomeraties te promoten om de wereldwijde concurrentie aan te kunnen. De focus wordt daarmee gericht op globalisering binnen een lokale context. Hierbij is het belangrijk dat het schaalniveau van verschillende overheden wordt aangepast aan het schaalniveau waarop problemen zich afspelen (Brenner, 1998).

Regionale economische ontwikkeling kan niet los van de dynamiek van wereldwijde productienetwerken gezien worden volgens Yeung (2009) en zoals al eerder werd beschreven. De rol van de overheid en de eigenschappen van een land kunnen namelijk nooit op zich de verschillen tussen regio's in economische ontwikkeling verklaren. Veel belangrijker zijn de strategische relaties van de aanwezige economische actoren. Hierbij zijn vooral de grote internationale bedrijven met een wereldwijd netwerk belangrijk. Het is hierbij echter de vraag hoe het kan dat bepaalde regio's wel aangesloten zijn op internationale productie netwerken en anderen niet. Hieruit blijkt wederom dat de concurrentiekracht van gebieden sterk afhangt van de bedrijven die er gevestigd zijn. Beleid zou zich er dan op moeten richten om te zorgen dat de bestaande bedrijven in een regio aangesloten raken op deze internationale productie netwerken, waarbinnen kennisoverdracht plaatsvindt (Yeung, 2009). Vooral omdat de concurrentiekracht van stedelijke regio's voor een groot deel afhankelijk is van de combinatie tussen sterk ontwikkelde lokale kennis en de mate van connectiviteit met soortgelijke regio's. Hierbij vormen de multinationale ondernemingen de link tussen lokaal en globaal door het onderhouden van internationale netwerken (Lambregts, 2008).

Concurrerende regio's worden niet alleen aantrekkelijk door de bedrijven die er gevestigd zijn, maar ook zoals eerder aangegeven vanwege de aanwezigheid van regionale samenwerking. Deze zachte netwerken, zowel binnen als tussen bedrijven, zorgen ervoor dat er een situatie van leren door te delen ontstaat. Er zijn echter ook harde netwerken van belang. Ondanks dat een hard netwerk als internet een ubiquiteit lijkt geworden, is er nog altijd een groot verschil in bijvoorbeeld de bandbreedte van een net. Deze bandbreedte is erg van belang als het gaat om de overdracht van data. De concurrentie tussen gebieden is daarmee steeds meer afhankelijk van de verbondenheid met verschillende netwerken (Malecki, 2002).

Ook vanuit de EU komt het besef dat de concurrentie tussen gebieden zich steeds vaker op het schaalniveau van regio's afspeelt (Lambregts et al., 2008). Het beleid van de EU is er daarom op gericht om bijvoorbeeld via het structuurfonds regionale capaciteiten te bevorderen. Dit alles om de concurrentiekracht van de totale EU te versterken. Concurrentiekracht komt voor een deel voort uit de economische prestatie

van een gebied. Het is echter goed mogelijk dat deze economische prestatie is toe te schrijven aan de organisatie en de aantrekkingskracht van de Metropoolregio Amsterdam.

## **2.2 • De Noordvleugel Randstad**

Om een goed beeld te kunnen schetsen van de concurrentiekracht van de Noordvleugel Randstad zal er eerst een beeld worden geschetst van de bestuurlijke verankering van de Randstad en de Noordvleugel Randstad. Ook zal het economisch profiel van de Noordvleugel Randstad kort uiteengezet worden.

### **2.2.1 • Bestuurlijke verankering van de Randstad**

Bij het uiteenzetten van de bestuurlijke verankering van de Randstad moet het volgende in het achterhoofd worden gehouden. Steden en regio's kennen een aantal verschillen. Het belangrijkste verschil naast de schaal, is het punt van de bestuurlijke organisatie. Deze is bij steden duidelijker verankerd. Belangrijker dan verschillen is de relatie tussen de twee. Een regio kan bestaan uit een stad en het omliggende gebied, maar kan ook uit verschillende steden en centra van verschillende omvang. Hierbij is er sprake van een netwerk van steden waarbij hiërarchie tussen de verschillende steden een grote rol kan spelen (Parr, 2008). In het geval van de Randstad gaat het om het tweede voorbeeld van een regio, een policentrische regio. Cowel (2010, p. 947) beschrijft een policentrische regio als volgt:

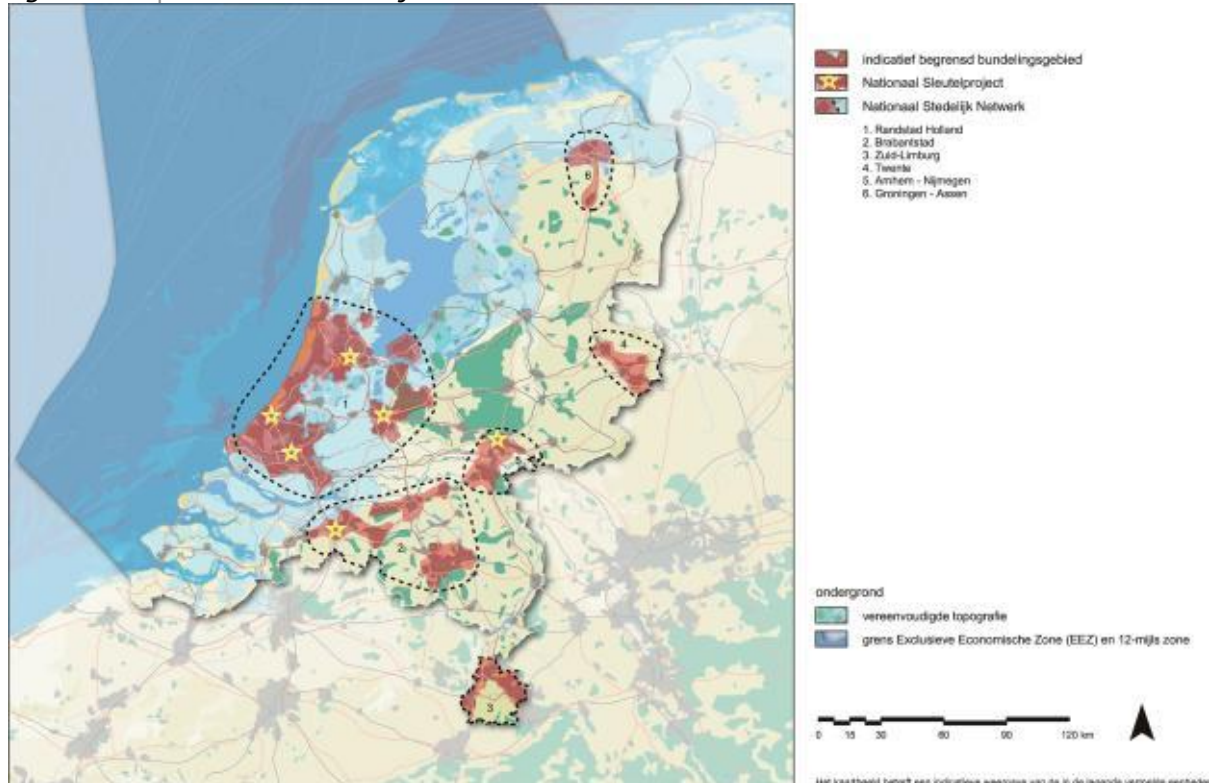
1. Ze bestaan uit een aantal historisch gescheiden steden die min of meer nabij elkaar zijn gelokaliseerd.
2. Er ontbreekt een dominerende stad wat betreft grootte, politiek, economie, cultuur en overige aspecten.
3. De steden binnen de regio zijn niet alleen ruimtelijk losse eenheden, maar hebben ook elk een eigen lokale bestuurlijke overheid.

Om in paragraaf 1.2 te kunnen komen tot de verankering van de Noordvleugel van de Randstad moet eerst worden ingegaan op de Randstad als geheel. Het ministerie van VROM (2010) beschrijft de Randstad als:

*'een netwerk van stedelijke agglomeraties - de Noord- en Zuidvleugel en de Utrechtse regio - met in het midden het Groene Hart. Dit gebied telt zeven miljoen inwoners. Het heeft Europa's grootste haven, het op vier na grootste vliegveld, belangrijke tuinbouwgebieden en unieke Hollandse landschappen.'*

De exacte begrenzing van het gebied ontbreekt echter. Wel wordt de Randstad (figuur 2.1) gezien als een gebied met een enorme economische potentie en als het belangrijkste stedelijke netwerk in Nederland. In de Nota Ruimte wordt het belang van het stimuleren van deze netwerken vastgelegd (*Ministeries van VROM et al., 2006*).

Figuur 2.1 | Nationale stedelijke netwerken in Nederland.

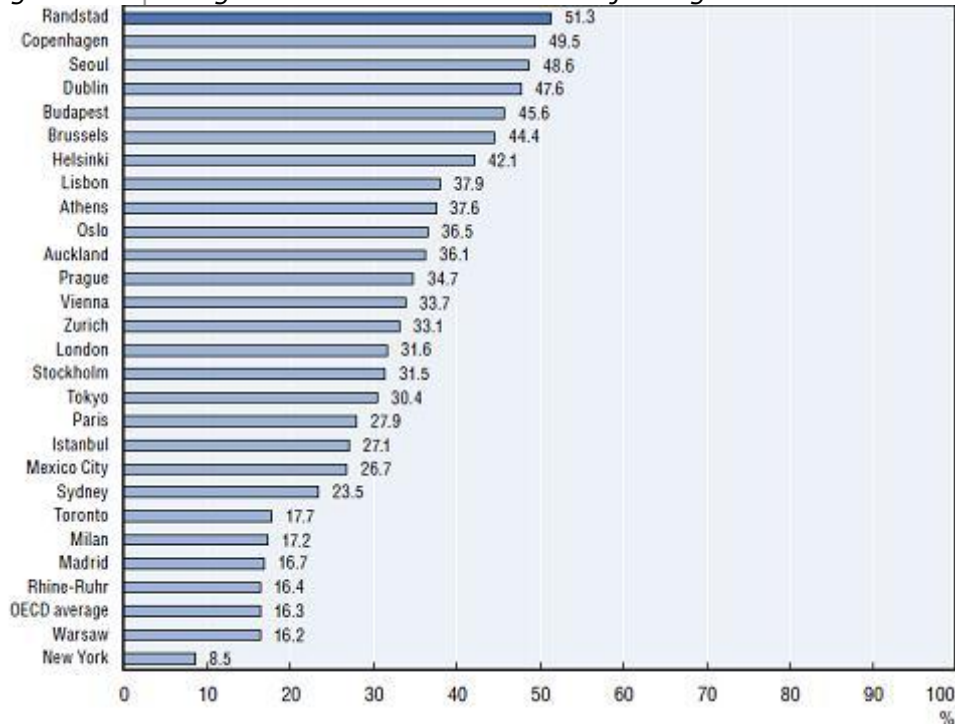


Bron | Ministeries van VROM et al., 2006, p. 68-69.

Berenschot (2008) beschrijft dat met een inwonertal van ruim 7 miljoen, bijna de helft van de totale bevolking in Nederland, behoort de Randstad tot een van de grootste stedelijke gebieden in Europa. Vaak hebben andere stedelijke gebieden een dominant centrum met groen aan de rand van de stad. De Randstad bestaat, zoals eerder werd aangegeven, uit verschillende centra en heeft in het midden juist meer groen met het Groene Hart. Het besturen van de Randstad wordt door polycentriciteit echter lastig. In totaal zijn vier provincies, vier regionale besturen, vier grote steden en 168 andere gemeenten betrokken bij het besturen van de Randstad. Hierbij wordt er ook nog vaak onderscheid gemaakt tussen de Noord- en de Zuidvleugel van de Randstad. Ruimtelijke vraagstukken, bijvoorbeeld mobiliteit en milieu houden zich niet aan grenzen. Hierdoor is het juiste bestuurlijke schaalniveau constant verschillend. De grote vraag daarbij is echter bij wie de verantwoordelijkheid ligt bij de beleidsvorming en uitvoering. Ook kan er concurrentie ontstaan tussen verschillende steden en gemeenten, dat maakt dat het besturen van de Randstad een lastige aangelegenheid is (Berenschot, 2008, p. 3-4).

Ook de OECD (2007) komt tot de conclusie dat er werk aan de winkel is in de Randstad. Ondanks een goede economische periode in de jaren 90, vallen de resultaten na het jaar 2000 tegen. Er ontbreken harde grenzen die de Randstad als geheel afbakenen. Ook is de interactie en bewegingsruimte van personen voornamelijk binnen de lokale stedelijke regio. Zoals eerder bleek heeft het gebied als geheel wel een enorme economische waarde voor Nederland. Dit blijkt onder anderen uit het aandeel van het Bruto Binnenlands Product (BBP). Er is wereldwijd geen stedelijke regio waar het aandeel in het nationaal BBP groter is dan dat van de Randstad (figuur 2.2).

Figuur 2.2 | Rangorde het aandeel van stedelijke regio's in de nationale economie.



Bron | OECD, 2007, p. 4.

Het gaat hier echter wel over een ruim afgebakende Randstad die bestaat uit de provincies Noord-Holland, Zuid-Holland, Utrecht en Flevoland. Naast het beter organiseren van het bestuur wordt verder nog aangedragen dat er meer aandacht moet komen voor het openbaar vervoer in de Randstad. Dit blijkt uit het feit dat de spoorcapaciteit in aantal reizigers juist een van de laagste is, als deze wordt vergeleken met andere stedelijke regio's in Europa (OECD, 2007, p. 6).

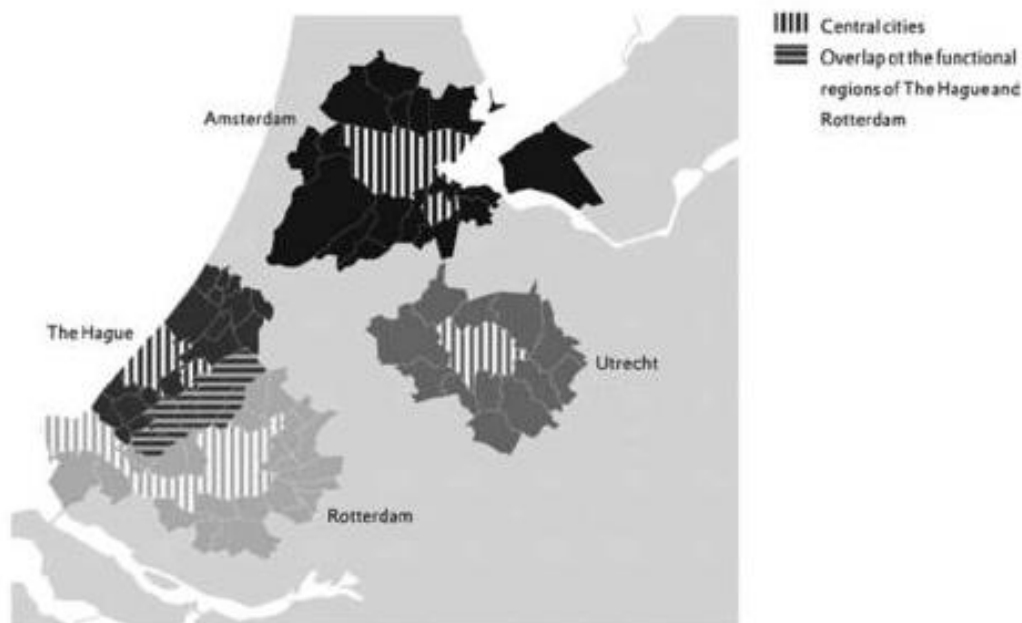
Door het ruimtelijk naar elkaar toegroeien van steden wordt het regionale schaalniveau steeds belangrijker. Deze regionale kijk op een stedelijk gebied als de Randstad overstijgt het lokale bestuurlijke schaalniveau en de ruimtelijke afbakening van de provincies. Ook het samenvoegen van gemeenten heeft niet kunnen leiden tot het oplossen van de problemen met de regionale bestuurlijke afstemming. Het belang van de gemeente staat logischerwijs voorop bij het uitzetten van het eigen beleid. Er kan wel veel over samenwerking worden gesproken, maar als het puntje bij het paaltje komt is het eigenbelang het grootst (Van de Kamp, 2011). Dit kan echter de regionale ontwikkeling in de weg staan. Binnen de Randstad zijn de grootste verschillen van mening waar te nemen tussen stad en rand. Grote steden binnen de Randstad hebben vaak een heel andere visie dan de gemeenten eromheen. In het geval van de Randstad is een bijkomstig probleem dat er sprake is van een policentrisch gebied waarin de grote steden min of meer gelijkwaardig zijn. Hierdoor is er geen sprake van hiërarchie binnen de Randstad. Het is dan lastig om vraagstukken die op het schaalniveau van de Randstad spelen adequaat op te lossen. Hierbij valt te denken aan ruimtelijke segregatie van huishoudens, vervoersstromen en internationale concurrentie. Ook de internationalisering van de economie is van invloed op regio's. Door het creëren van een metropool wordt de kwaliteit gegarandeerd om internationaal te kunnen concurreren. Metropoolvorming op het schaalniveau van de Randstad is echter zeer lastig, omdat dit vooral een aangelegenheid is voor steden op zich (De Vries en Evers, 2007).

Van Oort et al. (2010) geven een manier om de regionale integratie van de Randstad aan te geven met een analyse van de onderlinge relaties tussen bedrijven op verschillende locaties binnen de Randstad. De interactie tussen bedrijven, bestaande uit de uitwisseling van goederen, diensten, informatie en het onderhouden van contact, blijkt erg lokaal te zijn (figuur 2.3). De interactie tussen bedrijven is groter binnen stedelijke regio's rond de vier grote steden dan tussen deze regio's. Verder is de



interactie tussen de vier grote steden groter dan tussen de kleinere kernen. Het gebrek aan interactie op het schaalniveau van de Randstad geeft aan dat het gebied nog altijd niet functioneert als één regio. Hierdoor is het sterk de vraag of beleid op een hoger schaalniveau dan het daily urban system (dagelijkse bewegingsruimte van actoren), met andere woorden de monocentrische regio, zinvol is. Hierbij moet echter wel vermeld worden dat bij 50 procent van de relaties tussen bedrijven sprake is van relaties met bedrijven in (inter)nationale regio's buiten de Randstad. Als nader naar de relaties wordt gekeken valt verder op dat er in de Zuidvleugel van de Randstad een overlap is waar te nemen van de functionele stedelijke regio's van Rotterdam en Den Haag. In de Noordvleugel ontbreekt deze overlap, waardoor er nogmaals vraagtekens geplaatst kunnen worden bij het samenvoegen van de stedelijke regio's rond Amsterdam en Utrecht (Van Oort et al., 2010). Veel bestuurders denken hier anders over gezien het beleid gericht op samenhang binnen de Randstad.

Figuur 2.3 | Functionele regio's binnen de Randstad.



Bron | Van Oort et al., 2010, p. 726.

Een bijkomend probleem is dat er nog altijd sprake is van onderlinge concurrentie van steden in de Randstad. Het gebied wordt door bedrijven en personen niet als één gezien. Bedrijven vestigen zich in Amsterdam of Utrecht en niet in de Randstad, volgens Paul (2011), Rodenburg (2011) en Hulsebosch (2011). De economie in de Randstad is echter van grote invloed op het welvaartsniveau in Nederland. Het lijkt er daarom op dat internationaal gezien alleen de Randstad als geheel de concurrentie aan kan gaan met andere stedelijke gebieden. Met als doel in de top 5 van Europese stedelijke regio's te komen (Visser, 2010). Hiervoor moet een Randstadstrategie worden opgesteld met bijbehorende uitvoeringsagenda. Het behalen van deze score is geen doel op zich. Als de score wordt gehaald laat dit zien dat het economische beleid succesvol is geweest en dat de welvaart van Nederland omhoog is gegaan. Om dit te bereiken moet er iets gedaan worden aan de hierboven beschreven bestuurlijke wirwar. Hiervoor zou een Randstadbestuur in het leven geroepen moeten worden die het bestuur zal overnemen van de provincies en de regionale besturen. Deze omvorming van bestuur zal echter veel tijd in beslag nemen. Daarom is het ook noodzakelijk om een urgentieprogramma op te stellen (Commissie Versterking Randstad, 2007).

Waar het de Randstad verder aan ontbreekt is een gezamenlijk toekomstplan. In een dergelijk plan zou volgens de VROM-raad et al. (2008) plaats moeten zijn voor het metropolitane netwerk. Hierbij zijn drie lagen van belang: internationaal, bovenregionaal en regionaal. Een goed mobiliteitssysteem is dan erg belangrijk. Naast het netwerk is ook

de kwaliteit van de leef- en werkomgeving van belang. Er wordt verder aangestipt dat er een schaalvergroting moet plaatsvinden in het daily urban system, die zoals eerder aangegeven voornamelijk binnen de eigen stedelijke regio plaatsvindt. Het vergroten van het daily urban system levert een grotere economische en ruimtelijke samenhang tussen steden en de twee vleugels van de Randstad op (VROM-raad et al., 2008). Een bijkomend lastig aspect van toekomstvisies is de onzekerheid over de situatie op de lange termijn. Door het gebrek aan informatie en de wens om kansen zo hoog mogelijk te houden moet niet te veel worden vastgelegd in harde plannen of fysieke opgaven. Een visie over de Randstad zal daarom veel onzekerheden bevatten als er een verantwoord beleid wordt nagestreefd (RMNO, 2008).

De visie van de rijksoverheid is afgerond onder de noemer structuurvisie Randstad 2040 (Ministerie van VROM, 2007). In deze visie wordt een harde afbakening gemaakt van de Randstad (figuur 2.4). Als deze visie daadwerkelijk tot uitvoering komt moet de Randstad zich in de toekomst kunnen meten met andere stedelijke regio's in Europa. Ook wordt er rekening gehouden met klimaatveranderingen en duurzaamheid. Er wordt gesteld dat steden en stedelijke regio's steeds belangrijker worden door het afnemende belang van nationale grenzen en het toenemende belang van kennis om economische groei te bereiken.

Figuur 2.4 | Afbakening van de Randstad.



Bron | Ministerie van VROM, 2007, p. 58.

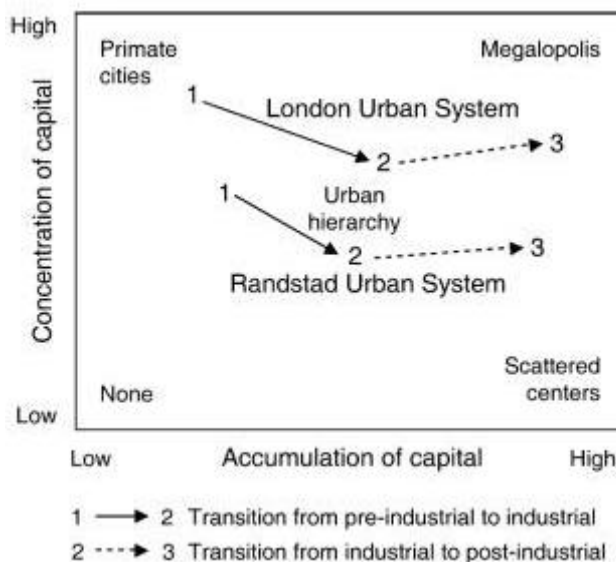
De vier pijlers waar de visie op stoelt zijn de volgende (Ministerie van VROM, 2007, p. 20):

- Leven in een veilige, klimaatbestendige en groenblauwe delta;
- Kwaliteit maken door een sterkere wisselwerking groen, blauw en rood;
- Wat internationaal sterk is, sterker maken;
- Krachtige, duurzame steden en regionale bereikbaarheid.

Deze mooie woorden worden bijgestaan door aandachtspunten als het versterken van de internationale aantrekkingskracht en de metropolitane mogelijkheden van de regio Amsterdam. Uiteraard moeten ook Schiphol en de Rotterdamse haven beter benut worden. Ook worden de specifieke positieve punten van Den Haag (als internationale stad van recht, vrede en veiligheid) en Utrecht (als nationale draaischijf en kennisstad) aangehaald. Naast deze kernpunten wordt ook nog een poging gewaagd om één Randstad te creëren onder de noemer: het verknopen van ruimte en mobiliteit. Het verknopen van het autosysteem en openbaar vervoer gaat hier gepaard met het verdichten van de stedelijke centra. Dit betekent het scheiden van lange- en korte afstandverkeer en de opkomst van meer hoogbouw (Ministerie van VROM, 2007). Echter ook hier wordt naast de term Randstad gesproken over stedelijke regio's en de noordelijke en zuidelijke Randstad. Een ander veelgehoord punt van kritiek is de vraag hoe bindend deze structuurvisie nu is. Vooral omdat het veelal gaat om hoofdlijnen en er weinig echt tastbaar wordt. Het is daarmee nog sterk de vraag wat een dergelijke visie gaat opleveren (Stoffelen, 2009).

Het probleem is dat veel zaken verspreid gelokaliseerd zijn in de Randstad in tegenstelling tot de stedelijke regio's rond Londen en Parijs. Amsterdam op zichzelf is te klein om uit te groeien tot een metropool op wereldschaal, vandaar de focus op een grotere regio. Daarom zou Amsterdam op den duur de concurrentie met steden als Londen en Parijs kunnen verliezen. Met als gevolg dat de bedrijvigheid zal afnemen. Het is daarom zinvol om naar een hoger schaalniveau te kijken. Ondanks de wijze waarop de steden in de Randstad elkaar kunnen aanvullen is het lastiger voor een policentrische regio om uit te groeien tot een metropool dan voor een monocentrische regio (Kloosterman en Lambregts, 2007; figuur 2.5). Het blijkt dus dat de Randstad als schaalniveau ook lastig kan concurreren met stedelijke regio's als Londen en Parijs. De focus moet daarom liggen op de groep die daar onder zit, met steden als Frankfurt (Visser, 2010).

*Figuur 2.5 | De ontwikkeling van de stedelijke systemen van Londen en de Randstad tussen 1500 en 2005.*



*Bron | Kloosterman en Lambregts, 2007, p. 58.*

Zo blijkt het lastig om de bestuurlijke verankering van de Randstad weer te geven. Dit is vooral lastig omdat het afgebakende gebied van de Randstad niet valt binnen één van de bestuurlijke niveaus in Nederland. Een eenduidig beleid en een eenduidige visie zijn moeilijk te bereiken door de vele betrokken partijen (het rijk, provincies en gemeenten). Om te zorgen dat regionale en lokale belangen de economische

ontwikkeling van de Randstad niet in de weg staan houdt de rijksoverheid voorlopig de regie in handen.

### 2.2.2 • Concurrentiekracht van de Randstad

Als de concurrentiepositie van de Randstad wordt bekeken in de vorm van scores valt het een en ander op (tabel 2.1).

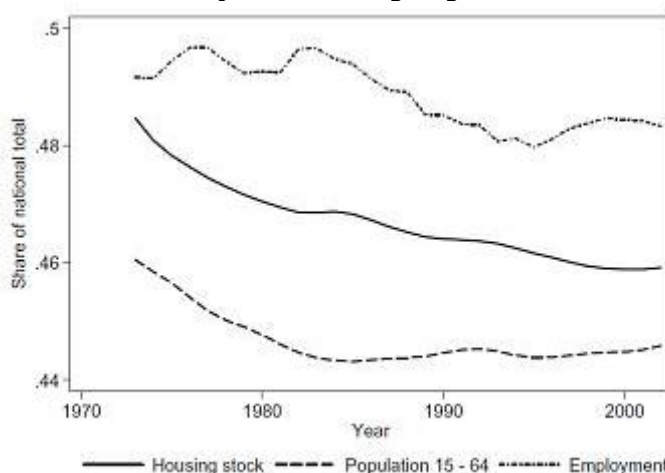
Tabel 2.1 | Concurrentiepositie van de Randstad

Onderwerp	Bron	Schaalniveau (regio's)	Notering
Technologische concurrentiekracht	Technological Competitiveness Index (Eichler et al., 2008)	Europa (10)	7
Concurrentiekracht kennis	Knowledge Competitiveness Index 2008 (Huggins et al., 2008)	Wereld (145)	19
Bruto Regionaal Product per hoofd v/d bevolking in gestandaardiseerde koopkracht	Ranking of OECD metro-regions by income (OECD, 2006)	Wereldwijd (78)	42
Bruto Regionaal Product per hoofd v/d bevolking in gestandaardiseerde koopkracht	Bruto Regionaal Product per capita (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	11
Groei Bruto Regionaal Product	Groei 1995-2006 (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	10
Bevolkingsaantal	Ranking of metro-regions by population size (OECD, 2006)	Wereldwijd (78)	13
Arbeidsproductiviteit	Productivity differentials across OECD metro-regions 2002 (OECD, 2006)	Wereldwijd (78)	45
Arbeidsproductiviteit	Niveau Arbeidsproductiviteit 2006	Europa (20)	8
Arbeidsparticipatie	Bruto Participatie (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	4
Werkloosheid	Werkloosheid 2006 (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	17
Opleiding	Percentage van de bevolking van 15 jaar en ouder met tertiair onderwijs 2004 (OECD, 2006)	Wereldwijd (56)	34
Bijdrage aan de landelijke economie	Ranking of metropolitan regions by contribution to their national economies (OECD, 2007)	Wereldwijd (28)	1
Patenten	Aantal patentaanvragen per miljoen werkzame personen (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	12
Wetenschappelijke publicaties	Publications 2000-2006 per 1000 employees (Eichler et al., 2008)	Europa (10)	3
Bereikbaarheid weg	Rangorde Europese steden bereikbaarheid (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	4
Bereikbaarheid spoor	Rangorde Europese steden bereikbaarheid (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	6

Allereerst laat de Randstad minder goede noteringen zien dan Nederland in paragraaf 1.2. Over het algemeen wordt slechts een gemiddelde score neergezet. Waar de Randstad het beste uit bus komt is de positie van de Randstad binnen Nederland. Deze wordt duidelijk gemaakt in de analyse van regionale concurrentiekrachtlijsten. Van de geanalyseerde 28 regio's wereldwijd heeft de Randstad het grootste aandeel in de nationale economie. Ook wat betreft arbeidsparticipatie scoort de Randstad vergeleken met 20 andere stedelijke regio's in Europa goed met een vierde plaats. Zeker als wordt meegewogen dat het erg lastig is om op te boksen tegen bijvoorbeeld Londen en Parijs (Visser, 2010). De Randstad doet het verder goed wat betreft werkloosheid met een zeventiende plaats van de 20 Europese regio's (een lage notering betekent lage werkloosheid). Ook op gebied van bereikbaarheid over de weg doet de Randstad het goed met een vierde plaats ten opzichte van in totaal 20 Europese regio's. Wat betreft de concurrentiekracht op gebied van kennis is verder een redelijke notering met een negentiende plaats van 145 regio's wereldwijd neergezet. Naast een aantal gemiddelde noteringen scoort de Randstad op sommige punten ook slecht. Zo is het Bruto Regionaal Product per hoofd van de bevolking laag met een elfde plaats van 20 Europese regio's en plek 42 van 78 regio's wereldwijd. Ook is de arbeidsproductiviteit erg laag met een notering van 45 in een vergelijking van 78 regio's wereldwijd. Tot slot scoort de Randstad slecht op gebied van opleiding hier wordt plaats 34 van 56 regio's wereldwijd ingenomen.

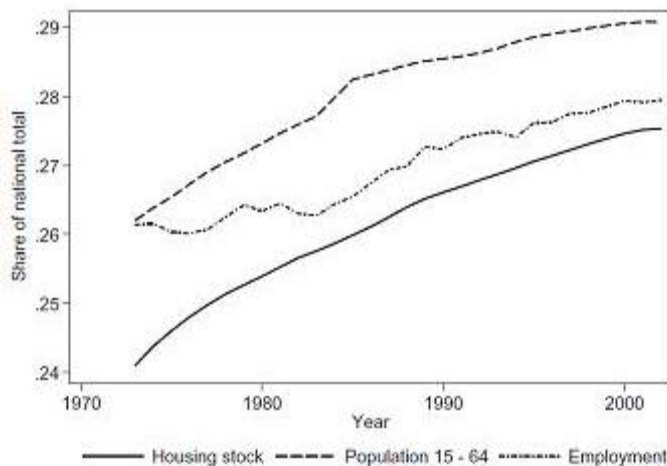
Een verspreiding van de bedrijvigheid over Nederland kan voor de Randstad een gevaar vormen voor zowel de positie binnen Nederland als binnen Europa en wereldwijd. Vermeulen en Van Ommeren (2009) laten dit proces zien door Nederland in te delen in drie gebieden. Het eerste gebied betreft de Randstad: Noord-Holland, Zuid-Holland en Utrecht. Het tweede gebied wordt de intermediaire zone gedoopt: Flevoland, Gelderland en Noord-Brabant. Het derde gebied bevat de overige provincies en wordt aangeduid met de term periferie. Vooral de intermediaire zone vormt een bedreiging voor de nationale concurrentiepositie van de Randstad. In dit gebied groeit het aantal banen bijvoorbeeld harder dan in de Randstad. Dit is mede te wijten aan het feit dat er in de intermediaire zone veel meer huizen gebouwd kunnen worden, waar er in de Randstad veelal restricties zijn voor de bouw van woningen. Hierdoor is de netto migratie positiever in deze zone in vergelijking met de Randstad. Als gekeken wordt naar het aandeel van de totale woonvoorraad, bevolking tussen de 15 en 64 jaar en werkgelegenheid in Nederland is een duidelijke opmars van de intermediaire zone waar te nemen in de periode 1970 tot 2002. Dit terwijl het aandeel van de Randstad en ook de periferie door de jaren heen afnemen. Aan het einde van deze periode stagneert deze ontwikkeling (Vermeulen en Van Ommeren, 2009; figuur 2.6-2.8).

*Figuur 2.6 | Het aandeel van de Randstad in de nationale woningvoorraad, bevolking tussen 15 en 64 jaar en werkgelegenheid.*



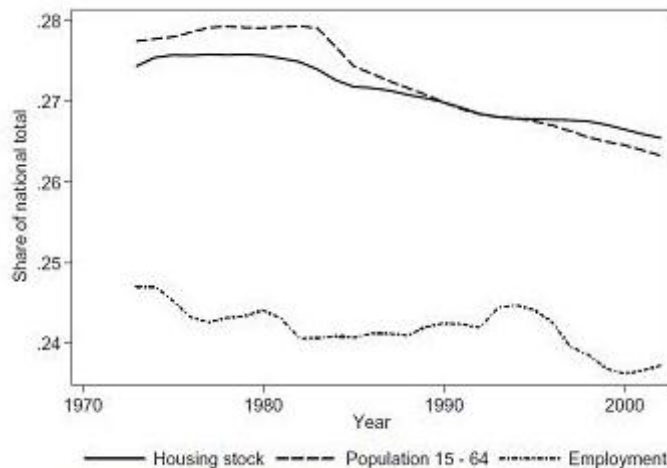
Bron | Vermeulen en Van Ommeren, 2009, p. 299.

*Figuur 2.7 | Het aandeel van de intermediate zone in de nationale woningvoorraad, bevolking tussen 15 en 64 jaar en werkgelegenheid.*



Bron | Vermeulen en Van Ommeren, 2009, p. 299.

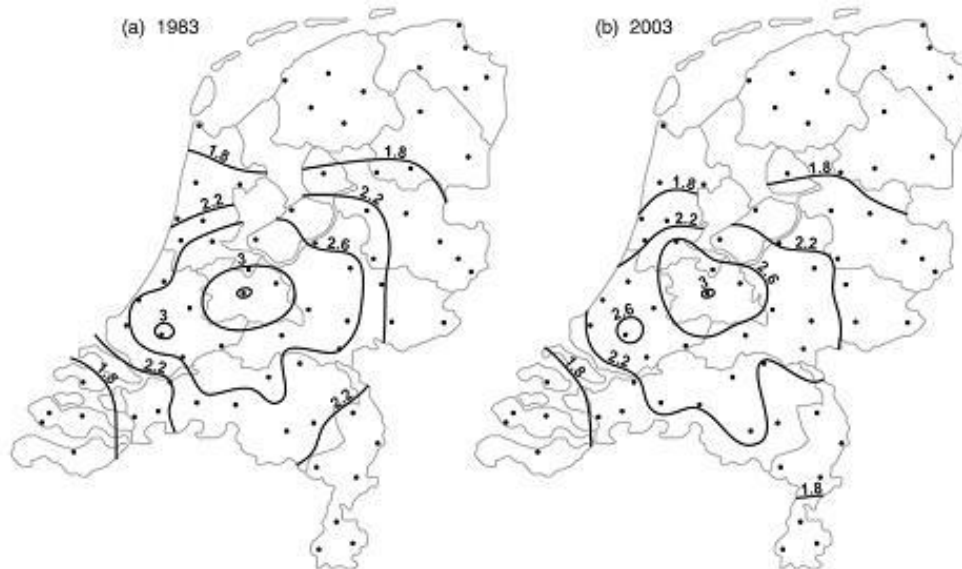
*Figuur 2.8 | Het aandeel van de periferie in de nationale woningvoorraad, bevolking tussen 15 en 64 jaar en werkgelegenheid.*



Bron | Vermeulen en Van Ommeren, 2009, p. 300.

Eerder bleek dat concurrentiekracht tot uiting komt in de komst van bedrijven. De locatiebeslissingen van bedrijven zijn echter gebaseerd op onvolledige informatie, waarover in het volgende hoofdstuk meer. Hierdoor is de subjectieve interpretatie van plaatsen in Nederland door ondernemers erg van belang om te bepalen of een regio competitief is. In het onderzoek van Meester en Pellenbarg (2006) gaat het hierbij om bedrijven met minimaal 10 werkzame personen en een nationaal of internationaal afzetgebied. De mental map die deze ondernemers hebben van vestigingsplaatsen is tussen 1983 en 2003 aan een lichte verandering onderhevig. Drie onderliggende determinanten bepalen de mening van de ondernemers. Allereerst de potentie, hierbij kan gedacht worden aan centraliteit van een locatie. Daarnaast is er activiteit, dit houdt verband met de mate van agglomeratie. Tot slot is er evaluatie, dit komt voort uit landschap en culturele kenmerken van de locatie. In 1983 bleek Utrecht een centrale positie in te nemen als ideale locatie en loopt de score geleidelijk af naar buiten toe. Wat opvalt als deze situatie wordt vergeleken met de situatie in 2003 is dat er in twintig jaar niet veel is veranderd (figuur 2.9). Toch is de piek rond Utrecht afgezwakt. Hieruit blijkt dat de verschillen steeds kleiner worden tussen locaties, wat betreft de in de interpretatie door ondernemers in Nederland. Ook hier blijkt de nationaal sterke positie van de Randstad onder druk te staan (Meester en Pellenbarg, 2006).

Figuur 2.9 | Gemiddelde score (1 t/m 5) van vestigingslocaties in Nederland op basis van de interpretatie van ondernemers.



Bron | Meester en Pellenburg, 2006, p. 367.

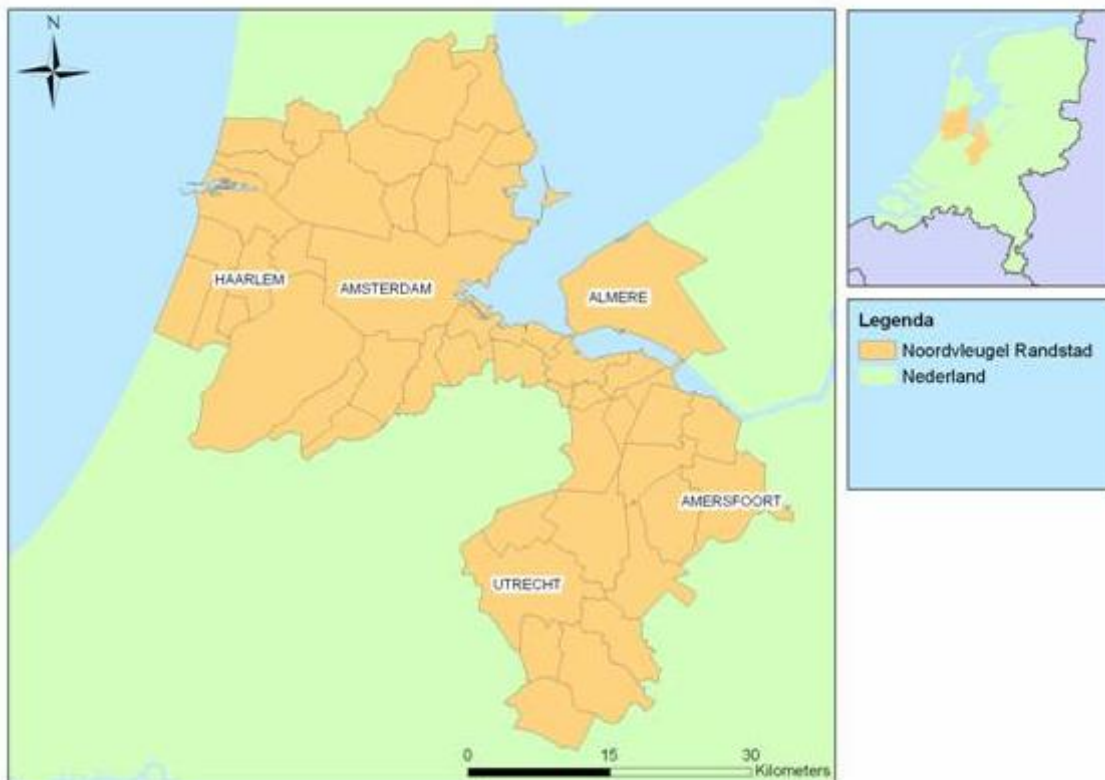
### 2.2.3 • Bestuurlijke verankering van de Noordvleugel Randstad

In de voorgaande paragraaf bleek het lastig om de bestuurlijke verankering van de Randstad uiteen te zetten. Dit geldt ook voor het noordelijke deel van de Randstad, de Noordvleugel. Ook wat betreft de projecten en visies die vallen binnen de Noordvleugel van de Randstad is het de rijksoverheid die de regie in handen heeft (Ministerie van VROM, 2007; Ministerie van EZ, 2009; Salet en Woltjer, 2009).

Het concept Noordvleugel Randstad komt vooral voort uit het concept Randstad, dat vooral een planologische achtergrond heeft. De Randstad is met name gericht op stedelijke ontwikkeling en de marketing van één grote stad richting het buitenland. Economisch gezien zijn de Noordvleugel en de Zuidvleugel dusdanig verschillend dat de directie REB van het ministerie van EZ onderscheid maakt tussen beide vleugels. Ook de relaties tussen bedrijven zijn voornamelijk geconcentreerd in een van de twee vleugels (Visser, 2010; bijlage 8). Een andere reden achter de Noordvleugel Randstad is dat de vele bestuurlijke lagen in Nederland (rijk, provincies, regio's, gemeenten) voor verwarring zorgen naar buiten toe. Hierbij gaat het met name om het beeld richting buitenlandse bedrijven. Er is daarom gekozen voor meer samenwerking in plaats van onderlinge concurrentie. Het Noordvleugel overleg gaat relatief gemakkelijk over de gemeentegrenzen heen, zo kan door te praten met elkaar veel bereikt worden (Van der Meer, 2010; bijlage 6).

De ruimtelijke afbakening van de Randstad verschilt door de jaren heen (Visser, 2010). Eerst ging het vooral om het stedelijke gebied rond Amsterdam (bijlage 1). Dit informele samenwerkingsverband bestaat nog altijd en wordt inmiddels aangeduid met de term Metropoolregio Amsterdam. De Bestuurlijke Kerngroep Metropoolregio Amsterdam (BKG) is verantwoordelijk voor de aansturing van projecten binnen deze regio. De BKG bestaat uit bestuurders uit verschillende betrokken gemeenten, de provincie Noord-Holland en Flevoland en de voorzitter van de Kamer van Koophandel. De voorzitter van de BKG is de wethouder van ruimtelijke ordening van Amsterdam (Metropoolregio Amsterdam, 2010). Dit geeft aan dat de stad Amsterdam veruit de belangrijkste actor is en graag te touwtjes in eigen handen houdt als het om de ontwikkeling van haar metropolitane regio gaat.

Figuur 2.10 | Afbakening van de Noordvleugel Randstad in het jaar 2010.



Bron | Universiteit Utrecht, 2010.

In het programma *Pieken in de Noordvleugel* is het gebied dat Noordvleugel genoemd wordt wel helder afgebakend. De Noordvleugel bestaat in dit programma uit de regio rond Amsterdam-Haarlemmermeer-Velsen-Zaanstad, vervolgens aangevuld met Almere en het Gooi en lopend tot en met Utrecht en Amersfoort (figuur 2.10; bijlage 3) (Ministerie van EZ, 2009, p. 5). De belangrijkste toevoeging aan de Noordvleugel is de regio rond de stad Utrecht. Deze toevoeging maakt het gebied niet alleen groter, zowel op ruimtelijk als economisch gebied, maar ook bestuurlijk onoverzichtelijker. Dit is vooral te wijten aan het feit dat de stad Utrecht net als de stad Amsterdam een eigen regionaal overlegorgaan heeft. Door dit overlegorgaan, Noordvleugel Utrecht genaamd (bijlage 2), is in 2009 in overleg met het ministerie van VROM een eigen ontwikkelingsvisie opgesteld (NV Utrecht, 2010). Dit brengt twee extra partijen met zich mee in een toch al overvolle bestuurlijke arena, naast de rijksoverheid, de provincies Noord-Holland, Flevoland en Utrecht, het Randstad overleg en 49 gemeenten. Op al deze bestuurlijke niveaus zijn eigen visies ontwikkeld. Om toch een eenduidig beleid te kunnen voeren is het de rijksoverheid die de regie voert net als over beleid in de gehele Randstad (Ministerie van VenW, 2009).

#### 2.2.4 • Economisch profiel van de Noordvleugel Randstad

De voornaamste reden van het opdelen van de Randstad in een Noordvleugel en een Zuidvleugel is het economische profiel van de beide regio's, naar het idee van het Ministerie van EZ (2009, p. 4). Het economische profiel is een belangrijke reden om de regio rond de stad Utrecht toe te voegen aan de Noordvleugel. De zuidelijke Randstad is vooral afhankelijk van de Rotterdamse Haven en industrie, glastuinbouw, internationaal recht, vrede en veiligheid en life & health sciences. Terwijl de economie van de Noordvleugel Randstad vooral bestaat uit de sectoren creatieve industrie, life sciences en medisch, innovatieve logistiek en handel, toerisme en congressen en kennisintensieve zakelijke dienstverlening.



Op economisch gebied zorgen deze sectoren er gezamenlijk voor dat de Noordvleugel Randstad een van de sterkste economische regio's in Nederland is. Als gekeken wordt naar de economische groei mengt de regio zich in Europese top. De steden Amsterdam en Utrecht zorgen gezamenlijk voor maar liefst zestig procent van het bruto regionaal product van de Randstad. Het goede vestigingsmilieu uit zich in het internationale karakter van de regionale economie (Ministerie van EZ, 2009). Ook blijkt dit uit een relatief groot aantal hoofdkantoren. Naast het voorgaande constateert het ministerie van VenW (2009, p. 28-30) dat de Noordvleugel een regio is met krachtige steden, een uiteenlopend leefmilieu, binnen een typisch Nederlands landschap en daarbij liggend binnen een nationaal en internationaal netwerk. Door de bouwopgave van 220.000 woningen tot 2030 te bouwen te concentreren in onder anderen Almere moet dit karakter behouden blijven. Ook moet het netwerk tussen de steden Amsterdam, Almere en Utrecht worden versterkt. Er is namelijk een schaalessprong en een kwaliteitssprong nodig om de regio internationaal gezien interessant te houden.

Uit gegevens van het grootschalige onderzoek naar buitenlandse vestigingen in Nederland van Stec Groep (2005a) blijkt dat in 2004 liefst 1.937 van de 5.384 buitenlandse bedrijven in de Noordvleugel gevestigd zijn. Dit komt neer op ongeveer 36 procent van alle buitenlandse vestigingen in Nederland. Van de buitenlandse bedrijven in de Noordvleugel is met afstand de grootste groep afkomstig uit de Verenigde Staten met iets meer dan 36 procent. Op een tweede plek komt het Verenigd Koninkrijk met 13 procent gevolgd door Duitsland (12,5 procent) en Japan (9,3 procent).

Op het schaalniveau van de Noordvleugel Randstad zijn verder weinig gegevens beschikbaar. Als gekeken wordt naar steden afzonderlijk wordt de sterke positie van de agglomeratie van Amsterdam direct duidelijk. In 2008 was Amsterdam de belangrijkste vestigingsstad met het binnenhalen van 40 procent van de buitenlandse investeringen. Amsterdam eindigde in 2008 wereldwijd op een elfde plek wat betreft steden met de meeste buitenlandse investeringen. Dit was twee plekken lager dan in 2007. Binnen Europa werd een vijfde positie ingenomen (IBM, 2009a; Randstad Regiovisier, 2009). De eerder genoemde 40 procent van de projecten in Nederland omvatten bijna een kwart van de banen gecreëerd door buitenlandse investeringen in Nederland in 2008. Verder blijkt dat vooral de vestiging van hoofdkantoren belangrijk is voor Amsterdam met een aandeel van tweederde van de nieuwe buitenlandse projecten (IBM 2009b).

### 2.2.5 • Concurrentiepositie van de Noordvleugel Randstad

Vanwege het eerder genoemde probleem van het ontbreken van gegevens op het niveau van de Noordvleugel Randstad is het lastig om de concurrentiekracht van dit gebied als geheel weer te geven. Wel zijn er een aantal zaken bekend over de verschillende provincies en steden. Bij een vergelijking tussen de provincies blijkt dat Noord-Holland zowel de meeste projecten als de meeste banen aantrekt. Wel is het absolute aantal gecreëerde banen in 2008 met 50 procent gedaald in vergelijking met 2007. Dit komt vooral omdat de crisis de investering in nieuwe hoofdkantoren en logistiek projecten aantast. Ook was 2007 een piekjaar, waardoor de forse daling enigszins wordt gerelativeerd. Op provinciaal niveau is er wel wat te zeggen over de concurrentiepositie op basis van de *Regional Competitiveness Index 2010* van Annoni en Kozovska (2010) (tabel 2.2).

Tabel 2.2 | Concurrentiepositie van de Noordvleugel van de Randstad

Onderwerp	Bron	Schaalniveau (regio's)	Notering
Regionale concurrentiekracht provincies	Regional Competitiveness Index 2010 (Annoni en Kozovska, 2010)	Europa (268)	1 (Ut), 3 (N-H), 38 (Fl)*

\*Ut=Utrecht, N-H=Noord-Holland, Fl=Flevoland

Uit het onderzoek waarin 268 Europese regio's met elkaar worden vergeleken blijkt dat er tenminste potentie zit in de afzonderlijke provincies. Zo scoort de provincie Utrecht

zelfs een eerste plaats, Noord-Holland komt daarna met een zeer goede derde notering en Flevoland is terug te vinden op plek 38. De factoren economische prestatie, overheidsefficiëntie, bedrijfsefficiëntie en infrastructuur bij elkaar opgeteld scoort de provincie Utrecht het beste. Het is verder lastig om de precieze waarde ervan weer te geven. Elk van de vier hoofdindicatoren is namelijk opgebouwd uit vele subindicatoren die met elkaar verrekend worden (Zuidema, 2010).

In het debat over de concurrentiekracht van steden en regio's wordt steeds vaker gesproken over het belang van creativiteit om economische vooruitgang te stimuleren. Steden en regio's doen er alles aan om het label 'creatief' opgespeld te krijgen. Hierdoor worden hetzelfde type bedrijven aangetrokken en dezelfde condities gecreëerd om deze bedrijven en creatieve kenniswerkers te kunnen verwelkomen. Het is echter maar de vraag of deze ontwikkeling wel zo goed is. Als gekeken wordt naar stedelijke regio's binnen Europa dan blijkt dat er veel regio's zijn die krampachtig proberen creatief te worden. Wat dat betreft heeft een stad als Amsterdam het voordeel dat het een creatieve traditie heeft. Dit biedt een competitief voordeel (Bontje en Musterd, 2009).

Naast deze lokale vormen van concurrentiekracht blijkt het begrip in zekere zin ook van toepassing op het schaalniveau van de Noordvleugel. Meijers (2007) beschrijft namelijk hoe de diversiteit tussen steden in de Randstad tussen 1996 en 2002 steeds verder is afgenomen. De twee grote steden in de Noordvleugel leken wat betreft de economische structuur al heel erg op elkaar. Dit kan enerzijds betekenen dat er sprake is van het afnemen van het aantal bedrijfstakken onder invloed van gespecialiseerde clustervorming op een regionaal schaalniveau, anderzijds kan dit voortkomen uit de regionalisatie van normaalgesproken lokale competitieve voordelen. Een voorbeeld is de toegenomen regionale bereikbaarheid van de luchthaven Schiphol. Zo is een bedrijf in Utrecht nog steeds relatief dichtbij Schiphol gevestigd. Daarnaast tonen Kloosterman en Lambregts (2001) aan dat er wel degelijk sprake is van clustervorming op een regionaal schaalniveau, op basis van een analyse van het profiel van startende bedrijven in de Randstad. De bedrijven gaan vertonen steeds vaker dezelfde kenmerken. Deze ontwikkeling is ook waar te nemen tussen de Noord- en de Zuidvleugel, waarvan de economische profielen ook steeds meer op elkaar gaan lijken.

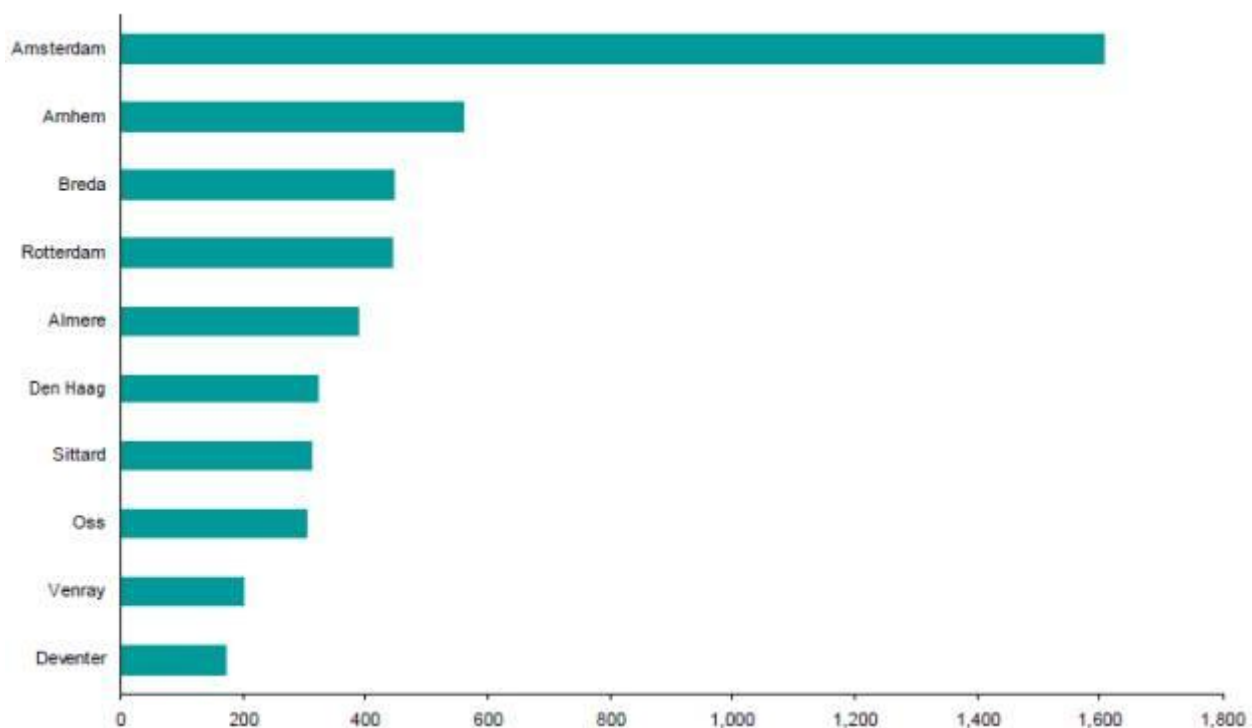
Een belangrijk sterk punt in de concurrentiekracht van de Noordvleugel is de aanwezigheid van de luchthaven Schiphol. Deze luchthaven is belangrijk voor de internationale ontsluiting van het gebied (Paul, 2011; Rodenburg, 2011). Een bedreiging voor de concurrentiepositie van de regio is een relatief zwakke ontwikkeling van het aantal hoger opgeleiden en het afnemend aantal investeringen in onderzoek door bedrijven in de Noordvleugel. (ECORYS, 2005). Een ander gevaar dat op de loer ligt is het wegtrekken van hoofdkantoren uit de Noordvleugel. Dit gevaar komt vooral voort uit het relatieve lage niveau van hoogwaardige kennis in de Noordvleugel. Buiten de Randstad zijn kenniscentra, bijvoorbeeld in de biomedische sector aanwezig, die internationaal kunnen uitblinken. Dergelijke centra zijn relatief weinig aanwezig in de Noordvleugel (Nicis Institute, 2007).

Op het schaalniveau van de Noordvleugel ontbreken lijsten wat betreft de concurrentiepositie, zoals weergegeven van Nederland en de Randstad als geheel. Wel is er een onderzoek naar de regionale concurrentiekracht van regio's in Europa. In Nederland zijn deze regio's de provincies. De provincie Utrecht neemt in dit onderzoek zelfs een eerste plek in. De provincie Noord-Holland moet het hier doen met een goede derde plaats. Deze hoge noteringen bieden perspectief voor de regio als geheel.

### **2.3 • Concurrentiekracht van Amsterdam**

Als gekeken wordt naar afzonderlijke steden blijkt dat Amsterdam veruit het meeste aantal banen weet binnen te halen. Liefst 40 procent van alle nieuwe buitenlandse investeringen streek in 2008 neer in Amsterdam. Deze projecten waren goed voor een kwart van alle gecreëerde banen door buitenlandse investeringen in dat jaar. Van de aangetrokken projecten in Amsterdam in 2008 heeft een derde deel een activiteit als hoofdkantoor of representatief kantoor.

Figuur 2.11 | Buitenlandse investeringen in geschat aantal banen per stad in 2009.



Bron | IBM, 2010a, p. 15 (bewerking).

Wanneer Amsterdam wordt vergeleken met andere steden worden over het algemeen hoge noteringen neergezet (tabel 2.3).

Tabel 2.3 | Concurrentiepositie van Amsterdam

Onderwerp	Bron	Schaalniveau (aantal steden)	Notering
Concurrentiekracht	Competitive Alternatives 2010 (KPMG, 2010a)	Wereldwijd (100)	12
Concurrentiekracht	European Cities Monitor (Cushman & Wakefield, 2009)	Europa (34)	8
Concurrentiekracht	Rangorde Europese stedelijke regio's (PRES, 2009b)	Europa (17)	5
Concurrentiekracht belastingklimaat	Competitive Alternatives 2010 Focus on Tax (KPMG, 2010b)	Wereldwijd (100)	7
Concurrentiekracht hoofdkantoren	Global headquarter (Wall, 2009)	Wereldwijd (199)	10
Concurrentiekracht buitenlandse nevenvestigingen	Global subsidiary (Wall, 2009)	Wereldwijd (199)	8
Concurrentiekracht hoofdkantoren Europese bedrijven	European headquarter (Wall, 2009)	Wereldwijd (199)	4
Concurrentiekracht Europese nevenvestigingen	European subsidiary (Wall, 2009)	Wereldwijd (199)	15
Concurrentiekracht hoofdkantoren Nederlandse bedrijven	Dutch Headquarter (Wall, 2009)	Wereldwijd (199)	1
Concurrentiekracht Nederlandse nevenvestigingen	Dutch subsidiary (Wall, 2009)	Wereldwijd (199)	1

Steden als Merk	City Brand Index (Gemeente Amsterdam, 2008)	Wereldwijd (40)	9
Fortune 500 bedrijven	Global 500 Cities (CNN, 2010b)	Wereldwijd (25+)	10
Levenskwaliteit	Quality of Living Ranking (Mercer, 2010)	Wereldwijd (221)	13
Ecologische stad	Eco-City Ranking (Mercer, 2010)	Wereldwijd (221)	39
Gelukkigste inwoners	The World's Happiest Cities (Forbes, 2009)	Wereldwijd (50)	4
Stijlvolle stad	The World's Most Stylish Cities (Forbes, 2008)	Wereldwijd (40)	9
Schiphol passagiers	Passagiersverkeer x miljoen 2006 (Manshanden et al., 2007)	Europa (8)	4
Schiphol goederen	Vrachtverkeer 1000 ton 2006 (Manshanden et al., 2007)	Europa (10)	3
Internethubs	Rangorde internethubs in Europese steden 2007 (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	1
Toerisme	Overnachtingen 2006 (Manshanden et al., 2007)	Europa (15)	10
Zakelijk toerisme	Aantal congressen 2006 (Manshanden et al., 2007)	Europa (20)	10
Leegstand	Leegstand kantoren als percentage van verhuurbaar oppervlak (Manshanden et al., 2007)	Europa (19)	2

Amsterdam scoort ook beter dan Nederland en de Randstad. Als naar de algemene concurrentiepositie wordt gekeken neemt Amsterdam vijfde plaats in als deze wordt vergeleken met 17 Europese steden, een achtste plaats als deze wordt vergeleken met 34 Europese steden en een twaalfde vergeleken met 100 steden wereldwijd. Ook op gebied van hoofdkantoren (tiende van 199 steden wereldwijd) en buitenlandse nevenvestigingen (achtste van 199 steden wereldwijd). Dat Amsterdam het goed doet bij bedrijven blijkt ook uit het feit dat de stad de tiende plek inneemt wereldwijd als het gaat om het huisvesten van Fortune 500 bedrijven. Het merk Amsterdam scoort ook goed met een negende plek van 40 steden wereldwijd. Daarbij wordt Schiphol gemiddeld ingeschat, vergeleken met de grootste Europese vliegvelden, met een derde plek van de tien wat betreft goederenvervoer en een vierde plek van de acht wat betreft personenvervoer. Ook de verbondenheid met internet is erg hoog gewaardeerd, een eerste plek bij een vergelijking tussen 20 steden in Europa. Een ander positief punt is de levenskwaliteit. Hier wordt een dertiende plek ingenomen bij een vergelijking van 221 steden wereldwijd. Amsterdam scoort minder goed als het gaat om leegstand. Er was in 2007 binnen 19 Europese steden, maar één stad waar de leegstand op de kantorenmarkt groter was dan in Amsterdam. Daarbij kan nog veel gewonnen worden wat betreft ecologie. Hier wordt slechts plek 39 ingenomen van 221 steden wereldwijd. Al met al scoort Amsterdam veel beter dan de Randstad, terwijl beleid hier veel op inzet. Het lijkt er hiermee op dat beleid anders vormgegeven moet worden, met een meer prominente rol voor Amsterdam.

## 2.4 • Conclusie

In dit tweede hoofdstuk is getracht een beeld te schetsen van wat de Noordvleugel nu daadwerkelijk is binnen Nederland en binnen de Randstad. Er bleek dat een bestuurlijke afbakening erg lastig is. Ook is er sprake van vele belangen en visies door de betrokkenheid van verschillende gemeenten, provincies, regionale samenwerkingsverbanden en de rijksoverheid. Met de verschillende belangen en de bestuurlijke onoverzichtelijkheid die daaruit voortkomt, is het sterk de vraag of begrippen als 'de Randstad' en 'de Noordvleugel' momenteel meer zijn dan de naam voor

een afgebakend stuk grond. Deze afbakening blijft ook nog veelal vaag in beleidsstukken en wordt te pas en te onpas veranderd zonder een toereikende onderbouwing. Ondanks de haken en ogen aan concurrentiekracht onderzoeken is een beeld gegeven hoe de Randstad, de Noordvleugel Randstad en de stad Amsterdam het doen vergeleken met andere regio's en steden.

### 3. • Vestigingsgedrag van multinationals

Nu duidelijk is wat het begrip concurrentiekracht binnen Nederland en de Noordvleugel Randstad inhoudt, kan worden ingegaan op vestigingsgedrag van multinationals. Het is belangrijk om hier inzicht in te krijgen, omdat alleen zo kan worden aangegeven waarom dergelijke bedrijven zich zouden investeren in Nederland en of er daarbij wel een rol is weggelegd voor overheden. Kunnen overheden wel de locatiekeuze van bedrijven beïnvloeden? Kunnen overheden bijdragen aan economische groei door het bevorderen van het productiemilieu (Atzema et al., 2002)? In dit hoofdstuk zal op deze vragen een antwoord worden gegeven. Om te beginnen moet echter duidelijk worden wat buitenlandse bedrijven voor Nederland betekenen

#### 3.1 • De waarde van buitenlandse bedrijven voor de vestigingsregio

In de loop der jaren is het aantal buitenlandse investeringen wereldwijd snel gestegen. In 2002 werd er nog voor 651 miljard Dollar geïnvesteerd in het buitenland. Dit bedrag was in 2006 opgelopen tot maar liefst 1.411 miljard Dollar wereldwijd (Gergely, 2003; Görg & Jabbour, 2009). Dit geeft wel aan dat er voor landen en regio's veel te winnen valt door middel van het aantrekken van deze buitenlandse investeringen. Toch is er ook het een en ander te verliezen, vooral door een toegenomen mobiliteit van bedrijven. Het proces dat bedrijven in de productie-industrie wegtrekken naar landen met lage lonen was al langer aan de orde. Nu worden bedrijven met hoogwaardiger activiteiten ook steeds minder afhankelijk van de vestigingsplaats (Markusen en Strand, 2009).

Over de waarde van buitenlandse bedrijven voor het land en de regio van vestiging is daarom geen overeenstemming. Over het algemeen wordt erkend dat deze multinationale ondernemingen (MNO's) in veel landen bijdragen aan de economische groei van de vestigingsregio. Een ander veel gehoord positief punt is dat MNO's zouden zorgen voor kennisspillovers (Oetzel en Doh, 2009). Deze kennisspillovers zijn in te delen in vijf categorieën. Ten eerste is er imitatie, hierbij gaat het om het nadoen van productiemethoden of bedrijfsorganisatie. Vervolgens arbeiduitwisseling, via de overgang van personeel kan tacit knowledge overvloeien van een MNO naar een lokaal bedrijf. Het derde punt is concurrentie. Dit uit zich in het feit dat lokale bedrijven beter hun best moeten doen en deze kunnen zich daardoor gemakkelijker aanpassen aan nieuwe ontwikkelingen. Ten vierde kunnen lokale bedrijven door het voorbeeld van een MNO geprikkeld worden tot meer export. Als vijfde en laatste punt zijn de verticale relaties van een MNO van belang. Via deze relaties binnen de productieketen kunnen lokale bedrijven het proces afstemmen op dat van een succesvolle MNO (Crespo, Fontoura en Proença, 2008).

Op deze manier kunnen er clusters ontstaan, waarbij MNO's door het contact met plaatselijke bedrijven bijdragen aan het proces van technologische ontwikkeling en innovatie. Een cluster kan worden omschreven als een ruimtelijke eenheid waarbinnen kennisrelaties bestaan ter uitwisseling van kennis en innovatie. Op deze manier wordt er plaatselijk kennis opgebouwd (Bathelt et al., 2004). Vaak hebben MNO's echter vestigingen in meerdere vergelijkbare clusters wereldwijd waar ook sprake is van kennisgeneratie. Hierdoor vormen zij een global pipeline voor het verspreiden van plaatselijk gegenereerde kennis naar andere delen van de wereld. Door banden te onderhouden met deze wereldwijde bedrijven kunnen plaatselijke bedrijven meeprofiteren van de kennisopbouw aan de andere kant van de wereld (Hervás-Oliver en Albors-Garrigós, 2008).

Of buitenlandse bedrijven het nu willen of niet zij zullen via contacten met toeleveranciers en klanten vaak bijdragen aan een efficiënter proces. Dit komt voort uit het eisenpakket dat bij deze bedrijven vaak hoger ligt dan bij lokale bedrijven. Dit kan gaan over de kwaliteit van producten of diensten, maar ook om het bedrijfsproces (Görg en Greenaway, 2004). Toch verschilt het erg per land of regio buitenlandse bedrijven een positief of juist een negatieve invloed hebben op economische ontwikkeling (Bitzer en Görg, 2009). Welke invloed buitenlandse investeringen hebben op de vestigingsregio is ook afhankelijk van de verankering van dergelijke investeringen. Er moet situatie

ontstaan waarbij dergelijke bedrijven gebonden raken aan en verbonden raken met de nieuwe omgeving. Op het moment dat deze relaties dusdanig sterk zijn ontstaat er een situatie waarbij de drempel voor een buitenlands bedrijf zeer hoog is om de regio te verlaten, de eerder genoemde verankering (Saliola en Zanfei, 2009).

Natuurlijk is de omgeving niet als enige verantwoordelijk of de komst van buitenlandse investeringen zullen bijdragen aan economische groei in een regio. Ook het soort investering is erg van belang. Zo zijn veel nevenvestigingen van MNO's slechts een productie-eenheid (branch plant) van het moederbedrijf. Deze bedrijven zijn relatief footloose zijn, waardoor het verblijf in de vestigingsregio erg onzeker is (Potter et al., 2002). Vooral nevenvestigingen waar sprake is van lokale kennisontwikkeling hebben een sterke positie binnen een MNO. Dit zijn interessante bedrijven voor gebieden om aan te trekken. Er is niet alleen een grotere kans dat een dergelijke vestiging verbonden raakt met de vestigingsregio, maar door de kennisontwikkeling is de kans ook groter dat lokale bedrijven van collectieve leerprocessen kunnen profiteren. Zo is het mogelijk dat buitenlandse investeringen in het hele gebied van vestiging uiteindelijk bijdragen aan economische groei (Birkinshaw en Hood, 1998; Phelps et al., 2003).

### **3.2 • Buitenlandse bedrijven in Nederland en de Noordvleugel**

Nu duidelijk is op wat voor manier buitenlandse bedrijven van toegevoegde waarde kunnen zijn kan worden ingegaan op de situatie in Nederland. De nationale overheid in Nederland is er in ieder geval van overtuigd dat buitenlandse bedrijven van toegevoegde waarde zijn voor de economie. Deze toegevoegde waarde uit zich enerzijds in directe anderzijds in indirecte toegevoegde waarde (Wintjes, 2005).

Om te beginnen zijn buitenlandse investeringen erg belangrijk in Nederland bij het creëren van werkgelegenheid. In totaal waren er in Nederland in 2004 5.384 buitenlandse bedrijven. Dit houdt in dat liefst tien procent van alle banen in de marktsector wordt gecreëerd door buitenlandse bedrijven (Ministerie van EZ, 2006). Het merendeel van deze banen komt terecht in de Randstad en in Noord-Brabant. De meeste van deze banen is in 2006 afkomstig van investeringen van bedrijven uit de Verenigde Staten, met 30 procent van het aantal vestigingen en 33 procent van het aantal banen. Na de Verenigde Staten komt het Verenigd Koninkrijk (13 procent van het aantal vestigingen en 17 procent van het aantal banen) en Duitsland (19 procent van het aantal vestigingen en 13 procent van het aantal banen). Als Europa als geheel wordt gezien dan blijkt dat het verantwoordelijk is voor opgeteld 60 procent van de banen gecreëerd door buitenlandse bedrijven (Stec Groep, 2005b, p. 4-5).

Buitenlandse bedrijven die naar Nederland komen zijn vooral actief binnen de sector IT met een aandeel van 13 procent van de door buitenlandse bedrijven gecreëerde banen. Andere sectoren waar dit percentage hoog is zijn de sector logistiek met 11 procent en de sector zakelijke dienstverlening met 10 procent (Stec Groep, 2005b, p 15). Wat betreft de activiteit blijkt dat buitenlandse bedrijven nog altijd voornamelijk actief zijn binnen de productie met 36 procent van de banen gecreëerd door buitenlandse bedrijven. Andere activiteiten zijn verkoop, marketing en consultancy met 20 procent, hoofdkantoren met 17 procent en distributie met 11 procent (Stec Groep, 2005, p. 12).

Nederland is ook aantrekkelijk als het gaat om het vestigen van een hoofdkantoor zo laten Erken et al. (2004) zien. Van de vijfhonderd grootste bedrijven ter wereld hebben er liefst 16 een mondiaal hoofdkantoor en 14 een Europees hoofdkantoor in Nederland. Dit zijn nog voor het grootste deel Nederlandse bedrijven. Een aantal van deze bedrijven, als Organon, Numico en Hagemeyer in 2007, zijn echter overgenomen door buitenlandse bedrijven. Buitenlandse investeringen op dit gebied nemen daarmee toe, maar kunnen op den duur verdwijnen onder invloed van een ander, buitenlands moederbedrijf (BCG, 2008). Een activiteit waar Nederland achterblijft als het gaat om buitenlandse investeringen is research & development (R&D). Dit terwijl binnen dergelijke bedrijven juist sprake is van kennisontwikkeling en daarmee een grotere kans op een bijdrage aan economische ontwikkeling. Buitenlandse bedrijven kunnen hier een grote rol spelen. Zeker omdat in het jaar 2000 nog ongeveer 21 procent van de R&D investeringen in Nederland voortkwam uit buitenlandse investeringen (Erken et al., 2004).

Een ander direct effect van buitenlandse investeringen is dat zij letterlijk meer toegevoegde waarde creëren. Buitenlandse bedrijven blijken niet alleen meer te exporteren, wat niet onlogisch is gezien de banden met het moederbedrijf buiten het vestigingsland. Ook behalen zij over het algemeen hogere winsten en creëren meer hoogwaardige banen in Nederland (Wintjes, 2005). De groei van de jaarlijkse omzet was bijvoorbeeld 10 procent onder buitenlandse vestigingen in Nederland. Onder Nederlandse bedrijven was deze groei gemiddeld ongeveer 1 procent. De winst ten opzichte van de omzet was met gemiddeld 9 procent ook iets hoger onder buitenlandse bedrijven dan onder Nederlandse bedrijven met gemiddeld 6 procent. Dit laat zien dat de vestigingen van MNO's in Nederland efficiënter te werk gaan dan Nederlandse bedrijven. (Berenschot, 2007).

Buitenlandse bedrijven zorgen ook voor een aantal indirecte voordelen op het gebied van werkgelegenheid, volgens Berenschot (2007). Zo hebben buitenlandse bedrijven gemiddeld meer hoogwaardige werknemers in dienst. Het inkomen van deze werknemers is gemiddeld hoger, waardoor er over het algemeen lokaal meer geld wordt besteed in Nederland. Bij Nederlandse bedrijven is ongeveer 20 procent van de werknemers in het bezit van een HBO- of universitair diploma. Dit geldt voor ongeveer 25 procent van de werknemers van buitenlandse bedrijven in Nederland. Hier komt bij dat buitenlandse bedrijven in Nederland meer investeren in de opleiding van de werknemers dan de Nederlandse collega-bedrijven. Het gemiddelde ligt in Nederland op 800 euro per fulltime kracht, terwijl dit bij buitenlandse bedrijven in Nederland ligt op 1.161 euro per fulltime kracht.

Een ander indirect effect op de Nederlandse economie is het feit dat buitenlandse bedrijven gemiddeld meer uitbesteden. Dit komt door een duidelijker focus op de kernactiviteit dan bij Nederlandse bedrijven het geval is. Dit zorgt er ook voor dat buitenlandse vestigingen in Nederland een groter multipliereffect hebben dan lokale bedrijven. Met het multipliereffect wordt het aantal banen dat een bedrijf voortbrengt bij andere bedrijven door toedoen van de eigen activiteiten. De multiplier is in 2007 vastgesteld op een gemiddelde van 2,49 onder buitenlandse bedrijven in Nederland. Onder de lokale Nederlandse bedrijven was de multiplier in datzelfde jaar gemiddeld een stuk lager met 1,52. Voor iedere baan bij een Nederlands bedrijf wordt dus ongeveer een halve fulltime baan gecreëerd bij een ander bedrijf. Per baan bij een buitenlandse vestigingen komt er bijna anderhalve fulltime baan bij andere bedrijven bij (Berenschot, 2007).

Indirect zouden buitenlandse investeringen meer van waarde kunnen zijn dan nu het geval is geeft Wintjes (2005) aan. Dit is vooral vanwege het feit dat buitenlandse bedrijven niet goed genoeg zijn ingebed in Nederland. Buitenlandse bedrijven blijken weliswaar vaker dan de Nederlandse collega's samen te werken als het gaat om R&D. Deze samenwerking is echter vaak met andere vestigingen van de MNO en niet met lokale bedrijven. Hierbij moet vermeld worden dat dit proces erg afhangt van de innovatiecapaciteit van de buitenlandse vestiging. Bij innovatie kunnen banden met geografisch nabije bedrijven belangrijk zijn. Het heeft echter tijd nodig om te komen tot dergelijke banden zo blijkt in Nederland.

De waarde van buitenlandse bedrijven voor de Noordvleugel is moeilijk te bepalen wederom door het beperkte aantal gegevens op dit schaalniveau. Er is in ieder geval een beeld te schetsen van de directe werkgelegenheid gecreëerd door buitenlandse bedrijven. Eerder bleek al dat in de Noordvleugel in 2004 maar liefst 1.937 buitenlandse bedrijven gevestigd waren, voor 36 procent afkomstig uit de Verenigde Staten. Deze buitenlandse bedrijven zorgen in totaal voor ongeveer 200.000 directe banen in de Noordvleugel. De stad Amsterdam neemt ook hier weer een prominente rol in. Met 520 buitenlandse bedrijven in 2004, heeft Amsterdam een aandeel van 26,8 procent van het totaal aantal buitenlandse bedrijven in de Noordvleugel. Deze bedrijven zijn goed voor ongeveer 56.000 banen (Stec Groep, 2005a).



### 3.3 • De theorie achter de locatiekeuze van multinationals

In de eerste drie paragrafen van dit hoofdstuk is duidelijk geworden dat de aanwezigheid van buitenlandse bedrijven veelal een positief effect heeft in Nederland en de Noordvleugel. In deze paragraaf wordt een beeld geschetst van de theorie achter de locatiekeuze van multinationals om beleid op het gebied van buitenlandse bedrijven te kunnen rechtvaardigen.

Een bedrijf zal niet zomaar de beslissing maken om een vestiging in een ander land te openen volgens Hosseini (2006). Deze beslissing brengt namelijk veel onzekerheden met zich mee, bijvoorbeeld door toedoen van verschillende vormen van afstand. Bij het toenemen van de afstand neemt de onzekerheid over het gebied van vestiging toe. Een veel genoemde vorm van afstand is de culturele en politieke afstand. Door het verzamelen van informatie en inlichtingen over een gebied kan de onzekerheid afnemen, waardoor de kans op de juiste locatiekeuze toeneemt. Op het moment dat informatie moeilijk te krijgen of te begrijpen, is of het wellicht verkeerde informatie is, wordt minder snel de optimale keuze gemaakt. De toegang tot en het begrip van informatie is groter bij gebieden waartussen de culturele of politieke afstand kleiner is. Dit maakt samen met geografische nabijheid dat MNO's eerder investeren in nabijgelegen landen (Hosseini, 2006).

Er wordt echter niet altijd gekozen voor een land waarvan de verschillende vormen van afstand klein zijn in vergelijking met het thuisland. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren op basis van lage arbeidskosten. Het risico van een dergelijke investering is dan groot door de grote onzekerheid. Op een moment dat er een groot risico is zal een MNO er vaker voor kiezen om zo veel mogelijk activiteiten uit te besteden of een onderdeel te vormen van een joint venture. Deze oplossingen zijn veiliger dan direct een volledig opererende vestiging te openen. Om te komen tot een volledig beeld van de verschillen tussen landen, eerder uitgedrukt in de culturele en politieke afstand, moet gesproken worden over de afstand van governance. Deze vorm van afstand bouwt de culturele en politieke afstand uit met de gehele institutionele structuur van een land (Slangen en Tulder, 2009).

Voor bedrijven is het erg belangrijk dat er in een gebied al veel vestigingen aanwezig zijn met dezelfde activiteit of sector. Bestaande clusters kunnen daarmee bijdrage aan de komst van bedrijven. Ook wordt door bedrijven meer en meer rekening gehouden met wensen die het veelal hoogopgeleide personeel met zich brengt. Hierdoor is het belang van een aantrekkelijke leef- en woonomgeving steeds belangrijker voor bedrijven die van plan zijn te gaan investeren (BCG, 2008). Daar komt bij dat de eerste investering meestal een verkoopvestiging is. Zo kan de markt rustig worden afgetast. Tegen de tijd dat deze vestiging succesvol blijkt wordt nagedacht over het uitbreiden van het takenpakket van de buitenlandse vestigingen. Bijvoorbeeld met een eigen productie of R&D afdeling. Een bedrijf ontwikkelt daarmee stap voor stap banden met het land van vestiging (Atzema et al., 2002).

Er is echter nog een reden om het rationele aspect van locatiebeslissingen kritisch te benaderen, laat Jansen (2009) zien. In meer gevallen dan vaak gedacht spelen juist emotionele motieven en persoonlijke banden een grote rol bij dergelijke beslissingen. Onderzoek onder managers die betrokken waren bij locatiebeslissingen van MNO's, blijkt dat de persoonlijke achtergrond en de persoonlijke banden bij maar liefst 39 procent van de buitenlandse investeringen een doorslaggevende rol speelt. Dit is terug te herleiden naar het begrip onzekerheid. Bij plaatsen die bekend zijn of waar bekenden zijn neemt deze onzekerheid af. Zo biedt deze persoonlijke geschiedenis houvast voor het maken van de moeilijke keuze op welke plek een investering terecht zou moeten komen. Ook is er steun aanwezig om deze dure investeringen tot een succes te maken. Persoonlijke contacten en (kennis)netwerken zijn ook meer en meer van belang voor informatieoverdracht. De internationale relaties vanuit deze netwerken spelen dan weer een rol van betekenis bij de vestigingskeuze (Jansen, 2009).

Op het moment dat bij zo veel locatiebeslissingen sprake is van een op emotionele motieven gebaseerde keuze, dan is het de vraag of beleid vanuit de overheid om buitenlandse investeringen te bevorderen wel zinvol is. Er zijn echter ook redenen aan te

dragen om dit acquisitiebeleid te rechtvaardigen vanuit het perspectief van bedrijven volgens Meyer (2001). Het terugdringen van kosten zal altijd belangrijk blijven binnen bedrijven. Bedrijven moeten echter extra kosten maken, omdat niet alle informatie beschikbaar is (bounded rationality) en niet alle informatie is te begrijpen. Dit werkt de keuze voor een land waar al banden mee zijn in de hand, omdat daar wel informatie over bekend is. Overheden kunnen door het aanreiken van de juiste en behapbare informatie bijdragen aan een kostverlaging bij bedrijven. De kosten om de juiste locatie te vinden worden zo kleiner en daarmee worden de totale transactiekosten kleiner. Hierbij staat het begrip transactiekosten voor de totale bedrijfskosten.

De locatiebeslissing van een bedrijf is veelal een getrapte beslissing zo laat Siemons (2009) zien. Allereerst is er de beslissing om al dan niet in het buitenland te investeren. Een niet-Europees bedrijf zal vervolgens eerst kiezen in welk werelddeel ze een vestiging willen openen. Hierna wordt dan gekozen voor een land. Pas als laatste valt de keuze op een regio binnen het land van de keuze om dan nog de keuze te maken voor een pand of te ontwikkelen locatie. De beslissing doorloopt daarmee meestal verschillende schaalniveaus van hoog naar laag.

Bij de vestigingskeuze van bedrijven wordt ook vaak advies ingewonnen bij verschillende bureaus. Een verhuizing of een investering in een ander land zijn vaak financieel ingrijpende projecten voor bedrijven. De keuze voor de plek moet daarom in zekere zin rationeel onderbouwd kunnen worden. Deze adviesbureaus, die ook wel worden aangeduid met de naam knowledge-intensive business services (KIBS), hebben daarmee een grote invloed op de plaats waar buitenlandse investeringen terechtkomen. De aanwezigheid van deze KIBS is daarom erg belangrijk voor een land of regio, als het gaat om het aantrekken van bedrijven (Frenken, 2010, p. 13).

Niet alleen het vestigingsgedrag van multinationals heeft belangrijke implicaties voor beleid. Het is ook belangrijk te weten hoe de buitenlandse vestigingen zich ontwikkelen op de vestigingslocatie om een goed beleid te kunnen voeren. Een goede nazorg, nadat een buitenlands bedrijf zich heeft gevestigd is daarbij essentieel. Zo kan een vestiging binnen en buiten de MNO een concurrentievoordeel behalen door de relatie met lokale instellingen (Phelps en Fuller, 2001).

Een nevenvestiging heeft met de investering van een MNO een bestaansrecht gekregen. Dit bestaansrecht wordt ook wel aangeduid met de term mandaat. Een mandaat van een vestiging is een bedrijfsonderdeel waarin de vestiging binnen de MNO uitblinkt. Dit mandaat is meestal een specifieke activiteit zijn, zoals R&D of productie. Het kan echter ook een deel van een activiteit zijn. Voor het voortbestaan van de nevenvestiging is het belangrijk om dit mandaat vast te houden of uit te breiden met andere mandaten. Dit kan het uitbreiden van het takenpakket zijn, bijvoorbeeld naast de productie ook productontwikkeling (Etemad en Dulude, 1986). Het aanpassingsvermogen en het vermogen te concurreren met andere nevenvestigingen binnen een MNO bepalen de overlevingskansen. Bijvoorbeeld als de productie op een locatie te duur wordt verliest een nevenvestiging zijn mandaat, wat de sluiting van de vestiging zal betekenen (Birkinshaw, 1996). Voor de overleving van een vestiging is het meestal positief als het management uit de streek zelf komt. Een dergelijk management met de juiste netwerken heeft er namelijk persoonlijk profijt van als de vestiging blijft bestaan (Dörrenbächer & Gammelgaard, 2006; Drogendijk, 2005; Madhok en Liu, 2006).

### **3.4 • Nederlands beleid gericht op buitenlandse investeringen**

Vanuit de Nederlandse overheid wordt het aantrekken van buitenlandse investeringen als zeer belangrijk gezien. Met name bedrijven met als activiteit hoofdkantoor of R&D worden als interessant gezien. Hierbij treedt de overheid vooral faciliterend op. Dit gebeurt door middel van beleid gericht op het bevorderen van de infrastructuur, internationale ontsluiting, leefomgeving, veiligheid, universiteiten en andere kennisinstellingen. Vooral op het punt van leefomgeving scoort Nederland internationaal gezien goed (Erken et al., 2004).

Om buitenlandse investeringen aan te trekken is er door het ministerie van Economische Zaken in 1978 het Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA)

opgericht. Door het aanbieden van informatie en andere ondersteuning aan bedrijven die zich mogelijk in Nederland willen vestigen probeert het NFIA investeringen binnen te halen. Dit gebeurt zowel vanuit Nederland als vanuit het buitenland. Het NFIA heeft namelijk een groot aantal kantoren waar het merendeel van de buitenlandse investeringen vandaan komt zowel in Europa, als in de Verenigde Staten, Azië en Brazilië. Het eerste contact met de bedrijven loopt meestal via een buitenlands kantoor van het NFIA (NFIA, 2009).

Gezien de eerder omschreven getrapte locatiekeuze (Siemons, 2009) zou het logisch zijn als een buitenlands bedrijf, dat bereid is te investeren over de grens, contact opneemt met het NFIA. Het NFIA kan dat na een gesprek met dit bedrijf meedenken en bekijken waar binnen Nederland een goede locatie is. Als in samenspraak met het bedrijf bijvoorbeeld wordt gekozen voor Amsterdam of Utrecht dan kan het bedrijf worden doorgestuurd naar regionale acquisitiekantoren. Dit is echter in de praktijk zelden het geval. Er is echter tussen deze regionale Nederlandse kantoren, bijvoorbeeld Invest Utrecht en Amsterdam Inbusiness, een grote strijd om zelf buitenlandse investeringen aan te trekken (Van der Meer, 2010; bijlage 6; Zuidema, 2010; bijlage 7). Deze regio's voeren autonoom een actief acquisitiebeleid door zich in het buitenland te presenteren. Dit gaat meer dan eens ten kosten van andere regio's binnen Nederland (Ministerie van EZ, 2006, p. 27).

Dit is erg verwarrend voor buitenlandse bedrijven, omdat zij twee vertegenwoordigers uit Nederland zien die het bedrijf allebei willen overhalen naar een regio te komen. Dit terwijl het bedrijf wellicht nog bezig is met een keuze te maken naar welk land het zou moeten gaan (Paul, 2011; bijlage 9; Rodenburg, 2011; bijlage 11). Een ander voordeel dat de NFIA heeft ten opzichte van regionale acquisitiekantoren is dat het kantoren heeft over de hele wereld. Hier zijn veelal plaatselijke arbeidskrachten werkzaam. Deze mensen staan daarmee cultureel dicht bij de bedrijven en weten wat er bij deze bedrijven speelt (Sassen, 2009). Daarnaast gebeurt het nog veel te veel dat acquisitiekantoren met een lijstje goede kenmerken en locatiefactoren van een regio aan komen zetten bij een bedrijf. Deze lijstjes lijken vaak erg op elkaar. Er moet daarom per bedrijf(stak) een specifiek informatiepakket worden verschaft. Deze acquisitie op maat heeft bij bedrijven meer effect (Siemons, 2009).

Gezien de trends in buitenlandse investeringen is het positief dat er ook in de opkomende markten kantoren van het NFIA aanwezig zijn. Dit is erg van belang, omdat er steeds meer investeringen vanuit deze markten komen. Het aandeel van de investeringen uit de Verenigde Staten is bijvoorbeeld gedaald van 90 procent in de jaren 90 tot 37 procent in 2008 (Berenschot, 2007; NFIA, 2008, p. 5). Landen waaruit de investeringen in Nederland toenemen zijn vooral de Aziatische landen China India, Singapore en Maleisië, maar ook landen als Rusland, Brazilië en het Midden-Oosten (Ministerie van EZ, 2006, p. 11).

Er ontstaat ook steeds meer het besef dat niet alleen het binnenhalen van nieuwe buitenlandse investeringen, maar ook het behouden van al gevestigde buitenlandse bedrijven in Nederland erg van belang is. Niet alleen omdat bedrijven steeds minder afhankelijk worden van de vestigingsplaats. Ook blijken uitbreidingsinvesteringen van in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven meer inkomsten en arbeidsplaatsen op te leveren voor de regio dan een eerste nieuwe vestiging van een buitenlands bedrijf. Hiernaast blijkt dat het merendeel van de nieuwe investeringen binnen vijf jaar zijn vestiging in Nederland weer sluit. Dit was 39 procent in 1998. Het begeleiden van de al in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven krijgt daarom een steeds grotere rol binnen beleid gericht op buitenlandse bedrijven. Dit gebeurt door middel van het onderhouden van contact met deze bedrijven om optredende problemen sneller te verhelpen en om de bedrijven beter te verankeren in de Nederlandse economie. (Ministerie van EZ, 2006, p. 14).

Om de toegevoegde waarde van buitenlandse bedrijven in Nederland zo hoog mogelijk te houden is het volgende nodig. Allereerst is het belangrijk bedrijven aan te trekken die zich het makkelijkst laten inbedden in Nederland. Hierbij gaat het om vestigingen met als activiteit hoofdkantoor of R&D (Wintjes, 2005). Hierna is het belangrijk goede nazorg toe te passen. Hierbij dient het verstrekken van voldoende

informatie ter verlaging van de transactiekosten van een bedrijf. Daarnaast komen problemen snel aan het licht door een blijvend contact, zodat deze op tijd verholpen kunnen worden. Het stimuleren van netwerken door het in contact brengen met mogelijke lokale partners helpt ook bij het verankeren van buitenlandse bedrijven. Hierna kan gedacht worden aan de lange termijnzorg. In deze fase wordt de samenwerking tussen een buitenlandse vestiging en Nederlandse vestigingen verder gestimuleerd. Daarnaast is het van belang de eventuele vorming van clusters te ondersteunen. Hierbij moet gezorgd worden voor de juiste randvoorwaarden. Dit kan zich bijvoorbeeld uiten in beleid op het gebied van mobiliteit van arbeid of infrastructuur (Potter, 2002).

### **3.5 • Conclusie**

In dit hoofdstuk bleek dat buitenlandse bedrijven erg van belang zijn binnen de Nederlandse economie. Ook is er duidelijk geworden wat er komt kijken bij locatiebeslissingen van MNO's en de evolutie die deze vestigingen doormaken op de plaats van bestemming. Tot slot is het beleid weergegeven in Nederland op het gebied van buitenlandse investeringen.

De overheid kan wel degelijk een rol spelen op het gebied van buitenlandse investeringen. Vooral het belang van bestaande vestigingen moet echter meer aandacht krijgen binnen beleid. Het klinkt natuurlijk beter om als beleidsmaker te kunnen zeggen dat er 10 projecten binnengehaald wat in totaal 250 banen op heeft geleverd, dan dat de gevestigde bedrijven en banen zijn behouden voor de regio. Hierbij is het erg van belang dat de evolutie van nevenvestigingen van buitenlandse bedrijven wordt meegenomen bij het maken van beleid. De rol van de overheid hierbij is vooral een ondersteunende. Door contact tussen lokale overheden en de gevestigde buitenlandse bedrijven kunnen problemen sneller worden opgelost. Hierdoor is de kans groter dat het mandaat van de vestiging blijft bestaan of zelfs wordt uitgebreid. Zo blijven de vestigingen vaker behouden voor de Nederlandse economie.

## 4. • Methodologie

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksmethoden uiteengezet die worden gebruikt om data te verzamelen ter beantwoording van de centrale vraag en de nog onbeantwoorde deelvragen uit de inleiding.

In de eerste drie hoofdstukken werd echter duidelijk dat het beoogde onderzoeksgebied, de Noordvleugel van de Randstad, wellicht helemaal geen bestaansrecht heeft. De rijksoverheid claimt wel dat de meeste ruimtelijk-economische vraagstukken zich op het schaalniveau van de Noordvleugel afspelen. Er zijn echter ook veel zaken aan het licht gekomen waardoor er vraagtekens bij het bestaan en het bestaansrecht van de Noordvleugel geplaatst kunnen worden. Zo bleken de stedelijke gebieden van Amsterdam en Utrecht geen functionele overlap te hebben (Van Oort et al., 2010). Daarnaast neemt de stedelijke agglomeratie van Amsterdam een heel sterke positie in als het gaat om het aantrekken van buitenlandse investeringen, zowel binnen de Noordvleugel als binnen Nederland. Vragen die hierbij in hoofdstuk 1 naar kwamen waren: Heerst er werkelijk een gevoel van eenheid in het gebied onder bestuurders op verschillende schaalniveaus? Of staat het gewoon leuk dat de Randstad alleen een Noordvleugel en een Zuidvleugel heeft en is dat de reden dat de regio Utrecht opgeslokt is? Of is het ruimtelijk en economisch breder definiëren van de Noordvleugel bedoeld om hoger te scoren op internationale ranglijsten van stedelijke gebieden?

Hier komt bij dat het vanwege de policentriciteit van het gebied erg lastig is een weergave te maken van de concurrentiekracht van het gebied. Het is daarmee nog altijd de vraag of de concurrentie plaats vindt op het schaalniveau van de hele Randstad, de Noordvleugel van de Randstad, of wellicht op het niveau van een grootstedelijk gebied. Ook de locatiebeslissingen van bedrijven roepen vragen op bij beleid op het niveau van de Noordvleugel. Siemons (2009) gaf bijvoorbeeld weer dat het bij een locatiebeslissing vaak gaat om een getrapte keuze. Hierbij wordt eerst het werelddeel, dan het land en vervolgens pas de regio of stad gekozen. Jansen (2009) voegde daar aan toe dat het hierbij veelal gaat om een keuze die is gebaseerd op emotionele motieven en persoonlijke banden en geschiedenis van managers. Door de vele vragen die geplaatst kunnen worden bij het schaalniveau van de Noordvleugel zal in de praktijk moeten blijken of beleid op dit schaalniveau wel bestaansrecht heeft.

### 4.1 • Het onderzoek conceptueel weergegeven

Het meten van de concurrentiepositie van gebieden is niet eenvoudig. Dit blijkt ook uit de complexe modellen die door onderzoeksbureaus worden gebruikt. Het conceptueel weergegeven van de concurrentiepositie is dan ook geen gemakkelijke opgave. Om dit te kunnen doen wordt nog even teruggedaan naar de twee meest complete definities uit paragraaf 1.1. Allereerst Garelli (2008, p. 32):

*"Competitiveness is how a nation manages the totality of its resources and competencies to increase the prosperity of its people".*

Vervolgens de NCC (2004, p. 2):

*"The ability to achieve success in international markets leading to better standards of living for all. National competitiveness stems from a number of factors, notably firm level strategies and a business environment that supports innovation and investment, which combined lead to strong productivity growth, real income gains and sustainable development."*

In deze omschrijvingen komen een aantal punten naar voren. Allereerst gaat het om hulpbronnen en competenties van een gebied ook wel aan te duiden als omgevingsfactoren. De belangrijkste omgevingsfactoren uit paragraaf 3.3 kunnen als volgt worden weergegeven (Hogenbirk en Narula, 2004; BCG, 2008; Frenken, 2010):

- Toegang tot de afzetmarkt
- Arbeidsvoorwaarden
- Infrastructuur
- Belasting
- Aanwezigheid andere bedrijven
- Leefomgeving
- KIBS

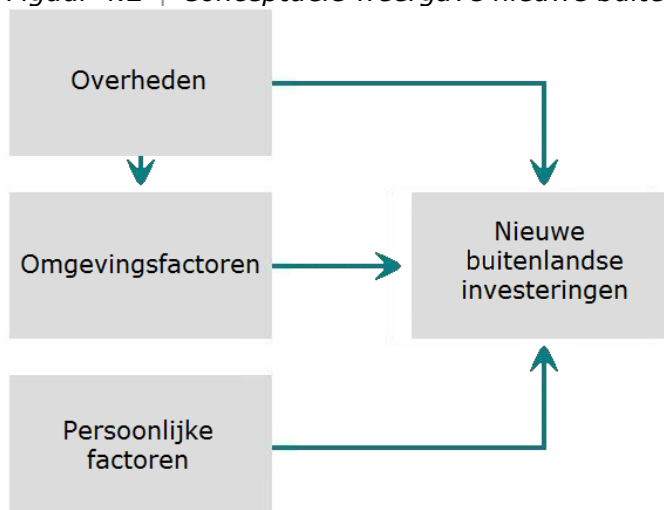
De concurrentiepositie geeft weer in hoeverre de strijd met andere gebieden wordt gewonnen als het gaat om het binnenhalen en behouden van buitenlandse investeringen. Buitenlandse investeringen zullen daarom een belangrijke plaats innemen bij het bepalen van de concurrentiepositie. Deze investeringen bij elkaar moeten uiteindelijk leiden tot een verhoogde welvaart. De term welvaart blijft in veel onderzoeken nogal vaag. Wat is welvaart en hoe meet je die? Factoren als inkomen en geluk spelen hierbij een rol. Tot slot moet in het achterhoofd worden gehouden dat een meting van de concurrentiepositie een tijdsopname is en dat deze voortdurend aan verandering onderhevig is. Om de totale concurrentiepositie te kunnen meten moeten alle drie de bovenstaande facetten worden meegenomen. Het model is op nationale en regionale schaal toepasbaar.

*Figuur 4.1 | Conceptuele weergave van de concurrentiepositie.*



Wat betreft nieuwe investeringen bleek in paragraaf 3.3 dat, naast de hierboven beschreven omgevingsfactoren, ook persoonlijke banden en voorkeuren een rol kunnen spelen bij de vestigingskeuze van bedrijven (Jansen, 2009). Daarnaast hebben overheden op twee manieren invloed op dit geheel. Enerzijds is deze invloed direct gericht op buitenlandse investeringen. Dit gebeurt via promotiebeleid en actieve acquisitie. Anderzijds is er een indirecte invloed op buitenlandse investeringen via het beïnvloeden van omgevingsfactoren. Hierbij valt te denken aan zaken als het belastingklimaat en infrastructuur.

*Figuur 4.2 | Conceptuele weergave nieuwe buitenlandse investeringen.*



Aan de hand van de twee conceptuele modellen kan de centrale vraag uit de inleiding beantwoord worden.

## 4.2 • Het onderzoek

### 4.2.1 • Keuze voor een kwalitatief onderzoek

Binnen de sociale geografie worden vaak problemen onderzocht op macroniveau. Deze macroverschijnselen staan echter in verband met microprocessen (Groenewegen, 1992, p. 11). Het is belangrijk dat dit verband in het achterhoofd wordt gehouden bij economisch geografisch onderzoek. In deze paragraaf wordt daarom een werkwijze uiteengezet die een verklaring biedt van de relatie tussen het gedrag van bedrijven en de te verklaren macroverschijnselen. Zo ontstaat een optimale methode om het onderzoek uit te voeren.

Een belangrijke vernieuwing binnen de methodologie van de sociale geografie werd aangebracht door de logisch positivisten Hempel en Oppenheim in 1948. Het model van Hempel gaat uit van in wetten vastgelegde oorzaak-gevolg relaties die onder bepaalde condities werken. Bijvoorbeeld onder de conditie dat rijke landen migranten aantrekken en de wetenschap dat Nederland rijk is (oorzaak), zal Nederland migranten aantrekken (gevolg). In de sociale wetenschap zijn wetten over bijvoorbeeld gedrag van de mens nooit zo deterministisch als hier wordt gesuggereerd. De grootste kritiek op de positivistische benadering is dat wetten op zich niets verklaren. Binnen het realisme werd daarom gewerkt aan andere methoden. Hierbij werd gesteld dat empirisch waarneembare verschijnselen verklaard dienen te worden uit onderliggende processen, structuren en mechanismen. Voor een verklaring moet gezocht worden naar mechanismen die zich op een ander analyiseniveau bevinden (De Pater, 1984). Een goede manier om meer inzicht in de werking van mechanismen te krijgen is het koppelen van een macroprobleem aan microprocessen.

De Graaf (1980) geeft nog drie belangrijke punten van kritiek op positivistische methoden. Ten eerste de reductie van de complexe werkelijkheid tot enkele variabelen. Ten tweede het voorschrift om de hypothesen vooraf op te stellen aan de hand van de literatuur, ze kunnen dus niet meer veranderd worden gedurende het onderzoek. Het derde probleem is de afstand die de onderzoeker moet bewaren tot de onderzochten. Veel onderzoekers zien hierdoor nooit hoe het er nu eigenlijk aan toegaat bij de door hen onderzochte organisaties. De Graaf beschrijft, als reactie hierop, de zogenaamde methode voor 'levensecht onderzoek'. Deze sluit beter aan op de complexiteit van de sociale werkelijkheid en de betrokkenheid van de onderzoeker bij die werkelijkheid. Binnen deze methode is het van belang een combinatie van alle onderzoeksmethoden die maar nuttig lijken om de gewenste informatie te verzamelen te gebruiken. Hierbinnen is een grote rol voor kwalitatief onderzoek weggelegd. Een vraaggesprek met personen die midden in de praktijk staan zijn erg van belang en kan op vele manieren. Voorop staat echter altijd dat het er om gaat tot bruikbare resultaten te komen (De Graaf, 1980). Hierom wordt in dit onderzoek gebruik gemaakt van een kwalitatief onderzoek.

In theorievorming op microniveau worden vaak of beperkingen of preferenties gebruikt als basis. Veel beter is het om uit te gaan van de uiteindelijke doelen, bijvoorbeeld het vinden van de beste locatie voor een hoofdkantoor. Deze doelen worden zowel beïnvloed door preferenties evenals beperkingen, vaak onder invloed van een macroverschijnsel. Dit macroverschijnsel bepaalt namelijk de regels en daarmee de beperkingen. Hiermee is de link tussen het macroniveau en het microniveau gemaakt. De voorkeuren die hier uit voortkomen vertalen zich in een bepaald gedrag. De link van het microniveau naar het te onderzoeken macroverschijnsel is lastiger, omdat gedrag moeilijk te voorspellen is. Het collectieve effect van gedrag is het makkelijkst te verklaren als gebruik wordt gemaakt van meerderheidsregels (Groenewegen, 1992).

De benadering van de evolutionaire economische geografie zal de basis zijn voor dit onderzoek. De evolutionaire economische geografie is het met de neoklassieke benadering van de New Economic Geography eens wat betreft de bruikbaarheid van

abstracte modellen en de mogelijkheid van lock-in zo beschrijven Boschma en Frenken (2006). De evolutionaire economische geografie is het met de institutionele benadering binnen de economische geografie eens over aannames van begrensde rationaliteit (*bounded rationality*) en de contextualiteit van de handelingen van actoren. Dit lijkt een paradox, maar het geheel wordt onderbouwd door een analyse op verschillende niveaus. Hierbij worden routines van een organisatie gezien als een relevante context om beslissingen op te vatten binnen een begrensde rationaliteit. Er wordt dan geen verklaring gegeven van verschillen in regionale groei op basis van macro-institutionele verschillen, maar van micro-geschiedenis binnen bedrijven in een bepaalde territoriale context. Kort gezegd kent de evolutionaire economische geografie een methodologisch pluralisme. Er wordt zowel gebruik gemaakt van modellen als van specifiek onderzoek in case-studies.

In dit onderzoek zal daarom enerzijds specifiek onderzoek gedaan worden naar bedrijven en anderzijds naar specialisten om een algemener beeld te kunnen ontwikkelen.

#### **4.2.2 • Selectie van de ondervraagden**

Om te beginnen worden de kenmerken van de nieuwe Amerikaanse bedrijven vergeleken met de al in de Noordvleugel gevestigde Amerikaanse bedrijven, maar ook met de afvallers uit de periode 2005-2010. De oude Amerikaanse bedrijven zijn afkomstig uit de database van het grootschalig onderzoek van de Stec Groep (2005a). Deze database bevat 710 Amerikaanse bedrijven die in 2004 in de Noordvleugel Randstad gevestigd waren. Vanwege het feit dat de database inmiddels verouderd is, is er gecontroleerd of deze bedrijven nog altijd in de Noordvleugel gevestigd zijn (KVK, 2010). De database van oude Amerikaanse bedrijven die nog altijd in de Noordvleugel Randstad gevestigd zijn omvat 415 bedrijven. Dit betekent dat de groep uitvallers bestaat uit 295 bedrijven. De nieuwkomers komen uit de periode 1 januari 2005 tot en met 31 augustus 2010. Deze bedrijven zijn opgespoord door middel van berichten in verschillende financiële kranten (Beleggers Belangen, 2005-2010; Dow Jones Nieuwsdienst, 2005-2010; FEM Business, 2005-2009; Het Financieel Dagblad, 2005-2010; NRC Handelsblad, 2005-2010; Quote, 2005-2010) en via het nieuwsarchief van het Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA, 2010). Uiteindelijk zijn er 65 nieuwe Amerikaanse bedrijven opgespoord. Om de data te achterhalen die nodig is om de hypothesen te kunnen toetsten wordt gebruik gemaakt van een vragenlijst onder deze nieuwe Amerikaanse bedrijven (bijlage 4). Deze vragenlijst zal per post verspreid worden onder de bedrijven met 5 of meer werknemers in de groep nieuwe of verplaatste bedrijven. Deze groep bestaat uit 28 bedrijven in de Noordvleugel Randstad. Bij de opgestuurde vragenlijst is een retourenveloppe toegevoegd om respons te verhogen. Deze bedrijven zijn ook achterna gejaagd. Het bleek echter lastig om bedrijven bereid te krijgen de vragenlijst in te vullen. Enerzijds door een gebrek aan tijd bij de bedrijven, anderzijds omdat deze bedrijven regelmatig gevraagd wordt deel te nemen aan dergelijke onderzoeken.

Daarom is er voor gekozen om een aantal interviews af te nemen bij specialisten. Dit om het verhaal van de bedrijven verder aan te vullen (bijlage 5). Er zijn specialisten gevraagd uit de advieswereld en de Nederlandse en Amerikaanse kamer van koophandel. Daarnaast zijn er bestuurders ondervraagd met expertise op het gebied van ruimtelijk-economisch beleid. De bestuurders waar het hier om gaat zijn afkomstig van verschillende schaalniveaus. Deze interviews zijn per telefoon of face-to-face afgenomen, naar gelang de voorkeur van de contactpersoon. Uiteindelijk zijn de er vier bedrijven (tabel 4.1) en acht specialisten (tabel 4.2) ondervraagd.



Tabel 4.1 | Ondervraagde bedrijven

Bedrijf	Vestiging	Vestigingsjaar	Aantal werknemers
Northern Trust	Amsterdam	2006	8
Dell B.V.	Amsterdam	2004	400
Terremark N.V.	Haarlem	2000	6
Idexx Laboratories	Hoofddorp	1994	215

Tabel 4.2 | Ondervraagde specialisten

Instelling	Contactpersoon	Functie
Amsterdam InBusiness	H. van der Meer	Managing Director
Invest Utrecht	J. Zuidema	Hoofd Invest Utrecht
Ministerie van ELenI	E.J. Visser	Senior Beleidsadviseur
American Chamber of Commerce	S. Paul	Economic Policy Coordinator
Vereniging Deltametropool	P. Gerretsen	Agent
Ernst & Young	C. Rodenburg	Senior Manager Real Estate and International Location Advisory Services
SER Flevoland	H. van de Kamp	Secretaris
KVK regio Amsterdam	D. Hulsebosch	Adviseur Ruimtelijke Ordening, Economische Zaken en Verkeer en Vervoer

Allereerst is contact opgenomen met Amsterdam InBusiness, dit is een afdeling van de gemeente Amsterdam verantwoordelijk voor de buitenlandse investeringen in de regio Amsterdam. Invest Utrecht heeft ook deze verantwoordelijkheid, maar dan vanuit en voor de provincie Utrecht. Ook met de provincie Flevoland is contact gelegd. De SER Flevoland is vanuit de provincie betrokken bij het economisch beleid en daarmee ook buitenlandse bedrijven. Daarnaast is er contact gelegd met het ministerie van ELenI (het nieuwe ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie). Dit ministerie is verantwoordelijk voor de hoofdlijnen van economisch beleid in Nederland. Om het verhaal van de bedrijven aan te vullen is er verder contact gelegd met de American Chamber of Commerce, betrokken bij Amerikaanse bedrijven die zich in Nederland hebben gevestigd. Daarnaast met de Amsterdamse Kamer van Koophandel en dan wel iemand met expertise op het gebied van Amerikaanse bedrijven in Nederland. Ook is naar de mening van de afdeling Real Estate and International Location Advisory Services van het adviesbureau Ernst & Young gevraagd. Deze afdeling houdt zich bezig met het locatie advies aan bedrijven en is onder andere betrokken bij de komst van Amerikaanse bedrijven naar Nederland. Tot slot is contact gelegd met de Vereniging Deltametropool. Deze vereniging zet zich al sinds 1998 in voor de samenhang binnen de Randstad. Vanaf 1996 hebben de vier wethouders Ruimtelijke Ordening van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht samengewerkt om deze stichting op te richten.

#### 4.2.3 • Representativiteit van de resultaten

Er wordt gebruik gemaakt van een kwalitatieve onderzoeksmethode. Doel van het onderzoek is daarom niet om te streven naar representativiteit, maar te zoeken naar indicaties van de werkelijkheid. Dit alles naar de beschrijving in paragraaf 4.2.1.

#### 4.3 • Conclusie

Er is nu een werkwijze uiteengezet voor empirisch onderzoek, waarmee de probleemstelling op de juiste manier wordt benaderd. Een goede link leggen tussen macroverschijnselen en gedrag van bedrijven is noodzakelijk om tot bruikbare resultaten te komen in onderzoek. Vooral met kwalitatief onderzoek kan het gedrag op microniveau

goed worden onderzocht. De onderzoeker komt namelijk midden in de praktijk te staan, waardoor de meest bruikbare resultaten achterhaald worden.

## 5. • Data analyse

In dit hoofdstuk zal een analyse worden uitgevoerd als omschreven in het voorgaande hoofdstuk. In paragraaf 5.1 zal worden ingegaan op de gelijkenissen en verschillen tussen de drie onderscheiden groepen Amerikaanse bedrijven. Vervolgens wordt in paragraaf 5.2 tot en met paragraaf 5.5 ingegaan op de resultaten uit de interviews en vragenlijsten.

### 5.1 • Bedrijfskenmerken

Om te beginnen wordt gekeken naar de verschillen in bedrijfskenmerken tussen de drie geschetste groepen. Dat zijn oude bedrijven van voor 2005 (Oude bedrijven), uitvallers in de periode januari 2005 augustus 2010 (Uitgetreden bedrijven) en nieuwe bedrijven uit dezelfde periode (Nieuwe bedrijven).

Als gekeken wordt naar de verdeling van de bedrijven naar sector binnen de eigen groep valt het een en ander op (tabel 5.1). Zo valt de grootste sector in alle drie de groepen bedrijven op, de ICT sector. Er zijn naar verhouding meer uittreeders dan oude bedrijven, maar het aantal nieuwe bedrijven is naar verhouding ook weer erg hoog. Dit geeft aan dat de sector erg dynamisch is. De op een na grootste sector de business services valt op door het relatief lage percentage uittreeders en een hoog percentage nieuwe bedrijven. In de sector financial services is ook een relatief groot aantal nieuwkomers waar te nemen, net als de sectoren graphics en textile. Sectoren waar het minder goed gaat zijn construction, electronics en industry other.

Tabel 5.1 | Verdeling van de Amerikaanse bedrijven per sector in procenten per groep.

	Oude bedrijven	Uitgetreden bedrijven	Nieuwe bedrijven
(luxury) Food	5,5	3,4	6,2
Automotive	1,4	1,4	3,1
Business services	16,9	14,6	20,0
Chemistry	2,2	3,7	4,6
Construction	0,5	3,4	0,0
Electronics	5,8	6,4	0,0
Energy	0,5	1,4	1,5
Financial services	3,9	4,1	7,7
Graphics	1,9	1,0	4,6
ICT	24,1	26,8	29,2
Industry other	6,3	4,1	0,0
Life sciences	8,4	7,1	4,6
Logistics	6,5	9,2	7,7
Machines & appliances	7,0	6,1	3,1
Metal	2,2	0,3	0,0
Office supplies	2,2	1,7	0,0
Other	2,7	3,4	1,5
Paper & cardboard	0,5	0,3	0,0
Synthetics	0,5	0,3	0,0
Textile	1,2	1,4	6,2
<b>Totaal</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Als nader wordt gekeken naar de verdeling van de bedrijven naar de hoofdactiviteit per groep vallen ook een aantal zaken op. Vooral de activiteit marketing & sales valt op door een enorm aandeel in de groep nieuwe bedrijven, van maar liefst 55,4 procent. Dit is niet geheel onverwacht, gezien paragraaf 3.3. Een investering in een ander land is kostbaar en risicovol. Middels een marketing & sales vestiging kunnen bedrijven de

markt verkennen en bepalen of er wellicht meer mogelijk is. Naast deze activiteit doet de activiteit head office het ook erg goed met een relatief hoog aantal nieuwe bedrijven. Ook de nieuwe nevenvestigingen die een deel van de logistiek en distributie verzorgen binnen een multinational laten relatief een groot aantal nieuwkomers zien. De grootste verliezers zijn de activiteiten wholesale, production & assembly en R&D.

Tabel 5.2 | Verdeling van de Amerikaanse bedrijven per hoofdactiviteit in procenten per groep.

	Oude bedrijven	Uitgetreden bedrijven	Nieuwe bedrijven
Call center	1,7	0,3	0,0
Data center	0,5	0,0	0,0
Head office	13,7	12,2	20,0
Logistics & distribution	7,5	10,5	15,4
Marketing & sales	26,7	30,5	55,4
Other	7,5	6,1	1,5
Production & assembly	15,9	13,2	4,6
R&D	3,4	5,4	0,0
Shared Services Center	0,7	1,0	3,1
Wholesale	22,4	20,7	0,0
<b>Totaal</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

De structuur van de economische samenstelling in de Noordvleugel Randstad is daarmee aan verandering onderhevig. De sectoren waar het in de regio steeds meer om gaat zijn ICT en Business Services. Vooral de activiteit productie neemt af in de regio ten koste van met name marketing en sales bedrijven, maar ook hoofdkantoren en logistieke bedrijven. Als gekeken wordt naar de grootte van bedrijven blijkt dat het voornamelijk de bedrijven zijn tussen 10 en 49 werknemers die zijn uitgetreden. Bij de nieuwe bedrijven zijn voornamelijk 0 tot 9 personen werkzaam. Stabiel zijn de bedrijven groter dan 150 werknemers. Hier zijn relatief weinig uitvallers en weinig nieuwe bedrijven.

Tabel 5.3 | Verdeling van de Amerikaanse bedrijven per werknemersklassen in procenten per groep.

	Oude bedrijven	Uitgetreden bedrijven	Nieuwe bedrijven
0 t/m 9	10,1	15,9	58,7
10 t/m 49	37,8	48,1	21,7
50 t/m 149	31,1	25,4	8,7
150 t/m 499	16,6	7,8	8,7
500 en meer	4,3	2,7	2,2
<b>Totaal</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Ook wat betreft beeldvorming is al het een en ander op te merken bij de onderzochte bedrijven. Hierin blijkt namelijk opnieuw de prominente positie en de internationale uitstraling van de stad Amsterdam. Van de 28 onderzochte bedrijven zijn er 15 in de gemeente Amsterdam gevestigd. Dit aandeel van meer dan 50 procent geeft deze positie al aardig weer. Een opmerkelijker punt komt aan het licht bij de overige 13 bedrijven. Van deze bedrijven geven vier bedrijven aan op de eigen website een vestiging te hebben in Amsterdam. Dit blijkt uit het adres echter in respectievelijk Amstelveen, Lijnden, Haarlem en de luchthaven Schiphol te zijn. Hier gaat het om bijna een derde van de overige bedrijven. Het lijkt er daarmee op dat een vestiging in Amsterdam zorgt voor internationale uitstraling en dat het beeld van 'Amsterdam' verder reikt dan de stad alleen.

## 5.2 • Noordvleugel Randstad

### 5.2.1 • Oorsprong van de Noordvleugel Randstad

Vooraf na de Tweede Wereldoorlog is het begrip Randstad aan bekendheid gaan winnen zo geeft Gerretsen (2011; bijlage 10) aan. De Randstad is door de jaren heen enorm gegroeid en is inmiddels opgedeeld in twee vleugels. Dit schaalniveau is namelijk voor de uitvoering van beleid beter. De Randstad als geheel bleek te groot. Er is ook een politiek-strategische reden om de Randstad in twee vleugels te verdelen binnen de ruimtelijke planning. Dit werd door de vleugels zelf lang tegengewerkt, maar inmiddels omarmd.

Visser (2010; bijlage 8) voegt daar aan toe dat het concept Noordvleugel Randstad daarmee vooral voortkomt uit het concept Randstad, dat vooral een planologische achtergrond heeft. De Randstad is met name gericht op stedelijke ontwikkeling en de marketing van één grote stad richting het buitenland. Economisch gezien zijn de Noordvleugel en de Zuidvleugel dusdanig verschillend dat de directie REB van het ministerie van EZ onderscheid maakt tussen beide vleugels. Ook de relaties tussen bedrijven zijn voornamelijk geconcentreerd in een van de twee vleugels. Een andere reden achter de Noordvleugel Randstad is volgens Van der Meer (2010; bijlage 6) dat de vele bestuurlijke lagen in Nederland (rijk, provincies, regio's, gemeenten) voor verwarring zorgen naar buiten toe. Hierbij gaat het met name om het beeld richting buitenlandse bedrijven. Er is daarom gekozen voor meer samenwerking in plaats van onderlinge concurrentie. Het Noordvleugel overleg gaat relatief gemakkelijk over de gemeentegrenzen heen, zo kan door te praten met elkaar veel bereikt worden.

Er zijn echter ook spanningen binnen de Noordvleugel beschrijft Gerretsen (2011; bijlage 10):

*"Binnen de Noordvleugel is de verhouding Amsterdam-Utrecht altijd moeizaam geweest. Inmiddels is Utrecht er uitgestapt/uitgegooid (ligt eraan waar je vandaan komt). Utrecht heeft ook geografisch gezien een uitstekende positie binnen Nederland en kent daarmee een constante groei. Het heeft ook geen behoefte om op nationaal niveau het spel Noordvleugel versus Zuidvleugel mee te spelen."*

Wel heeft Utrecht een sterk diensten karakter, terwijl de Noordvleugel een veel diverser profiel heeft. Een zware klap voor de Noordvleugel is het grotendeels wegvallen van de financiële sector (Gerretsen, 2011; bijlage 10).

De afbakening van de Noordvleugel Randstad blijft minder eenduidig dan hierboven lijkt. Dit komt ook omdat de grenzen voortdurend worden verschoven (Van der Meer, 2010; bijlage 6). Zo wordt Utrecht soms nog altijd bij de Noordvleugel Randstad gerekend (Rodenburg, 2011; bijlage 11). Visser (2010; bijlage 8) zegt hierover het volgende:

*"Voor de Noordvleugel Randstad is geen eenduidige ruimtelijke afbakening te geven. In het programma Pieken in de Delta (2005-2010) gaat het om de drie provincies Noord-Holland, Utrecht en Flevoland. In de Amsterdambrief gaat het om het gebied van IJmuiden, via Amsterdam, Schiphol en Almere naar Hilversum, Amersfoort en Utrecht. In de nabije beleidstoekomst zal de focus wellicht komen te liggen op een kleiner gebied, namelijk de as Amsterdam-Zuidas, Schiphol en Utrecht. Overigens geldt dat rigide ruimtelijke afbakeningen vanuit economisch/bedrijvenperspectief niet zo zinvol zijn. Het in ruimtelijk-economische zin samenhangend gebied moet altijd openheid naar buiten betrachten. Geen hek om de regio."*

### 5.2.2 • Bestaansrecht van de Noordvleugel Randstad

De Randstad als geheel moet in zekere zin blijven bestaan, omdat gebieden elkaar door complementariteit kunnen aanvullen (Gerretsen, 2011, bijlage 10). Het bestaansrecht

van de Randstad en de Noordvleugel Randstad staan ter discussie als naar de mening van bedrijven wordt gekeken volgens Paul (2011, bijlage 9):

*"Amerikaanse bedrijven worden pas bekend met termen als de Randstad en in veel mindere mate de Noordvleugel van de Randstad, op het moment dat ze in Nederland gevestigd zijn. Ervoor hoeft je met dergelijke termen niet bij een bedrijf aan te komen. Bedrijven kennen vaak Amsterdam of Nederland, vaak los van elkaar (Amsterdam zou net zo goed in Denemarken kunnen liggen)."*

Deze mening wordt door velen onderschreven (Gerretsen, 2011; bijlage 10; Van der Meer, 2010; bijlage 6; Zuidema, 2010; bijlage 7; Visser, 2010; bijlage 8). Amerikaanse bedrijven die een buitenlandse vestiging willen openen zijn over het algemeen alleen bekend met de naam Amsterdam en de naam Nederland. Daarbij is er vaak niet bekend dat er een verband is tussen Amsterdam en Nederland. Amsterdam zou in plaats van in Nederland net zo goed in Denemarken kunnen liggen (Hulsebosch, 2011; bijlage 13). Heel soms weten bedrijven wel dat in het westen van Nederland veel economische activiteit geclusterd is (Rodenburg, 2011; bijlage 11). Pas wanneer een Amerikaans bedrijf in Nederland is gevestigd ontstaat er bekendheid met termen als de Randstad en de Noordvleugel Randstad (Paul, 2011; bijlage 9).

In dit licht is het logisch dat de naam Noordvleugel Randstad inmiddels is overgegaan in de naam Metropoolregio Amsterdam, geeft Hulsebosch (2011; bijlage 13) aan. De Noordvleugel-conferentie is dan ook de Metropoolregio-conferentie geworden. De Metropoolregio bestaat uit Amsterdam, Haarlemmermeer, Haarlem, Zaanstad, Hilversum, Almere en Lelystad. De laatste is onlangs toegetreden, maar hoort er gevoelsmatig nog niet helemaal bij. Voor de SER Flevoland is het van belang dat Lelystad als volwaardig lid wordt gezien. Het vliegveld van Lelystad kan bijvoorbeeld een grote rol spelen (Van de Kamp, 2011; bijlage 12). De Metropoolregio Amsterdam wordt veelal omschreven als het beste schaalniveau om economische vraagstukken op te pakken. Dit schaalniveau heeft echter geen wettelijke basis. Dat heeft de stadsregio Amsterdam wel, maar deze is net iets anders afgebakend (Hulsebosch, 2011; bijlage 13). Van der Meer (2010; bijlage 6) zegt het volgende:

*"De regionale afbakening en het meest relevante schaalniveau voor ruimtelijk-economische problemen, komt voort uit de vraag vanuit de buitenlandse bedrijven. Hierbij gaat het om het grootstedelijk gebied van Amsterdam (Metropoolregio). Tot Haarlem, Almere en Hilversum."*

Dit beeld wordt ondersteund door de ondervraagde bedrijven. De bedrijven die langer in Nederland gevestigd zijn kennen het begrip Randstad wel. De verdeling in vleugels is daarbij weer een ander verhaal (Northern Trust, 2010; bijlage 14; Dell, 2010; bijlage 15). Bij Dell is dit begrip wel bekend, het gebied wordt daarbij echter afgebakend als Amsterdam, met de randgemeenten en de luchthaven Schiphol. Hiermee is het belang van de term Noordvleugel Randstad erg minimaal onder Amerikaanse bedrijven.

Toch hangt het erg af van het thema van een ruimtelijk-economisch vraagstuk op welk schaalniveau het probleem speelt en het beste opgepakt kan worden. Visser (2010; bijlage 8) geeft aan dat het schaalniveau van de Noordvleugel Randstad daarom flexibeler zou moeten zijn. Er moet daarom niet zozeer worden gereorganiseerd of lagen toegevoegd worden, maar het netwerk moet verbeterd worden. Als gemeenten en provincies de activiteiten opschalen kan er regionaal veel beter worden omgegaan met vraagstukken in een flexibele overheidsstructuur.

## **5.3 • Amerikaanse bedrijven**

### **5.3.1 • Trends**

Hulsebosch (2011; bijlage 13) beschrijft dat als Amerikaanse bedrijven naar Europa komen vaak eerst wordt gekeken naar Londen, Parijs en Frankfurt. Pas daarna wordt

naar Amsterdam gekeken als vestigingsplaats. Het is daarom logisch dat de nieuwe Amerikaanse bedrijven in de Noordvleugel Randstad veruit het merendeel marketing & sales als belangrijkste activiteit heeft. Deze bedrijven zijn dan vaak klein in het begin en vormen een startpunt voor de ontwikkeling, bijvoorbeeld in een bedrijfsverzamelgebouw. Daarna groeien bedrijven over het algemeen door. Hiermee wordt het grote aantal nieuwe marketing & sales bedrijven verklaard in paragraaf 5.1 (Hulsebosch, 2011; bijlage 13). Verklaringen waarom het in de periode 2005-2010 vooral bedrijven in de sectoren ICT en zakelijke dienstverlening zijn die naar de Noordvleugel Randstad zijn toegekomen, moeten gezocht worden in de vestigingsfactoren. Het gebied heeft de voorzieningen om dergelijke bedrijven te kunnen verwelkomen (Zuidema, 2010; bijlage 7).

In paragraaf 5.1 werd ook duidelijk dat er ongeveer 40 procent van de al in de Noordvleugel gevestigde bedrijven zijn uitgetreden. Dit komt enerzijds door opheffingen en anderzijds door verhuizing naar een andere regio in Nederland volgens Hulsebosch (2011; bijlage 13). Eerst kan gekozen worden voor Amsterdam, vanwege het imago. Later kan dan blijken dat de kosten in bijvoorbeeld Noord-Brabant lager zijn, waardoor een bedrijf besluit te verhuizen. Naast de kosten kan het ook zijn dat het bedrijf niet aardt in de Noordvleugel. Bijvoorbeeld door een mindere verbinding met de Europese markt dan gedacht, of door de complexe ruimtelijke ordening. De wirwar aan bestuurlijke lagen en het aantal gemeenten waar mee gesproken dient te worden schrikt bedrijven af geeft Visser (2010; bijlage 8) aan. Er is verder weinig diversiteit in het woonklimaat (tenzij decentrale overheden meer samenwerken op dit punt). Voor bedrijven zijn de kosten van personeel vrij hoog in de regio, ook is er niet altijd het juiste personeel beschikbaar. Er is te weinig geschikte kantoorruimte, zeker gelet op de sectoren waarin de Noordvleugel zich specialiseert (zakelijk, financieel, hoofdkantoren). Ook valt te denken aan een conjuncturele oorzaak, gekoppeld aan faillissementen. Daarnaast spelen er sectorspecifieke oorzaken. Tot slot is de interne bereikbaarheid van de Noordvleugel onvoldoende ontwikkeld. Er is nog geen naadloze infrastructuur, met goede multimodale aansluitingen en gestroomlijnd verkeersbeleid. Ook is de bestuurlijke samenwerking op deze punt nog onvoldoende.

### 5.3.2 • De vestigingskeuze van Amerikaanse bedrijven

Over de vestigingskeuze van Amerikaanse bedrijven zegt Rodenburg (2011; bijlage 11) het volgende:

*"Het is erg afhankelijk van de sector en de activiteit hoe het locatieproces eruit ziet en met wie er contact wordt gelegd. Ook is het van belang welke reden er is voor de internationale expansie. Er ligt een groot verschil tussen bedrijven die de markt willen uitbreiden en bedrijven die bijvoorbeeld een kostenvoordeel willen behalen."*

Van deze zaken hangt ook af welke factoren er belangrijk zijn voor de vestigingskeuze. Vaak hebben bedrijven daarom al een idee naar welk werelddeel ze zich willen vestigen. Bij de locatiekeuze is er vaak een sterke hiërarchische structuur vanuit het hoofdkantoor. Dit is echter wederom erg afhankelijk van de functie die de nieuwe vestiging heeft. Als het gaat om een Europees hoofdkantoor zal er bijvoorbeeld veel eigen initiatief zijn. Wanneer het echter gaat om een fabriek zal de structuur veel meer hiërarchisch zijn.

*Vestigingsfactoren Nederland volgens bedrijven (bijlage 14-17)*

Vestigingsfactor	Genoemd
1. Aanwezigheid markt	3
2. Hoog opgeleid/goed aansluitende beroepsbevolking	2
3. Infrastructuur (internationaal netwerk verbondenheid)	2
4. Talenkennis	2
5. Amsterdam	1
6. Belasting	1

7. Handelsmentaliteit (houding bevolking/cultuur)	1
8. Aanwezigheid dienstverlenende bedrijven	1
9. Ligging binnen Europa	1

*Vestigingsfactoren Noordvleugel van de Randstad volgens bedrijven (bijlage 14-17)*

Vestigingsfactor	Genoemd
1. Internationale bereikbaarheid (Schiphol en havens)	4
2. Imago Amsterdam	2
3. Kosten locatie	2
4. Aanwezigheid van talent	1
5. Openbaar vervoer	1

*Vestigingsfactoren Nederland volgens specialisten (bijlage 6-13)*

Vestigingsfactor	Genoemd
1. Infrastructuur (internationaal netwerk verbondenheid)	5
2. Belasting	4
3. Handelsmentaliteit (houding bevolking/cultuur)	3
4. Leefklimaat	3
5. Hoog opgeleid/goed aansluitende beroepsbevolking	2
6. Aanwezigheid dienstverlenende bedrijven	2
7. Talenkennis	1
8. Ligging binnen Europa	1
9. Economische stabiliteit	1

*Vestigingsfactoren Noordvleugel van de Randstad volgens specialisten (bijlage 6-13)*

Vestigingsfactor	Genoemd
1. Internationale bereikbaarheid (Schiphol en havens)	7
2. Lokale concentratie bedrijven	4
3. Woonklimaat/leefomgeving	4
4. Aanwezigheid van talent	4
5. Verwelkoming van Amerikaanse bedrijven (NFIA, Amsterdam InBusiness, provincie Flevoland)	2
6. Imago Amsterdam	1
7. Aanwezigheid Zuidas	1
8. Aanwezigheid Amerikaanse bedrijven	1

Volgens de vier ondervraagde bedrijven is Nederland met name aantrekkelijk door de bestaande markt, de kenmerken van de beroepsbevolking en de infrastructuur. Op regionaal niveau gaat het vooral om de internationale bereikbaarheid met Schiphol, het imago van Amsterdam en de kosten van de locatie. Specialisten hebben hier een iets ander idee over. Op nationaal niveau geven zij aan dat met name de infrastructuur, belasting, handelsmentaliteit en leefklimaat zorgen voor de komst van Amerikaanse bedrijven. De Noordvleugel doet het goed door de aanwezigheid van Schiphol, de concentratie van bedrijven, het woon- en leefklimaat en de aanwezigheid van talent. Hiermee onderschatten specialisten de rol die de stad Amsterdam speelt in het aantrekken van Amerikaanse bedrijven. Ook geven specialisten aan dat acquisitiebeleid, op verschillende schaalniveaus, kan zorgen voor een aantrekkelijk vestigingsklimaat. Dit is niet terug te vinden in de antwoorden van de vier ondervraagde bedrijven. Ook de aantrekkingskracht van het belastingklimaat wordt door specialisten overschat. Dell (2010; bijlage 15) geeft zelfs aan dat voordeel juist begint af te nemen en weleens de oorzaak zou kunnen zijn van het vertrek van veel bedrijven uit de Noordvleugel Randstad.

Hierbij valt op te merken dat lokale vestigingsfactoren nagenoeg onbelangrijk zijn zo beschrijft Paul (2011; bijlage 9). Het maakt een gemiddeld Amerikaans bedrijf bijvoorbeeld niet uit of een vliegveld 10 of 100 kilometer ver is, als er maar wel een is. Soms kan een luchthaven wel gebruikt worden voor de marketing van een bedrijf. Bij de



ondervraagde bedrijven is bij twee bedrijven gebruik gemaakt van een hiërarchische locatiekeuze (eerst het werelddeel, dan het land, dan de regio, dan de stad). Bij de andere twee bedrijven is na het werelddeel een vergelijking tussen stedelijke regio's gemaakt (bijlage 14 tot en met 17). Daarnaast bleek in hoofdstuk 3 dat ook persoonlijke contacten van invloed kunnen zijn op de vestigingskeuze van een bedrijf. Dit is teruggevonden bij één van de vier bedrijven. Hierbij gaat het wel om een klein bedrijf (bijlage 16).

### **5.3.3 • Proces na de vestigingskeuze**

Het proces na vestiging wordt door Hulsebosch (2011; bijlage 13) als volgt beschreven:

*"Een bedrijf kiest er vaak in eerste instantie voor om dichtbij Schiphol een vestiging te openen. Enerzijds door Schiphol, anderzijds door de bekendheid van Amsterdam. Als een bedrijf dan langer in Nederland gevestigd is neemt de kennis over Nederland toe. Bij de groei van het bedrijf komt het dan soms voor dat andere regio's in Nederland interessanter blijken (bijvoorbeeld vanwege de kosten) dan de regio rond Amsterdam en Schiphol. Dit ligt wel aan de sector."*

Dit laatste wordt onderschreven door Van de Meer (2010; bijlage 6). Voor bedrijven waar productie een belangrijke activiteit is blijven dan niet in de Noordvleugel Randstad gevestigd, maar vertrekken bijvoorbeeld naar Noord-Brabant. Bedrijven die naar Nederland toe komen hebben een langjarig perspectief en blijven, ondanks het voorgaande, over het algemeen in de regio gevestigd en groeien ter plekke door.

Het contact dat bedrijven hebben met adviesbureaus na de vestigingskeuze verschilt wederom erg per bedrijf. Binnen sommige grote multinationals zijn er voortdurend uitbreidingen of verplaatsingen. Met dergelijke bedrijven blijft het contact dan voortduren na de vestiging van een bedrijf. Bij andere bedrijven gaat het om een eenmalige investering. Dan blijft het bij een eenmalig locatieadvies (Rodenburg, 2011; bijlage 11).

Ook nadat bedrijven zich gevestigd hebben moet er contact gehouden worden met bedrijven vanuit overheden (Van de Kamp, 2011; bijlage 12). Hierdoor kunnen bedrijven wensen kenbaar maken en kunnen problemen worden opgelost. Als een bedrijf vertrekt moet bij het moederbedrijf geïnformeerd wat hier de achterliggende redenen van zijn. Elke gemeente heeft een bedrijfsfunctionaris die dit contact moet onderhouden en die meestal ook het acquisitiebeleid op gemeentelijk niveau in het takenpakket heeft.

Daarnaast raken bedrijven steeds meer ingebed in de regio als ze er langer gevestigd zijn. Met als gevolg dat er meer relaties ontstaan met lokale bedrijven en daarmee lokale netwerken. Ook ontstaan er in sommige gevallen contacten met opleidings- en kennisinstellingen (Zuidema, 2010; bijlage 7).

## **5.4 • Relaties**

### **5.4.1 • Relaties bij de vestigingskeuze**

Bedrijven hebben bij de vestigingskeuze met veel verschillende instellingen contact. Voorheen had de American Chamber of Commerce redelijk veel contact met bedrijven, vooral als het gaat om verstrekken van informatie (Paul, 2011; bijlage 9). Tegenwoordig is er al heel veel informatie bekend dus is deze rol weggevallen. Veel bedrijven zoeken voor vestiging wel contact met Nederland. Vooral de grote bedrijven maken daarbij gebruik van consultants. Hierbij gaat het om zowel commerciële als publieke consultants.

Pas na de keuze voor het werelddeel komen bedrijven bij verschillende adviesorganen terecht, zowel publiek als privaat. Een commercieel bureau gaat dan zoeken naar mogelijkheden om uiteindelijk het land te kiezen en vervolgens de regio. Soms worden ook drie regio's, bijvoorbeeld Londen, Parijs en Amsterdam met elkaar vergeleken. Nationale factoren blijven dan echter toch erg van belang (Rodenburg, 2011; bijlage 11).

Hiermee is er een belangrijke rol weggelegd voor adviesbureaus. Deze zorgen voor een frisse blik van buitenaf en dragen mogelijkheden aan waar soms niet aan gedacht

wordt. Deze invloed gaat niet zover dat regio's waar deze bedrijven gevestigd zijn daar een competitief voordeel mee hebben (Paul, 2011; bijlage 9). Zeker niet via de adviezen die worden uitgesproken zo beschrijft Rodenburg (2011; bijlage 11). Wel is het enerzijds zo dat deze bureaus graag dicht bij haar klanten zitten en dat aan de andere kant Amerikaanse bedrijven graag dicht bij elkaar gevestigd zijn in Nederland. Clustervorming is daarmee de belangrijkste oorzaak dat Amerikaanse bedrijven vaak in de omgeving van grote adviesbureaus gevestigd zijn.

Publieke adviesorganisaties als Amsterdam InBusiness en Invest Utrecht komen voornamelijk in contact met Amerikaanse bedrijven via de buitenlandse vestigingen van het NFIA (Van der Meer, 2010; bijlage 6; Zuidema, 2010; bijlage 7). Er wordt echter ook op eigen initiatief contact gelegd met bedrijven. Deze bedrijven worden vaak ook weer in contact gebracht met het NFIA. Er wordt daarbij wel getracht bedrijven te adviseren naar de regio toe te komen. Hierbij richt de regio Utrecht zich vooral op niches te om zo gericht bedrijven te kunnen vinden die zich in de regio kunnen vestigen.

Bij twee van de ondervraagde bedrijven is er gebruik gemaakt van een adviesbureau bij de vestigingskeuze. Hierbij gaat het om de grote bedrijven tussen de 150 en 500 werknemers (Dell, 2010; bijlage 15; Idexx Laboratories, 2010; bijlage 17).

#### 5.4.2 • Relaties na de vestigingskeuze

De relatie van de vestiging in Nederland met het hoofdkantoor is erg belangrijk. Deze heeft vooral in het begin en vooral bij de grotere investeringen veel invloed. Naar verloop van tijd is er meer ruimte voor eigen initiatief (Paul, 2011; bijlage 9). Relaties met andere bedrijven en instellingen in de regio nemen toe naarmate een buitenlands bedrijf langer in de regio is gevestigd en meer ingebed raakt (Zuidema, 2010; bijlage 7). Dit beeld wordt onderschreven door de ondervraagde bedrijven. De grotere bedrijven hebben een hiërarchisch contact met het hoofdkantoor. Het hoofdkantoor heeft dan ook een grote invloed op de vestigingskeuze en het bedrijfsproces erna (Dell, 2010; bijlage 15; Idexx Laboratories, 2010; bijlage 17). Het bedrijf dat veel eigen initiatief heeft, ontwikkeld ook de meeste lokale contacten en is het beste ingebed in de regio (Terremark, 2010; bijlage 16).

Amsterdam InBusiness en Invest Utrecht blijven contact houden met de bedrijven die zich in de regio hebben gevestigd om te helpen bij problemen en wanneer een bedrijf bijvoorbeeld wil uitbreiden (Van der Meer, 2010; bijlage 6; Zuidema, 2010; bijlage 7). Er zijn te veel buitenlandse bedrijven om met allemaal jaarlijks contact te hebben, daarom wordt er een selectie gemaakt. Hierbij maakt het niet uit hoelang de bedrijven er al gevestigd zijn. Er kan ook worden bemiddeld bij problemen met andere overheden (bijvoorbeeld een gemeente) en bedrijven worden desgewenst in contact gebracht met andere bedrijven in de regio en kennisinstellingen. Invest Utrecht kijkt bij het contact met bedrijven goed naar welke bedrijven het belangrijkste zijn voor de regio (bijvoorbeeld als het gaat om de grootte of innovatie) en focust zich daar op wat betreft het onderhouden van contact (Zuidema, 2010; bijlage 7). Dit contact moet echter wel afhankelijk zijn van de behoefte van een bedrijf.

### 5.5 • Concurrentiekracht

#### 5.5.1 • Concurrentiekracht ranglijst

*Ranglijst stedelijke regio's Europa*

Stedelijke regio	Genoemd
1. Londen	7
2. Parijs	6
3. Frankfurt	5
4. Amsterdam	5
5. Brussel	2
6. Eurosond	1
7. Dusseldorf	1

8. Milaan	1
9. Utrecht	1

Bij deze lijst die is samengesteld op basis van de mening van de vier Amerikaanse bedrijven en acht ondervraagde specialiste valt het volgende op te merken (Rodenburg, 2011; bijlage 11):

*"Een eenduidig lijstje is niet weer te geven. Het gaat er erg om waarin of voor wie een gebied aantrekkelijk is. Hierdoor zijn algemene concurrentiekracht lijstjes moeilijk te gebruiken. Toch wordt door Amerikaanse bedrijven wel met een schuin oog naar deze lijstjes gekeken, maar deze geven nooit de doorslag."*

Het gaat er vooral om waarin of voor wie een gebied aantrekkelijk is. Hierdoor zijn algemene concurrentiekrachtlijsten moeilijk te gebruiken. Toch wordt door Amerikaanse bedrijven wel met een schuin oog naar deze lijsten gekeken, maar deze geven nooit de doorslag. Ernst & Young gebruikt bijvoorbeeld ook vergelijkingen tussen gebieden, maar dan specifieke. Als een bedrijf veel kenniswerkers heeft is het bijvoorbeeld belangrijk hoe een gebied scoort wat betreft quality of life en cost of living. Deze vergelijkingen worden dan meegenomen in de adviezen. Nu verzanden de meeste algemene concurrentiekrachtlijsten in een veelvoud van factoren en is het moeilijk de juiste informatie te filteren.

### **5.5.2 • Waarde van concurrentiekracht ranglijsten**

Concurrentiekracht ranglijsten zijn in opkomst sinds je jaren '90. Tegenwoordig lopen de meningen uiteen over het belang ervan. Het idee dat deze lijsten er weinig toe doen is de mening die steeds meer overheerst (Hulsebosch, 2011; bijlage 13). Visser (2010, bijlage 8) zegt hierover het volgende:

*"Lijstjes zijn uiteenlopend opgebouwd en zijn moeilijk te doorgronden, omdat er veelal appels met peren worden vergeleken. Als je signaleert op veel van deze lijstjes te zakken dan moet er wel onderzocht worden waar dit aan ligt."*

Daarom moet juist uit worden gegaan van de sterke punten van het gebied. Toch wordt wel door veel betrokken partijen wel degelijk gekeken naar de lijsten. Zo ook Amsterdam InBusiness (Van der Meer, 2010; bijlage 6):

*"Er wordt veel waarde gehecht aan de hoogte van de score van Nederland en het stedelijk gebied van Amsterdam. Deze score wordt enerzijds gebruikt om naar buiten toe (vooral naar buitenlandse bedrijven) te laten zien wat de regio in huis heeft (wat er positief is aan de regio). Anderzijds worden de uitkomsten gebruikt om het vestigingsklimaat te verbeteren op punten waar laag gescoord wordt, dus als input en legitimering van beleid."*

Invest Utrecht hecht juist weinig waarde aan concurrentiekrachtlijsten (Zuidema, 2010; bijlage 7):

*"Het is natuurlijk leuk om hoog genoteerd te staan, maar deze onderzoeken zijn vaak opgebouwd uit een veelvoud aan vage factoren en rekenmodellen. Hierdoor zegt de uitkomst van deze rekensommen, de concurrentiepositie, niet zo gek veel. Alleen als er concrete zaken instaan..."*

Zo niet kan men weinig met deze lijsten.

Zo worden ze gebruikt als graadmeter om beleid te toetsen. Als je op elk van de lijsten zakt is het wel slim of er achterhaald kan worden wat daar de oorzaak van is. Het moet dan echter gaan over specifieke zaken, zoals de bereikbaarheid van het openbaar vervoer of gebrek aan innovatiekracht (Van de Kamp, 2011, bijlage 12). Hier kan dan

beleid op gemaakt worden. Wel blijft het interessant om je te vergelijken met anderen. De grote problemen waar het gebied mee kamt zijn echter al jaren bekend. Een nieuwe trend is dat de traditionele industrie een fundament vormt voor nieuwe ontwikkelingen (Gerretsen, 2011; bijlage 10). De lijsten kunnen ook input geven aan beleid of kunnen beleid toetsen. Hierbij moet men echter wel reëel blijven. De concurrentiestrijd met Londen, Parijs en mindere mate Frankfurt kan niet gewonnen worden. Het streven is daarom als nummer één van de tweede groep te eindigen op deze lijsten (Hulsebosch, 2011; bijlage 13).

Als je signaleert op veel van deze lijsten te zakken dan moet er wel onderzocht worden waar dit aan ligt zo geeft Visser (2010; bijlage 8) aan. De plaats lijkt de laatste jaren wat te zakken. Dit komt allereerst omdat bestuurlijke lagen beter met elkaar moeten samenwerken. Ook staan het leefklimaat en de Nederlandse tolerantie onder druk. Londen en Parijs staan op eenzame hoogte en hier is dan ook nauwelijks mee te concurreren. Er kan daarom beter gebruik worden gemaakt van studies naar investeringsnetwerken. Zo komt goed aan het licht met wie je concurreert en op welke punten. Dit is met name met de groep regio's onder Londen en Parijs, het streven is om een plek in de top/5 te verwerven en te behouden. Op dit moment scoort de regio goed wat betreft fusies en overnames. Met green- en brownfield investeringen gaat het wat minder (Visser, 2010; bijlage 8).

Twee van de vier ondervraagde bedrijven geeft aan concurrentiekracht lijsten belangrijk te vinden (Dell, 2010; bijlage 15; Idexx Laboratories, 2010; bijlage 17). Ook de Amerikaanse bedrijven zelf kijken dus naar concurrentiekrachtlijsten, maar er wordt weinig waarde aan gehecht. Wel is het van belang om in de top 5 of top 8 te staan, maar of dat dan positie 2 of 6 is maakt weinig verschil zo zegt Paul (2011; bijlage 9). Dit komt ook door de eerder genoemde vage factoren en daarmee de subjectieve meting. Zo stond IJsland bijvoorbeeld vijf jaar geleden in de top van veel lijsten. Van die positie is nu weinig over. Lijsten geven daarmee enigszins sturing aan de locatiebeslissing van Amerikaanse bedrijven, maar geven nooit de doorslag. Dit komt ook omdat tegenwoordig weinig locatiebeslissingen genomen worden door één persoon. Dit geldt zeker binnen grote multinationals, waar vaak een team wordt samengesteld voor dergelijke beslissingen.

### **5.5.3 • Regionale en lokale acquisitie**

Door Amsterdam Inbusiness en het NFIA wordt voor buitenlandse bedrijven de rode loper uitgerold geeft Rodenburg (2011; bijlage 11) aan. Hierdoor voelen bedrijven zich erg welkom. Deze acquisitie is op Noordvleugel niveau en verloopt uitstekend. Locale acquisitie kan averechts werken, maar dan vooral bij (semi)overheden in het buitenland. Als de minister van buitenlandse zaken van Singapore achtereenvolgens de burgemeester van Amsterdam, Den Haag en Utrecht op bezoek krijgt en vervolgens ook het NFIA en Amsterdam InBusiness kan dit voor verwarring en irritatie zorgen. Locale acquisitie is echter wel begrijpelijk en zal ook blijven bestaan. Bedrijven maken namelijk vaak eerst de keuze voor een land. Hierna is het dan iedere regio voor zich. Commerciële adviesbureaus bemiddelen in dit proces.

De lokale acquisitie breidt zich ook uit naar opkomende economieën. Dit betekent echter niet dat er minder aandacht is voor Amerikaanse bedrijven, Amsterdam InBusiness wordt bijvoorbeeld voortdurend uitgebreid (Van der Meer, 2010; bijlage 6). De rol van het NFIA wordt als perfect omschreven. Ook is er een goede samenwerking tussen Amsterdam InBusiness en het NFIA. Amsterdam heeft binnen het beleid van het NFIA geen voorkeurspositie, de grote rol die Amsterdam opeist komt vooral voort uit de vraag van de buitenlandse bedrijven zelf.

De NFIA moet vooral het merk Nederland verkopen in het buitenland. Als de keuze voor het land is gemaakt is het iedere regio voor zich en is de regio Utrecht geen onderdeel van iets groters als de Noordvleugel Randstad (Zuidema, 2010; bijlage 7). Deze is dan zoals eerder omschreven afgebakend als het stedelijk gebied rond Amsterdam. Het is voor de regio's onderling namelijk niet te doen om overal ter wereld mensen neer te zetten. De samenwerking met het NFIA is ook uitstekend. Soms stuurt

het NFIA een bedrijf door naar Invest Utrecht, maar het gebeurt ook dat er samen met het NFIA contact wordt gelegd of evenementen worden bezocht.

De rol van het NFIA zou wellicht beter ingevuld kunnen worden als het gaat om het inperken van regionale acquisitie volgens Paul (2011; bijlage 9):

*"De benadering van Amerikaanse bedrijven zou veel beter nationaal opgepakt kunnen worden dan door verschillende regionale organisaties. Dit werkt namelijk zeer verwarrend en versnipperend richting de bedrijven. Uiteindelijk werkt het dan averechts, omdat bedrijven niet meer weten waar het over gaat."*

De KVK onderschrijft dit probleem en is dan ook kritisch op verschillende regionale handelsmissies naar het buitenland (Hulsebosch, 2011; bijlage 13). Het zou goed zijn als dit meer gezamenlijk wordt opgepakt. Waar regionale missies wel effectief kunnen zijn is als het gaat om een bijeenkomst van een specifieke sector, waar de regio in gespecialiseerd is.

Feit blijft echter dat de Randstad te verdeeld is om één identiteit uit te dragen, lokale belangen zullen altijd het belangrijkste blijven (Van de Kamp, 2011, bijlage 12). Het verstand van lokale partijen zegt ja tegen meer samenwerking, maar het gevoel zegt uiteindelijk nee tegen de Randstad. Hierdoor zal de onderlinge concurrentie tussen de steden voorlopig blijven bestaan.

## **5.6 • Conclusie**

In dit hoofdstuk is een analyse uiteengezet van de resultaten verkregen uit gesprekken met acht specialisten en een vragenlijst onder vier bedrijven. De resultaten zullen gebruikt worden ter beantwoording van de probleemstelling uit de inleiding.

## 6. • Conclusies en aanbevelingen

Nu de resultaten van het empirische onderzoek uiteen zijn gezet in het voorgaande hoofdstuk kan gekeken worden naar het antwoord op de centrale vragen.

### 6.1 • De probleemstelling beantwoord

De probleemstelling uit de inleiding luidt als volgt:

***In hoeverre hebben overheden invloed op de regionale concurrentiepositie van de Noordvleugel Randstad en het aantrekken van Amerikaanse bedrijven?***

Het schaalniveau dat het beste uit verschillende concurrentiekrachtanalyses naar voren komt lijkt de Noordvleugel Randstad. Dit is echter niet hard te maken door een gebrek aan gegevens. Het schaalniveau van het grootstedelijk gebied van Amsterdam is daarmee interessanter. Dit schaalniveau behaalt een betere score, als de concurrentiekracht internationaal wordt vergeleken, dan de schaalniveaus de Randstad en Nederland. Daar komt bij dat de regio Randstad minder goed scoort dan Nederland als geheel. Uit deze analyse blijkt daarmee dat vooral de schaalniveaus van het grootstedelijk gebied van Amsterdam en Nederland interessant zijn om economisch beleid en promotiebeleid vorm te geven. De energie die de afgelopen jaren gestoken is in de concepten van de Randstad en van de Noordvleugel Randstad is hiermee grotendeels verspilde moeite geweest.

Uit de analyse is verder gebleken dat er veel haken en ogen aan concurrentiekrachtlijsten zitten. Iedereen doet net of de lijsten niet belangrijk zijn, maar kijkt er toch naar. Dit komt voort uit de vestigingsfactoren, die van invloed zijn op de aantrekkingskracht van een gebied en daarmee op de concurrentiekracht. Deze factoren worden door verschillende onderzoeksbureaus omgezet in een concurrentiescore per land, regio of stad. Dit gebeurt met een veelvoud aan factoren en subfactoren, omgerekend via uiteenlopende en moeilijk te doorgronden methoden. Door al deze factoren zijn de lijsten te algemeen om er daadwerkelijk goede gegevens uit te kunnen destilleren. Toch blijven bedrijven en bestuurders nog altijd waarde hechten aan de score die gehaald wordt op dergelijke lijsten, al geeft de plaats die een gebied inneemt op een concurrentiekrachtlijst zelden tot nooit de doorslag. Echter, als blijkt dat een gebied op alle of veel concurrentiekrachtlijsten zakt, gaan de alarmbellen rinkelen, zowel bij bestuurders als bij Amerikaanse bedrijven. Er moet alleen niet alles op alles worden gezet om bijvoorbeeld van de zesde plaats te stijgen naar de vierde. Dit maakt nauwelijks een verschil voor Amerikaanse bedrijven en daarin investeren is daarmee een verspilling van publiek geld.

In dit onderzoek is goed duidelijk geworden dat beleid, gericht op concepten als de Randstad en de Noordvleugel Randstad, weinig invloed hebben op de komst van Amerikaanse bedrijven. Beide termen zijn niet bekend bij Amerikaanse bedrijven op het moment dat zij naar Nederland komen en zij worden daarom door bestuurders onterecht ingezet om de concurrentiekracht van het gebied te versterken. Daar komt bij dat het gevoel van eenheid nog ver te zoeken is binnen de Noordvleugel Randstad. Het bestaansrecht van de Noordvleugel Randstad is daarmee, in termen van concurrentiekracht, erg minimaal. Inmiddels is de regio dan ook, terecht, in versmalde vorm, omgedoopt tot de Metropoolregio Amsterdam. Wellicht dat aan de voortdurend veranderende ruimtelijke afbakening hiermee eindelijk een einde komt. De naam is namelijk belangrijker dan de grenzen van de regio. In plaats van constante reorganisatie van overheidslagen moet er daarom juist een flexibel overheidsapparaat worden ontwikkeld. Deze moet in staat zijn in te springen op de actualiteit van een vraagstuk. Daarom is het belangrijk dat er snel geschakeld kan worden naar het juiste schaalniveau om de juiste actoren aan tafel te krijgen. Ruimtelijk economische problemen houden zich namelijk niet aan grenzen. Regionale samenwerking blijft daarmee altijd een vereiste. Niet alleen om ruimtelijk economische vraagstukken adequaat aan te kunnen pakken,

maar ook omdat Amerikaanse bedrijven anders met te veel overheidslagen te maken krijgen, wat voor verwarring zorgt.

Uit de analyse blijkt dat naast locatiefactoren ook lokale contacten, zowel persoonlijk als zakelijk, een grote rol spelen bij de keuze van Amerikaanse bedrijven om zich in Nederland te vestigen. Zo was er een bedrijf dat aangaf, dat persoonlijke contacten een rol hebben gespeeld in de vestigingskeuze. Dat dit een algemeen beeld zou zijn onder bedrijven wordt echter ontkend door specialisten. Wel is duidelijk geworden, dat adviesbureaus een grote rol spelen in het vestigingskeuzeproses. Dit gaat echter niet zo ver dat een regio een competitief voordeel behaalt uit de aanwezigheid van een groot adviesbureau. Wel is het zo dat deze bureaus graag dicht bij de klanten gevestigd zijn, zo ontstaat een zelfversterkend proces van bedrijfsconcentratie en clustervorming. De horizon van dit onderzoek is te smal om hier een harde uitspraak over te kunnen doen. Aanvullend onderzoek zou zich op de vraag kunnen richten welke invloed deze adviesbureaus daadwerkelijk hebben op het vestigingsgedrag van bedrijven. Op deze processen spelen overheden nog te weinig in. Het zou daarom goed zijn om als gebied zoveel mogelijk in netwerken te zitten, om op een dergelijke manier Amerikaanse bedrijven in contact te brengen met de juiste regionale actoren. Overheden kunnen hierbij een faciliterende rol spelen.

Het NFIA wordt door de regio gebruikt om contact te leggen met Amerikaanse bedrijven, zo bleek uit gesprekken met specialisten. Toch blijft een eigen actief acquisitiebeleid belangrijk. Dit kan voor verwarring zorgen bij buitenlandse bedrijven. Echter in een aantal gevallen wordt geen gebruik meer gemaakt van een hiërarchische locatiekeuze, maar van een vergelijking van Europese regio's. In dit licht is het vanuit Amerikaanse bedrijven gezien niet vreemd dat regionaal acquisitiebeleid blijft bestaan. Dit proces is ook niet tegen te houden door het NFIA, of wie dan ook. Regionale, en vooral lokale, belangen zullen uiteindelijk het belangrijkste blijven voor lokale bestuurders. Ondanks alle regionale overleggen en concepten, zoals de Noordvleugel Randstad. Op het moment dat een regio alleen actieve acquisitie pleegt binnen een specifieke sector kan dit juist een positieve ontwikkeling zijn. Als een regio ergens in excelleert is de bekendheid in die regio ook groter onder buitenlandse bedrijven in de betreffende sector. Zo zal er minder snel verwarring ontstaan in het buitenland en kan actieve regionale acquisitie toch wat opleveren.

## 6.2 • Aanbevelingen

- Werk toe naar een flexibele overheidsstructuur, waarbinnen snel geschakeld kan worden naar het juiste schaalniveau.
- Neem concurrentiekrachtljsten niet te serieus. Door de ingewikkelde methoden erkennen steeds meer specialisten dat de lijsten met een korreltje zout genomen moeten worden. Pas als een gebied op alle lijsten zakt is er reden voor paniek. Het is wel belangrijk om constant te scoren en in de top-10 te staan.
- Er is meer onderzoek nodig naar de rol van adviesbureaus in het proces van de locatiekeuze van Amerikaanse bedrijven. In dit onderzoek is duidelijk geworden dat er een grote rol is weggelegd voor deze bureaus. Er is echter nog niet duidelijk hoe groot de impact van deze bureaus daadwerkelijk is op het economische succes van een regio.
- Regionale acquisitie is niet te voorkomen, omdat eigen belangen voor blijven gaan. Daarbij lijkt de aanpak van Amsterdam InBusiness te werken bij Amerikaanse bedrijven. Toch moet getracht worden om internationale acquisitie zoveel mogelijk nationaal te organiseren via het NFIA.
- Regionale acquisitie kan een aanvulling zijn op nationale acquisitie, mits deze zich richt op regiospecifieke excellerende sectoren.
- **Alle ballen op Amsterdam!** Zet bij branding in op het merk Amsterdam voor het aantrekken van Amerikaanse bedrijven. Wanneer de bedrijven Nederland beter kennen naarmate ze hier langer gevestigd zijn kijken zij meer rond. Zo blijkt in veel gevallen dat andere regio's, zoals Noord-Brabant, interessanter zijn voor het bedrijf. Andere regio's profiteren daarom vanzelf van de komst van buitenlandse

bedrijven naar de regio rond Amsterdam. Dit is echter wel afhankelijk van de sector en de activiteit.



## • Literatuur

- Allen, S., J. Quigley en D. Wince-Smith (2010) *2010 Global Manufacturing Competitiveness Index*. Washington: Deloitte Touche Tohmatsu en U. S. Council on Competitiveness.
- Annoni, P. en K. Kozovska (2010) *EU Regional Competitiveness Index 2010*. Luxemburg: Publications Office of the European Union.
- Atzema, O., J. Lambooy, T. van Rietbergen en E. Wever (2002) *Ruimtelijke Economische Dynamiek. Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- Bathelt, H., A. Malmberg en P. Maskell (2004) Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and knowledge creation. *Progress in Human Geography*, 28(1), 31-49.
- BCG (2008) *Hoofdkantoren een Hoofdzaak. Tijd voor industriepolitiek nieuwe stijl*. Amsterdam: BCG.
- Beleggers Belangen (2005-2010) *Berichten tussen 1 januari 2005 en 31 augustus 2010. Beleggers Belangen*.
- Berenschot (2007) *Buitenlandse investeerders zijn groeiversnellers voor de Nederlandse economie*. Utrecht: Berenschot.
- Berenschot (2008) *Vergelijkend onderzoek uitvoering langetermijnvisies*. Utrecht: Berenschot.
- Birkinshaw, J. (1996) *World mandate strategies for Canadian subsidiaries*. <http://dsp-psd.pwgsc.gc.ca/Collection/C21-24-9-1996E.pdf>.
- Birkinshaw, J. en N. Hood (1998) Multinational subsidiary evolution: capability and charter change in foreign-owned subsidiary companies. *Academy of Management Review*, 23(4), 773-795.
- Bitzer, J. en H. Görg (2009) Foreign Direct Investment, Competition and Industry Performance. *World Economy*, 32, 221-233.
- Bontje, M., S. Musterd (2009) Creative industries, creative class and competitiveness: Expert opinions critically appraised. *Geoforum*, 40, 843-852.
- Boschma R. en K. Frenken (2006) Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography. *Journal of Economic Geography*, 6, 273-302.
- Brenner, N. (1998) Global cities, glocal states: global city formation and state territorial restructuring in contemporary Europe. *Review of International Political Economy*, 5(1), 1-37.
- Budd, L. en A. Hirmis (2004) Conceptual Framework for Regional Competitiveness. *Regional Studies*, 38(9), 1015-1028.
- CBS (2009) *Kaarten regionale indelingen 2009*. <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/nederland-regionaal/publicaties/publicaties/archief/2009/2009-regionale-kaarten-pub.htm>
- CNN (2010a) *Global 500 countries*. <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2010/countries/Australia.html>
- CNN (2010b) *Global 500 cities*. <http://money.cnn.com/magazines/fortune/global500/2009/cities/>
- Commissie Versterking Randstad (2007) *Advies Commissie Versterking Randstad*. Zoetermeer: FWA.
- Cowel, M. (2010) Polycentric Regions: Comparing Complementarity and Institutional Governance in the San Fransisco Bay Area, the Randstad and Emilia-Romagna. *Urban Studies*, 47(5), 945-965.
- Crespo, N., M. Fontoura en I. Proença (2008) FDI spillovers at regional level: Evidence from Portugal. *Papers in Regional Science*, 88(3), 591-607.
- Cushman & Wakefield (2009) *European Cities Monitor*. Londen: Cushman & Wakefield.
- Dell (2010) *Enquête 29-11-2010*. Bijlage 15
- De Volkskrant (2010) Pijn bij burger. *De Volkskrant*, 22 september 2010.
- Dörrenbächer, C. en J. Gammelgaard (2006) Subsidiary role development: the effect of micropolitical headquarters-subsidiary negotiations on the product, market and value-

- added scope of foreign-owned subsidiaries. *Journal of International Management*, 12, 266-284.
- Dow Jones Nieuwsdienst (2005-2010) Berichten tussen 1 januari 2005 en 31 augustus 2010. *Dow Jones Nieuwsdienst*.
- Dreher, A., N. Gaston en P. Martens (2008) *Measuring Globalisation – Gauging its Consequences*. New York: Springer).
- Drogendijk, R. (2005) *The development of network relations of MNC subsidiaries: how internal MNC and external (local) relations evolve*. Discussion Papers Center No. 2005-128. Tilburg: Universiteit van Tilburg.
- Economist Intelligence Unit Limited (2009) *A new ranking of the world's most innovative countries*. Londen: Economist Intelligence Unit Limited.
- ECORYS (2005) *Internationale concurrentiepositie Noordvleugel Randstad en Schiphol onderzocht*. [http://www.ecorys.nl/rota/rota\\_7/art4\\_sterkten\\_zwakten.php](http://www.ecorys.nl/rota/rota_7/art4_sterkten_zwakten.php)
- Eichler, M., U. Müller en T. Stocker (2008) *Top Technology Region (TTR) Benchmarking Report 2008*. Basel: BAK Economics.
- Erken, H., M. Kleijn en F. Lantzendörffer (2004) *Buitenlandse directe investeringen in Research & Development. Een onderzoek naar de beweging van buitenlandse R&D-investeringen en de achterliggende locatiefactoren*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Etemad, H. en L. Dulude (1986) *Managing the multinational subsidiary*. Londen: Croom Helm.
- FEM Business (2005-2009) Berichten tussen 1 januari 2005 en 18 december 2009. *FEM Business*.
- Forbes (2008) *The World's Most Stylish Cities*. [http://www.forbes.com/2008/04/24/worlds-style-capital-forbeslife-cx\\_nr\\_0424style\\_slide\\_3.html?thisspeed=25000](http://www.forbes.com/2008/04/24/worlds-style-capital-forbeslife-cx_nr_0424style_slide_3.html?thisspeed=25000).
- Forbes (2009) *The World's Happiest Cities*. [http://www.forbes.com/2009/09/02/worlds-happiest-cities-lifestyle-cities\\_slide\\_5.html?partner=yahooshine](http://www.forbes.com/2009/09/02/worlds-happiest-cities-lifestyle-cities_slide_5.html?partner=yahooshine).
- Forbes (2010) *The World's Happiest Countries*. <http://www.forbes.com/2010/07/14/world-happiest-countries-lifestyle-realestate-gallup-table.html>.
- Frenken, K. (2010) *Intreerede prof. dr. Koen Frenken 21 mei 2010*. Eindhoven: Technische Universiteit Eindhoven.
- Garelli, S. (2008) *Competitiveness 20 years later*. Lausanne: IMD.
- Gemeente Amsterdam (2008) *Amsterdam blijft populaire locatie voor toeristen*. Amsterdam: Gemeente Amsterdam
- Gemeente Groningen (2004) *Handreiking voor de toepassing van afwegingsmethoden bij bodemsanering*. Groningen: Gemeente Groningen.
- Gergely, J. (2003) *Trends in Foreign Direct Investment Incentives*. Working Papers European Communities Studies Association. Pavia: AUSE.
- Gerretsen, P. (2011) *Interview Vereniging Deltametropool 4-1-2011*. Bijlage 10.
- GfK Roper (2009) *The Anholt-GfK Roper Nation Brands IndexSM 2009 Report*. New York: GfK Roper Public Affairs & Media.
- Görg, H. en D. Greenaway (2004), Much ado about nothing. *The World Bank Research Observer*, 19, 171-197.
- Görg, H. en L. Jabbour (2009) Multinational Enterprises and Foreign Direct Investment: Introduction. *World Economy*, 32, 1-5.
- Graaf, H. De (1980) *Levensecht toegepast onderzoek*. Intermediair, 31 oktober.
- Greek Products Trade (2010) *Greek Exports: Current Trends and Future Prospects*. <http://www.greekproductstrade.com/greekexports4.html>
- Groenewegen, P. (1992) *Micro-macro vraagstukken: problemen en oplossingen in de sociologie en sociale geografie*. In: P. Groenewegen & P.P.P. Huigen (red.). *Micro-macro vraagstukken in de sociologie en de sociale geografie*. Utrecht: KNAG/Universiteit Utrecht. NGS, 151, 11-25.
- Heidrick & Struggle International (2010) *Talent Index 2007-2012*. <http://www.weknowglobaltalent.com/gti/print/gti/all/1/2012/>.

- Hervás-Oliver, J. en J. Albers-Garrigós (2008) The role of the firm's internal and relational capabilities in clusters: When distance and embeddedness are not enough to explain innovation. *Journal of Economic Geography*, 9(2), 263-283.
- Het Financieel Dagblad (2005-2010) Berichten tussen 1 januari 2005 en 31 augustus 2010. *Het Financieel Dagblad*.
- Hogenbirk, A. en R. Narula (2004) *Location and agglomeration of FDI in the Netherlands: Implications for Policy*. Maastricht: MERIT en International Institute of Infonomics.
- Hosseini, H. (2006) Psychic distance, psychic distance paradox and behavioral economics: Modeling MNC entry behavior in foreign markets. *The Journal of Socio-Economics*, 37, 939-948.
- Huggins, R., H. Izushi, W. Davies en L. Shougui (2008) *World Knowledge Competitiveness Index 2008*. Dardiff: Centre for International Competitiveness.
- Hulsebosch, D. (2011) *Interview KVK regio Amsterdam 13-1-2011*. Bijlage 13.
- IBM (2009a) Global Location Trends; Annual Report. Somers (NY): IBM
- IBM (2009b) Global Location Trends; 2009 Annual Report the Netherlands. Somers (NY): IBM
- IBM (2010a) Global Location Trends; Country Results 2009 – The Netherlands. Somers (NY): IBM
- IBM (2010b) Digital Economy Rankings 2010. Beyond e-readiness. Londen: The Economist Intelligence Unit Limited.
- IBR (2009) Privately held businesses: the lifeblood of the global economy.
- Idexx Laboratories (2010) *Enquête 9-12-2010*. Bijlage 17.
- IMD (2009) *World Competitiveness Yearbook 2009*. Lausanne: IMD.
- IMD (2010) *World Competitiveness Yearbook 2010*. Lausanne: IMD.
- International Living (2010) *Quality of Life Index 2010*.  
<http://www1.internationalliving.com/qofl2010/>.
- Jacobs, D., P. Boekholt, W. Zegveld (1990) *De economische kracht van Nederland. Een toepassing van Porters benadering van de concurrentiekracht van landen*. Den Haag: SMO.
- Jacobs (2009) *Creatief innovatiebeleid?* Amsterdam: Vossiuspers UvA.
- Jansen, S. (2009) "Omdat ik drop lust!" *Investeringsbeslissingen verklaard*. Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Kamp, H. van de (2011) *Interview SER Flevoland 10-1-2011*. Bijlage 12.
- Kloosterman, R. en B. Lambregts (2001) Clustering of Economic Activities in Polycentric Urban Regions: The Case of the Randstad. *Urban Studies*, 38(4), 717-732.
- Kloosterman, R. en B. Lambregts (2007) Between accumulation and concentration of capital: toward a framework for comparing long-term trajectories of urban systems. *Urban Geography*, 28(1), 54-73.
- KPMG (2010a) *Competitive Alternatives – KPMG's Guide to International Business Locations 2010 Edition*. Delaware: KPMG LLP.
- KPMG (2010b) *Competitive Alternatives 2010 – Special Report: Focus on Tax*. Delaware: KPMG LLP.
- Kresl, P. en B. Singh (1999) Competitiveness and the urban economy: twenty-four large US metropolitan areas. *Urban Studies*, 36, 1017-1027.
- Krugman, P. (1991) Myths and Realities of U.S. Competitiveness. *Science*, New Series, 254(5033), 811-815.
- Krugman, P. (1994) Competitiveness a dangerous obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28 - 44.
- Krugman, P. (1996) Making sense of the competitiveness debate. *Oxford Review of Economic Policy*, 12(3), 17-25.
- KVK (2010) *Zoeken op handelsnaam*.  
<http://www.kvk.nl/handelsregister/zoekenframeset.asp?url=https://server.db.kvk.nl/wwwsrvu/html/zoek.htm>.
- Lambregts, B. (2008) Geographies of Knowledge Formation in Mega-City Regions: Some Evidence from the Dutch Randstad. *Regional Studies*, 42(8), 1173-1186.

- Lambregts, B., L. Janssen-Jansen en N. Haran (2008) Effective governance for competitive regions in Europe: the difficult case of the Randstad. *GeoJournal*, 72, 45-57.
- Madhok, A. en C. Liu (2006) A coevolutionary theory of the multinational firm. *Journal of International Management*, 12, 1-21.
- Malecki, E. (2002) Hard and Soft Networks for Urban Competitiveness. *Urban Studies*, 39(5-6), 929-945.
- Malecki, E. (2004) Jockeying for Position: What It Means and Why It Matters to Regional Development Policy When Places Compete. *Regional Studies*, 38(9), 1101-1120.
- Manshanden, W., W. Jonkhoff, M. Roso, O. Koops en E. Rietveld (2007) *De top-20 van Europese stedelijke regio's 1995-2006; Randstad Holland in internationaal perspectief*. Delft: TNO.
- Markusen, J. en B. Strand (2009) Adapting the Knowledge-capital Model of the Multinational Enterprise to Trade and Investment in Business Services. *World Economy*, 32, 6-29.
- Martin, R. (1999) *The new 'geographical turn' in economics: some critical reflections*. *Cambridge Journal of Economics*, 23, 65-91.
- Maskell, P. en A. Malmberg (1999) The competitiveness of firms and regions. 'Ubiquitification' and the importance of localized learning. *European Urban and Regional Studies*, 6(1), 9-25.
- Mazars (2010) *Review of Global R&D Tax Incentives*. Dublin: Mazars.
- Meester, W. en P. Pellenburg (2006) The spatial preference map of Dutch entrepreneurs: subjective rating of locations, 1983, 1993 and 2003. *Tijdschrift voor Economisch en Sociale Geografie*, 97(4), 364-376.
- Meer, H. van der (2010) *Interview Amsterdam InBusiness 24-11-2010*. Bijlage 6.
- Meijers, E. (2007) Clones or complements? The division of labour between the main cities of the Randstad, the Flemish diamond and the RheinRuhr area. *Regional Studies*, 41, 889-900.
- Mercer (2010) *Quality of Living worldwide city rankings 2010 - Mercer survey*. [http://www.mercer.com/press-releases/quality-of-living-report-2010#Ranking\\_Eco\\_Cities](http://www.mercer.com/press-releases/quality-of-living-report-2010#Ranking_Eco_Cities).
- Metropoolregio Amsterdam (2010) *Wat is de Metropoolregio Amsterdam?* <http://www.metropoolregioamsterdam.nl/BKG.html>.
- Meyer, K. (2001) Institutions, Transaction Costs, and Entry Mode Choice in Eastern Europe. *Journal of International Business Studies*, 32(2), 357-367.
- Miller, T. en K. Holmes (2009) *2010 Index of Economic Freedom*. Washington: The Heritage Foundation.
- Ministerie van EZ (2006) *In actie voor acquisitie. Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Ministerie van EZ (2009) *Pieken in de Noordvleugel; Uitbouw van de internationale dienstverlening*. Den Haag: Ministerie van EZ.
- Ministerie van VenW (2007) *Randstad Urgent*. Den Haag: Ministerie van VenW.
- Ministerie van VenW (2009) *Randstad Urgent. Randstad-besluiten: Amsterdam-Almere-Markermeer RAAM-brief*. Den Haag: Ministerie van VenW
- Ministerie van VROM (2007) *Randstad 2040 Samenvatting Structuurvisie*. Den Haag: Ministerie van VROM.
- Ministerie van VROM (2010) *Randstad*. <http://www.vrom.nl/pagina.html?id=35431>.
- NCC (2004) *NCC Statement on Innovation. Competitiveness through Innovation*. [http://www.forfas.ie/media/ncc040225\\_statement\\_on\\_innovation.pdf](http://www.forfas.ie/media/ncc040225_statement_on_innovation.pdf).
- NFIA (2008) *Year in review 2008*. Den Haag: Ministerie van EZ.
- NFIA (2009) *Jump-Start your European Operations*. [http://www.nfia.nl/About\\_NFIA.html](http://www.nfia.nl/About_NFIA.html).
- NFIA (2010) *Nieuws 2006-2010*. <http://www.nfia.com/nieuws.html?id=2>
- Nicis Institute (2007) *Neem cultuur serieus bij het aantrekken van buitenlandse bedrijven*. [http://www.nicis.nl/nicis/dossiers/Wonen/Stedelijkevernieuwing/Interview-van-Hasselt\\_1138.html](http://www.nicis.nl/nicis/dossiers/Wonen/Stedelijkevernieuwing/Interview-van-Hasselt_1138.html).
- Northern Trust (2010) *Enquête 24-11-2010*. Bijlage 14.

- NRC Handelsblad (2005-2010) Berichten tussen 1 januari 2005 en 31 augustus 2010. *NRC Handelsblad*.
- NV Utrecht (2010) *NV Utrecht*. <http://www.nvutrecht.nl/>
- OECD (2006) *Competitive Cities in the Global Economy*. Parijs: OECD.
- OECD (2007) *OECD Territorial Reviews: Randstad Holland Netherlands*. Parijs: OECD.
- Oetzel, J. en J. Doh (2009) MNEs and Development: a review and conceptualization. *Journal of World Business*, 44, 108-120.
- Oort, F. van, M. Burger, O. Raspe (2010) On the Economic Foundation of the Urban Network Paradigm: Spatial Integration, Functional Integration and Economic Complementarities within the Dutch Randstad. *Urban Studies*, 47(4), 725-748.
- Paul, S. (2011) *Interview American Chamber of Commerce 4-1-2011*. Bijlage 9.
- Parr, J. (2008) Cities and regions: problems and potentials. *Environment and Planning A*, 40, 3009-3026.
- Pater, B. de (1984) *Algemene Sociale Geografie. Ontwikkelingslijnen en Standpunten*. Weesp: Romen.
- Phelps, N. (2009) From branch plant economies to knowledge economies? Manufacturing industry, government policy, and economic development in Britain's old industrial regions. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 27, 574-592.
- Phelps, N. en C. Fuller (2001) Taking care of business: aftercare and the state-multinational enterprise nexus in Wales. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 19, 817-832.
- Phelps, N., D. Mackinnon, I. Stone en P. Braidford (2003) Embedding the Multinationals? Institutions and the Development of Overseas Manufacturing Affiliates in Wales and North East England. *Regional Studies*, 37(1), 27-40.
- Porter, M. (1998) *The competitive advantage of nations*. Londen: Macmillan Press LTD.
- Potter, J. (2002) *Embedding Foreign Direct Investment*. <http://www.oecd.org/dataoecd/43/36/2489910.pdf>.
- Potter, J., B. Moore en R. Spires (2002) The wider effects of inward foreign direct investment in manufacturing on UK industry. *Journal of Economic Geography*, 2, 279-310.
- PRES (2009a) *Creatieve kennisregio Amsterdam. Economische agenda Metropoolregio Amsterdam (1<sup>e</sup> concept)*. Amsterdam: PRES.
- PRES (2009b) *Global Business Gateway. Economische Agenda Metropoolregio Amsterdam 2010-2014*. Amsterdam: PRES.
- Pro Inno Europe (2009) *European Innovation Scoreboard 2009. Comparative Analysis of Innovation Performance*. [http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item\\_id=4139&lang=nl](http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=4139&lang=nl).
- Quote (2005-2010) Berichten tussen 1 januari 2005 en 31 augustus 2010. *Quote*.
- Randstad Regiovisier (2009) *Onderzoek IBM: Toename buitenlandse investeringen in Nederland*. <http://randstad.regiovizier.nl/2009/10/05/onderzoek-ibm-toename-buitenlandse-investeringen-in-nederland/>
- RMNO (2008) *Future Scan Langetermijnvisie Randstad 2040*. Den Haag: RMNO.
- Rodenburg, C. (2011) *Interview Ernst & Young 6-1-2011*. Bijlage 11.
- Salet, W. en J. Woltjer (2009) New concepts of strategic spatial planning dilemmas in the Dutch Randstad region. *International Journal of Public Sector Management*, 22(3), 235-248.
- Saliola, F. en A. Zanfei (2009) Multinational firms, global value chains and the organization of knowledge transfer. *Research Policy*, 38, 369-381.
- Sassen, V. (2009) *Acquisitie Buitenlandse Investerings (Gastcollege aan de Universiteit van Utrecht)*. Utrecht: Invest Utrecht.
- Schumpeter, J. (1944) *Capitalism, socialism and democracy*. Londen: Allen & Unwin.
- Siemons, J (2009) *Nederland investeringsland (Gastcollege aan de Universiteit van Utrecht)*. Amsterdam: Ernst & Young Real Estate Advisory Services.
- Slangen, A. en R. Tulder (2009) Cultural distance, political risk, or governance quality? Towards a more accurate conceptualization and measurement of external uncertainty in foreign entry mode research. *International Business Review*, 18, 276-291.

- Stec Groep (2005a) *Database Buitenlandse Vestigingen in Nederland*. Arnhem: Stec Groep.
- Stec Groep (2005b) *Operations of foreign companies in the Netherlands in 2004*. Arnhem: Stec Groep.
- Stoffelen, A. (2009) *Een visie op de Randstad? Huizen voor families met mos op het dak*. Volkskrant, 10 maart 2009.
- Storm, P., M. Goossens en K. Mattens (2010) *Amsterdam Metropolitan Area as Headquarter Location*. Zürich: Global Arena.
- Terremark (2010) *Enquête 6-12-2010*. Bijlage 16
- The World Bank (2009) *Doing Business 2010*. Herndon: World Bank Publications.
- The World Bank (2010) *Logistics Performance Index*.  
<http://info.worldbank.org/etools/tradesurvey/mode1b.asp>.
- Turok, I. (2004) Cities, Regions and Competitiveness. *Regional Studies*, 38(9), 1069-1083.
- Vries, J. de en D. Evers (2007) *Bestuur en ruimte: de Randstad in internationaal perspectief*. Den Haag: Ruimtelijk Planbureau.
- Vermeulen, W. en J. van Ommeren (2009) Does land use planning shape regional economies? A simultaneous analysis of housing supply, internal migration and local employment growth in the Netherlands. *Journal of Housing Economics*, 18, 294-310.
- Visser, E.J. (2010) *Interview Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie 8-12-2010*. Bijlage 8.
- VRM-raad, Raad voor Verkeer en Waterstaat en Raad voor het Landelijk Gebied (2008) *Randstad 2040: verbinden en verknopen. Briefadvies Integrale Langetermijnvisie Randstad 2040*.  
[http://www.verkeerenwaterstaat.nl/kennisplein/3/6/367846/Briefadvies Integrale Langetermijnvisie Randstad2040.pdf](http://www.verkeerenwaterstaat.nl/kennisplein/3/6/367846/Briefadvies_Integrale_Langetermijnvisie_Randstad2040.pdf).
- Wall, R. (2009) The Relative Importance of Randstad Cities Within Comparative Worldwide Corporate Networks. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 100(2), 250-259.
- WEF (2009) *The Global Competitiveness Report 2009-2010*. Genève: World Economic Forum.
- WEF (2010) *The Global Competitiveness Report 2010-2011*. Genève: World Economic Forum.
- Wintjes, R. (2005) *Verankering van buitenlandse bedrijven in Nederland*. Maastricht: Merit.
- Yale (2010) *Environmental Performance Index*. <http://epi.yale.edu/>.
- Yeung, H. (2009) Regional Development and the Competitive Dynamics of Global Production Networks: An Asian Perspective. *Regional Studies*, 43(3), 325-351.
- Zuidema, J. (2010) *Interview Invest Utrecht 24-11-2010*. Bijlage 7.

- Bijlage 1

### Noordvleugel Randstad in het jaar 2007



Bron | Ministerie van VROM, 2007, p. 60.

- Bijlage 2

## De Noordvleugel Utrecht in het jaar 2007



Bron | Ministerie van VROM, 2007, p. 62.



- **Bijlage 3**

**Lijst met gemeenten in de Noordvleugel Randstad in het jaar 2010**

Aalsmeer	IJsselstein
Almere	Landsmeer
Amersfoort	Laren
Amstelveen	Maarssen
Amsterdam	Muiden
Baarn	Naarden
Beemster	Nieuwegein
Beverwijk	Oostzaan
Blaricum	Ouderamstel
Bloemendaal	Purmerend
Bunnik	Soest
Bunschoten	Uitgeest
Bussum	Uithoorn
De Bilt	Utrecht
Diemen	Velzen
Edam-Volendam	Vianen
Eemnes	Waterland
Haarlem	Weesp
Haarlemmerliede & Spaanwoude	Wijdmeren
Haarlemmermeer	Wormerland
Heemskerk	Zaanstad
Heemstede	Zandvoort
Hilversum	Zeevang
Houten	Zeist
Huizen	

*Bron | Ministerie van EZ, 2009, p. 5; Ministerie van VROM, 2007; CBS, 2009.*

• **Bijlage 4**

Vragenlijst bedrijven

**Introductie**

Datum: \_\_\_\_\_

Bedrijfsnaam: \_\_\_\_\_

Geïnterviewde: \_\_\_\_\_

Adres: \_\_\_\_\_

Plaatsnaam: \_\_\_\_\_

Telefoonnummer: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Wat is uw functie binnen deze vestiging: \_\_\_\_\_

Sinds wanneer bent u hier werkzaam: \_\_\_\_\_

**Vraag 1: Vestiging**

Is er sprake (geweest) van:

- eerste investering Nederland/Europa  JA  NEE
- uitbreidingsinvestering Europa, gedaan in Nederland  JA  NEE
- verplaatsing vanuit ander Europees land  JA  NEE

Samenstelling typen **scholingsgraad werknemers**:

LBO	_____	%
MBO	_____	%
HBO/Universitair	_____	%

Het **aantal werknemers** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid                       Gelijk gebleven                       Gedaald

De **omzet** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid                       Gelijk gebleven                       Gedaald

**Vraag 2: Activiteiten**

Wat waren de **activiteiten** bij de **start** van de vestiging in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____	%	<input type="radio"/> Logistiek	_____	%
<input type="radio"/> Marketing & Sales	_____	%	<input type="radio"/> R&D	_____	%
<input type="radio"/> Hoofdkantoor	_____	%	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____	%
<input type="radio"/> Callcenter	_____	%	<input type="radio"/> Anders,	_____	%
Namelijk: _____					

Welke **markt** werd er bediend bij de **start** van de vestiging:

- Provincie                       West-Europa  
 Nederland                       Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)  
 Benelux                       Wereld

Wat zijn de **activiteiten** van de vestiging op **dit moment** in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____	%	<input type="radio"/> Logistiek	_____	%
<input type="radio"/> Marketing & Sales	_____	%	<input type="radio"/> R&D	_____	%
<input type="radio"/> Hoofdkantoor	_____	%	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____	%
<input type="radio"/> Callcenter	_____	%	<input type="radio"/> Anders,	_____	%

\_\_\_\_\_

Namelijk: \_\_\_\_\_

Welke **markt** bedient de vestiging op **dit moment**:

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| <input type="radio"/> Provincie | <input type="radio"/> West-Europa                        |
| <input type="radio"/> Nederland | <input type="radio"/> Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA) |
| <input type="radio"/> Benelux   | <input type="radio"/> Wereld                             |

### Vraag 3: Noordvleugel Randstad

Nederland kent een uitgebreide ruimtelijke planning waarbij veelal wordt gewerkt met ruimtelijk afgebakende concepten. Een van die concepten is de **Randstad**. Bent u met dit concept bekend?  JA  NEE

Een ander concept is de **Noordvleugel Randstad**. Bent u met dit concept bekend?  
 JA  NEE

**Zo JA**, hoe zou u deze **Noordvleugel Randstad** op de kaart van Nederland tekenen (zie de laatste pagina).

### Vraag 4: Locatiekeuze

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor een vestiging in **Nederland**?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor de huidige **vestigingsplaats**?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### Vraag 5: Relaties

Bent u bij uw locatiekeuze geadviseerd?  JA  NEE

**Zo JA**, door:  Een overheidsinstelling  De Netherlands Foreign Investment Agency  
 Adviesbureau  Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
 Lokale toeleveranciers  Lokale klanten  
 Kennisinstanties  Een bekende (collega/vriend/familie)

**Zo JA**, welke rol speelde dit contact bij de uiteindelijke vestigingskeuze?

1=totaal onbelangrijk, 2=onbelangrijk, 3=neutraal, 4=belangrijk, 5=zeer belangrijk

	1	2	3	4	5
Contact met Nederlandse overheidsinstellingen	0	0	0	0	0
Contact met de Netherlands Foreign Investment Agency	0	0	0	0	0
Contact met adviesbureaus	0	0	0	0	0
Contact met een regionale ontwikkelingsmaatschappij	0	0	0	0	0
Contact met bekende (collega/vriend/familie)	0	0	0	0	0
Contact met Nederlandse toeleveranciers	0	0	0	0	0
Contact met Nederlandse klanten	0	0	0	0	0

Heeft u nog altijd contact met een van deze instellingen? O JA O NEE

**Zo JA**, door: O Een overheidsinstelling O De Netherlands Foreign Investment Agency  
 O Adviesbureau O Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
 O Lokale toeleveranciers O Lokale klanten  
 O Kennisinstellingen O Een bekende (collega/vriend/familie)

Zijn deze relaties met deze lokale externe partijen toegenomen of afgenomen sinds de oprichting van de vestiging? O Toegenomen O Afgenomen

Hoe zou u de relatie met het hoofdkantoor omschrijven?  
 O Hiërarchisch O Veel eigen initiatief

### Vraag 6: Concurrentiekracht van gebieden

Wat zijn de vijf meest concurrerende landen, regio's en steden binnen Europa volgens u?

Landen	Regio's	Steden
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

Veel onderzoeksbureaus stellen lijstjes op, zoals u zojuist hebt gedaan. Speelt de ranking van gebieden op dergelijke lijstjes een rol bij de keuze voor een bedrijfslocatie?  
 O JA O NEE

Welke methode heeft u gebruikt bij het vinden van een geschikte locatie:  
 O Hiërarchische keuze (achtereenvolgens: het werelddeel/het land/de regio/de stad)  
 O Vergelijking naar regio's (binnen Europa)  
 O Vergelijking naar steden (binnen Europa)

Er zijn tussen 2005 en 2010 meer dan 40 procent van de Amerikaanse bedrijven weggegaan uit de regio (de Noordvleugel Randstad). Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

---



---

Wilt u een samenvatting van het onderzoek ontvangen? O JA O NEE  
 Bent u bereid mee te werken aan een vervolgonderzoek? O JA O NEE

# Questionnaire

## Introduction

Date: \_\_\_\_\_

Company name: \_\_\_\_\_

Correspondent: \_\_\_\_\_

Address: \_\_\_\_\_

City: \_\_\_\_\_

Telephone number: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

What is your position in this company: \_\_\_\_\_

How long have you been working here: \_\_\_\_\_

## Question 1: Subsidiary

Is this subsidiary:

- The first investment in the Netherlands/Europe  YES  NO
- Growth investment in Europe, located in the Netherlands  YES  NO
- Relocation from an other European country  YES  NO

**Education level** employees:

Basic education	_____	%
High school	_____	%
College/university	_____	%

Since the start of this subsidiary the **number of employees** has:

- increased                       been equal                       declined

Since the start of this subsidiary the **turnover** has:

- increased                       been equal                       declined

## Question 2: Business activity

What were the **activities** at the start of this subsidiary in a percentage of the total business activity (several answers possible):

<input type="radio"/> Production	_____	%	<input type="radio"/> Logistics	_____	%
<input type="radio"/> Marketing & Sales	_____	%	<input type="radio"/> R&D	_____	%
<input type="radio"/> Headquarter	_____	%	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____	%
<input type="radio"/> Callcenter	_____	%	<input type="radio"/> Other:	_____	%

What was the range of this subsidiaries **market** at the **start**:

- Province                       Western-Europe  
 The Netherlands               Europe/Middle-East/Africa (EMEA)  
 Benelux                       World

What are the **activities** of this subsidiary at **the moment** in a percentage of the total business activity (several answers possible):

<input type="radio"/> Production	_____	%	<input type="radio"/> Logistics	_____	%
<input type="radio"/> Marketing & Sales	_____	%	<input type="radio"/> R&D	_____	%
<input type="radio"/> Headquarter	_____	%	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____	%
<input type="radio"/> Callcenter	_____	%	<input type="radio"/> Other:	_____	%

What is the range of this subsidiaries **market** at **the moment**:

- Province                       Western-Europe

- The Netherlands
- Benelux

- Europe/Middle-East/Africa (EMEA)
- World

**Question 3: The Northern wing of the Randstad**

In the Netherlands there is an extensive spatial planning model with a lot of different spatial concepts like the **Randstad**. Are you familiar with this concept?  YES  NO

This Randstad is separated in two areas, the southern wing and the northern wing. Are you familiar with the concept of **the Northern wing of the Randstad**?  YES  NO

**If YES**, then please draw your image of the Northern wing of the Randstad on the map on the last page of this questionnaire.

**Question 4: choice of location**

What were the five most important reasons/factors to locate this subsidiary in **the Netherlands**?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

What were the five most important reasons/factors to locate this subsidiary in **this region**?

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**Question 5: Connections**

Did you have professional help with your choice of location?  YES  NO

**If YES**, I have been helped by (several answers possible):

- The Dutch government
- Business consultant
- Local suppliers
- Knowledge institution
- The Netherlands Foreign Investment Agency
- Regional investment agencies
- Local costumers
- An acquaintance (college/friend/family)

How important were these connections with the final decision of location?

1=totally unimportant, 2=unimportant, 3=neutral, 4=important, 5=very important

	1	2	3	4	5
Contact with Dutch governmental agencies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact with the Netherlands Foreign Investment Agency	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact with business consultants	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact with regional investment agencies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact with an acquaintance (college/friend/family)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact with a local suppliers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact with a local costumers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact with knowledge institutions	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Are you still in contact with one of these connections?  YES  NO

**If YES**, I have been helped by (several answers possible):

- The Dutch government
- Business consultant
- Local suppliers
- Knowledge institution
- The Netherlands Foreign Investment Agency
- Regional investment agencies
- Local costumers
- An acquaintance (college/friend/family)

Did these local connections increase or decrease since the start of this subsidiary?  
 Increased                       Decreased

How would you describe the relationship between this subsidiary and it's headquarter?  
 Hierarchical                       A lot of own initiative

**Question 6: Competitiveness of areas**

According to you what are the five most competitive countries, regions and cities of Europe?

Countries	Regions	Cities
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

There are a lot of lists like the one above that you just made. Is the ranking of a country, region or city important while making the choice of location?  YES  NO

What method did you use while making your choice to locate this subsidiary?

- Hierarchical choice (one by one: the continent/country/region/city)
- Comparison of regions (within Europe)
- Comparison of cities (within Europe)

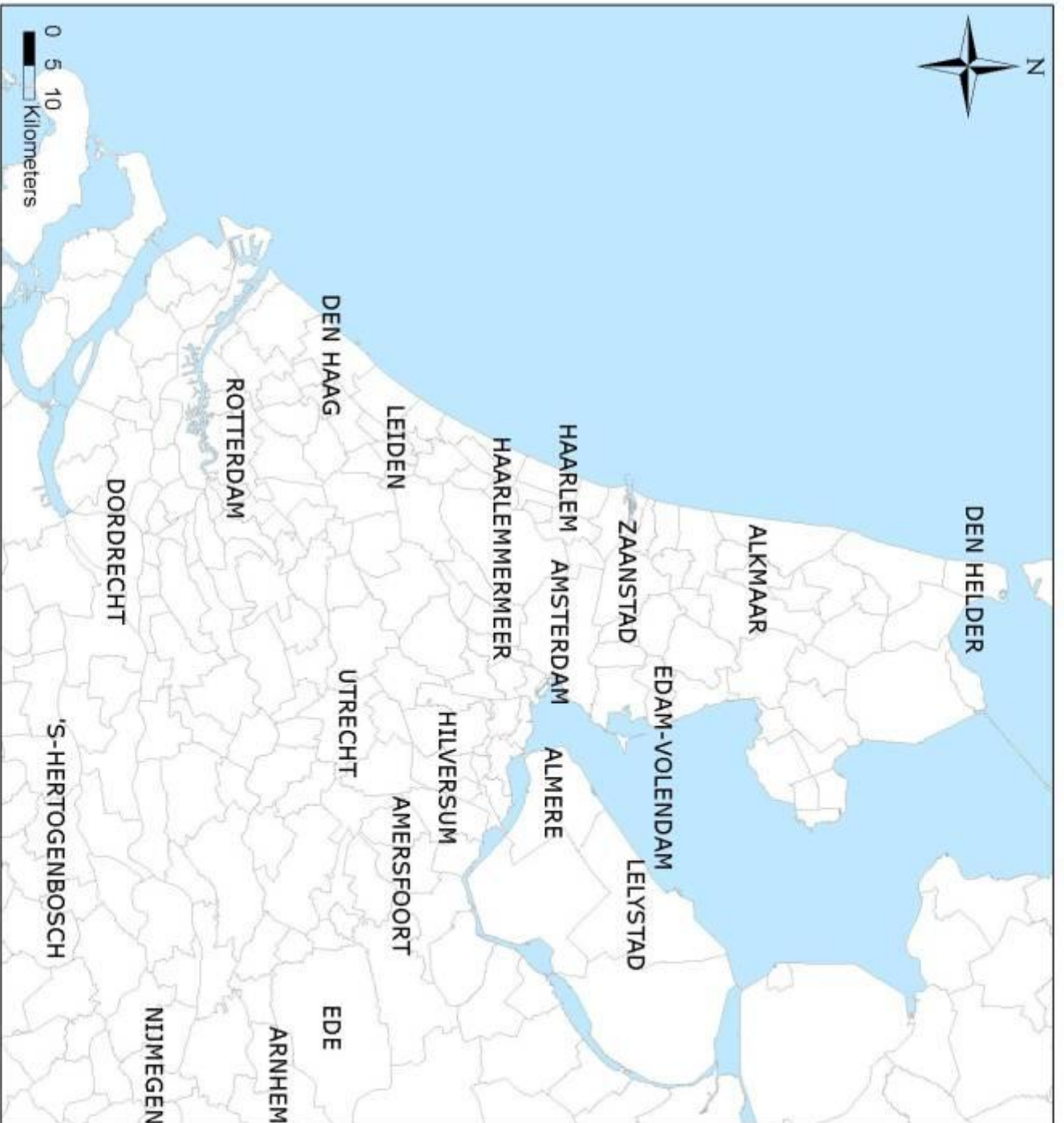
Between 2005 and 2010 more then 40 percent of the American subsidiaries left the region (the Northern wing of the Randstad). According to you what is the cause of this?

---



---

Do you want to receive a summary of this study?  YES  NO  
 Are you willing to participate in a follow-up study?  YES  NO



**Legend**


 Municipalities of  
 the Netherlands



• [Bijlage 5](#)

## Interview specialisten

### Introductie

Datum: \_\_\_\_\_

Overheidsinstelling: \_\_\_\_\_

Geïnterviewde: \_\_\_\_\_

Adres: \_\_\_\_\_

Plaatsnaam: \_\_\_\_\_

Telefoonnummer: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Wat is uw functie binnen deze overheidsinstelling: \_\_\_\_\_

Sinds wanneer bent u hier werkzaam: \_\_\_\_\_

### Vraag 1: Noordvleugel Randstad

Nederland kent een uitgebreide ruimtelijke planning waarbij veelal wordt gewerkt met ruimtelijk afgebakende concepten. Bent u met het concept **Noordvleugel Randstad**?  
O JA O NEE

**Zo JA**, hoe zou u deze **Noordvleugel Randstad** op de kaart van Nederland tekenen (zie de laatste pagina).

Waar komt het concept **Noordvleugel Randstad** volgens u uit voort?

Wordt dit concept actief gebruikt om Amerikaanse bedrijven naar de regio te krijgen?

O JA O NEE

**Zo JA**, hoe?

Welk bestuurlijk schaalniveau is naar uw mening het **meest relevant** om ruimtelijk-economische vraagstukken op te lossen?

O Randstad O Noordvleugel van de Randstad

O Provincies O Stedelijke regio's (bv. van Amsterdam en Utrecht)

O Gemeenten

### Vraag 2: Amerikaanse bedrijven

De nieuwe Amerikaanse bedrijven uit de afgelopen 5 jaar zijn vooral uit de sectoren ICT en Zakelijke dienstverlening naar de Noordvleugel Randstad gekomen. Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

De nieuwe Amerikaanse bedrijven uit de afgelopen 5 jaar hebben als activiteit voornamelijk Marketing & Sales. Ook de activiteiten hoofdkantoor en logistiek en distributie zijn goed vertegenwoordigd. Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

Ziet u verschillen tussen bedrijven die hier lang of kort gevestigd zijn?

**Zo JA**, welke (bv. in grootte of relaties)?

Wat zijn volgens u de vijf belangrijkste redenen voor Amerikaanse bedrijven om te kiezen voor een vestiging in **Nederland**?

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4.  
5.

Wat zijn volgens u de vijf belangrijkste redenen voor Amerikaanse bedrijven om te kiezen voor een vestiging in de **Noordvleugel van de Randstad**?

1.  
2.  
3.  
4.  
5.

Er zijn tussen 2005 en 2010 meer dan 40 procent van de Amerikaanse bedrijven weggegaan uit de regio (de Noordvleugel Randstad). Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

### Vraag 3: Relaties

Zoekt u contact met Amerikaanse bedrijven die buiten de Verenigde Staten een vestiging willen openen? O JA O NEE

Zoeken Amerikaanse bedrijven die buiten de Verenigde Staten een vestiging willen openen met u contact? O JA O NEE

Adviseert u Amerikaanse bedrijven om zich in Nederland te vestigen? O JA O NEE

Blijft u contact houden met deze Amerikaanse bedrijven, nadat zij een vestiging in Nederland hebben geopend? O JA O NEE

**Zo JA:** - Met hoeveel procent van de Amerikaanse bedrijven blijft u contact houden?  
\_\_\_\_\_ %

- Hoelang blijft u gemiddeld contact houden met deze Amerikaanse bedrijven?

- O 0 tot en met 2 jaar      O 3 tot en met 5 jaar  
O 6 tot en met 10 jaar      O Langer dan 10 jaar

Met welke instellingen heeft een Amerikaans bedrijf contact volgens u? Met:

- O Een overheidsinstelling      O De Netherlands Foreign Investment Agency  
O Adviesbureau      O Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
O Lokale toeleveranciers      O Lokale klanten  
O Kennisinstellingen      O Een bekende (collega/vriend/familie)

Nemen relaties met deze externe partijen toe of af naarmate een Amerikaanse bedrijf hier langer gevestigd is? O Toename O Afname

### Vraag 4: Concurrentiekracht

Wat zijn de vijf meest concurrerende landen, regio's en steden binnen **Europa** volgens u?

Landen	Regio's	Steden
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.

5.

5.

5.

---

Veel onderzoeksbureaus stellen lijstjes op, zoals u zojuist hebt gedaan. Hecht u er waarde aan hoe hoog **Nederland** scoort op deze lijsten? O JA O NEE

Hecht u er waarde aan hoe hoog de **Noordvleugel van de Randstad** scoort op deze lijsten? O JA O NEE

Gebruikt u deze lijstjes om beleid op te baseren, te verantwoorden, dan wel te evalueren? O JA O NEE Hoe?

Het aandeel Amerikaanse bedrijven loopt de laatste jaren wat terug. Onder anderen door toedoen van de opkomst van nieuwe economieën. Hoe speelt u hierop in?

Regionale ontwikkelingsmaatschappijen voeren steeds vaker een actief beleid gericht op de acquisitie van buitenlandse bedrijven. Wat vindt u hiervan?

Wilt u een samenvatting van het onderzoek ontvangen? O JA O NEE

Bent u bereid mee te werken aan een vervolgonderzoek? O JA O NEE



### Legenda

 Gemeenten Nederland

- **Bijlage 6**

## Interview Amsterdam InBusiness 24-11-2010

*Mevrouw H. van der Meer, Managing Director*

3 jaar werkzaam bij Amsterdam InBusiness

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

Amsterdam InBusiness is bekend met het concept Noordvleugel Randstad. Deze komt voort uit het de vele bestuurlijke lagen in Nederland (rijk, provincies, regio's, gemeenten). Naar buiten (voornamelijk buitenlandse bedrijven) toe zorgt dit voor verwarring. Er is daarom gekozen voor meer samenwerking i.p.v. onderlinge concurrentie. Het N-V overleg gaat relatief gemakkelijk over de gemeentegrenzen heen, zo kan door te praten met elkaar veel bereikt worden.

De fysieke grenzen van de Noordvleugel Randstad worden voortdurend verschoven. De regionale afbakening en het meest relevante schaalniveau voor ruimtelijk-economische problemen, komt voort uit de vraag vanuit de buitenlandse bedrijven. Hierbij gaat het om het grootstedelijk gebied van Amsterdam (Metropoolregio). Tot Haarlem, Almere en Hilversum.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

Vestigingsfactoren Nederland

1. Belastingklimaat
2. Economische stabiliteit
3. Verbondenheid met de rest van Europa
4. Leefkwaliteit

Vestigingsfactoren Noordvleugel van de Randstad

1. Internationale connectiviteit (Schiphol, ICT netwerk)
2. Leefomgeving
3. Aanwezigheid van en aantrekkelijkheid voor de vestiging van talent
4. Veel dienstverlenende bedrijvigheid aanwezig (logistiek tot creatief)

Om deze factoren zijn er vooral veel ICT en zakelijke dienstverlening bedrijven met als activiteit M&S, hoofdkantoor en logistiek. Daarnaast zijn er al veel van deze bedrijven in de regio gevestigd. Ook is de regio een ideale plek om het marktaandeel te versterken binnen Europa.

Nieuwe bedrijven hebben een langjarig perspectief als zij naar Nederland komen. Veruit de meeste bedrijven overleven het en groeien door in de regio.

### **Vraag 3: Relaties**

Amsterdam InBusiness komt voornamelijk in contact met Amerikaanse bedrijven via de buitenlandse vestigingen van het NFIA. Er wordt echter ook op eigen initiatief contact gelegd met bedrijven. Deze bedrijven worden vaak ook weer in contact gebracht met het NFIA. Er wordt wel getracht bedrijven te adviseren naar de regio toe te komen.

Amsterdam InBusiness blijft contact houden met de bedrijven die zich in de regio hebben gevestigd om te helpen bij problemen en wanneer een bedrijf bijvoorbeeld wil uitbreiden. Omdat het gaat om ongeveer 2000 buitenlandse bedrijven wordt jaarlijks met ongeveer 10 procent daarvan contact gezocht. Hierbij maakt het niet uit hoelang de bedrijven er al gevestigd zijn, de hele levensloop lang.

#### Vraag 4: Concurrentiekracht

Landen	Regio's	Steden
1. Groot-Brittannië	1. Londen	1. Londen
2. Zwitserland	2. Amsterdam	2. Amsterdam
3. Nederland	3. Parijs	3. Parijs
4. Duitsland	4. Frankfurt	4. Frankfurt
5. Frankrijk	5. Brussel	5. Brussel

Er wordt veel waarde gehecht aan de hoogte van de score van Nederland en het stedelijk gebied van Amsterdam. Deze score wordt enerzijds gebruikt om naar buiten toe (vooral naar buitenlandse bedrijven) te laten zien wat de regio in huis heeft (wat er positief is aan de regio). Anderzijds worden de uitkomsten gebruikt om het vestigingsklimaat te verbeteren op punten waar laag gescoord wordt, dus als input en legitimering van beleid.

Ook naar bedrijven uit de opkomende economieën. Dit betekent echter niet dat er minder aandacht is voor Amerikaanse bedrijven, Amsterdam InBusiness wordt namelijk voortdurend uitgebreid.

De rol van het NFIA wordt als perfect omschreven. Ook is er een goede samenwerking tussen Amsterdam InBusiness en het NFIA. Amsterdam heeft binnen het beleid van het NFIA geen voorkeurspositie, de grote rol die Amsterdam opeist komt vooral voort uit de vraag van de buitenlandse bedrijven zelf.

- **Bijlage 7**

## **Interview Invest Utrecht 24-11-2010**

*De heer J. Zuidema, Head Invest Utrecht*

Sinds augustus 2010 werkzaam bij Invest Utrecht

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

Is bekend met het concept Noordvleugel Randstad, maar weet niet waar dit concept uit voort komt. De regio Utrecht is deels wel vooral geen onderdeel van deze Noordvleugel. Als het gaat om de profilering naar buiten (vooral buitenlandse bedrijven) is het goed om samen te werken. Vooral als land via de NFIA. Als de keuze voor het land is gemaakt is het iedere regio voor zich en is de regio Utrecht geen onderdeel van iets groters als de Noordvleugel Randstad (dit zou dan vooral het stedelijk gebied rond Amsterdam zijn).

Het concept Noordvleugel Randstad wordt dan ook niet gebruikt om bedrijven aan te trekken. Het schaalniveau van de stedelijke regio is hierbij het meest relevant om problemen aan te pakken.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

Vestigingsfactoren provincie Utrecht

1. Centrale ligging binnen Nederland
2. Goede logistiek (verbindingen en logistieke bedrijven)
3. Relatief kleine afstand naar de klant
4. Hoog opgeleide beroepsbevolking (goed personeel)

ICT is een belangrijke sector waar op gefocust wordt en dan vooral gaming. Ook is er veel aandacht voor life sciences en duurzame bedrijven. Dat is een naast de vestigingsfactoren een belangrijke reden. Dit geldt ook voor de activiteit van M&S.

Hoe langer bedrijven in de regio zijn hoe meer ze ingebed raken. Met als gevolg dat er meer relaties ontstaan met lokale bedrijven en daarmee lokale netwerken. Ook ontstaan er in sommige gevallen contacten met opleidings- en kennisinstellingen.

### **Vraag 3: Relaties**

Het contact met buitenlandse bedrijven komt vooral tot stand via of in samenwerking met het NFIA. Ook wordt zelf aan acquisitie gedaan, waarbij het veelal Amsterdam achterna hollen is. Men richt zich daarom op de sectoren gaming, life sciences en duurzaamheid. Men probeert hierbinnen niches te vinden om zo gericht bedrijven te kunnen vinden die zich in de regio kunnen vestigen.

Er blijft contact met een deel van de buitenlandse bedrijven na de vestiging in Nederland. Dit om problemen op te sporen en te helpen bij een oplossing om de bedrijven ook in de regio te kunnen houden. Ook wordt er bemiddeld bij problemen met andere overheden (bijvoorbeeld een gemeente) en worden bedrijven desgewenst in contact gebracht met andere bedrijven in de regio en kennisinstellingen.

Er is niet genoeg mankracht om met alle bedrijven in contact te blijven en sommige bedrijven hebben hier ook totaal geen behoefte aan. Indien dit contact wel gewenst is gaat het in ieder geval om de eerste 2 tot 3 jaar. Invest Utrecht kijkt daarnaast naar welke bedrijven het interessantste/belangrijkste zijn voor de regio (bijvoorbeeld als het gaat om de grootte) en focust zich daar op wat betreft contact houden. Dit contact is dan eens in de twee jaar, maar alleen als daar behoefte aan is.

Relaties met andere bedrijven en instellingen in de regio nemen toe naarmate een buitenlands bedrijf langer in de regio is gevestigd en meer ingebed raakt.

#### **Vraag 4: Concurrentiekracht**

Landen	Regio's	Steden
1.	1. Provincie Utrecht	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

Invest Utrecht hecht weinig waarde aan de score van Nederland en de regio op dergelijke concurrentiekracht lijstjes (zoals de lege velden al laten zien). Het is natuurlijk leuk om hoog genoteerd te staan, maar deze onderzoeken zijn vaak opgebouwd uit een veelvoud aan vage factoren en rekenmodellen. Hierdoor zegt de uitkomst van deze rekensommen, de concurrentiepositie, niet zo gek veel. Alleen als er concrete zaken instaan, zoals 'er is een slechte busverbinding naar het sciencepark' kan dit input geven aan beleid. Zo niet kan men weinig met deze lijstjes.

Voor de rol van Azië wordt steeds belangrijker voor de regio Utrecht, dit betekent echter niet dat Noord-Amerika minder interessant wordt. Door de focus op de genoemde niches binnen de sectoren gaming, life sciences en duurzaamheid kunnen bedrijven gericht benaderd worden. Het maakt hierbij niet uit, uit welk land een bedrijf afkomstig is.

De rol van het NFIA is zeer goed. Het is voor de regio's onderling namelijk niet te doen om overal ter wereld mensen neer te zetten. De samenwerking met het NFIA is ook uitstekend. Soms stuurt het NFIA een bedrijf door naar Invest Utrecht, maar het gebeurt ook dat er samen met het NFIA contact wordt gelegd of evenementen worden bezocht.



- **Bijlage 8**

## Interview Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie 8-12-2010

*De heer E.J. Visser, Senior Beleidsadviseur*

Sinds februari 2009 werkzaam op deze functie.

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

Voor de Noordvleugel Randstad is geen eenduidige ruimtelijke afbakening te geven. In het programma Pieken in de Delta (2005-2010) gaat het om de drie provincies Noord-Holland, Utrecht en Flevoland. In de Amsterdambrief gaat het om het gebied van IJmuiden, via Amsterdam, Schiphol en Almere naar Hilversum, Amersfoort en Utrecht. In de nabije beleidstoekomst zal de focus wellicht komen te liggen op een kleiner gebied, namelijk de as Amsterdam-Zuidas, Schiphol en Utrecht. Overigens geldt dat rigide ruimtelijke afbakeningen vanuit economisch/bedrijvenperspectief niet zo zinvol zijn. Het in ruimtelijk-economische zin samenhangend gebied moet altijd openheid naar buiten betrachten. Geen hek om de regio. Verbindingen zijn erg belangrijk, voor de uitwisseling van kennis, kunde, kapitaal. Het hangt dan van bedrijven af of en welke verbindingen er zijn, over welke afstanden, tussen welke plaatsen.

Het concept Noordvleugel Randstad komt voort uit het concept Randstad, dat vooral een planologische achtergrond heeft. De Randstad is vooral gericht op stedelijke ontwikkeling en de marketing van één grote stad richting het buitenland. Economisch gezien zijn de Noordvleugel en de Zuidvleugel dusdanig verschillend dat de directie REB onderscheid maakt tussen beide vleugels. Ook de relaties tussen bedrijven zijn vooral binnen de twee genoemde gebieden.

Het is niet zinvol om het concept 'Noordvleugel Randstad' te gebruiken richting bedrijven. Hiervoor kan veel beter het imago van de stad Amsterdam worden gebruikt.

Het schaalniveau waarop ruimtelijk-economische vraagstukken zich afspelen is sterk uiteenlopend. Het schaalniveau zou daarom flexibeler moeten zijn. Er moet daarom niet zozeer worden gereorganiseerd of lagen toegevoegd worden (zie onderzoek Tijdsman), maar het netwerk moet verbeterd worden. Als gemeenten en provincies de activiteiten opschalen kan er regionaal veel beter worden omgegaan met vraagstukken in een flexibele overheidsstructuur.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

De komst van Marketing & Sales bedrijven komt voort uit de lokale kracht, een internationale bevolking met een cultuur van handelscreativiteit. Het vestigingsklimaat hangt af van de geschiedenis van handel en logistiek in de regio (padafhankelijkheid).

Vestigingsfactoren Nederland

1. Open cultuur
2. Verbondenheid met de rest van Europa
3. Leefklimaat

Vestigingsfactoren Noordvleugel van de Randstad

1. Internationale connectiviteit (netwerk van Schiphol, ICT infrastructuur)
2. Woonklimaat
3. Aanwezigheid (handels)creativiteit
4. Veel logistieke en creatieve bedrijvigheid aanwezig
5. Kenmerken (bv. talenkennis) en houding van beroepsbevolking

Er kunnen verschillende redenen liggen achter het weggaan van Amerikaanse bedrijven. Allereerst kan er sprake zijn van een conjuncturele oorzaak, gekoppeld aan faillissementen. Ook kan het sector specifieke oorzaken hebben. Daarnaast kan er eerst gekozen worden voor Amsterdam, vanwege het imago. Later kan dan blijken dat de kosten in bijvoorbeeld Noord-Brabant lager zijn, waardoor een bedrijf besluit te verhuizen. Naast de kosten kan het ook zijn dat het bedrijf niet aardt in de Noordvleugel. Bijvoorbeeld door een mindere verbinding met de Europese markt dan gedacht, of door de complexe ruimtelijke ordening. De wirwar aan bestuurlijke lagen en het aantal gemeenten waar mee gesproken dient te worden schrikt bedrijven af. Er is weinig diversiteit in het woonklimaat (tenzij decentrale overheden meer samenwerken op dit punt). Voor bedrijven zijn de kosten van personeel vrij hoog in de regio, ook is er niet altijd het juiste personeel beschikbaar. Er is te weinig geschikte kantoorruimte, zeker gelet op de sectoren waarin de Noordvleugel zich specialiseert (zakelijk, financieel, hoofdkantoren). Tot slot is de interne bereikbaarheid van de Noordvleugel onvoldoende ontwikkeld. Er is nog geen naadloze infrastructuur, met goede multimodale aansluitingen en gestroomlijnd verkeersbeleid. Ook is de bestuurlijke samenwerking op deze punt nog onvoldoende.

### Vraag 3: Relaties

Vanuit het ministerie is er alleen contact met Amerikaanse bedrijven die al in Nederland zijn gevestigd. Het gaat om gevarieerde bedrijven. Hierbij gaat het onder anderen om het gebruik van en het stimuleren van persoonlijke netwerken tussen bedrijven.

### Vraag 4: Concurrentiekracht

Landen	Regio's	Steden
1.	1. Londen	1. Londen
2.	2. Parijs	2. Parijs
3.	3. Milaan	3. Milaan
4.	4. Dusseldorf	4. Dusseldorf
5.	5. Amsterdam	5. Amsterdam

Lijstjes zijn uiteenlopend opgebouwd en zijn moeilijk te doorgronden, omdat er veelal appels met peren worden vergeleken. Als je signaleert op veel van deze lijstjes te zakken dan moet er wel onderzocht worden waar dit aan ligt. De plaats lijkt de laatste jaren wat te zakken. Dit komt allereerst omdat bestuurlijke lagen beter met elkaar moeten samenwerken. Ook staan het leefklimaat en de Nederlandse tolerantie onder druk. Londen en Parijs staan op eenzame hoogte en hier is dan ook nauwelijks mee te concurreren. Er kan daarom beter gebruik worden gemaakt van studies naar investeringsnetwerken. Zo komt goed aan het licht met wie je concurreert en op welke punten. Dit is met name met de groep regio's onder Londen en Parijs, het streven is om een plek in de top/5 te verwerven en te behouden. Op dit moment scoort de regio goed wat betreft fusies en overnames. Met green- en brownfield investeringen gaat het wat minder.

Mogelijkheden door de opkomst van nieuwe landen worden scherp in de gaten gehouden. Wel lijkt volgens recent onderzoek van PBL sprake te zijn van een verlies aan momentum van Nederland als target voor buitenlandse investeringen. Duitsland doet het beter.

Decentrale overheden, instellingen en bedrijven in de Noordvleugel zouden kunnen samenwerken onder het motto Amsterdam City Region. Hierdoor wordt lokale concurrentie beperkt als het gaat om het aantrekken van buitenlandse bedrijven.

- **Bijlage 9**

## Interview American Chamber of Commerce 4-1-2011

*De heer S. Paul, Economic Policy Coordinator*

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

Amerikaanse bedrijven worden pas bekend met termen als de Randstad en in veel mindere mate de Noordvleugel van de Randstad, op het moment dat ze in Nederland gevestigd zijn. Ervoor hoef je met dergelijke termen niet bij een bedrijf aan te komen. Bedrijven kennen vaak Amsterdam of Nederland, vaak los van elkaar (Amsterdam zou net zo goed in Denemarken kunnen liggen).

De benadering van Amerikaanse bedrijven zou veel beter nationaal opgepakt kunnen worden dan door verschillende regionale organisaties. Dit werkt namelijk zeer verwarrend en versnipperend richting de bedrijven. Uiteindelijk werkt het dan averechts, omdat bedrijven niet meer weten waar het over gaat.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

Vestigingsfactoren Nederland

1. Belasting
2. Logistiek (aanwezigheid bedrijven)
3. Infrastructuur
4. Geschikt personeel

Vestigingsfactoren Noordvleugel van de Randstad

Lokale vestigingsfactoren zijn nagenoeg onbelangrijk. Het maakt een gemiddeld Amerikaans bedrijf bijvoorbeeld niet uit of een vliegveld 10 of 100 kilometer ver is, als er maar een is. Soms kan een luchthaven wel gebruikt worden voor de marketing van een bedrijf.

De Noordvleugel is als concept niet te gebruiken naar buitenlandse bedrijven.

### **Vraag 3: Relaties**

Voorheen had de American Chamber of Commerce redelijk veel contact met bedrijven, vooral als het gaat om verstrekken van informatie. Tegenwoordig is er al heel veel informatie bekend dus is deze rol weggefallen. Veel bedrijven zoeken voor vestiging wel contact met Nederland. Vooral de grote bedrijven maken daarbij vaak gebruik van consultants. Hierbij gaat het om zowel commerciële als publieke consultants.

De relatie van de vestiging in Nederland met het hoofdkantoor is erg belangrijk. Deze heeft vooral in het begin en vooral bij de grotere investeringen veel invloed. Naar verloop van tijd is er meer ruimte voor eigen initiatief.

### **Vraag 4: Concurrentiekracht**

Landen	Regio's	Steden
1.	1. Londen	1. Londen
2.	2. Frankfurt	2. Frankfurt

3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

Er wordt wel naar dergelijke lijstjes gekeken, maar er wordt weinig waarde aan gehecht. Wel is het van belang om in de top vijf of top 8 te staan, maar of dat dan positie 2 of 6 is maakt weinig verschil. Dit komt ook door de vage factoren en daarmee de subjectieve meting. IJsland stond bijvoorbeeld een jaar of vijf geleden bovenaan bij veel lijsten, daar is nu weinig van over.

Voor Amerikaanse bedrijven kunnen dergelijke lijsten enigszins sturing geven aan locatiebeslissingen, maar geven nooit de doorslag. Dit komt ook omdat tegenwoordig weinig locatiebeslissingen genomen worden door één persoon. Dit geldt zeker binnen grote multinationals, waar vaak een team wordt samengesteld voor dergelijke beslissingen. Er is een belangrijke rol weggelegd voor adviesbureaus. Deze zorgen voor een frisse blik van buitenaf en dragen mogelijkheden aan waar soms niet aan gedacht wordt. Deze invloed gaat niet zover dat regio's waar deze bedrijven gevestigd zijn daar een competitief voordeel mee hebben.

- **Bijlage 10**

## Interview Vereniging Deltametropool 4-1-2011

*De heer P. Gerretsen, agent*

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

Vooraf na de Tweede Wereldoorlog is het begrip Randstad aan bekendheid gaan winnen. Op dit moment is de Randstad veel meer bebouwd dan in 1950. De Randstad is opgedeeld in twee vleugels, omdat dit een meer uitvoerend schaalniveau is. De Randstad als geheel is daar te groot voor. Ook vanuit de ruimtelijke planning hebben de vleugels een politiek-strategisch doel. Door de vleugels zelf is dit lang tegengehouden, nu wordt het juist omarmd, zie Randstad 2040.

Binnen de Noordvleugel is de verhouding Amsterdam-Utrecht altijd moeizaam geweest. Inmiddels is Utrecht er uitgestapt/uitgegooid (ligt eraan waar je vandaan komt). Utrecht heeft ook geografisch gezien een uitstekende positie binnen Nederland en kent daarmee een constante groei. Het heeft ook geen behoefte om op nationaal niveau het spel Noordvleugel versus Zuidvleugel mee te spelen. Wel heeft Utrecht een sterk service karakter, terwijl de Noordvleugel een meer divers profiel laat zien. Een zware klap is wel het grotendeels wegvallen van de financiële sector.

De Randstad als geheel moet in zekere zin blijven bestaan, omdat gebieden elkaar door complementariteit kunnen aanvullen.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

Vestigingsfactoren Nederland

1. Belasting
2. Leefklimaat
3. Hoog opgeleid beroepsbevolking

Vestigingsfactoren Noordvleugel van de Randstad

1. Internationale bereikbaarheid (Schiphol en havens)
2. Woonklimaat
3. Imago Amsterdam

Wel is het voorzieningenniveau vrij laag (bijvoorbeeld het cultuuraanbod) in vergelijking met bijvoorbeeld Londen, Parijs of Berlijn.

De Noordvleugel is als concept niet te gebruiken naar buitenlandse bedrijven.

### **Vraag 3: Relaties**

Er is weinig contact met Amerikaanse bedrijven, hoewel het contact begint te ontstaan met al gevestigde bedrijven. Bij de Amerikaanse bedrijven waar wel contact mee is gaat het vooral om de interne vakkennis die ze hebben. Deze kennis kan gebruikt worden bij het maken van beleid

### **Vraag 4: Concurrentiekracht**

Landen	Regio's	Steden
1.	1. Londen	1. Londen
2.	2. Parijs	2. Parijs
3.	3. Eurosond	3. Kopenhagen/Malmö

4.  
5.

4.  
5.

4.  
5.

---

Ooit waren dergelijke lijsten het belangrijkste wat er was. Tegenwoordig leeft steeds meer het idee dat deze lijsten er weinig toe doen. Bovendien zijn de methoden niet duidelijk. Daarom moet juist uit worden gegaan van de sterke punten van het gebied.

Als je op elk van de lijsten zakt is het wel slim of er achterhaald kan worden wat daar de oorzaak van is. Het moet dan echter gaan over specifieke zaken, zoals de bereikbaarheid van het openbaar vervoer of gebrek aan innovativiteit. Hier kan dan beleid op gemaakt worden.

Wel blijft het interessant om je te vergelijken met anderen. De grote problemen waar het gebied mee kamt zijn echter al jaren bekend. Een nieuwe trend is dat de traditionele industrie een fundament vormt voor nieuwe ontwikkelingen.

- **Bijlage 11**

## **Interview Ernst & Young 6-1-2011**

*Mevrouw C. Rodenburg, Senior Manager Real Estate and International Location Advisory Services*

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

Is zelf wel bekend met de term Noordvleugel Randstad. Hierbij gaat het om het gebied rond Amsterdam, Haarlemmermeer, de Zaanstreek en Utrecht. Deze term is echter niet bekend bij Amerikaanse bedrijven. Bedrijven kennen vaak Amsterdam of Nederland wel en dan niet noodzakelijk in combinatie met elkaar. Heel soms weten bedrijven wel dat in het westen van Nederland veel economische activiteit geclusterd is.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

Vestigingsfactoren Nederland

1. Belasting (stabiliteit)
2. Aanwezigheid bedrijven
3. Infrastructuur (Schiphol)
4. Ligging binnen Europa
5. De houding van de bevolking

Vestigingsfactoren Noordvleugel van de Randstad

1. Lokale concentratie van bedrijven
2. Aanwezigheid Zuidas
3. Aanwezigheid Amerikaanse bedrijven
4. De verwelcoming van bedrijven (Amsterdam InBusiness en het NFIA)

Door Amsterdam Inbusiness en het NFIA wordt voor buitenlandse bedrijven de rode loper uitgerold. Hierdoor voelen bedrijven zich erg welkom. Deze acquisitie is op Noordvleugel niveau en verloopt uitstekend. Locale acquisitie kan averechts werken, maar dan vooral bij (semi)overheden in het buitenland. Als de minister van buitenlandse zaken van Singapore achtereenvolgens de burgemeester van Amsterdam, Den Haag en Utrecht op bezoek krijgt en vervolgens ook het NFIA en Amsterdam InBusiness kan dit voor verwarring en irritatie zorgen. Locale acquisitie is echter wel begrijpelijk en zal ook blijven bestaan. Bedrijven maken namelijk vaak eerst de keuze voor een land. Hierna is het dan iedere regio voor zich. Ernst & Young bemiddelt ook binnen dit proces.

### **Vraag 3: Relaties**

Het is erg afhankelijk van de sector en de activiteit hoe het locatieproces eruit ziet en met wie er contact wordt gelegd. Ook is het van belang welke reden er is voor de internationale expansie. Er ligt een groot verschil tussen bedrijven die de markt willen uitbreiden en bedrijven die bijvoorbeeld een kostenvoordeel willen behalen. Van deze zaken hangt ook af welke factoren er belangrijk zijn voor de vestigingskeuze. Vaak hebben bedrijven daarom al een idee naar welk werelddeel ze zich willen vestigen. Pas na deze keuze komen bedrijven bij verschillende adviesorganen terecht, zowel publiek als privaat. Een bureau als Ernst & Young gaat dan zoeken naar mogelijkheden om uiteindelijk het land te kiezen en vervolgens de regio. Soms worden ook drie regio's, bijvoorbeeld Londen, Parijs en Amsterdam met elkaar vergeleken. Nationale factoren blijven dan echter toch erg van belang.

Bij de locatiekeuze is er vaak een sterke hiërarchische structuur vanuit het hoofdkantoor. Dit is echter wederom erg afhankelijk van de functie die de nieuwe vestiging heeft. Als

het gaat om een Europees hoofdkantoor zal er bijvoorbeeld veel eigen initiatief zijn. Wanneer het echter gaat om een fabriek zal de structuur veel meer hiërarchisch zijn.

Het contact dat bedrijven hebben met adviesbureaus verschilt wederom erg per bedrijf. Binnen sommige grote multinationals zijn er voortdurend uitbreidingen of verplaatsingen. Met dergelijke bedrijven blijft het contact dan voortduren na de vestiging van een bedrijf. Bij andere bedrijven gaat het om een eenmalige investering. Dan blijft het bij een eenmalig locatieadvies.

#### **Vraag 4: Concurrentiekracht**

Een eenduidig lijstje is niet weer te geven. Het gaat er erg om waarin of voor wie een gebied aantrekkelijk is. Hierdoor zijn algemene concurrentiekracht lijstjes moeilijk te gebruiken. Toch wordt door Amerikaanse bedrijven wel met een schuin oog naar deze lijstjes gekeken, maar deze geven nooit de doorslag. Ernst & Young gebruikt ook vergelijkingen, maar dan specifieke. Als een bedrijf veel kenniswerkers heeft is het bijvoorbeeld belangrijk hoe een gebied scoort wat betreft quality of life en cost of living. Deze vergelijkingen worden dan meegenomen in de adviezen.

Het in huis hebben van een vestiging van Ernst & Young of een ander groot adviesbureau is niet direct van invloed op de concurrentiepositie van een gebied. Zeker niet via de adviezen die worden uitgesproken. Wel is het enerzijds zo dat Ernst & Young graag dicht bij haar klanten zit en dat aan de andere kant Amerikaanse bedrijven graag elkaar dicht bij elkaar gevestigd zijn in Nederland. Clustervorming is daarmee de belangrijkste oorzaak dat Amerikaanse bedrijven vaak in de omgeving van grote adviesbureaus gevestigd zijn.

Zie ook het rapport attractiveness Europe en de barometer Nederlands vestigingsklimaat 2010.



- [Bijlage 12](#)

## Interview SER Flevoland 10-1-2011

*Mevrouw H. van de Kamp, Secretaris*

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

Wat betreft de Noordvleugel is SER Flevoland van mening dat Lelystad er ook bij hoort. Dit ook vanwege de ontwikkelingen op het vliegveld van Lelystad. Het aantrekken van bedrijven kan het beste op het bestuurlijke niveau van de provincies. Zodat acquisitie op provinciaal niveau plaatsvindt. Op Noordvleugel niveau laat Plabeka (vanuit de Metropoolregio Amsterdam) het goede voorbeeld zien. Zij doen dit al op gebied van bedrijventerreinen en kantoorlocaties. De provincie Flevoland heeft onlangs een handelsmissie ondernomen naar China. Almere gaat echter veelal de eigen weg. Er zou meer samenwerking moeten komen op gebied van de Randstad, dit wordt in het buitenland als één gebied gezien.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

Vestigingsfactoren Flevoland

1. Provinciale overheid die meewerkt
2. Ruimte
3. Business Airport Lelystad
4. Redelijke verbinding met de Randstad
5. Beroepsbevolking

Jacque Timmers, van de regionale ontwikkelingsmaatschappij Flevoland weet meer over internationale acquisitie.

### **Vraag 3: Relaties**

Bedrijven nemen geen contact op, hierin moet de provincie actief optreden. Ook nadat bedrijven zich gevestigd hebben moet er contact gehouden worden. Hierdoor kunnen zij wensen kenbaar maken en kunnen problemen worden opgelost. Als een bedrijf vertrekt wordt bij het moederbedrijf geïnformeerd wat hier de achterliggende redenen van zijn.

Elke gemeente heeft een bedrijfsfunctionaris die dit contact moet onderhouden en die meestal ook het acquisitiebeleid op gemeentelijk niveau in het takenpakket heeft. Hoe dit in de zes gemeenten van Flevoland precies zit kan bij de afdeling EZ van elke gemeente worden nagegaan.

### **Vraag 4: Concurrentiekracht**

Er wordt door de SER Flevoland wel degelijk gekeken naar concurrentiekrachtlijstjes. Ze worden met name gebruikt als graadmeter voor beleid. Als bijvoorbeeld blijkt dat de octrooiaanvragen gedaald zijn geeft dit ook input aan beleid. Er moet dan meer worden uitgegeven aan R&D.

Als het gaat om concurrentiekracht zou de Randstad meer één regio moeten worden, omdat dit beeld in het buitenland bestaat. De Randstad is echter te verdeeld: het verstand zegt ja, het gevoel zegt uiteindelijk nee tegen de Randstad. Hierdoor zal de onderlinge concurrentie tussen de steden voorlopig blijven bestaan.

- **Bijlage 13**

## Interview KVK regio Amsterdam 13-1-2011

*De heer D. Hulsebosch, Adviseur Ruimtelijke Ordening, Economische Zaken en Verkeer en Vervoer.*

### **Vraag 1: Noordvleugel Randstad**

De Noordvleugel Randstad is onlangs overgegaan in de Metropoolregio Amsterdam. De Noordvleugel conferentie is dan ook de Metropoolregio conferentie geworden. De Metropoolregio bestaat uit Amsterdam, Haarlemmermeer, Haarlem, Zaanstad, Hilversum, Almere en Lelystad. De laatste is onlangs toegetreden, maar hoort er nog niet 100 procent bij.

De term Noordvleugel Randstad is niet bekend in het buitenland. Dit is een van de redenen geweest om de naam te wijzigen. De naam Amsterdam heeft wel bekendheid in het buitenland (ondanks dat de stad niet altijd aan Nederland wordt gekoppeld) en is daarom opgenomen in de nieuwe naam.

De Metropoolregio is het beste schaalniveau om economische vraagstukken op te pakken, maar deze heeft nog geen wettelijke basis. Dat heeft de Stadsregio Amsterdam wel, hier verschilt de grens enigszins. Purmerend zit bijvoorbeeld wel in de stadsregio maar niet in de Metropoolregio.

### **Vraag 2: Amerikaanse bedrijven**

Vestigingsfactoren Nederland

1. Toegang tot internationale netwerken (bv. luchthavens)
2. Handelsmentaliteit
3. Talenkennis bevolking

Vestigingsfactoren Metropoolregio Amsterdam

1. Schiphol (kernfactor voor de komst bedrijven)
2. Geschikte huisvesting personeel (Aziatische bedrijven meer dan Amerikaanse)

Amerikaanse bedrijven kijken eerst naar Londen, Parijs en Frankfurt als het gaat om een vestiging. Hierna komt Amsterdam pas aan de beurt. Dit houdt in dat als er voor Amsterdam gekozen wordt het in eerste instantie veelal gaat om een marketing & sales vestiging.

Deze bedrijven zijn dan vaak klein in het begin en vormen een startpunt voor de ontwikkeling, bijvoorbeeld in een bedrijfsverzamelgebouw. Daarna groeien bedrijven over het algemeen door.

Een bedrijf kiest er vaak in eerste instantie voor om dichtbij Schiphol een vestiging te openen. Enerzijds door Schiphol, anderzijds door de bekendheid van Amsterdam. Als een bedrijf dan langer in Nederland gevestigd is neemt de kennis over Nederland toe. Bij de groei van het bedrijf komt het dan soms voor dat andere regio's in Nederland interessanter blijken (bijvoorbeeld vanwege de kosten) dan de regio rond Amsterdam en Schiphol. Dit ligt wel aan de sector. Vooral bij productie zal deze ontwikkeling vaak gezien worden. Een voorbeeld hiervan is Mars, dat nu in het Brabantse Veghel een vestiging heeft.

### **Vraag 3: Relaties**

De KVK Amsterdam heeft niet specifiek contact met Amerikaanse bedrijven en zeker niet voordat zij zich in Nederland hebben gevestigd. Vanuit de KVK Amsterdam is er wel veel contact met de American Chamber of Commerce. De taak van de KVK is vooral om te zorgen voor een zo goed mogelijk vestigingsklimaat.

#### **Vraag 4: Concurrentiekracht**

Landen	Regio's	Steden
1.	1. Londen	1. Londen
2.	2. Parijs	2. Parijs
3.	3. Frankfurt	3. Frankfurt
4.	4. Amsterdam	4. Amsterdam
5.	5.	5.

Er wordt wel degelijk gekeken naar dergelijke concurrentiekracht lijstjes. Wel is het gebruik ervan erg lastig door de ingewikkelde criteria, het verschil in criteria tussen de lijstjes en de lastig te doorgronden rekenmethodes. De lijsten geven ook input voor beleid. Hierbij moet men wel reëel blijven. De concurrentiestrijd met Londen, Parijs en mindere mate Frankfurt kan niet gewonnen worden. Het streven moet daarom zijn om daarachter als nummer 1 van de tweede groep te staan.

De KVK is kritisch op verschillende regionale handelsmissies naar het buitenland. Het zou goed zijn als dit meer gezamenlijk wordt opgepakt. Waar regionale missies wel effectief kunnen zijn is als het gaat om een bijeenkomst van een specifieke sector, waar de regio in gespecialiseerd is.

• **Bijlage 14**

Enquête Northern Trust 24-11-2010

**Vraag 1: Vestiging**

Is er sprake (geweest) van:

- eerste investering Nederland/Europa  JA • NEE
- uitbreidingsinvestering Europa, gedaan in Nederland • JA  NEE
- verplaatsing vanuit ander Europees land  JA • NEE

Samenstelling typen **scholingsgraad werknemers**:

LBO		%
MBO	20	%
HBO/Universitair	80	%

Het **aantal werknemers** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid  Gelijk gebleven  Gedaald

De **omzet** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid  Gelijk gebleven  Gedaald

**Vraag 2: Activiteiten**

Wat waren de **activiteiten** bij de **start** van de vestiging in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____ %	<input type="radio"/> Logistiek	_____ %
• Marketing & Sales	100 %	<input type="radio"/> R&D	_____ %
<input type="radio"/> Hoofdkantoor	_____ %	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____ %
<input type="radio"/> Callcenter	_____ %	<input type="radio"/> Anders,	_____ %
		Namelijk:	_____

Welke **markt** werd er bediend bij de **start** van de vestiging:

- Provincie  West-Europa
- Nederland  Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)
- Benelux  Wereld

Wat zijn de **activiteiten** van de vestiging op **dit moment** in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____ %	<input type="radio"/> Logistiek	_____ %
• Marketing & Sales	100 %	<input type="radio"/> R&D	_____ %
<input type="radio"/> Hoofdkantoor	_____ %	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____ %
<input type="radio"/> Callcenter	_____ %	<input type="radio"/> Anders,	_____ %
		Namelijk:	_____

Welke **markt** bedient de vestiging op **dit moment**:

- Provincie  West-Europa
- Nederland  Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)
- Benelux  Wereld

**Vraag 3: Noordvleugel Randstad**

Nederland kent een uitgebreide ruimtelijke planning waarbij veelal wordt gewerkt met ruimtelijk afgebakende concepten. Een van die concepten is de **Randstad**. Bent u met dit concept bekend? • JA  NEE

Een ander concept is de **Noordvleugel Randstad**. Bent u met dit concept bekend?  
O JA • NEE

**Zo JA**, hoe zou u deze **Noordvleugel Randstad** op de kaart van Nederland tekenen (zie de laatste pagina).

#### Vraag 4: Locatiekeuze

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor een vestiging in **Nederland**?

1. Bestaande markt Northern Trust
2. Commitment tonen naar de markt
3. Relaties beter dichterbij klanten
- 4.
- 5.

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor de huidige **vestigingsplaats**?

1. Financieel centrum Amsterdam
2. Ligging t.o.v. Schiphol
- 3.
- 4.
- 5.

#### Vraag 5: Relaties

Bent u bij uw locatiekeuze geadviseerd? O JA • NEE

**Zo JA**, door: O Een overheidsinstelling O De Netherlands Foreign Investment Agency  
O Adviesbureau O Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
O Lokale toeleveranciers O Lokale klanten  
O Kennisinstanties O Een bekende (collega/vriend/familie)

**Zo JA**, welke rol speelde dit contact bij de uiteindelijke vestigingskeuze?

1=totaal onbelangrijk, 2=onbelangrijk, 3=neutraal, 4=belangrijk, 5=zeer belangrijk

	1	2	3	4	5
Contact met Nederlandse overheidsinstellingen	0	0	0	0	0
Contact met de Netherlands Foreign Investment Agency	0	0	0	0	0
Contact met adviesbureaus	0	0	0	0	0
Contact met een regionale ontwikkelingsmaatschappij	0	0	0	0	0
Contact met bekende (collega/vriend/familie)	0	0	0	0	0
Contact met Nederlandse toeleveranciers	0	0	0	0	0
Contact met Nederlandse klanten	0	0	0	0	0
Contact met kennisinstellingen	0	0	0	0	0

Heeft u nog altijd contact met een van deze instellingen? O JA • NEE

**Zo JA**, door: O Een overheidsinstelling O De Netherlands Foreign Investment Agency  
O Adviesbureau O Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
O Lokale toeleveranciers O Lokale klanten  
O Kennisinstanties O Een bekende (collega/vriend/familie)

Zijn deze relaties met deze lokale externe partijen toegenomen of afgenomen sinds de oprichting van de vestiging? O Toegenomen O Afgenomen

Hoe zou u de relatie met het hoofdkantoor omschrijven?

- Hiërarchisch
- O Veel eigen initiatief

### Vraag 6: Concurrentiekracht van gebieden

Wat zijn de vijf meest concurrerende landen, regio's en steden binnen Europa volgens u?

Landen	Regio's	Steden
1. UK	1.	1. Londen
2. Duitsland	2.	2. Frankfurt
3. Frankrijk	3.	3. Parijs
4. Netherlands	4. Randstad	4. Amsterdam
5.	5.	5.

Veel onderzoeksbureaus stellen lijstjes op, zoals u zojuist hebt gedaan. Speelt de ranking van gebieden op dergelijke lijstjes een rol bij de keuze voor een bedrijfslocatie?

JA •  NEE

Welke methode heeft u gebruikt bij het vinden van een geschikte locatie:

Hiërarchische keuze (achtereenvolgens: het werelddeel/het land/de regio/de stad)

•  Vergelijking naar regio's (binnen Europa)

Vergelijking naar steden (binnen Europa)

Er zijn tussen 2005 en 2010 meer dan 40 procent van de Amerikaanse bedrijven weggegaan uit de regio (de Noordvleugel Randstad). Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

Economische ontwikkelingen wereldwijd

---

---

• **Bijlage 15**

Enquête Dell B.V. 29-11-2010

**Vraag 1: Vestiging**

Is er sprake (geweest) van:

- eerste investering Nederland/Europa • JA O NEE
- uitbreidingsinvestering Europa, gedaan in Nederland • JA O NEE
- verplaatsing vanuit ander Europees land O JA • NEE

Samenstelling typen **scholingsgraad werknemers**:

LBO	_____	%
MBO	_____	%
HBO/Universitair	_____	%

Het **aantal werknemers** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid
- O Gelijk gebleven
- O Gedaald

De **omzet** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid
- O Gelijk gebleven
- O Gedaald

**Vraag 2: Activiteiten**

Wat waren de **activiteiten** bij de **start** van de vestiging in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

• Productie	10 %	O Logistiek	_____	%
O Marketing & Sales	_____	O R&D	_____	%
• Hoofdkantoor	90 %	O Service & Repair/SSC	_____	%
O Callcenter	_____	O Anders,	_____	%
		Namelijk:	_____	

Welke **markt** werd er bediend bij de **start** van de vestiging:

- O Provincie
- O West-Europa
- O Nederland
- O Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)
- O Benelux
- O Wereld

Wat zijn de **activiteiten** van de vestiging op **dit moment** in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

O Productie	_____	%	O Logistiek	_____	%
O Marketing & Sales	_____	%	O R&D	_____	%
• Hoofdkantoor	100 %		O Service & Repair/SSC	_____	%
O Callcenter	_____	%	O Anders,	_____	%
			Namelijk:	_____	

Welke **markt** bedient de vestiging op **dit moment**:

- O Provincie
- O West-Europa
- Nederland
- O Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)
- O Benelux
- O Wereld

**Vraag 3: Noordvleugel Randstad**

Nederland kent een uitgebreide ruimtelijke planning waarbij veelal wordt gewerkt met ruimtelijk afgebakende concepten. Een van die concepten is de **Randstad**. Bent u met dit concept bekend? • JA O NEE

Een ander concept is de **Noordvleugel Randstad**. Bent u met dit concept bekend?

• JA  NEE

**Zo JA**, hoe zou u deze **Noordvleugel Randstad** op de kaart van Nederland tekenen (zie de laatste pagina). Amsterdam-Schiphol

#### Vraag 4: Locatiekeuze

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor een vestiging in **Nederland**?

1. Amsterdam

2. Dichtbij Schiphol

3. Dichtbij openbaar vervoer

4.

5.

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor de huidige **vestigingsplaats**?

1. Nieuw

2. Kosten

3. Zie boven

4.

5.

#### Vraag 5: Relaties

Bent u bij uw locatiekeuze geadviseerd? • JA  NEE

**Zo JA**, door:  Een overheidsinstelling  De Netherlands Foreign Investment Agency  
• Adviesbureau  Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
 Lokale toeleveranciers  Lokale klanten  
 Kennisinstanties  Een bekende (collega/vriend/familie)

**Zo JA**, welke rol speelde dit contact bij de uiteindelijke vestigingskeuze?

1=totaal onbelangrijk, 2=onbelangrijk, 3=neutraal, 4=belangrijk, 5=zeer belangrijk

	1	2	3	4	5
Contact met Nederlandse overheidsinstellingen	•	0	0	0	0
Contact met de Netherlands Foreign Investment Agency	•	0	0	0	0
Contact met adviesbureaus	0	0	0	•	0
Contact met een regionale ontwikkelingsmaatschappij	•	0	0	0	0
Contact met bekende (collega/vriend/familie)	•	0	0	0	0
Contact met Nederlandse toeleveranciers	•	0	0	0	0
Contact met Nederlandse klanten	•	0	0	0	0
Contact met kennisinstellingen	•	0	0	0	0

Heeft u nog altijd contact met een van deze instellingen?  JA •  NEE

**Zo JA**, door:  Een overheidsinstelling  De Netherlands Foreign Investment Agency  
 Adviesbureau  Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
 Lokale toeleveranciers  Lokale klanten  
 Kennisinstanties  Een bekende (collega/vriend/familie)

Zijn deze relaties met deze lokale externe partijen toegenomen of afgenomen sinds de oprichting van de vestiging?  Toegenomen •  Afgenomen

Hoe zou u de relatie met het hoofdkantoor omschrijven?

• Hiërarchisch  Veel eigen initiatief



### Vraag 6: Concurrentiekracht van gebieden

Wat zijn de vijf meest concurrerende landen, regio's en steden binnen Europa volgens u?

Landen	Regio's	Steden
1. UK	1.	1. Londen
2. Duitsland	2.	2. Frankfurt
3. Frankrijk	3.	3. Parijs
4.	4.	4.
5.	5.	5.

Veel onderzoeksbureaus stellen lijstjes op, zoals u zojuist hebt gedaan. Speelt de ranking van gebieden op dergelijke lijstjes een rol bij de keuze voor een bedrijfslocatie?

- JA  NEE

Welke methode heeft u gebruikt bij het vinden van een geschikte locatie:

- Hiërarchische keuze (achtereenvolgens: het werelddeel/het land/de regio/de stad)
- Vergelijking naar regio's (binnen Europa)
- Vergelijking naar steden (binnen Europa)

Er zijn tussen 2005 en 2010 meer dan 40 procent van de Amerikaanse bedrijven weggegaan uit de regio (de Noordvleugel Randstad). Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

-Ontwikkeling van de Zuidas van Amsterdam

- Fiscale klimaat

• **Bijlage 16**

Enquête Terremark N.V. 6-12-2010

**Vraag 1: Vestiging**

Is er sprake (geweest) van:

- eerste investering Nederland/Europa  JA • NEE
- uitbreidingsinvestering Europa, gedaan in Nederland • JA  NEE
- verplaatsing vanuit ander Europees land  JA • NEE

Samenstelling typen **scholingsgraad werknemers**:

LBO		%
MBO	2	%
HBO/Universitair	98	%

Het **aantal werknemers** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid
- Gelijk gebleven
- Gedaald

De **omzet** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid
- Gelijk gebleven
- Gedaald

**Vraag 2: Activiteiten**

Wat waren de **activiteiten** bij de **start** van de vestiging in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____ %	<input type="radio"/> Logistiek	_____ %
<input type="radio"/> Marketing & Sales	_____ %	<input type="radio"/> R&D	_____ %
<input type="radio"/> Hoofdkantoor	_____ %	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____ %
<input type="radio"/> Callcenter	_____ %	<input checked="" type="radio"/> Anders,	_____ %
		Namelijk: IT managed hosting	

Welke **markt** werd er bediend bij de **start** van de vestiging:

- Provincie
- West-Europa
- Nederland
- Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)
- Benelux
- Wereld

Wat zijn de **activiteiten** van de vestiging op **dit moment** in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____ %	<input type="radio"/> Logistiek	_____ %
<input type="radio"/> Marketing & Sales	_____ %	<input type="radio"/> R&D	_____ %
<input type="radio"/> Hoofdkantoor	_____ %	<input type="radio"/> Service & Repair/SSC	_____ %
<input type="radio"/> Callcenter	_____ %	<input checked="" type="radio"/> Anders,	_____ %
		Namelijk: IT managed hosting	

Welke **markt** bedient de vestiging op **dit moment**:

- Provincie
- West-Europa
- Nederland
- Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)
- Benelux
- Wereld

**Vraag 3: Noordvleugel Randstad**

Nederland kent een uitgebreide ruimtelijke planning waarbij veelal wordt gewerkt met ruimtelijk afgebakende concepten. Een van die concepten is de **Randstad**. Bent u met dit concept bekend?  JA  NEE

Een ander concept is de **Noordvleugel Randstad**. Bent u met dit concept bekend?  
 JA  NEE

**Zo JA**, hoe zou u deze **Noordvleugel Randstad** op de kaart van Nederland tekenen (zie de laatste pagina).

#### Vraag 4: Locatiekeuze

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor een vestiging in **Nederland**?

1. Markt
2. Kennis
3. Bereikbaarheid
4. Taal
- 5.

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor de huidige **vestigingsplaats**?

1. Centrum Europa
2. IT kennis werknemers
3. Trouwe markt
4. Samenwerking BE-NL
5. Kennis financieel vlak/ boekhouding

#### Vraag 5: Relaties

Bent u bij uw locatiekeuze geadviseerd?  JA  NEE

**Zo JA**, door:  Een overheidsinstelling  De Netherlands Foreign Investment Agency  
 Adviesbureau  Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
 Lokale toeleveranciers  Lokale klanten  
 Kennisinstellingen  Een bekende (collega/vriend/familie)

**Zo JA**, welke rol speelde dit contact bij de uiteindelijke vestigingskeuze?

1=totaal onbelangrijk, 2=onbelangrijk, 3=neutraal, 4=belangrijk, 5=zeer belangrijk

	1	2	3	4	5
Contact met Nederlandse overheidsinstellingen	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact met de Netherlands Foreign Investment Agency	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact met adviesbureaus	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact met een regionale ontwikkelingsmaatschappij	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact met bekende (collega/vriend/familie)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact met Nederlandse toeleveranciers	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contact met Nederlandse klanten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
Contact met kennisinstellingen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Heeft u nog altijd contact met een van deze instellingen?  JA  NEE

**Zo JA**, door:  Een overheidsinstelling  De Netherlands Foreign Investment Agency  
 Adviesbureau  Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
 Lokale toeleveranciers  Lokale klanten  
 Kennisinstellingen  Een bekende (collega/vriend/familie)

Zijn deze relaties met deze lokale externe partijen toegenomen of afgenomen sinds de oprichting van de vestiging? • Toegenomen O Afgenomen

Hoe zou u de relatie met het hoofdkantoor omschrijven?  
O Hiërarchisch • Veel eigen initiatief

### Vraag 6: Concurrentiekracht van gebieden

Wat zijn de vijf meest concurrerende landen, regio's en steden binnen Europa volgens u?

Landen	Regio's	Steden
1. België	1.	1. Brussel
2. Nederland	2.	2. Amsterdam
3. Frankrijk	3.	3.
4. Spanje	4.	4.
5. UK	5.	5.

Veel onderzoeksbureaus stellen lijstjes op, zoals u zojuist hebt gedaan. Speelt de ranking van gebieden op dergelijke lijstjes een rol bij de keuze voor een bedrijfslocatie?

O JA • NEE

Welke methode heeft u gebruikt bij het vinden van een geschikte locatie:

- Hiërarchische keuze (achtereenvolgens: het werelddeel/het land/de regio/de stad)
- O Vergelijking naar regio's (binnen Europa)
- O Vergelijking naar steden (binnen Europa)

Er zijn tussen 2005 en 2010 meer dan 40 procent van de Amerikaanse bedrijven weggegaan uit de regio (de Noordvleugel Randstad). Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

Dure kostprijs

---

• [Bijlage 17](#)

Enquête Idexx Laboratories B.V. 9-12-2010

**Vraag 1: Vestiging**

Is er sprake (geweest) van:

- eerste investering Nederland/Europa  JA • NEE
- uitbreidingsinvestering Europa, gedaan in Nederland • JA  NEE
- verplaatsing vanuit ander Europees land  JA • NEE

Samenstelling typen **scholingsgraad werknemers**:

LBO	30	%
MBO	40	%
HBO/Universitair	40	%

Het **aantal werknemers** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid  Gelijk gebleven  Gedaald

De **omzet** is sinds de start van het bedrijf:

- Gegroeid  Gelijk gebleven  Gedaald

**Vraag 2: Activiteiten**

Wat waren de **activiteiten** bij de **start** van de vestiging in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____ %	• Logistiek	_____ 5 %
• Marketing & Sales	20 %	<input type="radio"/> R&D	_____ %
• Hoofdkantoor	35 %	• Service & Repair/SSC	_____ 10 %
• Callcenter	30 %	<input type="radio"/> Anders,	_____ %
		Namelijk:	_____

Welke **markt** werd er bediend bij de **start** van de vestiging:

- Provincie  West-Europa
- Nederland • Europa/Midden-Oosten/Afrika (EMEA)
- Benelux  Wereld

Wat zijn de **activiteiten** van de vestiging op **dit moment** in een percentage van de totale bedrijfsactiviteit (meerdere antwoorden mogelijk):

<input type="radio"/> Productie	_____ %	• Logistiek	_____ %
• Marketing & Sales	20 %	<input type="radio"/> R&D	_____ %
• Hoofdkantoor	35 %	• Service & Repair/SSC	_____ %
• Callcenter	30 %	<input type="radio"/> Anders,	_____ %
		Namelijk:	_____

Welke **markt** bedient de vestiging op **dit moment**:

- Provincie  West-Europa
- Nederland • Europa/Midden-Oosten/Afrika/India/M-Z-  
Amerika
- Benelux  Wereld

**Vraag 3: Noordvleugel Randstad**

Nederland kent een uitgebreide ruimtelijke planning waarbij veelal wordt gewerkt met ruimtelijk afgebakende concepten. Een van die concepten is de **Randstad**. Bent u met dit concept bekend?  JA • NEE

Een ander concept is de **Noordvleugel Randstad**. Bent u met dit concept bekend?  
O JA • NEE

**Zo JA**, hoe zou u deze **Noordvleugel Randstad** op de kaart van Nederland tekenen (zie de laatste pagina).

#### Vraag 4: Locatiekeuze

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor een vestiging in **Nederland**?

1. Fiscale klimaat

2. Internationale omgeving/medewerkers te vinden

3.

4.

5.

Wat waren voor u de vijf belangrijkste redenen/vestigingsfactoren om te kiezen voor de huidige **vestigingsplaats**?

1. Dicht Schiphol

2. Kosten locatie

3.

4.

5.

#### Vraag 5: Relaties

Bent u bij uw locatiekeuze geadviseerd? • JA O NEE

**Zo JA**, door: O Een overheidsinstelling O De Netherlands Foreign Investment Agency  
• Adviesbureau O Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
O Lokale toeleveranciers O Lokale klanten  
O Kennisinstanties O Een bekende (collega/vriend/familie)

**Zo JA**, welke rol speelde dit contact bij de uiteindelijke vestigingskeuze?

1=totaal onbelangrijk, 2=onbelangrijk, 3=neutraal, 4=belangrijk, 5=zeer belangrijk

	1	2	3	4	5
Contact met Nederlandse overheidsinstellingen	O	O	O	O	O
Contact met de Netherlands Foreign Investment Agency	O	O	O	O	O
Contact met adviesbureaus	O	O	•	O	O
Contact met een regionale ontwikkelingsmaatschappij	O	O	O	O	O
Contact met bekende (collega/vriend/familie)	O	O	O	O	O
Contact met Nederlandse toeleveranciers	O	O	O	O	O
Contact met Nederlandse klanten	O	O	O	O	O
Contact met kennisinstellingen	O	O	O	O	O

Heeft u nog altijd contact met een van deze instellingen? O JA • NEE

**Zo JA**, door: O Een overheidsinstelling O De Netherlands Foreign Investment Agency  
O Adviesbureau O Regionale ontwikkelingsmaatschappij  
O Lokale toeleveranciers O Lokale klanten  
O Kennisinstanties O Een bekende (collega/vriend/familie)

Zijn deze relaties met deze lokale externe partijen toegenomen of afgenomen sinds de oprichting van de vestiging? O Toegenomen O Afgenomen

Hoe zou u de relatie met het hoofdkantoor omschrijven?

• Hiërarchisch

O Veel eigen initiatief

### Vraag 6: Concurrentiekracht van gebieden

Wat zijn de vijf meest concurrerende landen, regio's en steden binnen Europa volgens u?

Landen	Regio's	Steden
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

Veel onderzoeksbureaus stellen lijstjes op, zoals u zojuist hebt gedaan. Speelt de ranking van gebieden op dergelijke lijstjes een rol bij de keuze voor een bedrijfslocatie?

• JA O NEE

Welke methode heeft u gebruikt bij het vinden van een geschikte locatie:

O Hiërarchische keuze (achtereenvolgens: het werelddeel/het land/de regio/de stad)

• Vergelijking naar regio's (binnen Europa)

O Vergelijking naar steden (binnen Europa)

Er zijn tussen 2005 en 2010 meer dan 40 procent van de Amerikaanse bedrijven weggegaan uit de regio (de Noordvleugel Randstad). Wat is hiervan volgens u de oorzaak?

Fiscale voordelen worden minder

---

---