

Profilering Crowdsourcing Netwerken
Vakbeurs ICT Start-ups Kennisdeling
Kwaliteit van Leven Veenendaal
ICT Valley FoodValley
Onderwijs ZZZP'ers Glasvezel
Huisvesting
Vestigingsklimaat Ondernemend Veenendaal Festival
Outsourcing
Arbeidsmarkt Samenwerking
Fashion Leaders
ICT-campus
Verbondenheid Ligging Cluster Wederkerigheid

[VEENENDAAL ICT-CENTRUM]

Een onderzoek naar de wensen en behoeften van de ICT-sector in
de gemeente Veenendaal



promotie  **veenendaal**



Universiteit Utrecht

Auteur

Wout van der Gun

Masterthesis Economische Geografie

Veenendaal, oktober 2011

Titelblad

Titel:

Veenendaal ICT-centrum: Een onderzoek naar de wensen en behoeften van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal

Master:

Masterthesis voor de master Economische Geografie
Faculteit Geowetenschappen, Universiteit Utrecht

Opdrachtgever:

Stichting Promotie Veenendaal

Auteur:

Wout van der Gun

Studentennummer:

3115542

Email:

wout.van.der.gun@veenendaal.nl
w.vandergun@students.uu.nl

Begeleider Universiteit Utrecht:

Dr. Ton van Rietbergen

Begeleider Promotie Veenendaal:

Dhr. Roeland Tameling

Datum:

Oktober 2011

Bron afbeelding voorblad:

The Department of Information and Communication Technology (2011) Mawlana Bhashani Science and Technology University. [online]. Beschikbaar op het World Wide Web: http://mbstu.ac.bd/images/ict/banner_ict.jpg op 22 september 2011.

Versie:

1.0

Samenvatting

De gemeente Veenendaal maakt sinds 2011 onderdeel uit van de bestuurlijke regio FoodValley. In de regio FoodValley heeft elke gemeente een economisch profiel gekozen dat moet bijdragen aan de doelstelling van de regio, om tot de top vijf op het gebied van duurzame en gezonde voeding te behoren. De gemeente Veenendaal heeft momenteel een relatief diverse economische structuur. Omdat de ICT-sector in Veenendaal in vergelijking met de andere sectoren relatief sterk is vertegenwoordigd, heeft de gemeente Veenendaal gekozen voor het profiel ICT.

In deze thesis is onderzoek gedaan naar de wensen en behoeften van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal. Het onderzoek beoogt inzicht te krijgen in het huidige vestigingsklimaat, de relatie van de ICT-sector met FoodValley in kaart te brengen, inzicht te verwerven over de wenselijkheid en inhoud van een (regionaal) netwerk van ICT-bedrijven en andere initiatieven die kunnen bijdragen aan (de profilering van) Veenendaal ICT-centrum. Met deze doelstelling(en) is de volgende centrale vraagstelling opgesteld: *in hoeverre sluit het huidige vestigingsklimaat van de gemeente Veenendaal aan op de wensen van ICT- bedrijven en welke kwaliteit en typen vestigingsfactoren zijn nodig om de gemeente Veenendaal als ICT-centrum bij te laten dragen aan de groei van de Veense economie en verdere integratie in de regio FoodValley?*

De ICT-sector is een zeer belangrijke sector voor de Nederlandse economie. De sector is in Nederland direct en indirect verantwoordelijk voor ongeveer 30 procent van de BBP groei (ICT Office, 2010, p. 26). ICT-bedrijven zijn in Nederland voornamelijk in de grote en middelgrote steden gevestigd. Met name de service en software subsector vertoont echter een meer diffuus patroon. In het theoretische gedeelte van dit onderzoek zijn vestigingsfactoren die belangrijk zijn voor ICT-bedrijven zoals de arbeidsmarkt, huisvesting, de aanwezigheid van glasvezel, contacten met kennisinstellingen, de kwaliteit van leven, kennisdeling en samenwerking uitvoerig behandeld. Daaruit kwam naar voren dat ICT-bedrijven hun vestigingskeuze nog voornamelijk op harde vestigingsfactoren baseren. Daarnaast wordt er uitvoerig stilgestaan bij het belang van netwerken voor clusters. Waarbij er onder andere aandacht is voor de *global pipelines* en *local buzz*.

Hoge waardering ICT-bedrijven vestigingsklimaat Veenendaal

ICT-bedrijven waarderen het vestigingsklimaat in de gemeente Veenendaal relatief hoog. De primaire sterkten van de gemeente zijn ligging, bereikbaarheid, hoogwaardig wonen en persoonlijke contacten. Primaire zwakten van de gemeente Veenendaal zijn de ICT-ondersteunende infrastructuur, de aanwezigheid van klanten en kennisinstellingen. In mindere mate is ook de beschikbaarheid van personeel een zwakte van Veenendaal, dit is namelijk een bedreiging voor de ICT-sector in heel Nederland. De verwachting was dat de bedrijfsgrootte van invloed zou zijn op de resultaten van het onderzoek. Het onderzoek lijkt te bevestigen dat kleinere bedrijven (met name ZZP'ers) meer waarde hechten aan zachte vestigingsfactoren en deze in Veenendaal ook hoger waarderen dan grotere bedrijven.

Zwakke lokale en regionale contacten tussen ICT-bedrijven onderling en kennisinstellingen

De ICT-sector in Veenendaal is relatief gefragmenteerd en weinig gebonden. ICT-bedrijven in Veenendaal hebben voornamelijk contacten met andere ICT-bedrijven op nationaal niveau. Kleinere ICT-bedrijven hebben wel meer lokale en regionale contacten met andere ICT-bedrijven dan grotere

ICT-bedrijven in Veenendaal. ICT-bedrijven hebben grote behoefte aan intensievere netwerkcontacten op lokaal en regionaal niveau. De ICT-sector in Veenendaal heeft weinig contacten met kennisinstellingen. De contacten zijn waarschijnlijk relatief zwak door het ontbreken van een (ICT) kennisinstelling in Veenendaal. Uit het onderzoek komt echter naar voren dat ICT-bedrijven beseffen dat er in de toekomst een intensievere samenwerking met kennisinstellingen moet worden aangegaan om met name weerstand te bieden tegen de (toekomstige) krapte op de arbeidsmarkt.

Weinig raakvlakken met FoodValley

Uit eerder onderzoek van DHV (2010) bleek al dat de raakvlakken van het bedrijfsleven in Veenendaal met de regio FoodValley zwak ontwikkeld zijn. Dit onderzoek bevestigt dat dit ook op gaat voor de ICT-sector in Veenendaal. Hoewel de kansen die de regio biedt door een gedeelte van de ICT-bedrijven wordt onderkend, staan ook veel ICT-bedrijven nog relatief sceptisch tegenover de mogelijkheden die de regio FoodValley, maar ook de food-sector kan bieden voor de ICT-sector.

Glasvezel, gezamenlijke profilering en de ICT-campus

ICT-bedrijven geven in het onderzoek aan de realisatie van glasvezel essentieel te vinden voor de ontwikkeling van (het imago van) Veenendaal als ICT-centrum. Tevens bestaat er redelijke consensus over de voordelen die gezamenlijke profilering van Veenendaal als ICT-centrum voor de ICT-sector kan meebrengen. Een ICT-campus kan volgens de meeste ICT-bedrijven ook bijdragen aan het imago van Veenendaal als ICT-centrum. Toch zijn de bedrijven erg verdeeld over de definitie en invulling die deze campus zou moeten krijgen. Daarnaast kunnen bij het op de kaart zetten van Veenendaal als ICT-centrum (profilering) *fashion leaders* een belangrijke rol spelen. Op dit moment is er in de gemeente Veenendaal onvoldoende aandacht voor en kennis over deze *fashion leaders*.

Kortom, de gemeente Veenendaal heeft een goede uitgangspositie, maar het vergroten van de lokale verbondenheid van ICT-bedrijven met elkaar (ICT-netwerk) is essentieel voor de uitvoering van initiatieven die Veenendaal als ICT-centrum kunnen versterken. Het netwerk kan tevens de integratie met de regio FoodValley vergroten. Daarnaast is het noodzakelijk dat ICT-bedrijven worden gestimuleerd om meer contacten met kennisinstellingen te onderhouden. Het ICT-cluster in Veenendaal vertoont op dit moment de meeste gelijkenis met het type cluster *Formation*.

De belangrijkste beleidsaanbevelingen in brede zin voor verschillende actoren uit Veenendaal zijn:

- I. Neem de *lead* in het regionale ICT-netwerk middels stimulering en ondersteuning;
- II. Breng bedrijfsleven en onderwijs dichterbij elkaar;
- III. Breng de *fashion leaders* van Veenendaal in beeld en gebruik ze als ambassadeurs voor de gemeente Veenendaal;
- IV. Neem het voortouw bij het realiseren van een gemeentebreed glasvezelnetwerk;
- V. Zorg voor een helder en herkenbaar ICT-profiel en draag dit gezamenlijk uit;
- VI. Maak FoodValley tastbaarder voor ondernemers.



Voor concrete beleidsaanbevelingen zie paragraaf 6.2 van dit rapport of scan de QR-code met uw smartphone voor de online *Prezi webinar*.

Voorwoord

Voor u ligt de Masterthesis *'Veenendaal ICT-centrum: Een onderzoek naar de wensen en behoeften van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal'*. Een thesis die door mij is geschreven ter afsluiting van de Master Economische Geografie aan de Universiteit Utrecht. Met veel plezier heb ik tijdens mijn stage bij Promotie Veenendaal aan deze thesis gewerkt.

De ICT-sector was voor mij als economisch geograaf bijzonder interessant. Er zijn maar weinig sectoren waar innovatie minder afhankelijk is van geografische nabijheid dan de ICT-sector. Kenmerkend voor de sector vond ik daarom het citaat in Foreign Policy (2011, p. 90): *"innovatie voor internet gerelateerde technologieën wordt niet zozeer bepaald door geografie maar vooral door de intellectuele netwerken"*. Toch kunnen deze intellectuele netwerken wel degelijk baat hebben bij geografische concentraties. Niemand ontkent het succes van het cluster Silicon Valley. De misvatting die hierbij vaak wordt gemaakt is dat men denkt dat de concentratie zelf de basis legt voor het netwerk waaruit innovaties voortkomen. Terwijl de intellectuele netwerken juist de basis voor de concentratie leggen. In dit onderzoek is dat maar eens te meer naar voren gekomen.

Mijn dank gaat uit naar Roeland Tameling, manager bij Promotie Veenendaal. Door zijn begeleiding en feedback tijdens mijn stage en de daar uitvloeiende masterthesis heb ik veel leerzame ervaringen opgedaan. In het bijzonder de samenwerking en coördinatie tijdens het opzetten van het zeer succesvolle Ondernemend Veenendaal Festival, in samenwerking met de gemeente Veenendaal en de Bedrijvenkring Veenendaal en het daarop volgende ICT-diner vond ik erg interessant. Daarnaast wil ik Ton van Rietbergen, mijn begeleider van de Universiteit Utrecht bedanken, die mij in contact bracht met Roeland Tameling en mij tevens tips gaf voor een goede basis van mijn onderzoek. Tenslotte wil ik alle medewerkers van de gemeente Veenendaal en de deelnemende ICT-bedrijven en andere betrokken aan het onderzoek bedanken voor hun inbreng en prettige samenwerking.

Ik wens u veel leesplezier toe.

Wout van der Gun
Veenendaal, oktober 2011

Inhoud

Titelblad.....	2
Samenvatting.....	4
Voorwoord	6
Inhoud	8
1. Inleiding.....	12
1.1 Aanleiding.....	12
1.2.1 Doelstelling.....	14
1.2.2 Vraagstelling.....	14
1.2.3 Deelvragen	14
1.3.1 Maatschappelijke relevantie	15
1.3.2 Wetenschappelijke relevantie.....	15
1.4 Leeswijzer	16
2. Theoretisch kader	18
2.1 Introductie.....	18
2.2.1 De ICT-sector is een belangrijke drijfveer van economische groei	21
2.2.2 Context: De ICT-sector in Nederland	21
2.2.3 ICT-bedrijven bevinden zich vooral in middelgrote & grote steden in de Randstad	25
2.3 Vestigingsfactoren voor ICT-bedrijven.....	27
2.3.1 Arbeidsmarkt.....	27
2.3.2 Outsourcing & offshoring.....	30
2.3.3 Contacten met (kennis) instellingen	30
2.3.4 Imago bedrijven: het belang van fashion leaders	31
2.3.5 Kwaliteit van leven	32
2.3.6 Glasvezel	32
2.3.7 Huisvesting van ICT-bedrijven.....	33
2.4.1 Clustervorming en netwerken	35
2.4.2 Relatieve nabijheid tussen bedrijven	36
2.5 Conceptueel model	41
2.6 Hypothesen	42

3. Methodologie	44
3.1.1 Onderzoeksontwerp.....	44
3.1.2 Onderzoekspopulatie	44
3.1.3 Operationalisatie.....	45
3.2.1 Kwantitatieve onderzoeksmethode.....	47
3.2.2 Kwalitatieve onderzoeksmethode	48
3.3 Betrouwbaarheid en validiteit	50
4. Resultaten wensen en behoeften ICT-sector in Veenendaal	52
4.1.1 De ICT-sector in Veenendaal is los zand	52
4.1.2 Bereikbaarheid en ligging zijn essentieel voor ICT-bedrijven	55
4.1.3 Gebrek aan hoog gekwalificeerd personeel neemt in de toekomst toe.....	55
4.1.4 Behoeftte aan flexibele huisvesting	56
4.1.5 Lokale klanten zijn erg belangrijk voor kleine bedrijven.....	58
4.1.6 Wisselend beeld over het imago van Veenendaal als ICT gemeente	58
4.1.7 Vraag naar meer lokale uitbestedingen gemeente Veenendaal	59
4.1.8 Vooral kleine bedrijven vinden zachte vestigingsfactoren belangrijk	59
4.2 Netwerken & samenwerken	61
4.2.1 ICT-bedrijven hebben vooral netwerkrelaties met ICT-bedrijven op nationaal niveau.....	61
4.2.2 Samenwerking & kennisdeling ICT-sector in Veenendaal beperkt ruimtelijk gebonden ...	62
4.2.3 ICT-bedrijven in Veenendaal hebben weinig contacten met kennisinstellingen.....	63
4.2.4 Outsourcing & offshoring spelen nog een kleine rol in Veenendaal	65
4.2.5 De relatie met Food(Valley) is nog beperkt	65
4.3 Aangedragen initiatieven door ICT-bedrijven uit Veenendaal.....	67
4.3.1 Geen ICT-centrum zonder glasvezel.....	67
4.3.2 Ondernemersnetwerk en samenwerking bevorderen	68
4.3.3 Gezamenlijk bekendheid en personeel verwerven.....	70
4.3.4 Een ICT-campus?	70
5. Conclusie	74
5.1 Introductie.....	74
5.2 Conclusie	74
5.3 Het ICT-cluster in Veenendaal bevindt zich in het startstadium.....	76

6.	Aanbevelingen.....	78
	6.1.1 Beleidsaanbevelingen	78
	6.1.2 Aanbevelingen voor concrete acties.....	80
	6.2 Onderzoeksaanbevelingen.....	84
7.	Bibliografie	86
8.	Bijlagen.....	94
	Bijlage 1 Begrippenlijst.....	94
	Bijlage 2 Tabellen	96
	Bijlage 3 Aankondiging en enquête.....	102
	Bijlage 4 Media.....	108

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

“Met het oog op versteviging van het innovatieve vermogen van de economische topsectoren is ICT als innovatie-as essentieel” (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, 2011b, p. 14).

Het kabinet Rutte heeft op 4 februari 2011 haar nieuwe bedrijfslevenbeleid *“Naar de top: de hoofdlijnen van het nieuwe bedrijfslevenbeleid”* gepresenteerd (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, 2011b). Het nieuwe bedrijfslevenbeleid richt zich op negen topsectoren, waaronder de in de regio FoodValley (zie figuur 2.2) sterk vertegenwoordigde sector *agrofood*. Naast de topsectoren is er in het nieuwe bedrijfslevenbeleid ook een belangrijke rol weggelegd voor ICT als innovatie-as.

De gemeente Veenendaal maakt sinds 2011 onderdeel uit van de bestuurlijke regio FoodValley. Het doel van de participerende gemeenten in de regio FoodValley en de partners van de FoodValley Ambitie 2020 is om tot de top vijf regio's op het gebied van duurzame en gezonde voeding te behoren (Regio FoodValley, 2011; Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, 2011b, p. 14). In de regio FoodValley heeft elke gemeente een economisch profiel gekozen dat moet bijdragen aan deze doelstelling. De gemeente Veenendaal heeft momenteel een relatief diverse economische structuur. Omdat de ICT-sector in Veenendaal in vergelijking met de andere sectoren relatief sterk is vertegenwoordigd, heeft de gemeente gekozen voor het profiel ICT. Het onderscheidende karakter van Veenendaal op het gebied van ICT kan mogelijk een bijdrage leveren aan het behalen van de doelstelling van de regio en tevens het enigszins kleurloze economische profiel van Veenendaal verbeteren. De gemeente Veenendaal wil daarnaast met de ICT-sector een sterkere verbondenheid met de regio FoodValley bewerkstelligen. ICT is namelijk een sector bij uitstek die andere sectoren kan verbinden en bij kan dragen aan innovaties (Gemeente Veenendaal, 2011a, p. 2).

De ontwikkeling en profilering van de ICT-sector vormen daarom de komende jaren een belangrijk onderdeel van het economisch beleid van de gemeente Veenendaal. *“Vanuit een sterke ICT-uitgangssituatie willen we de ICT-sector ruim baan geven als motor voor innovatie en duurzame vernieuwing van het gehele economische terrein. Ook willen we als sterk ICT-centrum een belangrijke bijdrage leveren aan de succesvolle ontwikkeling van de nog jonge FoodValley regio”* (Gemeente Veenendaal, 2011a, p. 1). De ICT-sector heeft in de gemeente Veenendaal een bovengemiddeld aandeel in de totale werkgelegenheid in vergelijking met de rest van de gemeenten in de regio FoodValley (zie tabel 1.1). Zoals blijkt uit tabel 1.2 heeft de ICT-sector in de regio FoodValley een gemiddeld aandeel van 4,3 procent in de werkgelegenheid terwijl Veenendaal hier met een percentage van 7,6 procent ruim bovenuit steekt. In vergelijking met de provincie Utrecht ligt het aandeel van de ICT-sector in de totale werkgelegenheid in Veenendaal iets lager, maar in vergelijking met de provincie Gelderland daarentegen veel hoger.

Tabel 1.1 Aandeel van de ICT-sector in de totale werkgelegenheid van alle FoodValley gemeenten in 2010

Veenendaal	Barneveld	Ede	Nijkerk	Renswoude	Rhenen	Scherpenzeel	Wageningen
7,6%	4,5%	3,6%	3,7%	0,4%	2,6%	2,4%	2,7%

Bron: Gemeente Veenendaal, 2011a

Tabel 1.2 Aandeel van de ICT-sector in de totale werkgelegenheid van de Regio FoodValley & provincies Utrecht en Gelderland per 2010

Regio FoodValley	Prov. Utrecht	Prov. Gelderland
4,3%	7,8%	3,1%

Bron: Gemeente Veenendaal, 2011a

De ICT-sector is een moeilijk definieerbare sector, omdat het een breed scala aan diensten en producten beslaat. In dit onderzoek wordt de definitie van de gemeente Veenendaal (zie paragraaf 3.1.2 voor de SBI categorieën) aangehouden:

“Tot de Informatie-, Communicatie- en Technologie-sector wordt het hele brede scala aan bedrijfssectoren gerekend dat zich bezig houdt met ICT, vanaf de start –het bedenken van apparatuur- en programmatuur- via productie als tussenstap tot het eind –beheer en reparatie-“

Bron: Gemeente Veenendaal, 2011b

Om Veenendaal als ICT-centrum binnen de regio FoodValley te versterken moet er ten eerste inzicht worden verkregen in de wensen en tevredenheid van bedrijven uit de ICT-sector in Veenendaal, om zodoende kennis te vergaren over mogelijke kansrijke (marketing) initiatieven en (beleids)maatregelen om dit te bewerkstelligen. Daarnaast dient tevens in kaart gebracht te worden welke relatie ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal momenteel hebben met *food* en of ICT-bedrijven kansen zien in de regio FoodValley.

Het onderzoek heeft plaatsgevonden vanuit de stichting Promotie Veenendaal (SPV). Promotie Veenendaal zet zich in voor de marketing en promotie van Veenendaal, in en buiten de regio. Een belangrijke doelstelling van de marketingstrategie van SPV voor Veenendaal is: *“Het verkrijgen van een economisch sterkere positie. Veenendaal moet binnen de regio een sterk merk worden, waardoor de positie van Veenendaal binnen de provincie en in regionaal verband onbetwist is en de regioverzorgende functie van de gemeente verder versterkt wordt”* (Tameling, 2010). Omdat Veenendaal zich als ICT-centrum wil ontwikkelen en profileren wordt er vanuit SPV extra aandacht besteed aan de wensen en tevredenheid van ICT-bedrijven (Gemeente Veenendaal, 2011b).

1.2.1 Doelstelling

Dit onderzoek wil bijdragen aan de bestaande wetenschappelijke en beleidsmatige kennis over de ICT-sector in Nederland en specifiek in de gemeente Veenendaal. De hoofddoelstelling van het onderzoek is:

- I. Meer inzicht verkrijgen in de wensen en over de tevredenheid van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal.

Daarnaast zijn er enkele subdoelstellingen opgesteld die verdere richting aan het onderzoek geven:

- II. De benodigde kwaliteit van vestigingsfactoren voor de gemeente Veenendaal als ICT-centrum bepalen;
- III. Mogelijkheden aandragen om de bijdrage van de ICT-sector voor de Veense economie te vergroten;
- IV. Inzicht krijgen in de relatie van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal met de regio FoodValley en de ambitie van de ICT-sector om deze relatie te versterken;
- V. Inzicht krijgen in de wenselijkheid en inhoud van een (regionaal) netwerk van ICT-bedrijven.

De resultaten van het onderzoek worden gebruikt voor aanbevelingen aan de stichting Promotie Veenendaal, de gemeente Veenendaal en andere betrokken actoren.

1.2.2 Vraagstelling

Aansluitend op de doelstellingen uit paragraaf 1.2.1 is onderstaande centrale vraag opgesteld:

In hoeverre sluit het huidige vestigingsklimaat van de gemeente Veenendaal aan op de wensen van ICT-bedrijven en welke kwaliteit en typen vestigingsfactoren zijn nodig om de gemeente Veenendaal als ICT-centrum bij te laten dragen aan de groei van de Veense economie en verdere integratie in de regio FoodValley?

In *Bijlage 1* is de definitie van vestigingsfactoren opgenomen.

1.2.3 Deelvragen

Daarnaast zijn er enkele deelvragen opgesteld die als leidraad voor het onderzoekproces dienen:

- I. Welke vestigingsfactoren zijn relevant voor ICT-bedrijven?
- II. Wat zijn de wensen van ICT-bedrijven en tevredenheid over de vestigingsfactoren die relevant zijn voor de ICT-sector in de gemeente Veenendaal?
- III. In welke mate bestaan er verschillen in het ervaren vestigingsklimaat tussen bedrijven van verschillende bedrijfsgrootten in de gemeente Veenendaal?
- IV. Wat is de huidige rol in en de ambitie van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal voor de regio FoodValley?
- V. Welke vestigingsfactoren kunnen worden verbeterd om (de profilering van) de gemeente Veenendaal als ICT-centrum te versterken?
- VI. Hoe kan de ICT-sector bijdragen aan de economische groei van zowel de Veense economie als de regio FoodValley?

1.3.1 Maatschappelijke relevantie

Veenendaal ICT-centrum is een subdoelstelling van de hoofddoelstelling “Ruim baan voor ondernemen” die is vastgesteld in het programmaplan “Economie” van de gemeente Veenendaal. De gemeente Veenendaal wil een helder economisch profiel hebben om in de regio en Nederland concurrerend te blijven. Andere sectoren zullen door de gemeente echter niet naar de achtergrond worden geschoven als gevolg van deze profilering. De profilering heeft raakvlakken met de thema’s “Veenendaal winkelstad” en “Veenendaal gezinsstad”. Het thema Veenendaal gezinsstad besteedt bijvoorbeeld veel aandacht aan het woonklimaat, wat ook een belangrijke factor kan zijn bij het aantrekken van hoogopgeleid personeel voor de ICT-sector in Veenendaal. Daarnaast is er vanuit Veenendaal winkelstad veel aandacht voor ‘Het Nieuwe Winkelen’ waarin een belangrijke rol is weggelegd voor ICT (Gemeente Veenendaal, 2011, p. 10-11).

DHV (2010) geeft in haar rapportage aan dat er potentie voor de gemeente Veenendaal is om zich verder te profileren als ICT-centrum. Veenendaal wil zich als ICT-centrum binnen de regio FoodValley versterken en tevens functioneren als springplank tussen de provincie Utrecht en de regio FoodValley. De gemeente Veenendaal heeft daarom de volgende streefwaarden vastgesteld:

- I. *“Absoluut en relatief meer arbeidsplaatsen in de ICT”;*
- II. *“Bekendheid Veenendaal als ICT-stad onder FoodValley gemeenten en provincie Utrecht is op bestuurlijk niveau 100% in 2014;*
- III. *Bekendheid Veenendaal als ICT-stad binnen de sector neemt toe met 10 % in 2014 ten opzichten van 2011 (meting nog ontwikkelen)”* (Gemeente Veenendaal, 2011a, p. 11).

1.3.2 Wetenschappelijke relevantie

In Nederland zijn enkele concentraties van ICT-bedrijven waarneembaar. Veel van deze concentraties zijn waarneembaar in de grote stedelijke agglomeraties. In het verleden is al veel onderzoek gedaan naar vestigingsfactoren die belangrijk zijn voor ICT-bedrijven (Adel et al., 2003; Atzema & Van Oort, 2004; Barrios et al., 2008; Centraal Bureau voor de Statistiek, 2011). Steden bieden de voordelen van een grote arbeidspoule aan hoogopgeleid personeel en maken veelvuldig contact met de klant mogelijk (Van Oort & Weterings (2004, p. 69). Toch vertoont het ruimtelijke patroon van met name bedrijven in de IT-service en software subsector een meer diffuus beeld. ICT-bedrijven geven soms de voorkeur aan locaties buiten de grote steden om congestie en andere stedelijke problemen te ontwijken. De relatief korte afstanden tussen stedelijke gebieden in Nederland bieden ICT-bedrijven de mogelijkheden om zich buiten de grote steden te vestigen, maar toch te profiteren van de voordelen van deze steden. Sommige kleinere steden in de Randstad in de nabijheid van grote steden herbergen daarom relatief veel ICT-bedrijven (Van Oort, & Weterings, 2004, p. 86). Er is echter nog weinig bekend over de specifieke aantrekkingskracht van de middelgrote steden die een verzorgende functie voor de regio hebben. Het onderzoek beoogt daarom meer inzicht te verwerven in vestigingsfactoren die met name in middelgrote gemeenten belangrijk zijn voor ICT-bedrijven en die mogelijk ook meer aanwezig zijn in middelgrote gemeenten dan in de grotere gemeenten (steden) van Nederland. Het onderzoek tracht ook meer kennis te verschaffen over de invloed van zachte vestigingsfactoren op het vestigingsgedrag en de ontwikkeling van een cluster. Tenslotte tracht het onderzoek meer inzicht te krijgen in het belang van netwerken tussen ICT-bedrijven onderling en met kennisstellingen op het gebied van samenwerking en kennisdeling.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk twee zal de context van het onderzoek verder worden uiteengezet en wordt er getracht inzicht te verschaffen in bestaande wetenschappelijke kennis. Tevens zijn in dit hoofdstuk de hypothesen opgenomen die de basis vormen voor het empirische gedeelte van het onderzoek. In hoofdstuk drie wordt stilgestaan bij de methodologie van het onderzoek. Waarna in hoofdstuk vier alle resultaten uit het onderzoek uitvoerig worden beschreven. In hoofdstuk vijf worden de belangrijkste conclusies gepresenteerd die voortvloeien uit de resultaten van het onderzoek. De conclusies zullen in hoofdstuk zes worden vertaald naar zowel de beleids- als onderzoeksaanbevelingen.

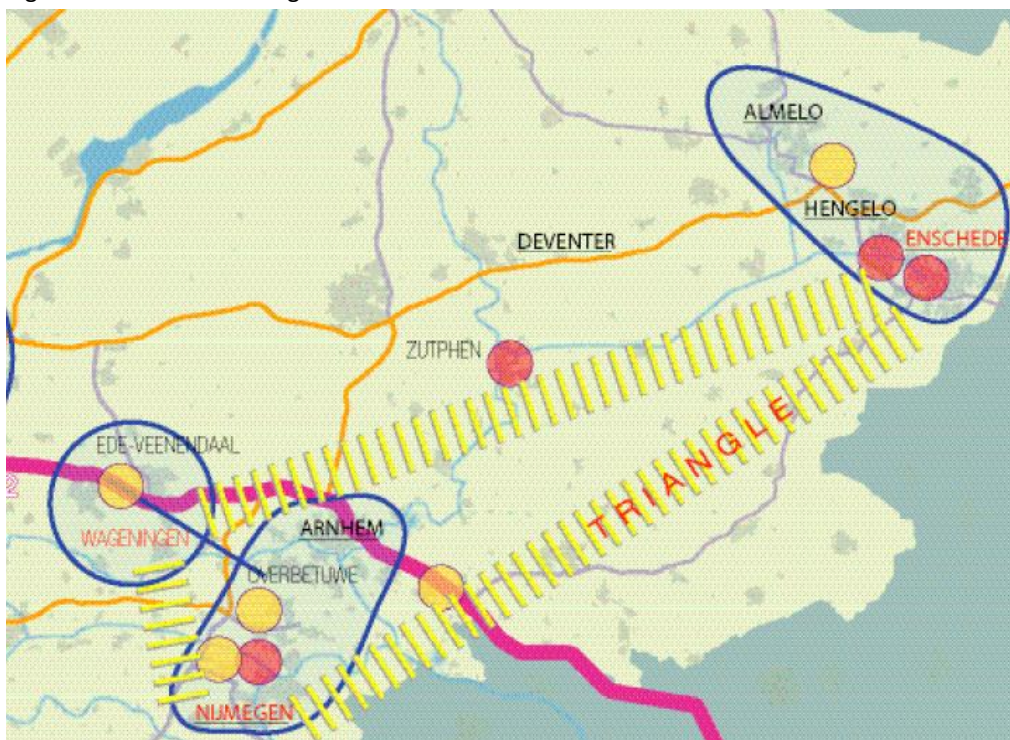
2. Theoretisch kader

In onderstaand hoofdstuk wordt de bestaande theoretische kennis uiteengezet en ingekaderd in het onderzoek. Hierbij wordt stil gestaan bij het regionaal economisch beleid, de ICT-sector in Nederland, relevante vestigingsfactoren voor ICT-bedrijven, clusters en netwerken, waarna deze theorie middels een conceptueel model wordt vertaald naar enkele hypothesen.

2.1 Introductie

Met de notitie “Pieken in de Delta” (Ministerie van Economische Zaken, 2004) veranderde het regionaal economische beleid van de rijksoverheid wezenlijk. Waar voorheen met het regionaal economisch beleid vooral werd ingezet op gebieden met achterstanden (regionale gelijkheid), richtte het nieuwe regionaal economisch beleid zich met name op de kansen die bestaande economische kerngebieden konden brengen voor de groei van de nationale economie van Nederland. Nederland is in de notitie opgedeeld in zes economische kerngebieden, waaronder Oost-Nederland, waar de nadruk ligt op de zoals in figuur 2.1 aangegeven kennisconcentraties in de *Triangle* (Ministerie van Economische Zaken, 2004, p. 4, 51).

Figuur 2.1 De kennis Triangle in Oost-Nederland



Bron: Ministerie van Economische Zaken, 2004, p. 52

Ook de regering Rutte heeft begin 2011 met haar bedrijfslevenbeleid “*Naar de top*” aangegeven voort te willen bouwen op de sterktes van Nederlandse bedrijven. Daarbij ligt de focus op de ondersteuning van negen topsectoren. De *triple helix*, (zie Bijlage 1) waarin overheden, kennisinstellingen en bedrijven samenwerken aan versterking van de topsectoren, is leidend bij de uitvoering van het beleid. Tevens wordt door de regering Rutte het belang van ICT (sector) voor de nationale economie benadrukt. Er wordt door de rijksoverheid onderkend dat ICT als innovatie-as

onmisbaar is bij de ontwikkeling van de verschillende topsectoren in Nederland (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, 2011b, p. 4, 15).

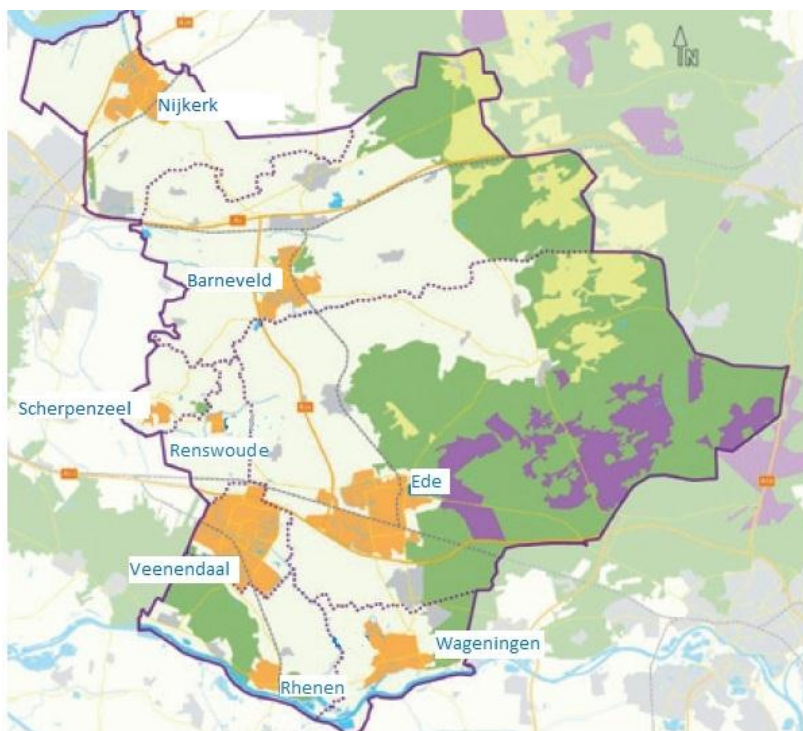
De invulling van het nieuwe bedrijfslevenbeleid verschilt echter met de invulling van de notitie Pieken in de Delta. Begin 2011 heeft de rijksoverheid namelijk besloten zich de komende jaren terug te trekken uit het regionaal economisch beleid, waarmee er een einde komt aan de samenwerking tussen Rijk, provincies en gemeenten op het gebied van bedrijventerreinen, Pieken in de Delta subsidies en subsidies voor de regionale ontwikkelingsmaatschappijen (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2011a). Decentrale overheden hebben in het nieuwe regionaal economische beleid van de rijksoverheid vooral een activerende en versterkende rol (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2011e, p. 3).

“Decentrale overheden leveren een bijdrage aan het stimuleren en versterken van kennis en innovatie in de topsectoren. Belangrijke onderwerpen hierbij zijn: innovatief inkopen, campusvorming, experimenteerruimte en proeftuinen en regionale netwerkvorming en financiering” (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2011e, p. 1).

Regio FoodValley

De topsectoren zijn binnen Nederland over het algemeen ruimtelijk geconcentreerd. Rondom Wageningen met haar universiteit, bedrijven en kennisinstellingen ligt de prioriteit op *Food en Nutrition* (Regio FoodValley, 2011). Voor 2011 bestonden er twee verschillende samenwerkingsverbanden in de regio rondom Wageningen, namelijk de WERV en De Vallei. Inmiddels is er een overkoepelend bestuurlijk orgaan, de regio FoodValley. De in figuur 2.2 weergegeven gemeenten Veenendaal, Wageningen, Ede, Barneveld, Nijkerk, Renswoude, Rhenen en Scherpenzeel werken tegenwoordig samen in de bestuurlijke regio FoodValley.

Figuur 2.2 De regio FoodValley



Bron: Regio FoodValley, 2011, p. 6.

In de regio FoodValley wonen ongeveer 330.000 mensen, werken 165.000 mensen en zijn diverse kennisinstellingen aanwezig (Regio FoodValley, 2011, p. 4). In FoodValley is met name veel kennis beschikbaar over voedingstechnologieën, *agribusiness*, biotechnologie en *nutrition*. De sectoren *agrofood* en tuinbouw zijn samen goed voor 5,8 procent van het BNP van Nederland en hebben een aandeel van 500 miljoen euro in de private R&D-uitgaven van Nederland. Een groot deel van deze uitgaven aan R&D vinden plaats in de regio FoodValley. De regio FoodValley excelleert zowel op nationaal alsop internationaal niveau namelijk op het gebied van *food*. Geconcentreerd rondom de WUR (*Wageningen University & Research centre*) en omliggende kennisinstellingen heeft zich de afgelopen decennia een sterke kennisregio ontwikkeld.

“Voeding is één van de negen economische topsectoren. Nederland scoort hierin bovengemiddeld in innovatieve activiteiten. In aantal octrooiaanvragen is Nederland na de VS, Japan en Duitsland het vierde land in de wereld met een aandeel van 9%. Dat is ruim hoger dan het gemiddeld aandeel van ongeveer 3,5 procent wat Nederland heeft over alle technologiegebieden tezamen” (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie, 2011c, p. 11).

Met name de Universiteit van Wageningen heeft op deze gebieden een zeer leidende en toonaangevende positie. De belangrijke kennisinstellingen TNO-voeding en NIZO zijn ook in de regio aanwezig (Ministerie van Economische Zaken, 2010, p. 7-9). Mede vanwege de aanwezigheid van deze gerenommeerde kennisinstellingen en diverse internationale voedselbedrijven hebben verschillende partners zich tot doel gesteld om de regio FoodValley uit te laten groeien tot het *agrofood*-centrum van Europa (Regio FoodValley, 2011).

Naast de bestuurlijke regio FoodValley houdt de stichting Food Valley zich al enige jaren actief bezig met de stimulering van innovaties in en rondom Wageningen. Een groot aantal bedrijven in de *food*-sector of gerelateerd aan de *food*-sector zijn hierbij aangesloten. Tot één van de kerntaken van de stichting behoort het stimuleren van *cross-overs* van kennis en activiteiten (Stichting Food Valley, 2007).

2.2.1 De ICT-sector is een belangrijke drijfveer van economische groei

In de periode 2001-2006 was de ICT-sector direct en indirect verantwoordelijk voor ongeveer 30 procent van de BBP-groei in Nederland. In vergelijking met andere landen in Europa, waar gemiddeld 40 procent van de BBP-groei toegeschreven kan worden aan de ICT-sector, blijft Nederland echter achter (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2009, p. 39; ICT-Office, 2010, p. 26). Nederlandse ICT-bedrijven presteren gemiddeld lager wat betreft rendement, winst en toegevoegde waarden als ze vergeleken worden met internationale maatstaven. Daarnaast draagt de sector minder bij aan de economische groei dan vroeger. Doordat de internetzeepbel knapte, de uitbestedingen van diensten naar lagelonenlanden toenamen en de productmarges teruglopen, neemt de groei van de toegevoegde waarde af (ABN Amro, 2009, p. 10). In 2010 groeide de omzet van de ICT-markt met 1,1 procent, na een daling van 5,8 procent in 2009. De verwachting is dat de groei in 2011 weer aan zal trekken naar twee procent omzetgroei (ICT-Office, 2011, p. 11).

Box 1 De ICT-sector: een drijfveer van Utrechtse groei

De ICT-sector in de gemeente Utrecht is één van de grootste ICT-clusters in Nederland. Met een aandeel van 12,1 procent in de werkgelegenheid ligt het aandeel ver boven het landelijk gemiddelde (voor afbakening ICT-cluster Utrecht zie Utrecht werkt: trendrapportage, 2010, p. 85). In de ICT-sector in Utrecht werkten in 2009 totaal 24.000 mensen. Met een groei van de werkgelegenheid van meer dan 20 procent in de periode 2003-2009 was de ICT-sector samen met de creatieve industrie de sterkste groeiende sector in de gemeente Utrecht (Gemeente Utrecht, 2010, p. 34).

Niet elk soort ICT-bedrijf draagt op eenzelfde mate bij aan de economische groei van een regio. De Rabobank (2011) geeft aan dat er wat betreft de strategische en geografische oriëntatie ongeveer vier soorten groepen ICT-bedrijven in de ICT-sector zijn te onderscheiden, namelijk: globale generalisten (IBM, HP), globale specialisten, lokale & regionale generalisten (AtosOrigin) en lokale & regionale specialisten (Qurius, Unit4). Met name de globale generalisten en specialisten zijn stabiele bedrijven wat betreft omzet en winstontwikkeling. Daarnaast hebben ook lokale & regionale specialisten stabiele marges doordat ze zich kunnen onderscheiden. De lokale & regionale generalisten hebben het moeilijker, doordat ze zich minder kunnen onderscheiden van de concurrentie en sterke mondiale concurrentie hebben (Rabobank, 2011, p. 6).

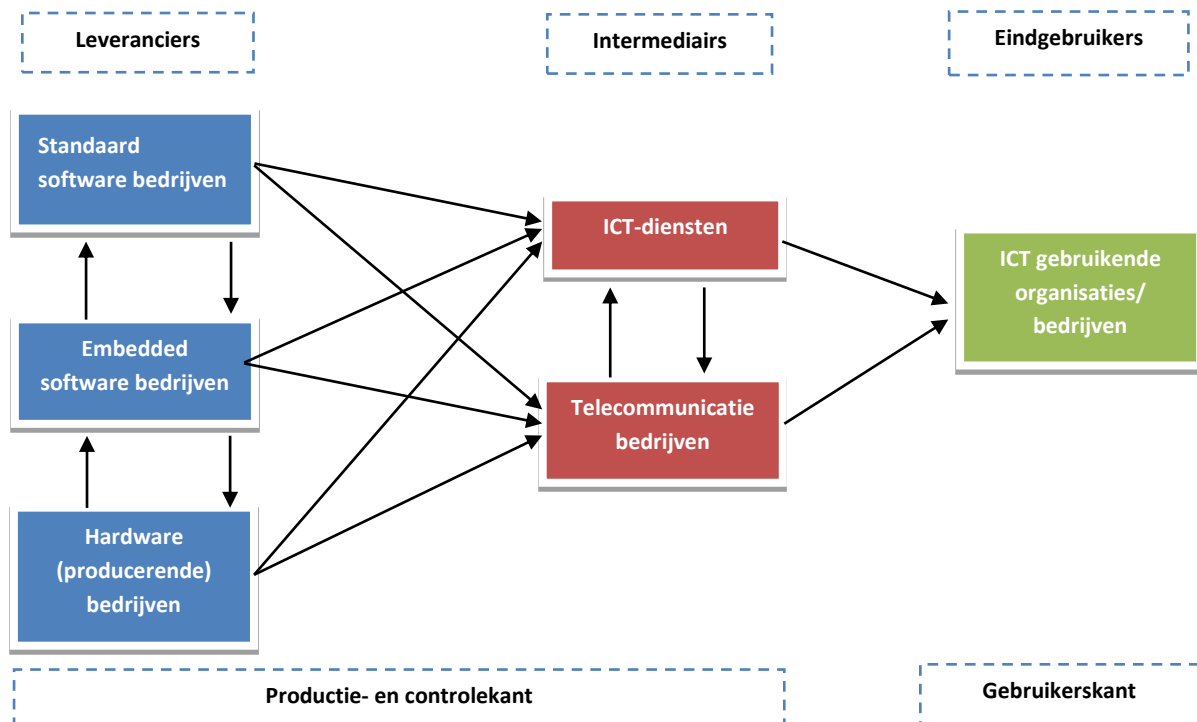
2.2.2 Context: De ICT-sector in Nederland

De ICT-sector in Nederland draagt met een omzet van circa 30 miljard euro (ongeveer vijf procent van het BBP), 30.000 bedrijven en ongeveer 120.000 arbeidsplaatsen voor een belangrijk deel bij aan de Nederlandse economie. Daarnaast zijn er nog vele ICT'ers werkzaam binnen andere bedrijven en instellingen die zich niet direct in de ICT-sector bevinden, maar wel veel gebruik van de ICT technologieën maken. Aangezien de definities (SBI-codes) van de ICT-sector in veel onderzoeken verschillen en veel ICT'ers ook buiten de ICT-sector werken zijn bovenstaande cijfers over het belang van de ICT-sector voor de Nederlandse economie indicatief. De uiteindelijke bijdragen van ICT aan de

economie zijn vermoedelijk nog veel hoger (ICT-Office, 2011, p. 13; ABN Amro 2009; ABN Amro, 2010; UWV, 2011).

In figuur 2.3 is conceptueel weergegeven hoe de relaties tussen de verschillende soorten ICT-bedrijven zich ongeveer verhouden. In de onderstaande tekst wordt een onderverdeling gemaakt in drie subsectoren, namelijk Hardware, IT-service en software en Telecom & Internet.

Figuur 2.3 De ICT-sector conceptueel



“1. Standaard software bedrijven: Ontwikkelen softwareproducten die worden gekocht als onafhankelijke producten.

2. ICT-diensten: Implementatie, ondersteuning & verkoop/marketing van software en hardware, reparatie en beheer.

3. Embedded software bedrijven: ontwikkelen software die ingebouwd is in elektronische producten, of de integratie van software en hardware.

4. Telecommunicatie bedrijven: verkoop van Telecommunicatie diensten en producten

5. Hardware (producerende) bedrijven: de productie van tastbare producten zoals computers, chips et cetera

6. ICT gebruikende organisaties en bedrijven: Bedrijven die intensief gebruik maken van ICT, maar waar ICT niet de core-business is.”

Bron: Adel et al., 2003, p. 5; Gemeente Veenendaal, 2011b.

Hardware (productie/distributie)

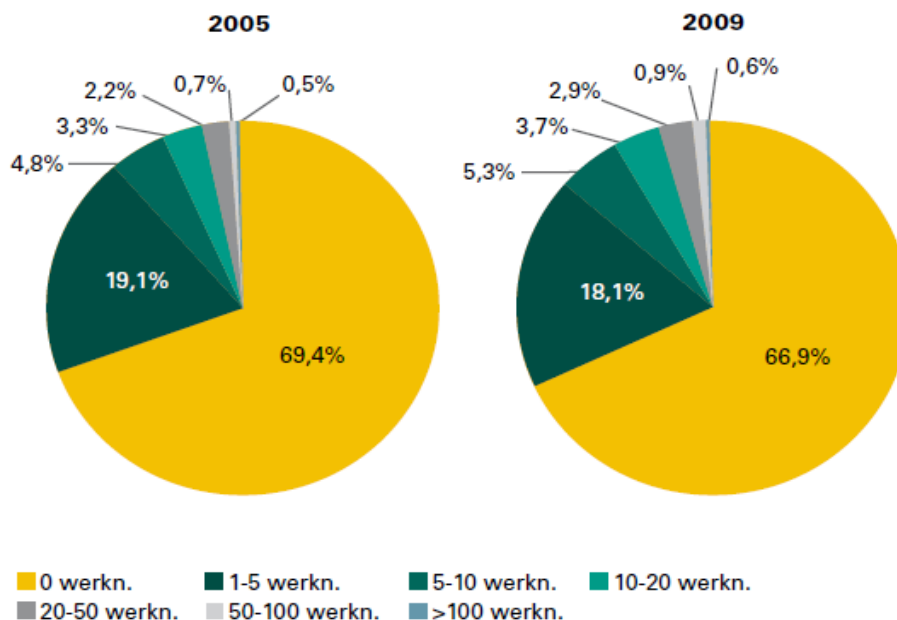
IT hardware bevindt zich in figuur 2.3 vooral aan de productie- en controlekant (*embedded* software bedrijven en hardware producerende bedrijven). Deze subsector is het meest conjunctuurgevoelige deel van de ICT-sector en stond daarom de laatste jaren onder druk door de recessie (ICT-Office, 2011, p. 19-20; ABN Amro, 2010, p. 16-17).

IT-service en software

De IT-service en software subsector is in figuur 2.3 onder standaard software (leveranciers) en ICT-diensten (intermediairs) in te delen. Onder IT-service en software vallen onder andere bedrijven die diensten bieden voor software ontwikkeling, consulting, implementatie, werkplekkenbeheer, IT-advies, verkoop en marketing van software en applicatiebeheer. Software ontwikkeling is verreweg de grootste subsector met ongeveer de helft van de bedrijven in de totale ICT-sector (UWV, 2011, p. 3).

De subsector kent relatief veel middelgrote en kleine bedrijven (ZZP'ers) die vaak gespecialiseerde diensten leveren (ABN Amro, 2010, p. 20-21). Opvallend is dat ongeveer 90 procent van de ICT-dienstverlenende bedrijven in Nederland in 2010 minder dan tien werknemers telde. Dit kan deels worden verklaard door het feit dat veel softwarebedrijven in Nederland zich richten op een niche markt, waardoor het aantal concurrenten beperkt is (Weterings, 2006, p. 75; Boschma & Weterings, 2005, p. 575). Uit onderzoek van Plomp et al. (2010, p. 20) blijkt dat de grotere bedrijven veel omzet behalen uit productsoftware, terwijl kleinere bedrijven (1-10 werknemers) juist meer omzet uit maatwerksoftware halen (Plomp et al., 2010, p. 17). Van de 30.000 ICT-bedrijven in Nederland zijn er ongeveer 20.000 bedrijven met één werknemer (ZZP), daarnaast zijn er maar enkele tientallen bedrijven met meer dan 100 werknemers. De ICT-sector heeft daarmee relatief veel ZZP'ers in vergelijking met andere sectoren. Zoals blijkt uit figuur 2.4 bestaat een groot gedeelte van de dienstverlenende IT-bedrijven dan ook uit eenpersoonsbedrijven (nul werknemers/ZZP). Het aantal ICT-bedrijven in de sector neemt vooral toe door een toename van het aantal ZZP'ers. De verwachting is dat deze trend zich in de toekomst voortzet (ICT-Office, 2011, p. 15; ABN Amro, 2010, p. 21-22; Computable, 2010; Casper & Whitley, 2004, p. 7-10).

Figuur 2.4 Aandeel IT dienstverlenende bedrijven naar aantal werknemers in 2005 en 2009

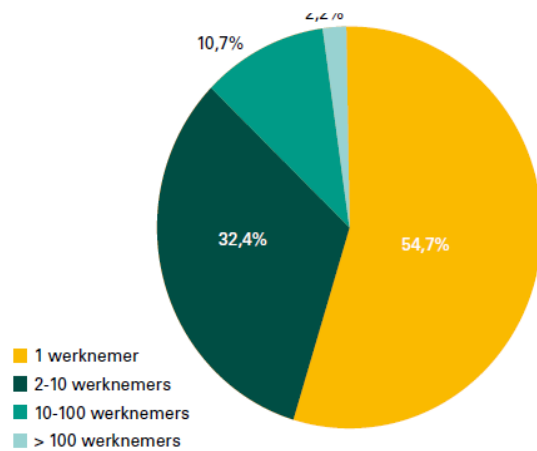


Bron: ABN Amro, 2010, p. 21

Telecom en internet

In figuur 2.3 is de Telecom en internet subsector in te delen onder telecommunicatiebedrijven (productie en controle), daarnaast heeft de subsector ook veel raakvlakken met ICT-diensten en in mindere mate met standaard software. Onder de telecom en internet subsector vallen telecom- en internetaanbieders die netwerken exploiteren en bedrijven die content en diensten aanbieden. De personeelskosten zijn relatief laag voor telecom- en internetaanbieders. Met name de investeringen en afschrijvingen bepalen een belangrijk deel van de omzet. Zoals blijkt uit figuur 2.5 zijn de bedrijven in de Telecom (communicatie) subsector gemiddeld wat groter dan dienstverlenende IT- bedrijven, al blijft het aandeel ZZP'ers ook voor Telecom met 54,7 procent erg hoog (ABN Amro, 2010, p. 22-23).

Figuur 2.5 Aandeel Telecom bedrijven naar aantal werknemers in 2009

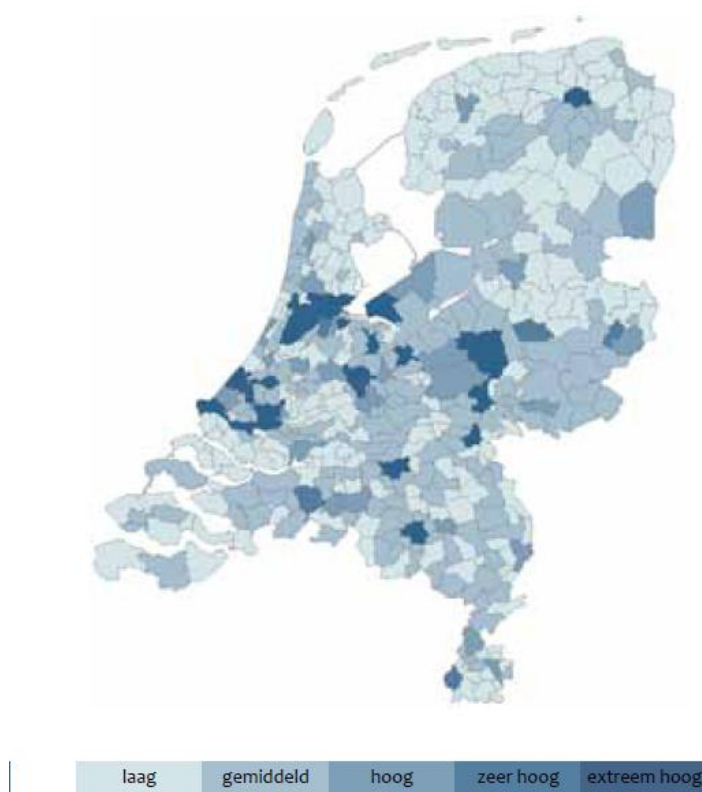


Bron: ABN Amro, 2010, p. 23

2.2.3 ICT-bedrijven bevinden zich vooral in middelgrote & grote steden in de Randstad

Uit onderzoek van het Centraal Bureau voor de Statistiek (2003) blijkt dat ICT-bedrijven zich vooral vestigen in gemeenten waar al een bovengemiddeld aandeel aan ICT-bedrijven is gevestigd. Al sinds eind jaren negentig neemt de concentratiegraad van veel ICT-bedrijven toe. De ruimtelijke structuur van de ICT-sector laat zien dat ICT-bedrijven in Nederland vooral in regio's met een hoge bevolkingsdichtheid gevestigd zijn en daarbij met name in de grotere steden (Atzema & Van Oort, 2004). Opvallend is dat naast grote steden, middelgrote en kleinere steden in de Randstad ook een bovengemiddeld aantal ICT-bedrijven herbergen (Atzema et al. 2011, p. 6). De sector lijkt zich in steeds grotere mate in Utrecht en omliggende regio's te concentreren (Van Oort & Weterings, 2004, p. 85). Uit figuur 2.6 is tevens op te maken dat met name de regio Utrecht, regio Amsterdam, de regio Den Haag en enkele steden langs de A2 een sterke vertegenwoordiging hebben van ICT- en nieuwe media bedrijven.

Figuur 2.6 Aandeel ICT & Nieuwe Media in de werkgelegenheid in Nederland in 2008



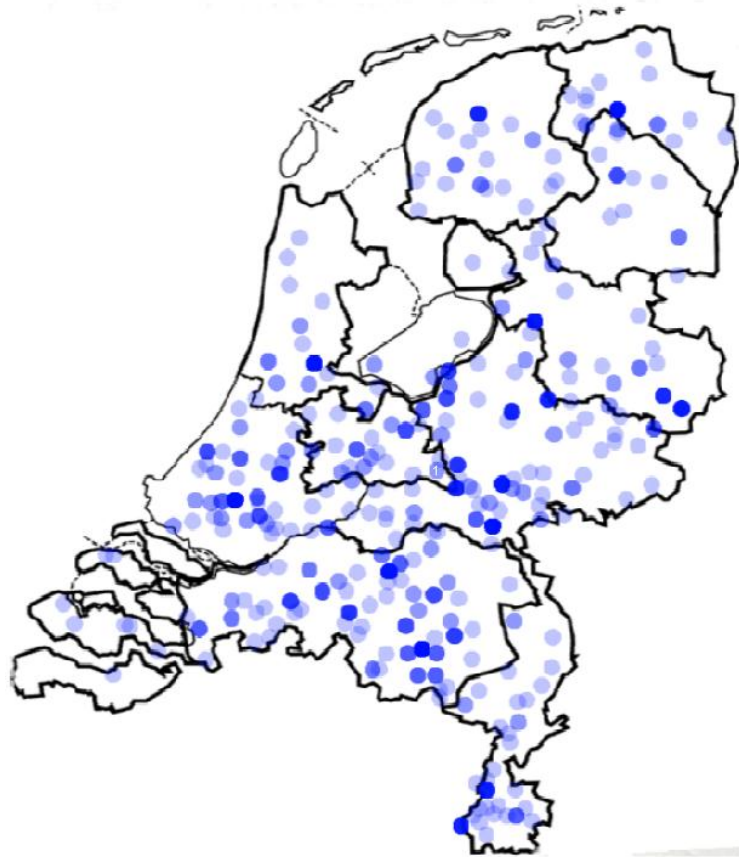
Bron: Raspe & Berge, 2010, p. 29

Ponds & Weterings (2007) komen tot een soortgelijke conclusie voor een selectie van de ICT-sector, namelijk de *computer services bureaus* wat voornamelijk bestaat uit de dienstverlenende bedrijven en softwarebedrijven. Het onderzoek toont aan dat de dienstverlenende en software bedrijven uit de ICT-sector voornamelijk gevestigd zijn in (de provincie) Utrecht, gevolgd door de grootstedelijke agglomeratie Amsterdam en tenslotte West en Midden Nederland. Uit onderzoek van Plompt et al. (2010) blijkt verder dat rondom (technische) universiteiten verschillende concentraties van softwarebedrijven waarneembaar zijn. Daarnaast is er een kleine concentratie waarneembaar vanaf

de Veluwezoom tot aan Harderwijk. Deze concentratie heeft als grondslag het voormalig imperium van softwarebedrijf Baan dat zijn hoofdkantoor in Barneveld gezeteld had.

Hoewel bovenstaande onderzoeken impliceren dat de ICT-bedrijven ruimtelijk geconcentreerd zijn is uit figuur 2.7 echter op te maken dat software bedrijven in vergelijking tot andere subsectoren wat betreft het aantal vestigingen weinig geconcentreerd zijn in Nederland. De grootste concentratie software bedrijven is de afgelopen jaren vanuit het westen naar Utrecht verschoven en steeds meer verspreid geraakt over Nederland. Opvallend is dat software bedrijven relatief veel in middelgrote gemeenten zijn gevestigd. Weterings (2006, p. 132) komt tot een soortgelijke conclusie en geeft aan dat resultaten erop wijzen dat agglomeratievoordelen zich voor de software sector niet beperken tot de centrale stad, maar een hele urbane regio beslaan.

Figuur 2.7 Indicatie spreiding softwarebedrijven (SBI 62*) over Nederland in 2010



1= Veenendaal

* Bovenstaande concentraties zijn indicatief

*In bovenstaande figuur zijn alleen hoofdvestigingen opgenomen

Bron: Plomp et al., 2010, p. 9

Aangezien er in het onderzoek van Plomp et al. (2010) naar de softwaresector geen nevenvestigingen zijn meegenomen en de concentratie niet is afgezet

tegen het aantal werknemers, is er echter wel een bias naar kleine bedrijven in figuur 2.7 ontstaan (Velde, 2011). Raspe & Berge komen in hun onderzoek (2010, p. 28) tevens tot de conclusie dat ICT-bedrijven en nieuwe media wat betreft het aantal vestigingen minder ruimtelijke geconcentreerd zijn (wat in overeenstemming is met het onderzoek van Plomp et al., 2010) terwijl het aantal banen in ICT en nieuwe media meer ruimtelijke geconcentreerd zijn dan vroeger.

2.3 Vestigingsfactoren voor ICT-bedrijven

Bij vestigingsfactoren kan een onderscheid gemaakt worden in algemene vestigingsfactoren die in alle regio's in Nederland hetzelfde zijn en specifieke vestigingsfactoren die per regio verschillen. Algemene vestigingsfactoren zijn voor alle regio's in Nederland hetzelfde door bijvoorbeeld nationale wetgeving of omdat de afstanden binnen Nederland te klein zijn om reële verschillen te creëren. Onder algemene vestigingsfactoren vallen onder andere belastingen, het klimaat, milieuwetgeving (zoning bedrijventerreinen) en veel culturele factoren. Naast algemene vestigingsfactoren die voor alle bedrijven belangrijk zijn hebben ICT-bedrijven ook specifieke vestigingsfactoren die regionaal verschillen vertonen (Atzema & Oort, 2004, p. 268). Dit zijn bijvoorbeeld de kwaliteit van leven, sociale en zakelijke netwerken, de grootte of aanwezigheid van steden, grond- en huurprijzen, de aanwezigheid van klanten en leveranciers, de regionale arbeidsmarkt en de aanwezigheid van kennisinstellingen (Atzema & Oort, 2004, p. 268-272). In deze paragraaf zullen vestigingsfactoren worden behandeld die belangrijk zijn voor regio's die veel ICT-bedrijven huisvesten of willen aantrekken.

2.3.1 Arbeidsmarkt

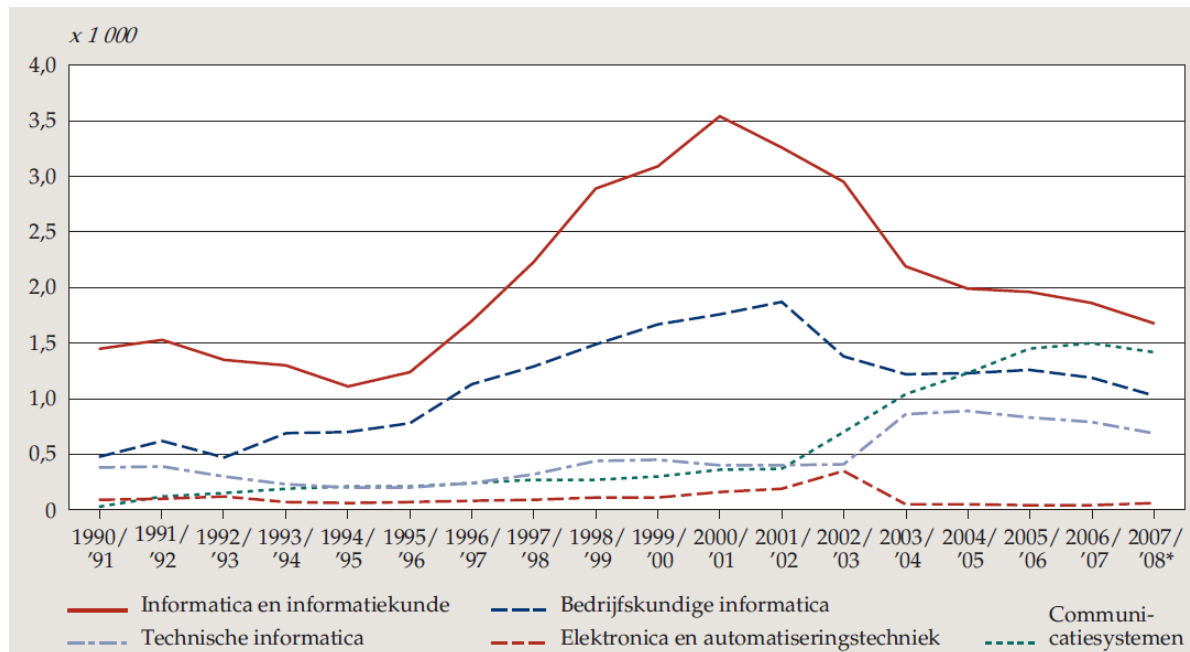
Voor de ICT-sector zijn de omvang, kwaliteit en diversiteit van de arbeidsmarkt van levensbelang. De ICT-sector heeft een groter aandeel aan hoogopgeleide mensen in vergelijking met andere sectoren (Ottens, 2007, p. 15). Er is sinds de opkomst van ICT tevens een stijging van het aantal hoogopgeleide werknemers waarneembaar geweest in de ICT-sector. Met name de bedrijven gericht op ICT-dienstverlening, advies en softwareontwikkeling zijn in grote mate verantwoordelijk geweest voor deze stijging (Barrios et al, 2008, p. 74). Uit onderzoek van Barrios et al. (2008, p. 25) blijkt tevens dat de stijging van het aantal hoogopgeleide werknemers in de sector voornamelijk wordt veroorzaakt door de groei van het aantal en de grootte van dienstverlenende ICT-bedrijven. Aan de ICT productiekant (hardware), waarin veel lager opgeleiden werkzaam zijn, is een afname van het aantal bedrijven waarneembaar.

Sinds de opkomst van ICT is er bijna altijd sprake van krapte geweest op een groot deel van de ICT-arbeidsmarkt. Met name in de tweede helft van de jaren negentig bestond er een groot structureel tekort aan ICT-personeel. Na de crisis veroorzaakt door de internetbubbel rondom het jaar 2000 zakte de vraag naar ICT'ers echter sterk (Boschma & Weterings, 2005, p. 582). In de jaren daarop trok de arbeidsmarkt en daarmee de vraag weer aan, totdat de financiële crisis in 2008 hier enigszins verandering in bracht. De sterke verwevenheid van ICT met de maatschappij en de economie hebben tijdens de kredietcrisis een zeer dempende werking op de sector gehad. De werkloosheid in de ICT-sector ligt op dit moment boven de 10.000 arbeidsplaatsen. De vraag naar hoog opgeleide gespecialiseerde ICT'ers is echter nog steeds hoog (UWV, 2011, p. 4). Veel van de huidige werkloze ICT'ers zijn langdurig werkloos en hebben niet de competenties om te voldoen aan de huidige vraag van bedrijven. Het aanbod van arbeid sluit op dit moment daarom niet goed aan op de vraag.

De meest voorkomende beroepen in de ICT-sector zijn systeembeheerder, programmeur en informaticus. Opvallend is dat er met name een tekort is aan personeel met een middelbare opleiding (programmeurs). Op de middellange termijn verwacht de brancheorganisatie van de ICT-sector een structureel tekort tussen de 8.500 en 16.000 ICT'ers per jaar, afhankelijk van de conjuncturele ontwikkeling. Dit tekort wordt mede veroorzaakt door het teruglopend aantal studenten, dat een ICT-gerelateerde studie is gaan doen. Zoals blijkt uit figuur 2.8 wordt dit

voornamelijk veroorzaakt door een dalende instroom van de traditionele ICT studies Informatica en Informatiekunde. Maar ook Bedrijfskundige Informatica en Technische informatica vertonen een daling. Na de groei van de instroom in de jaren voor het jaar 2000, is er gemiddeld gezien al enkele jaren sprake van een dalende trend, met uitzondering van de communicatiestudies. Nieuwe opgezette ICT communicatieopleidingen hebben de afgelopen jaren sterk aan populariteit gewonnen. Op specialistische vakgebieden zoals informatica is het tekort als gevolg van de opkomst van de communicatiestudies soms nog groter geworden (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2008, p. 182; IPN, 2009, p. 10).

Figuur 2.8 Instroom van Informatica studenten in het hoger onderwijs in de periode 1990-2008.



Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, 2008, p. 182.

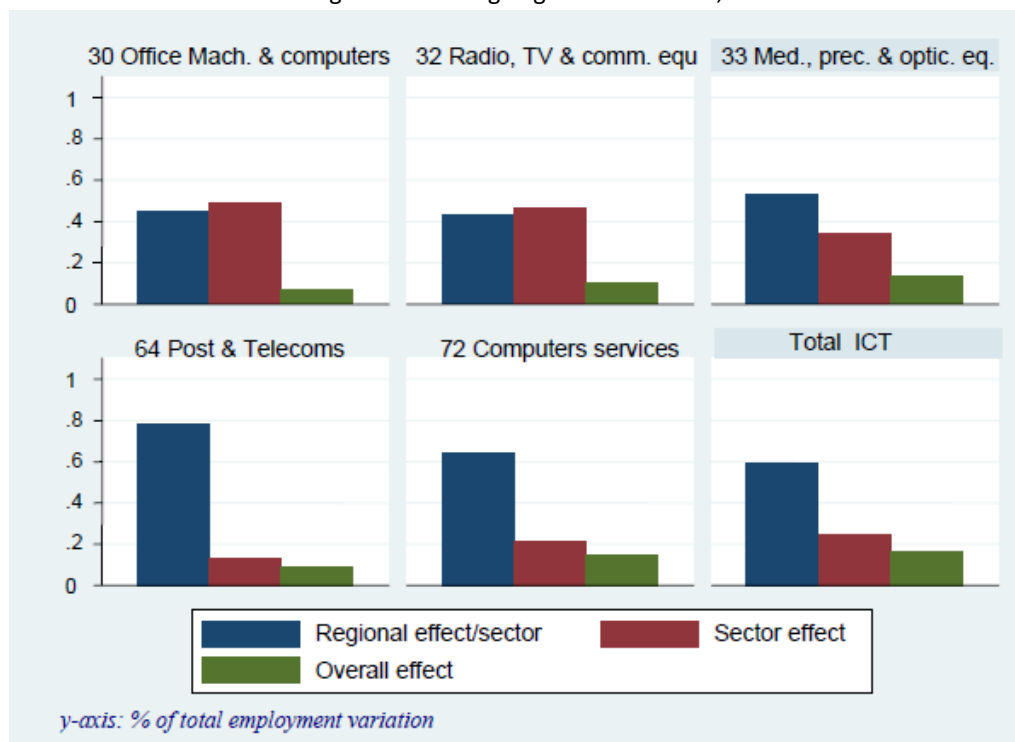
Volgens onderzoek van ICT-Office uit 2008 daalt de instroom van nieuwe ICT-arbeidskrachten tot 2012. Terwijl de vraag naar hoog opgeleide ICT'ers waarschijnlijk stijgt. De verwachting is daarom dat het tekort aan hoogopgeleide ICT'ers verder toeneemt. De sector is er dus bij gebaat dat het aantal studenten dat ICT gaat studeren stijgt (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2008; ICT-Office, 2009; Intelligence Group, 2011). Naast het tekort aan arbeidskrachten bestaat er namelijk ook vaak een *mismatch* tussen onderwijs en bedrijfsleven. De ICT-sector verandert zo snel dat het onderwijs, door de duur van de opleidingen, hier moeilijk bij aan kan sluiten. Er bestaat dus zowel een kwalitatief als kwantitatief probleem voor het aanbod van arbeidskrachten. Mede daarom is er begin 2011 een samenwerkingsverband 'ICT-onderwijs & bedrijfsleven' gesloten met als doel deze *mismatch* op te lossen. Diverse partijen uit het onderwijs en bedrijfsleven slaan de handen ineen om tot oplossingen te komen (CIO et al., 2011, p. 1-3; Intelligence Group, 2011, p. 34).

Uit het onderzoek "Toekomstvisie ICT arbeidsmarkt Amsterdam" (Intelligence Group, 2011) blijkt dat de ICT-arbeidspoule voornamelijk uit jonge mannen bestaat tussen de 25 en 39 jaar oud, die woonachtig zijn in de Randstad. Belangrijke arbeidsvoorwaarden die een rol spelen bij de keuze voor een baan zijn bij *hardcore* ICT'ers vooral de opleidings- en doorgroeimogelijkheden, secundaire arbeidsvoorwaarden, flexibiliteit en thuiswerken (ICT-Office, 2009; Intelligence Group, 2011).

Effect van regionale factoren op de werkgelegenheid

Het MKB is grotendeels afhankelijk van de lokale en regionale markt wat betreft personeel en toegang tot financiering. Daarnaast is het MKB vaak meer verbonden aan en afhankelijk van de lokale afzetmarkt. Tevens zijn ondernemers uit het MKB eerder geneigd zich in de eigen regio te vestigen (Barrios et al., 2008, p. 49). Ook blijkt uit onderzoek van Barrios et al. (2008, p. 31) dat de regionale dimensie (lokale factoren) voor met name de IT-service en software en Telecommunicatie subsector een belangrijk deel van de werkgelegenheidsvariaties tussen regio's verklaart. Barrios et al. (2008, p. 103) gebruiken voor hun onderzoek de klassieke shift-share methode. Er wordt in deze methode onderscheid gemaakt tussen drie factoren die de werkgelegenheidsvariatie kunnen verklaren, namelijk de invloed van de conjunctuur van de economie op nationaal niveau, sectorale ontwikkelingen (gedrag) op nationaal niveau en sectorale ontwikkelingen (gedrag) op regionaal niveau. In deze methode is de regionale dimensie, de invloed van de reeds aanwezige bedrijven in de ICT-sector in de regio op de werkgelegenheidsvariaties in de regio voor de ICT-sector het grootst (zie Bijlage 1). Uit figuur 2.9 blijkt dat meer dan de helft van de veranderingen in de werkgelegenheid van de ICT-sector veroorzaakt worden door sectorale ontwikkelingen op regionaal niveau. Het effect in de ICT-sector is daarmee sterker dan in andere sectoren van de economie. Dit wijst erop dat de regionale werkgelegenheidsontwikkeling in de ICT-sector in een regio grotendeels bepaald wordt door regionale (vestigings) factoren en ontwikkelingen in de sector (Barrios et al., 2008, p. 31).

Figuur 2.9 Belang van het sectorale effect op regionaal niveau, het sectorale effect op nationaal niveau en macro-effect voor veranderingen in de werkgelegenheid in EU 25, 2000-2004.



Bron: Barrios et al., 2008, p. 31

2.3.2 Outsourcing & offshoring

Een gedeelte van de bedrijven in de ICT-sector heeft als reactie op de krapte op de arbeidsmarkt en het hoge loonniveau besloten een gedeelte van hun takenpakket te *outsourcen*. Toch is de uitbesteding van ICT-taken nog relatief beperkt. Ruim 90 procent van alle software van Nederlandse bedrijven wordt op dit moment nog altijd in Nederland ontwikkeld. Slechts een klein gedeelte van de softwareontwikkeling wordt via *outsourcing* naar bedrijven in het buitenland verplaatst. Dit kan gedeeltelijk worden verklaard door het feit dat in Nederland voornamelijk (maat) software wordt geproduceerd en in veel mindere mate hardware. “*Software is veel meer plaatsgebonden dan hardware*” (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2011, p. 225). Opvallend daarbij is dat uit onderzoek van Plomp et al. (2010, p. 34) blijkt dat grotere bedrijven niet significant meer *outsourcen* dan kleinere bedrijven. Als de eenpersoonsbedrijven (ZZP’ers) buiten beschouwing worden gehouden, besteden grotere bedrijven wel significant meer uit.

Offshoring, waarbij werk wordt uitbesteed naar verre lagelonenlanden neemt maar een bescheiden aandeel in en *nearshoring*, waarbij taken naar nabijgelegen lagelonenlanden worden verplaatst (Oost-Europa) neemt een nog kleiner aandeel in. Met name *outsourcing* naar rijke nabijgelegen landen verzorgt het grootste gedeelte van de *outsourcing* (Plomp et al., 2010, p. 34). De cognitieve en sociale nabijheid die in paragraaf 2.4.2 verder worden toegelicht zijn hier waarschijnlijk debet aan. Vermoedelijk neemt de vraag naar lager opgeleide ICT’ers en ICT’ers die zich bezig houden met de meer uitvoerende taken van ICT de komende jaren af, doordat de mogelijkheden van outsourcing en *offshoring* snel toenemen. Daarnaast neemt de vraag naar hoog opgeleide ICT’ers toe (Intelligence Group, 2011, p. 42). Nederlandse ICT-bedrijven gaan zich door de mogelijkheden tot *outsourcen* naar landen in Oost-Europa en Azië steeds meer richten op het afstemmen van producten op de klant, terwijl de bouwstenen van de producten buiten Nederland worden geproduceerd (UWV, 2011, p. 9-10).

2.3.3 Contacten met (kennis) instellingen

ICT-bedrijven en met name softwarebedrijven hebben relatief weinig contacten met universiteiten. Uit onderzoek van Weterings (2006, p. 75) naar kleine softwarebedrijven in Nederland kwam naar voren dat klanten de grootste bron van inspiratie zijn voor innovatie. Terwijl de interne capaciteiten (ontwikkeling van de kennisbasis) van het bedrijf zelf het belangrijkste zijn om deze ideeën verder uit te werken (Weterings, 2006, p. 84). Boschma & Weterings (2005, p. 578) constateren dat softwarebedrijven vooral technische kennis verwerven (en problemen oplossen) met behulp van internet en vakbladen. Dit is mogelijk omdat de software ontwikkelingen en de producten over het algemeen zeer gestandaardiseerd zijn. Daarnaast zijn er slechts een beperkt aantal multinationale ondernemingen die standaardsoftware leveren. ICT-bedrijven zijn bij de aankoop en ondersteuning van deze standaardsoftware daarom afhankelijk van een beperkt aantal (nationale en internationale) spelers. Daardoor is er sprake van een selecte groep programmeertalen waardoor de noodzaak om actief te interacteren met kennisinstellingen relatief klein is (Weterings, 2006, p. 75). *Embedded software firms* (hardware) daarentegen hebben meer contact met technische universiteiten vanwege het grote belang van technische ontwikkelingen van producten voor het (toekomstige) succes van hardware (Boschma & Weterings, 2005, p. 582).

Ondanks het feit dat veel ICT-bedrijven hun kennis niet primair vanuit universiteiten vergaren, zijn er rond de meeste universiteiten toch concentraties van ICT-bedrijven waarneembaar. Naast directe

kennisoverdracht kan de aanwezigheid van kennisinstellingen namelijk bijdragen aan de kennisontwikkeling in een regio, het imago van de regio en de beschikbaarheid van *human capital*. In de nabijheid van de kennisinstellingen is veel *human capital* beschikbaar voor bestaande bedrijven in de vorm van studenten en starters. Jacobs et al. (2000, p. 286) geven in hun studie naar de ICT-sector in Twente dan ook aan dat de uitstroom van studenten (*human capital*), de aanwezigheid van ICT studies en diverse kennisinstellingen een sterkte zijn van de ICT-sector in Twente. Daarnaast vestigen veel *start-ups* zich tevens in de buurt van een kennisinstelling. Met name de kleinere ICT-bedrijven kunnen profiteren van de aanwezige (technologische) infrastructuur en kennisbronnen van de kennisinstellingen. Individueel kunnen kleine ICT-bedrijven deze investeringen namelijk vaak niet dragen (Amsterdam Science Park, 2011; Jacobs et al., 2000, p. 286-287; Hulsing et al., 2004, p. 93; Plomp et al., 2010, p. 9).

2.3.4 Imago bedrijven: het belang van fashion leaders

Zoals blijkt uit Box 2 kan het imago van bestaande bedrijven het ontstaan, het groeien of krimpen van een concentratie ICT-bedrijven sterk beïnvloeden (Vincente & Suire, 2004, p. 10). Bedrijven met een hoge status willen graag interacteren met bedrijven met een soortgelijke reputatie. De aanwezigheid van bedrijven met een vooraanstaande reputatie kan daarom bedrijven met eenzelfde reputatie aantrekken. Daarnaast kunnen bekende bedrijven de groei van bedrijven met een minder hoge status ook bevorderen. Kleinere (minder bekende) bedrijven willen graag worden geassocieerd met *fashion leaders* (Giuliani, 2010, p. 12). Deze *fashion leaders* kunnen tevens als magneet functioneren op nieuwe medewerkers uit het hele land, andere bedrijven in de regio toegang bieden tot professionele netwerken en de groei van het aantal start-up bevorderen wat een versterkende werking kan hebben op het cluster ICT-bedrijven (Oort & Weterings, 2004, p. 86).

Box 2 Fashion leaders in Silicon Sentier (Parijs)

Silicon Sentier is een ICT-cluster, dat is ontstaan tijdens de crisis in de Europese textielindustrie. Aan het ontstaan van het cluster lagen enkele belangrijke factoren ten grondslag. Door de crisis daalde de prijzen van commercieel vastgoed fors. Ook was het gebied zeer goed ontsloten met breedband. Maar waarschijnlijk nog belangrijker is de aanwezigheid van de succesvolle '*fashion leader*' Yahoo, die zich in de jaren negentig in de regio vestigde. Het bedrijf had een enorme aantrekkingskracht op nieuwe *start-ups* en bestaande bedrijven. Startende en minder bekende bedrijven vestigen zich in de buurt van Yahoo, omdat dit kan leiden tot meer aanzien (vertrouwen) van klanten. Ook de aanwezigheid van andere grote bedrijven zoals Lycos en Nomade hadden een soortgelijk effect op de aantrekkelijkheid van het cluster. De *dotcom* crisis heeft echter grote gaten in het cluster geslagen. In Silicon Valley hebben *fashion leaders* een soortgelijk effect veroorzaakt (Vincente&Suire, 2004, p. 6).



Daarnaast wordt het imago van bedrijven steeds belangrijker voor het aantrekken van werknemers. Zeer gespecialiseerde bedrijven en de grotere bedrijven zijn over het algemeen goed bekend onder potentiële werknemers. Voor met name bredere bedrijven wordt het steeds moeilijker om zich te onderscheiden van de concurrentie. Bedrijven die niet tot de ICT-sector behoren, maar wel heel veel ICT-diensten gebruiken zoals de financiële instellingen en de overheid hebben tevens meer moeite om werknemers aan te trekken, omdat ze niet als ICT-bedrijf worden gezien (Intelligence Group, 2011, p. 43).

2.3.5 Kwaliteit van leven

Voor de kwaliteit van leven wordt in onderzoeken veel ingegaan op factoren die specifiek aan een locatie zijn verbonden. Hieronder vallen bijvoorbeeld de kwaliteit van voorzieningen zoals zorg, educatie, horeca en cultuur die aanwezig zijn, het klimaat, de veiligheidssituatie, het uitzicht, het milieu, de recreatieve mogelijkheden en het woonklimaat (Marlet, 2009, p. 175).

De kwaliteit van de leefomgeving wordt steeds vaker als belangrijke vestigingsfactor voor bedrijven gezien. In het bijzonder voor bedrijven die niet of weinig aan een locatie zijn verbonden, maar wel sterk verbonden zijn aan kenniswerkers. Kenniswerkers hechten over het algemeen meer waarde aan de kwaliteit van de woonomgeving dan de kans op werk. Uit onderzoek van Van Oort et al. (2003) blijkt dat bedrijven deze factor al wel erkennen, maar dat er nog niet naar gehandeld werd. De belangrijkste vestigingsfactoren voor ICT-bedrijven waren in dit onderzoek de ICT-infrastructuur, het aanbod van kwalitatief goed personeel en de bereikbaarheid van de plek. Uit het onderzoek van Van Oort et al. (2003) blijkt tevens dat hoewel het aanbod van goed personeel belangrijk wordt gevonden, de lokale factoren die de aanwezigheid van deze kenniswerkers bepalen, zoals woonlocaties en woonvoorkeuren van werknemers ondergeschikt zijn aan de andere belangrijke vestigingsfactoren. Slechts een klein gedeelte van de bedrijven vindt de nabijheid van andere ICT-bedrijven belangrijk. De mogelijke imagovorming door de concentratie is de belangrijkste reden voor een ICT-bedrijf om zich bij een concentratie te vestigen (Van Oort et al, 2003, p. 69-72).

2.3.6 Glasvezel

“De taak van de overheid bij zo’n technologische transitie is die van transitie-management”
(Den Blutter & Van der Vlis, 2005, p. 4).

ICT-bedrijven vinden de ICT-infrastructuur heel belangrijk, al is de aanwezigheid hiervan vaak niet doorslaggevend voor hun uiteindelijke vestigingsgedrag (Van Oort et al., 2003, p. 61). Nederland loopt samen met Denemarken voorop wat betreft het aantal breedbandaansluitingen (European Commission, 2010, p. 1). In 2009 had ruim 90 procent van de huishoudens toegang tot internet, waarvan 77 procent beschikte over een breedbandverbinding. Daarnaast had 87 procent van alle bedrijven toegang tot breedbandinternet. Wat betreft het aantal glasvezelverbindingen blijven Nederland en de rest van de Europese Unie echter ver achter op verschillende Aziatische landen en de Verenigde Staten. In Nederland bestaan er grote verschillen in het aantal glasvezelaansluitingen tussen provincies. Met name de noordelijke en zuidelijke provincies hebben weinig of geen aansluitingen. De provincie Utrecht is een subtopper in het aantal glasvezelaansluitingen met 4,6 procent van de huishoudens in het eerste kwartaal van 2010 (European Commission, 2010, p. 175; Stratix, 2010, p. 4).

Glasvezel biedt bedrijven veel nieuwe en efficiëntere mogelijkheden. Voordat er gebruik van glasvezel kan worden gemaakt moet er een passieve infrastructuur worden aangelegd (kabels, transformatorhuis et cetera). Waarna de actieve infrastructuur kan worden aangelegd (software en technische apparatuur). De passieve infrastructuur vereist hoge voorinvesteringen en heeft een lange terugverdientijd. Terwijl de actieve infrastructuur (distributie en administratie) profiteert van de passieve infrastructuur (en veel rendabeler is). De prijs van de aanleg van glasvezel en het aanbod van breedbanddiensten zijn daarom belangrijke factoren voor de ontwikkeling van glasvezel. Breedband is in Nederland nog relatief duur en het aantal marktaanbieders is beperkt. Als gevolg daarvan zijn vooral grotere bedrijven op glasvezel aangesloten. Pas als het overschakelen naar glasvezel efficiënter is dan de huidige praktijk zijn zowel de consumenten als de bedrijven bereid om over te stappen (Dunnewijk, 2009, p. 21). Er woedt daarom al lange tijd een discussie of de aanwezigheid van glasvezel van publiek belang is. Indien glasvezel van publiek belang is en er sprake van marktfalen is, zou de overheid namelijk in moeten grijpen. Overheidsbemoediging kan daarnaast volgens Den Blutter & Van der Vlis (2005, p. 5) worden gerechtvaardigd vanuit het herverdelings- of gelijkheidsbeginsel. Als bedrijventerreinen of woningen over glasvezel beschikken, terwijl andere bedrijventerreinen en woningen hier niet over beschikken kan er namelijk ongelijkheid ontstaan (en tevens leegstand en verpaupering optreden). Daarnaast dient er volgens Den Blutter en Van der Vlis aandacht te zijn voor niches waarin met nieuwe technologieën wordt gewerkt. Voor gemeentelijke initiatieven betreft dit geografische niches.

“Een interessante observatie daarbij is dat gemeenten die een belangrijke vestigingsplaats van ICT-bedrijvigheid zijn of willen zijn, een rol in de eerste linie bij het ondersteunen van deze niches vormen” (Den Blutter & Van der Vlis, 2005, p. 4).

In verschillende gemeenten zijn al maatschappelijke analyses gemaakt van de kosten en baten van glasvezel. Een goed voorbeeld is: “Amsterdam: Slagkracht door glas” (Commissie Andriessen, 2003). Op basis van deze analyse kan de mate van overheidsbemoediging worden vastgesteld (Den Blutter & Van der Vlis, 2005, p. 3).

2.3.7 Huisvesting van ICT-bedrijven

ICT-bedrijven zijn minder afhankelijk van opgebouwde kapitaalgoederen, dan andere bedrijven waardoor ze volgens Van Oort et al. (2003) meer mogelijkheden hebben om zich te verplaatsen (hoge mate *footloose*). Huisvesting is vaak het meest kapitaalintensieve onderdeel van ICT-bedrijven. ICT-bedrijven zijn bijna altijd gevestigd op kantoorlocaties. Ongeveer dertien procent van de opnamen van kantoorlocaties wordt landelijk gezien door ICT-bedrijven gedaan. In de WERV regio ligt dit aandeel lager dan het landelijke gemiddelde. ICT-bedrijven vestigen zich over het algemeen in hoogwaardig vastgoed. Dit zijn vaak recent gebouwde kantoren. Bedrijven zoeken kantoorgebouwen die efficiënt zijn (energie) en duurzaam gebouwd. De vraag is op dit moment het grootst naar typen kantoren dicht bij centra en vervoersknooppunten, op plekken waar veel mogelijkheden tot parkeren zijn en waar men een mix van wonen, winkelen en werken kan vinden (DTZ, 2010; DTZ, 2011; Vastgoedmonitor WERV regio, 2010).

Een structureel probleem van de kantorenmarkt is de verdere veroudering van het aanbod. De structurele leegstand van kantoren (langer dan drie jaar) is de afgelopen jaren fors toegenomen

(DTZ, 2010). Met name de kantoren die gebouwd zijn tussen 1960 en 1980 staan lang en veel leeg. De verwachting is niet dat het grote aandeel aan leegstaande kantoren snel zal dalen.

De afgenomen vraag naar kantoren heeft verschillende oorzaken. Bedrijven gaan steeds efficiënter werken met minder vierkante meters per werknemer. Daarnaast zorgt onder andere de vergrijzing voor een afname van het aantal werknemers in kantoren. Naast de veranderende vraag van bedrijven, heeft de conjuncturele ontwikkeling van de economie ook veel invloed op de kantorenmarkt. In tijden van economische groei wordt er meer aanbod opgenomen en tevens meer gebouwd. De economische neergang in de jaren 2008 en 2009 daarentegen heeft er voor gezorgd dat de vraag sterk afnam en dat nieuwe hoogwaardige kantoren minder aan het aanbod werden toegevoegd. Daarnaast zijn de beste locaties vaak al vergeven waardoor het lastiger is om nieuwe kantoren op goede locaties te realiseren. Volgens DTZ (2010) zal de kantorenmarkt zich meer moeten gaan richten op de herstructurering van de bestaande kantorenvorraad. Het aanbod van kwalitatief hoogwaardig vastgoed is door onder andere bovengenoemde redenen echter nog steeds beperkt (DTZ, 2010; DTZ, 2011; Vastgoedmonitor WERV regio 2010).

Box 3 Praktijkvoorbeeld Zoetermeer

Zoetermeer, een gemeente met ongeveer 120.000 inwoners profileert zich al enige jaren als ICT-stad. Sinds 1998 is hiervoor een apart programma: Zoetermeer ICT-stad. Dit heeft onder andere geresulteerd in de oprichting van een academie voor ICT & Media in 2005, worden jonge studenten ondersteund met het opzetten van een eigen onderneming en lopen er diverse andere ICT projecten.

Uit een onderzoek van Wittenberg & Hess (2005) blijkt dat twee belangrijke positieve vestigingsfactoren van Zoetermeer zijn dat er grote kantooruimte beschikbaar is en dat de kosten voor het vestigen in het stadcentrum lager liggen dan in soortgelijke of grotere steden. In het onderzoek wordt echter ook aangegeven dat Zoetermeer niet onderscheidend is ten opzichte van meer historische steden als Amsterdam, waar een grote groep aan gevestigde bedrijven, beschikbare kennis en goede ICT-voorzieningen aanwezig zijn. Tenslotte blijkt ook uit het onderzoek dat ICT-ondernemers de ondernemersgeest en Yuppen sfeer in grote steden meer waarderen. Daarnaast is het wenselijk als de huurcontracten een zeer beperkte looptijd hebben van 6 maanden tot 1 a 2 jaar (Wittenberg & Hess, 2009, p. 7).

Op dit moment wordt er in Zoetermeer druk gewerkt aan een open ICT kennisomgeving in de vorm van een bedrijventrum waar (jonge) startende ICT-ondernemers zich kunnen vestigen. Er moet zich een diverse samenstelling aan startende ondernemingen gaan vestigen (Wittenberg & Hess, 2009, p. 7).

2.4.1 Clustervorming en netwerken

De ontwikkeling en het belang van clusters (zie Bijlage 1 voor definitie) hebben de afgelopen decennia aan aandacht gewonnen binnen zowel wetenschappelijke als beleidskringen. Ruimtelijke nabijheid zou de interactie tussen bedrijven kunnen vergroten en zou van invloed zijn op het innovatief gedrag van bedrijven (Weterings, 2006, p. 137). Diverse onderzoeken (Oort & Ponds, 2006; Oort et al., 2003) constateren dat kennisspillovers vaak ruimtelijk beperkt zijn. Het *tacit* karakter van sommige kennis wordt vaak als belangrijkste oorzaak hiervoor aangedragen. *Tacit knowledge* kan vaak alleen direct tussen mensen worden overgedragen en behoeft een zekere mate van frequentie. Nabijheid zou daarom de kennisuitwisseling van *tacit knowledge* mogelijk maken en daar indirect het innovatieve vermogen van deze bedrijven (Atzema & Oort, 2004, p. 272; Suire & Vincente, 2004, p. 6). Clustering van bedrijven en kennisinstellingen zouden daarom kunnen leiden tot directere verbindingen tussen bedrijven en zorgt daarmee tevens voor verdere verankering van deze bedrijven in de regio (Suire & Vincente, 2004, p. 11).

Een geconcentreerde groep ICT-bedrijven is een voorwaarde, voor het ontstaan of de ontwikkeling van een cluster. Een concentratie van ICT-bedrijven alleen is echter nog geen cluster (Atzema et al. 2011, p. 6). Een zekere mate van samenwerking, kennisdeling of gezamenlijk belang met andere ICT-bedrijven, overheidsinstellingen en kennisinstellingen zijn nodig voor de concentratie om zich te onderscheiden als cluster. Vaak wordt er onderscheid gemaakt tussen verticale en horizontale clusters. Bedrijven in verticale clusters vormen de schakels van een waardeketen en leveren of ontvangen producten en diensten van elkaar. Bedrijven in horizontale clusters leveren juist dezelfde producten en diensten en concurreren met elkaar. Daarnaast hebben zowel horizontale als verticale clusters vaak relaties met overheidsinstellingen en kennisinstellingen en andere betrokken partijen (Atzema et al., 2011, p. 66; Porter, 1998, p. 78). Hoewel clusters vaak divers van karakter zijn kan er in grote lijnen een indeling worden gemaakt naar mate van samenwerking en kennisdeling. In Atzema et al. (2011, p. 13) worden diverse soorten clusters uiteengezet. In tabel 2.1 worden deze kort beschreven, waarbij de mate en de manier van samenwerking en kennisdeling als maatstaven zijn genomen voor de indeling.

Tabel 2.1 Typen clusters ingedeeld naar mate en manier van samenwerking en kennisdeling

Type cluster	Beschrijving
Formation	Concentratie vanwege aanwezigheid van een belangrijke vestigingsfactor(en) voor een cluster, zoals ligging.
Industry	Concentratie die gebruikt maakt van gemeenschappelijke bronnen zoals de arbeidspool en gespecialiseerde diensten.
Complex	Concentratie van bedrijven die samenwerken om specialisatie mogelijk te maken zoals het gebruik maken van outsourcing. Het doel van deze samenwerking is echter niet kennisoverdracht.
Alliance	Concentratie van bedrijven die samenwerken om van elkaar te leren. Centraal staat de uitwisseling van informatie en bestaande kennis. Er ontstaan strategische allianties
Milieu	Concentratie van bedrijven die samenwerken om nieuwe kennis te vergaren. Er ontstaat een lokaal kennissysteem.

Bron: Atzema et al, 2011, p. 11

Niet zelden ontstaat een concentratie of cluster door een samenloop van omstandigheden. Als gevolg van *bounded rationality* (zie Bijlage 1 voor uitleg), zijn veel bedrijven bijvoorbeeld geneigd om zich te vestigen op plaatsen waar ze het meest bekend mee zijn. Aangezien ondernemers andere regio's niet kennen is het ook moeilijk om een waardeoordeel over deze regio te vellen en zullen ze niet snel geneigd zijn om te verhuizen. Daarnaast hebben veel ondernemers een band met hun thuisregio, doordat familie en vrienden hier wonen en het overgrote deel van de werknemers hier gevestigd is (Boschma & Weterings, 2005, p. 571; Van Oort & Weterings, 2004, p. 85).

2.4.2 Relatieve nabijheid tussen bedrijven

“There is increasing awareness that it is not so much regional specialization or diversification per se that induce knowledge spillovers and enhance regional growth, but a regional economy that encompasses related activities with shared competence” (Boschma & Frenken, 2009, p. 12).

Boschma & Ter Wal (2007) uiten onder andere kritiek op de clustertheorieën vanwege het gebrek aan aandacht voor factoren als de absorptiecapaciteit van kennis, strategieën en routines van bedrijven in clusters. Niet ieder bedrijf heeft namelijk de kennis en organisatorische capaciteiten om externe kennis te absorberen of de juiste strategie of routines om te profiteren van het cluster. Daarnaast is het zeer de vraag in welke mate interacties tussen bedrijven daadwerkelijk leiden tot kennisuitwisseling (Weterings, 2006, p. 137). Geografische nabijheid speelt in de vorming van clusters en netwerken daarom een minder grote rol dan wordt aangegeven in de clusterliteratuur. De relatieve nabijheid tussen bedrijven wordt bepaald door veel meer verschillende factoren zoals de cognitieve, sociale, institutionele en organisatorische afstand die hieronder zullen toegelicht (Boschma & Frenken, 2009, p. 2; Weterings, 2006, p. 108).

Cognitieve en organisatorische nabijheid

Bedrijven kunnen kennis beter absorberen als deze dicht bij hun eigen kennisbasis ligt. Bedrijven hebben hun kennisbasis te danken aan een cumulatief leerproces. Dit leerproces is padafhankelijk en zeer complex. Als gevolg hiervan kunnen niet alle bedrijven met elkaar kunnen communiceren. Om kennis uit te kunnen wisselen moeten bedrijven een zekere mate van absorptievermogen en *capability* (kennisniveau) hebben (Giuliani, 2011, p. 14). Dit wil echter niet zeggen dat veel cognitieve nabijheid tussen twee bedrijven altijd een positief effect heeft. Als de kennisbasis van bedrijven teveel op elkaar gaat lijken kan dit leiden tot een kennis *lock-in*. Hierdoor dragen verbindingen tussen deze bedrijven niet meer bij aan het vergroten van de eigen kennisbasis. Daarnaast kan teveel cognitieve nabijheid tussen bedrijven leiden tot het verzwakken van de concurrentieposities ten opzichte van elkaar (Boschma & Frenken, 2009, p. 4).

“The optimal level of cognitive proximity follows from the need to keep some cognitive distance (to stimulate new ideas through recombination) and to secure some cognitive proximity to enable effective communication and knowledge transfer” (Boschma & Frenken, 2009, p. 9).

Giuliani (2010, p. 15) wijst in haar onderzoek ook op het belang van cognitieve nabijheid. Daarbij maakt ze voor bij het *capability effect* onderscheid tussen het *similarity effect* en het *threshold effect*. De overeenkomsten (*technological relatedness*) van een bedrijf met een ander bedrijf bepalen de mogelijkheden tot samenwerking. Naarmate bedrijven technologisch meer met elkaar gerelateerd zijn is het voor bedrijven makkelijker om in netwerken met elkaar te communiceren, wat de

innovaties en prestaties van de bedrijven kan verbeteren. Een bedrijf moet daarnaast aan bepaalde drempelwaarden voldoen op het gebied van onder andere status, financiële mogelijkheden, technische kennis en het netwerk voldoen om kennisrelaties aan te kunnen gaan met andere bedrijven (Ponds & Weterings, 2007, p. 63). ICT-bedrijven met een sterkere kennisbasis zijn beter in staat externe kennis in te schatten en te verwerven. Daarnaast blijkt uit onderzoek van Ponds & Weterings (2007, p. 88) dat ICT-bedrijven met een sterke interne kennisbasis een sterker innovatief vermogen hebben. Bedrijven met een zwakke kennisbasis blijven daarom vaak buiten het netwerk. Door Giuliani (2010, p. 23) wordt aangegeven dat geografische nabijheid, netwerkrelaties daarom alleen kan versterken als bedrijven aan de drempelwaarden voldoen. Clusters met kennisnetwerken, die een relatief beperkte kennisbasis hebben, zullen waarschijnlijk niet uitgroeien tot sterk concurrerende clusters. Opvallend is dat naarmate de cognitieve (technologische) afstand tussen bedrijven afneemt, de geografische afstand tussen bedrijven juist vaak toeneemt (Boschma & Frenken, 2009, p. 10-11).

It is not inflows of extra regional knowledge per se that matter for regional growth, but inflows of knowledge that are related (but not similar) to the existing knowledgebase of regions that make the difference” (Boschma & Frenken, 2009, p. 12).

Naast cognitieve nabijheid is ook organisatorische nabijheid een belangrijke voorwaarde voor de succesvolle ontwikkeling van netwerken. Deze nabijheid is onder andere afhankelijk van de mate van hiërarchie waarin bedrijven samenwerken, de sterkte van deze samenwerking en de mate van vertrouwen. Een tekort aan organisatorische nabijheid kan ervoor zorgen dat er te weinig communicatie onderling is, waardoor er misverstanden ontstaan. Teveel organisatorische nabijheid kan er echter weer toe leiden dat de flexibiliteit van handelen beperkt wordt (Atzema et al. 2011, p. 4).

Sociale en institutionele nabijheid

Onderzoek naar *kennisspillovers* had in eerste instantie weinig aandacht voor sociale (informele) netwerken. Inmiddels heeft ander onderzoek echter uitgewezen dat kennisuitwisseling vooral plaatsvindt binnen relatief informele netwerken van bedrijven, instellingen en personen. Sociale nabijheid in de vorm van mensen in het netwerk zijn volgens Breschi & Lissoni (2003) belangrijke factoren, omdat deze nodig zijn om kennis te verspreiden en het interactief delen van kennis met andere personen in het netwerk te stimuleren (Boschma & Weterings, 2005, p. 572; Breschi & Lissoni, 2003).

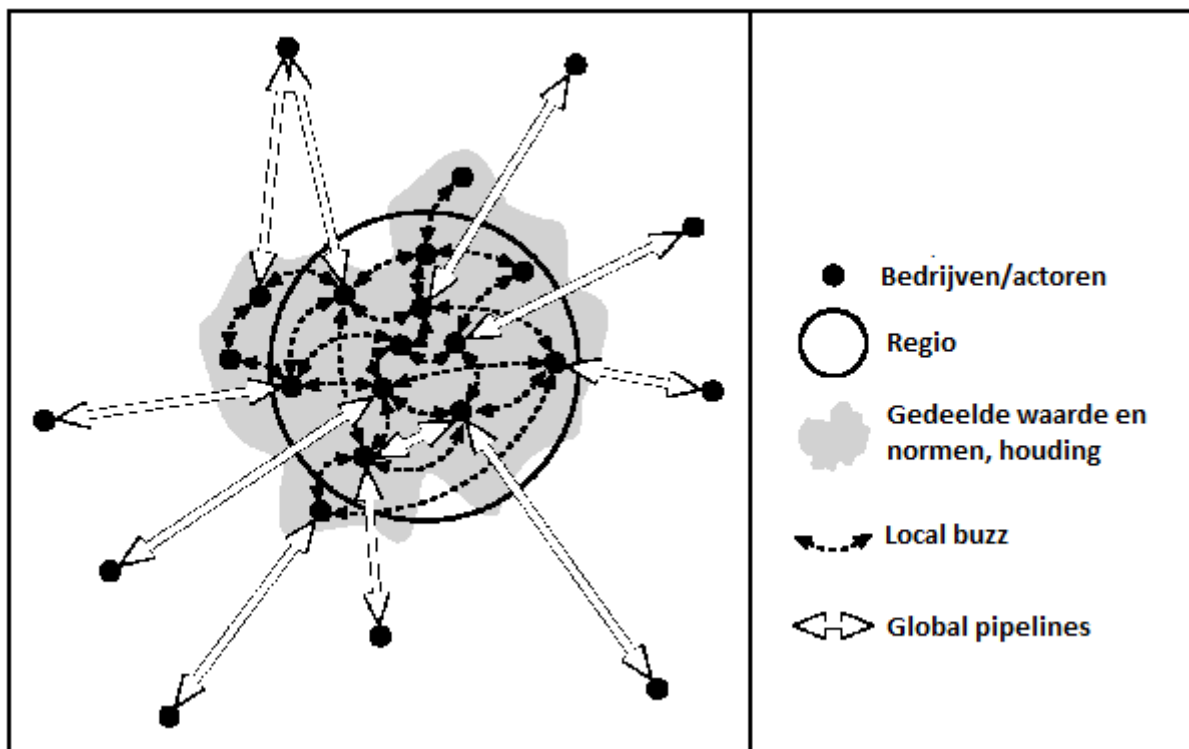
Bedrijven in de ICT-sector zijn echte netwerkbedrijven en hebben er veel belang bij om hun netwerk te versterken. Het informele karakter van een netwerk zorgt er voor dat de neiging tot het delen van kennis groter is. Deze netwerken behoeven niet per se ruimtelijke nabij te zijn, maar hebben dit vaak wel doordat ruimtelijke nabijheid de vorming van netwerken versterkt (Oort & Ponds, 2006, p. 27). Zonder sociale nabijheid is er snel sprake van individualistisch en opportunistisch gedrag, die de verbondenheid van een netwerk niet ten goede komen. Naarmate bedrijven ouder worden hebben ze mogelijk minder face-to-face contacten nodig en daarmee minder ruimtelijke nabijheid, omdat bestaande relaties meer op basis van vertrouwen bestaan. Teveel sociale nabijheid kan echter leiden tot een beperking van de creativiteit van het cluster of bedrijf (Atzema et al., 2011, p. 4; Weterings, 2006, p. 69).

Institutionele nabijheid is de mate waarin bedrijven dezelfde formele en informele regels hanteren en erkennen. Indien deze nabijheid niet of weinig bestaat is het lastig gezamenlijk kennis te verwerven en leerprocessen aan te gaan. Teveel institutionele nabijheid kan er echter weer toe leiden dat het lastiger is samen te werken met bedrijven buiten het netwerk, omdat de eigen informele en formele regels teveel aangehangen kunnen worden (Atzema et al., 2011, p. 4).

Global pipelines en Local buzz

Diverse studies (Boschma & Ter Wal, 2007; Bathelt et al., 2004, p. 48-49) halen aan dat het belang van (niet lokale) netwerken in de meeste clusterstudies, maar ook in overheidsbeleid van onderschikt belang is. Terwijl deze netwerken vaak een belangrijke basis voor het succes van een cluster vormen. *“Still, recent cluster policies are so predisposed toward local networking that the importance of external, translocal communication is overlooked”* (Bathelt et al., 2004, p. 48-49; Ter Wal, 2008).

Figuur 2.10 Global pipelines en Local buzz



Bron: Bathelt et al., 2004, p. 46

Figuur 2.10 is een conceptuele voorstelling van de relaties die bedrijven binnen een cluster kunnen hebben. Succesvolle clusters hebben vaak verbindingen met netwerken ver buiten het eigen cluster zelf (Boschma & Ter Wal, 2007, p. 15). *Global pipelines*, relaties met bedrijven of kennisinstellingen buiten het cluster voorkomen dat het cluster gevangen wordt in onder andere de *technology trap*. Elk cluster heeft *global pipelines* nodig, hoe sterk het cluster ook is, omdat nieuwe kennis of ontwikkelingen overal ter wereld kunnen plaatsvinden en om te voorkomen dat er een *lock-in* van kennis plaatsvindt. Ter Wal (2008) concludeert in haar onderzoek dat de niet-lokale kennisrelaties soms van wezenlijk belang zijn voor de ontwikkeling van een cluster. Te sterke *global pipelines* kunnen er echter voor zorgen dat de *local buzz* zwakker wordt, met als gevolg een verzwakking van het gehele cluster.

Een selectief gedeelte, de zogenaamde “*gatekeepers*” van een cluster heeft vaak relaties met bedrijven en instellingen ver buiten het lokale cluster. De relaties van deze *gatekeepers* zijn belangrijk omdat dit de concurrentiekracht van het cluster in grote mate bepaalt. Kennis in de rest van de wereld kan door deze *gatekeepers* worden ingebracht in het cluster waardoor de bedrijven op de hoogte blijven van ontwikkelingen en hierin mee kunnen gaan. De *gatekeepers* zijn vaak ook de sterkere spelers in het netwerk. Prominente bedrijven (*gatekeepers*) dragen vaak kennis over aan bedrijven met minder status, die hierdoor meer status en kennis kunnen verwerven. Andersom dragen bedrijven met minder status vaak geen kennis over aan de prominentere bedrijven (Giuliani, 2010, p. 12).

Local buzz, oftewel de lokale netwerken zijn nodig omdat niet alle kennis buiten het cluster vergaard en verwerkt kan worden. De informatie die zich in deze netwerken bevindt heeft soms een *tacit* karakter en is fijnmazig. Daarnaast zijn bedrijven die lokaal een relatie met elkaar hebben, zich beter bewust van de context van problemen in het cluster, waardoor ze beter in staat zijn deze samen op te lossen. Tenslotte zijn veel lokale netwerken ook cruciaal voor innovatie binnen een cluster (Giuliani, 2010, p. 2-3; Bathelt et al., 2004, p. 48-49).

Wederkerigheid

Giuliani (2010) stelt dat bedrijven in kennisnetwerken een sterkere cohesie (cohesie effect) met elkaar kunnen krijgen door wederkerigheid en transitieve nabijheid. Wederkerigheid tussen bedrijven kan werken als drijver voor de creatie van nieuwe verbindingen tussen bedrijven in een kennisnetwerk. Indien bedrijven besluiten geen kennis door te geven aan andere bedrijven (of opdrachten te gunnen), omdat het bedrijf bang is om haar eigen concurrentiepositie aan te tasten, zullen ze geen wederkerigheid ontvangen. Een gebrek aan wederkerigheid komt de ontwikkeling van kennisnetwerken daarom niet ten goede. Wederkerigheid en transitieve nabijheid vergroten de vertrouwensband tussen bedrijven, stabiliseren relaties en vergroten de kwaliteit van de interactie tussen de bedrijven (Giuliani, 2010, p. 10).

Sectorale invloed op global pipelines en local buzz

Het belang van geografische nabijheid, de mate van samenwerking en het ontstaan van lokale netwerken kunnen daarnaast per sector verschillen. Een onderzoek van Ter Wal (2008) wijst uit dat de manier en het niveau van samenwerking tussen de farmaceutische industrie en de ICT-sector in een *business park* in het Franse Sophia-Antipolis sterk verschillen. Binnen de ICT-sector bestaat er op lokaal niveau een groot samenwerkingsverband tussen verschillende bedrijven en kennisinstellingen. De farmaceutische industrie doet dit niet en deelt haar kennis en het onderzoek voornamelijk intern en in internationale netwerken (Ter Wal, 2008, p. 389). De verschillen tussen de farmaceutische industrie en de ICT-sector worden volgens het onderzoek voornamelijk veroorzaakt door het groeiproces van de sectoren. De ICT-sector groeit vooral door startende bedrijven en *spin-offs*. Deze bedrijven zijn belangrijk in de vorming van lokale netwerken (Weterings, 2006, p. 75). De farmaceutische industrie werkt door zijn grote schaal daarentegen vooral samen in internationale netwerken en onderhoudt daardoor weinig lokale contacten (Boschma & Weterings, 2005, p. 572; Ter Wal, 2008).

Toch betekent het voorbeeld uit het Franse Sophia-Antipolis niet dat de ICT-sector in Nederland sterk lokaal of regionaal is georiënteerd. Ook de specifieke kenmerken van een sector op lokaal niveau zijn

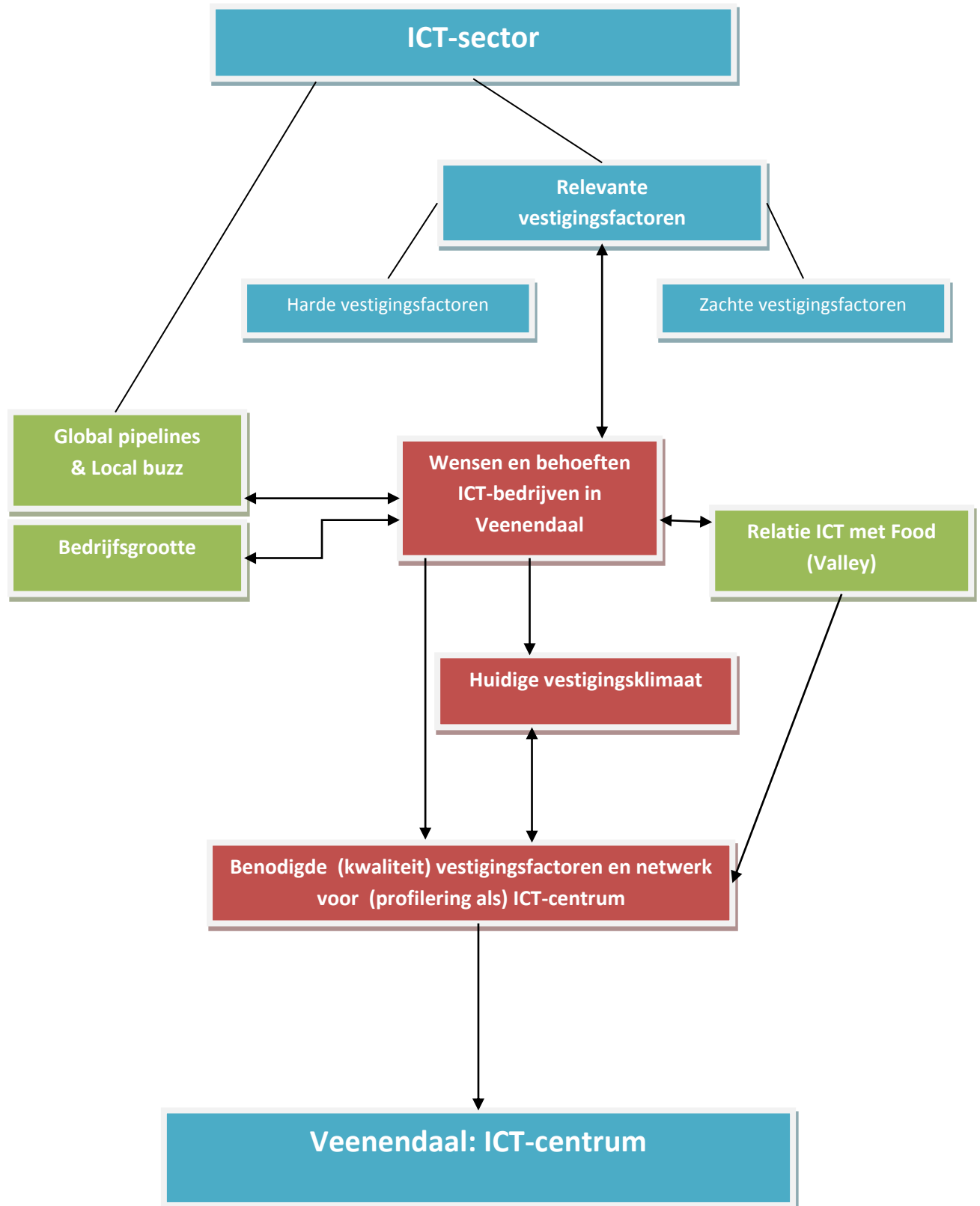
van invloed op de ruimtelijke oriëntatie. Veel kennisnetwerken in de ICT-sector doen zich namelijk voor op nationaal en internationaal niveau. In het onderzoek van Ponds & Weterings (2007) wordt geconstateerd dat veel ICT-bedrijven geen of weinig regionale kenniscontacten hebben. Met name de grotere ICT-bedrijven zijn belangrijke spelers in de vakinhoudelijke netwerken, terwijl de ondersteunende organisaties essentieel zijn voor het organisatorische gedeelte van de netwerken. Dat een groot gedeelte van de kennisrelaties van ICT-bedrijven nationaal of internationaal is, valt te verklaren door het feit dat het overgrote deel van de dienstverlenende ICT-bedrijven in Nederland (software) producten inkoop van nationale en internationale ICT-bedrijven (leveranciers) en deze vervolgens op maat aanbiedt voor hun klanten (Ponds & Weterings, 2007, p. 63). Uit het onderzoek van Ponds & Weterings (2007) blijkt tevens dat veel bedrijven in de ICT-sector geen kenniscontacten (met kennisinstellingen) in de regio hebben. Een mogelijke verklaring voor het lage aandeel aan regionale kennisrelaties, is het feit dat de ICT-sector minder gericht is op wetenschappelijke kennis van universiteiten (veel onderzoek wordt binnen bedrijven gedaan). Tevens blijkt uit het onderzoek dat ICT-bedrijven vooral kennis bij relaties inwinnen om problemen op te lossen.

Kortom, hoewel het voorbeeld van het Franse Sophia-Antipolis aangeeft dat lokale samenwerking in de ICT-sector voorkomt en sectorversterkend kan werken, lijken veel netwerken in de ICT-sector toch nationaal en internationaal georiënteerd.

2.5 Conceptueel model

Het conceptueel model in figuur 2.11 geeft schematisch weer hoe de begrippen en verschillende onderdelen zich in het onderzoek ongeveer tot elkaar verhouden.

Figuur 2.11 Conceptueel model



2.6 Hypothesen

Met behulp van de verworven theorie uit bovenstaande paragrafen en de hoofd- en deelvragen zijn onderstaande hypothesen opgesteld. Deze hypothesen dienen als begin- en richtpunt van het empirisch onderzoek.

I. ICT-bedrijven in Veenendaal hechten vooral veel waarde aan harde vestigingsfactoren.

Uit diverse onderzoeken is naar voren gekomen dat ICT-bedrijven vooral harde vestigingsfactoren als ligging, ICT-ondersteunende infrastructuur en bereikbaarheid belangrijk vinden. Hoewel deze bedrijven ook het belang van de aanwezigheid van hoogwaardig kwalitatief personeel onderkennen, baseren ze hun vestigingsplaats vaak nog niet op de zachte vestigingsfactoren die door hoog opgeleid personeel belangrijk worden gevonden. Daarnaast lijkt er nog weinig aandacht besteed te worden aan het regionale imago van zowel de sector als de leefomgeving. De verwachting is dat ICT-bedrijven in Veenendaal daarom vooral belang hechten aan de harde vestigingsfactoren.

II. Eenpersoonsbedrijven (ZZP'ers) in Veenendaal hebben voor veel vestigingsfactoren andere wensen en op een ander niveau netwerkcontacten dan grotere bedrijven.

Het overgrote deel van de ZZP'ers maakt voor hun bedrijfsactiviteiten en klanten voornamelijk gebruik van het lokale bestaande netwerk in de regio. De verwachting is daarom dat ZZP'ers meer verbonden zijn met een regio en daardoor het belang van zachte factoren zoals contacten met klanten, leveranciers en de kwaliteit van leven belangrijker vinden dan grotere bedrijven. ZZP'ers werken vaak vanuit huis, waardoor hoogwaardige huisvestigingsmogelijkheden een minder grote rol spelen, ze voornamelijk klanten bedienen in de regio (ligging en bereikbaarheid minder belangrijk) en ze mogelijk minder eisen zullen stellen aan de ICT-ondersteunende infrastructuur omdat ze over het algemeen minder capaciteit nodig hebben. Omdat ZZP'ers zich vaak op de regio richten, zullen ze vermoedelijk ook minder netwerkcontacten op nationaal en internationaal niveau hebben. Daarnaast is de verwachting dat de meeste ZZP'ers een beperktere kennisbasis hebben. Uit de literatuur bleek dat de interne kennisbasis belangrijk is voor het aantal regionale alsmede nationale en internationale contacten dat wordt aangehouden. ICT-bedrijven met een sterke kennisbasis zijn beter in staat externe kennis in te schatten en te verwerven. Omdat de kennisbasis van de meeste ZZP'ers beperkt is wordt het vermoedelijk lastiger om een netwerk op te bouwen.

III. ICT-bedrijven in Veenendaal hebben relatief weinig contacten met kennisinstellingen.

Er bevinden zich geen ICT gerelateerde kennisinstellingen in de gemeente Veenendaal. De verwachting is dat de ICT-sector in Veenendaal daarom maar in beperkte mate verbonden is met kennisinstellingen, door zowel de grote ruimtelijke, cognitieve, institutionele, sociale en de organisatorische afstand. Hoewel de ICT-sector voor de ontwikkeling van nieuwe producten (innovaties) minder afhankelijk is van kennisinstellingen dan de meeste andere sectoren, zijn ze wat betreft de instroom van nieuw personeel wel dergelijk afhankelijk van contacten met kennisinstellingen. Daarnaast kan de aanwezigheid van kennisinstellingen de kansen op cross-sectorale verbindingen vergroten, wat innovaties en ontwikkelingen buiten de sector zelf kan bevorderen. Mede omdat fundamenteel onderzoek van universiteiten soms van doorslaggevend

belang is om van toekomstige ontwikkelingen een succes te maken. Ook zijn kennisinstellingen vaak een grote bron van *start-ups*.

IV. ICT-bedrijven in Veenendaal hebben relatief weinig netwerkrelaties met andere ICT-bedrijven uit de gemeente Veenendaal.

Global pipelines en *local buzz* zijn vaak essentieel voor de kennisontwikkeling van sectoren (cluster). Een eerste globale verkenning lijkt erop te wijzen dat er geen actieve *local buzz* van ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal aanwezig is. De verwachting is daarom dat de netwerken van ICT-bedrijven in Veenendaal met andere ICT-bedrijven zeer beperkt zijn. Ondanks het beperkt aantal netwerkrelaties van ICT-bedrijven uit Veenendaal zouden ICT-bedrijven veel baat bij deze relaties kunnen hebben en zouden meer van deze netwerkinitiatieven de ontwikkeling en positie van Veenendaal als ICT-centrum bevorderen. ICT-bedrijven hebben daarom vermoedelijk veel behoefte aan meer (lokale) relaties met andere ICT-bedrijven.

V. De ICT-sector in Veenendaal heeft momenteel een zeer beperkte relatie met Food (Valley).

Uit onderzoek van DHV (2010, p. 11) blijkt dat de raakvlakken van het bedrijfsleven uit Veenendaal met de regio FoodValley erg zwak ontwikkeld zijn. In Veenendaal zijn slechts een beperkt aantal *food*-bedrijven gevestigd (ongeveer 30). Veel verbindingen tussen ICT-bedrijven en *food*-bedrijven uit Veenendaal zelf zijn daarom ook niet te verwachten. Ook is Veenendaal pas korte tijd onderdeel van de regio FoodValley, waardoor de bekendheid van de regio en met *food*-sector nog beperkt is. Uit de wetenschappelijke literatuur bleek tevens dat ICT-bedrijven voor hun klanten en relaties minder aan hun thuisregio zijn verbonden dan veel andere sectoren. ICT-bedrijven richten zich daarom vermoedelijk niet specifiek op de regio FoodValley.

VI. Veel ICT-bedrijven uit Veenendaal onderschrijven de kansen die de regio FoodValley kan bieden.

De FoodValley is een regio van wereldformaat op het gebied van voedingstechnologieën, *agribusiness*, biotechnologie en *nutrition*. Met name de Universiteit van Wageningen heeft op het gebied van *food* een zeer leidende en toonaangevende positie op zowel nationaal als internationaal niveau. De verwachting is dat ICT-bedrijven graag met deze leidende en toonaangevende positie worden geassocieerd. Daarnaast kunnen *cross-overs* van kennis en activiteiten de regio en daarmee ook de bedrijven versterken. Ondanks dat de regio FoodValley relatief nieuw is en daarmee nog niet bij iedereen bekend, is de verwachting dat ICT-bedrijven indien ze notie krijgen of hebben van de FoodValley graag willen inspelen op de kansen die de regio en *food*-sector bieden.

3. Methodologie

In de onderstaande paragrafen worden de methoden en technieken die voor het onderzoek zijn gebruikt kort beschreven. Achtereenvolgens wordt er ingegaan op het onderzoeksontwerp, de onderzoekspopulatie, de operationalisatie van de verschillende categorieën ICT-bedrijven, de gebruikte onderzoeksmethoden en het waarborgen van de validiteit en betrouwbaarheid.

3.1.1 Onderzoeksontwerp

Een boodschap is beter over te brengen en een doelstelling is makkelijker te verwezenlijken als er een sterke betrokkenheid van relevante actoren aanwezig is. Mensen waarderen het als er naar ze geluisterd wordt en er sprake is van interactie. Veenendaal als ICT-centrum vraagt de inbreng en hulp van alle betrokken actoren. Daarom is er voor de uitvoering van het onderzoek gekozen voor een projectvorm die deze eigenschappen bezit. *Crowdsourcing: “the new pool of cheap labor: everyday people using their spare cycles to create content, solve problems, even do corporate R&D”* (Howe, 2006). Daarbij is er gebruik gemaakt van zowel een kwantitatief als kwalitatief onderzoeksontwerp.

De nadruk lag op het verzamelen van kennis van bereidwillige experts, maar ook geïnteresseerde mensen met juist zeer beperkte kennis over aan het onderzoek gerelateerde onderwerpen. Vanwege het onderwerp ICT is er getracht extra internettoepassingen en sociale media in te zetten voor het onderzoek. Daarnaast is de uitvoering van *crowdsourcing* diep verweven met internettoepassingen.

3.1.2 Onderzoekspopulatie

Volgens cijfers van de gemeente Veenendaal (2011d) zijn er 284 ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal gevestigd, waarbij in totaal 2.207 personen werkzaam zijn. Dit aantal is gebaseerd op door de gemeente Veenendaal geselecteerde SBI-codes, in afstemming met de provincie Utrecht en Gelderland. De geselecteerde SBI-codes zijn opgenomen in Box 4. Met de SBI codes zijn gegevens opgevraagd bij de Kamer van Koophandel om de bestaande lijst bedrijven te controleren.

Box 4 Bedrijfssectoren (SBI) behorend tot de ICT-sector van FoodValley

- Vervaardiging van elektronische componenten
- Vervaardiging van computers en randapparatuur
- Vervaardiging van communicatieapparatuur
- Vervaardiging van consumentenelektronica
- Vervaardiging van meet-, regel-, navigatie- en controleapp.
- Vervaardiging van informatiedragers
- Groothandel in computers, randapparatuur en software
- Groothandel in elektronische en telecommunicatieapparatuur
- Winkels in computers, randapparatuur en software
- Winkels in telecommunicatieapparatuur
- Uitgeverijen van computerspellen
- Draadgebonden telecommunicatie
- Draadloze telecommunicatie
- Overige telecommunicatie
- Ontwikkelen, produceren en uitgeven van software
- Advisering op het gebied van informatietechnologie
- Beheer van computerfaciliteiten
- Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatie
- Gegevensverwerking, webhosting en aanverwante activiteiten
- Webportals
- Verhuur en lease van computers en kantoorapparatuur
- Reparatie van computers en randapparatuur
- Reparatie van communicatieapparatuur

Bron: Gemeente Veenendaal, 2011b

Het overgrote deel van deze bedrijven is opgenomen in de enquête. Enkele bedrijven zijn later uit de onderzoekspopulatie verwijderd omdat ze gestopt, failliet of verhuisd zijn. Daarnaast zijn er ook ICT-bedrijven toegevoegd die tijdens het onderzoek als ICT-bedrijf naar voren kwamen maar niet in één van de geselecteerde SBI categorieën waren ingedeeld. Met behulp van internet is er in een korte scan onderzocht of de bedrijven vindbaar waren indien de adresgegevens van de bedrijven niet te vinden waren op internet of er gegronde redenen waren om aan te nemen dat er geen economische activiteiten werden ondernomen, zijn deze bedrijven niet meegenomen in de onderzoekspopulatie. Tenslotte zijn enkele winkels buiten de enquête gehouden omdat deze onderdeel uitmaken van een groot retailnetwerk, dat slechts een lokale vestiging in Veenendaal heeft. De redenering achter deze keuze is dat dit onderzoek alleen vestigingen wil benaderen die een zekere mate van invloed hebben op de strategische keuzes en motieven van een bedrijf. De kans bestaat tevens dat er enkele bedrijven ontbreken, omdat deze in SBI-categorieën zijn vermeld die niet aansluiten bij hun bedrijfsactiviteiten. Er is echter een dermate groot aandeel van de ICT-bedrijven bekend dat dit de betrouwbaarheid niet schaadt. Met het afwegen van bovenstaande constatering wordt de theoretische populatie geschat op ongeveer 250 ICT-bedrijven.

Uit de gegevens van de Gemeente Veenendaal (2011b) over de ICT-sector in Veenendaal vallen vijf bedrijfssectoren (SBI) op wat betreft aantallen ICT-bedrijven in deze SBI-categorieën:

- I. Ontwikkelingen, produceren en uitgeven van software (ongeveer 120 bedrijven in Veenendaal);
- II. Advisering op het gebied van informatie technologie (ongeveer 50 bedrijven in Veenendaal);
- III. Groothandel in computers, randapparatuur en software (ongeveer 30 bedrijven in Veenendaal);
- IV. Groothandel in elektronische en telecommunicatieapparatuur (ongeveer 20 bedrijven in Veenendaal);
- V. Overige dienstverlenende activiteiten op het gebied van info (ongeveer 20 bedrijven in Veenendaal).

3.1.3 Operationalisatie

Omdat één van de deelvragen betrekking heeft op de invloed van de bedrijfsgrootte zijn de bedrijven ingedeeld in vier categorieën namelijk:

- I. Eenpersoonsbedrijf (ZZP) 1 werknemer (geschatte populatie in Veenendaal 130-180).
- II. Bedrijf met 2 tot er met 8 werknemers (geschatte populatie in Veenendaal 50-80).
- III. Bedrijf met 9 tot er met 25 werknemers (geschatte populatie in Veenendaal 20-30).
- IV. Bedrijf met meer dan 25 werknemers (geschatte populatie in Veenendaal 15-25).

*Geschatte populaties zijn gebaseerd op gegevens van de Gemeente Veenendaal (2011d) en het handelsregister van de Kamer van Koophandel (2011).

De categorieën vertonen relatief grote verschillen in aantallen werknemers. Hiervoor is gekozen opmat de verwachting is dat kleinere bedrijven, een lagere respons hebben, minder belang hechten aan de profilering van Veenendaal ICT-centrum en minder in kunnen brengen wat betreft initiatieven. Categorie één is een eenpersoonsbedrijf omdat de verwachting is dat ZZP'ers anders aankijken tegen bepaalde onderwerpen dan grotere bedrijven. Omdat het aantal respondenten per categorie beperkt is moet voorzichtig worden omgegaan met de uitkomsten. Categorie vier lijkt een

relatief lage ondergrens te hebben, hiervoor is gekozen omdat het aantal grote bedrijven in de ICT-sector in Veenendaal beperkt is. Daarnaast is de verwachting dat veel wensen bij bedrijven groter dan 25 werknemers overeenkomen en de bereidheid om de enquête in te vullen bij grotere bedrijven tot een hogere respons zal leiden.

3.2.1 Kwantitatieve onderzoeksmethode

Voor het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek is gebruik gemaakt van een enquête. Om antwoord te kunnen geven op de verschillende onderzoeksvragen is de vragenlijst (Bijlage 3) opgedeeld in vijf onderdelen namelijk:

Onderdeel 1: Algemene informatie bedrijf en vestigingsgedrag (vraag 1 tot er met 6);

Onderdeel 2: Beschrijving ICT-sector in Veenendaal (vraag 7 en 8);

Onderdeel 3: Belang en kwaliteit (waardering) vestigingsfactoren ICT-sector in Veenendaal (vraag 9 tot er met 11);

Onderdeel 4: Netwerken, samenwerking en personeel (vraag 10 tot er met 14 en vraag 16 tot er met 18);

Onderdeel 5: Initiatieven (vraag 15 en vraag 18 tot er met 21).

Extra aandacht gaat in dit hoofdstuk uit naar onderdeel drie. Het onderscheid tussen belang en kwaliteit (waardering) bleek al in de enquête bij enkele respondenten voor verwarring te zorgen. Uit ervaring is gebleken dat ook lezers van de resultaten het onderscheid tussen het belang en de kwaliteit vaak met elkaar verwarren of het niet begrijpen. Daarom wordt hier uitgebreid stil gestaan bij de definities van deze twee begrippen:

Belang = het belang dat ICT-bedrijven in Veenendaal hechten aan de aanwezigheid van een specifieke vestigingsfactor voor hun bedrijf/ sector in het algemeen (bijvoorbeeld, bereikbaarheid is erg belangrijk voor ICT-bedrijven).

Kwaliteit (waardering) = de waardering van de vestigingsfactor in Veenendaal (bijvoorbeeld, hoge waardering omdat de ligging in Veenendaal goed is).

Alvorens de enquête toe te sturen is van te voren naar alle ICT-bedrijven een aankondiging verstuurd (Bijlage 3). Daarnaast is er een persbericht over het *Crowdsourcing* project uitgegeven, hetgeen in de regionale krant en een zakelijk regionaal magazine is geplaatst (Bijlage 4).

Er zijn in totaal 310 enquêtes schriftelijk verstuurd aan de ICT-bedrijven. Ook zijn er ongeveer 100 enquêtes digitaal verstuurd. Omdat enkele bedrijven ondanks de controle van de adresgegevens niet economisch actief zullen zijn en/of niet relevant voor het onderzoek wordt er een factor van 0,8 toegepast om de respons te meten. De factor van 0,8 is een eigen inschatting. Er wordt een factor van 0,8 op de 310 verstuurdde enquêtes toegepast, waardoor er wordt uitgegaan van 248 potentiële respondenten.

Er zijn in totaal 45 enquêtes teruggestuurd, dit betekent een responspercentage van achttien procent, uitgaande van 248 respondenten. Ongeveer de helft van de respondenten stuurde de enquête pas op na een telefonische of schriftelijke herinnering. Van de schriftelijke enquêtes zijn er acht retour afzender ontvangen. De respondenten zijn gelijkmatig over de vier groepen verdeeld. De 45 bedrijven die de enquête hebben ingevuld vertegenwoordigen in totaal 1.084 arbeidsplaatsen hetgeen ongeveer 50 procent van het totaal aantal banen in de gemeente Veenendaal bedraagt (totaal aantal banen is 2.207 volgens gegevens van gemeente Veenendaal 2011d). Hoewel de respons dus gemiddeld is, vertegenwoordigen de resultaten wel een groot gedeelte van de totale

werkgelegenheid. Doordat het aantal kleine bedrijven in de resultaten beperkt is kan hierdoor wel een onderzoeksbias ontstaan. Het blijft zoals eerder genoemd lastig vast te stellen hoeveel van de ZZP'ers economisch (fulltime) actief zijn, waardoor het belang van ZZP'ers voor de ICT-sector in Veenendaal moeilijk in te schatten is.

De respons had hoger kunnen uitvallen, maar heeft enkele belemmeringen gekend waaronder:

- Vanuit de gemeente Veenendaal en de provincie Utrecht zijn de afgelopen maanden al meerdere enquêtes naar bedrijven in Veenendaal verstuurd, waardoor de bereidheid tot invullen waarschijnlijk in negatieve zin beïnvloed is;
- Er is minstens één enquête per post teruggestuurd die niet is aangekomen;
- Er is minstens één enquête digitaal teruggestuurd die niet is aangekomen. Enkele respondenten hadden enige moeite met het versturen van de digitale enquête, waaronder met name gebruikers van Apple hard- en software, mogelijk is dit een barrière voor meer bedrijven geweest;
- Een groot aantal van de ICT-bedrijven in Veenendaal is ZZP'er, de respons van deze groep is relatief laag gebleven. Dit zou kunnen worden veroorzaakt doordat de meerwaarde van een profilering van Veenendaal als ICT-centrum door een groot gedeelte van deze ZZP'ers niet erkend wordt (onder andere omdat het imago van de regio voor personeel niet relevant is) en omdat ZZP'ers in tegenstelling tot veel grotere bedrijven niemand in dienst hebben die zich specifiek met de communicatie bezighoudt (tijdgebrek);
- De enquête was relatief lang, waardoor ondernemers mogelijk niet de tijd namen om de enquête in te vullen. Het inkorten van enkele vragen was mogelijk geweest, maar dit was de diepgang van het onderzoek niet ten goede gekomen.

Daarnaast is er sprake van een mogelijke onderzoeksbias in de resultaten. Gemiddeld geven bedrijven in de categorie met 9-25 werknemers lagere cijfers voor onderdeel drie dan de andere categorieën. Dit lijkt echter enigszins beïnvloed door enkele zeer negatieve respondenten. Bij de analyse is getracht hier rekening mee te houden.

Tenslotte lijken bedrijven het verschil tussen het belang en de kwaliteit (waardering) van de vestigingsfactor niet altijd te hebben gemaakt. Waardoor de scores van het belang en de kwaliteit (waardering) van sommige vestigingsfactoren dicht bij elkaar liggen. Hierdoor kan met name de waardering over sommige factoren in Veenendaal mogelijk vertekend zijn.

3.2.2 Kwalitatieve onderzoeksmethode

Naast het kwantitatieve gedeelte van het onderzoek is er ook gebruik gemaakt van kwalitatief onderzoek. Het kwalitatieve onderzoek heeft in het eerste stadium bijgedragen aan het opstellen van de enquête en in het tweede stadium aan het onderbouwen en uitdiepen van de enquêteresultaten. Alle kwalitatieve onderzoekstechnieken zijn uitgevoerd onder de noemer van *crowdsourcing*. Hieronder vallen onder andere: (telefonische) interviews met (ICT) ondernemers, twee workshops tijdens het Ondernemend Veenendaal Festival, het ICT-diner tijdens het Ondernemend Veenendaal Festival, gesprekken over het ICT-netwerk, het ICT-debat, reacties op persberichten, schriftelijk en telefonisch contact met betrokkenen en reacties op LinkedIn/Twitter op vragen en discussies.

Ondernemend Veenendaal Festival en ICT-diner's

Het Ondernemend Veenendaal Festival is een evenement dat op 25 mei 2011 voor het eerst is georganiseerd door Promotie Veenendaal, de Gemeente Veenendaal en de Bedrijvenkring Veenendaal voor alle (*business to business*) bedrijven in de gemeente Veenendaal. De eerste opzet van het festival kwam voort uit de wens van dit onderzoek om direct met ondernemers te kunnen communiceren over de eerste resultaten. Het evenement had als doelstelling om de verbindingen (netwerken) tussen bedrijven te vergroten en sloot daarmee uitstekend aan op dit onderzoek. Tijdens twee workshops en het ICT-diner is met name informatie ingewonnen op het vlak van netwerken, initiatieven (ICT-campus) en de kansen en mogelijkheden van FoodValley. Op 3 oktober 2011 heeft het tweede ICT-diner plaatsgevonden waarbij verder werd ingegaan op de kansen en mogelijkheden van FoodValley en glasvezel.

Interviews en gesprekken

Er zijn in totaal zes interviews afgenomen onder twee ICT-ondernemers, een assistent professor ICT, een vastgoedontwikkelaar/beheerder, een ondernemer die zich bezig houdt met netwerken/verbindingen en tenslotte een specialist op het gebied van *food*- en bedrijfsstrategie.

De vragenlijsten voor de interviews zijn bij elk interview aangepast aan de achtergrond, functie en het bedrijf of organisatie waar de persoon werkzaam is. Een gedeelte van de interviews is opgenomen met een geluidsrecorder, bij een ander gedeelte waaronder de twee telefonische zijn aantekeningen gemaakt. De interviews zijn niet volledig uitgewerkt omdat de interviews ter ondersteuning en ter verdieping van het onderzoek dienen.

Naast de interviews zijn er diverse gesprekken gevoerd (met ICT-ondernemers) tijdens afspraken van de stichting Promotie Veenendaal, ICT Valley en de kerngroep ICT van de gemeente Veenendaal. Ook zijn er nog diverse verkennende gesprekken gevoerd die richting aan het onderzoek hebben gegeven, maar vaak niet tot directe inbreng hebben geleid.

3.3 Betrouwbaarheid en validiteit

Om een zo hoog mogelijke betrouwbaarheid te behalen is er getracht om van alle categorieën ICT-bedrijven (zie paragraaf 3.1.3) minimaal tien enquêtes terug te krijgen. Daarnaast zijn er verscheidene interviews, gesprekken en discussies gevoerd om de resultaten uit de enquête te kunnen verklaren, onderbouwen en uit te diepen. Bij verschillende vragen uit de enquête is er rekening gehouden met de mogelijke subjectiviteit van respondenten. Met name het rapportcijfer voor het vestigingsklimaat kan door zijn brede definiëring tot subjectieve uitkomsten leiden. Deze uitkomsten zijn daarom vergeleken met reeds bestaande onderzoeken en ondersteund met gesprekken en interviews. Het aantal respondenten is echter te laag geweest om significante verbanden waar te nemen.

De validiteit van een onderzoek heeft betrekking op de vraag of de juiste informatie is verkregen om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden. Een combinatie van enquêtes en interviews/gesprekken zorgt ervoor dat de validiteit gewaarborgd is. De interviews/gesprekken kunnen namelijk ook als controle voor de enquête functioneren. Daarnaast is er in het onderzoek aangegeven wanneer er een mogelijke onderzoeksbias kan bestaan, waardoor de uitkomsten voorzichtiger worden geïnterpreteerd.

4. Resultaten wensen en behoeften ICT-sector in Veenendaal

In dit hoofdstuk worden de resultaten van de enquête geanalyseerd en getoetst aan de hypothesen. Dit wordt ondersteund en uitgediept met de inbreng uit het Ondernemend Veenendaal Festival, ICT-diners, interviews en overige informatie. Daarnaast zullen de uitkomsten worden uitgewerkt en ondersteund met de bestaande wetenschappelijke theorie.

4.1.1 De ICT-sector in Veenendaal is los zand

ICT-bedrijven uit de gemeente Veenendaal zijn via de enquête, gesprekken en interviews gevraagd de ICT-sector in Veenendaal te beschrijven. Hieruit komt duidelijk naar voren dat veel ondernemers kennis hebben over de omvang en diversiteit van de sector. Standaard ICT-diensten (opleidingen) en softwareontwikkeling zijn volgens de meeste ICT-bedrijven relatief sterk vertegenwoordigd (Enquête, 2011). Dit bevestigt de gegevens uit paragraaf 3.1.2 dat de ICT-sector in Veenendaal vooral bestaat uit bedrijven die zich bevinden in de IT-service en software subsector. Deze subsector vertoont al lange tijd de sterkste werkgelegenheids- en omzetgroei (paragraaf 2.2.2) en lijkt daarom een goede uitgangspositie te bieden voor de verdere groei van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal.

Daarnaast richten de ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal zich voornamelijk op het MKB en opereren de meeste bedrijven op regionaal en nationaal niveau. Een groot deel van de bedrijven richt zich ook op een nichemarkt (Enquête, 2011). Dat is volgens Schellekens (Gesprek, 2011) een goede basis voor de samenwerking en kennisdeling in Veenendaal. *“Diversiteit van ICT-bedrijven die gespecialiseerd zijn in aparte sectoren is goed, met name in steden als Veenendaal, dan ben je namelijk geen concurrenten van elkaar”*. Daarnaast kwam uit paragraaf 2.1.2 naar voren dat lokale & regionale specialisten vaak stabielere marges (minder conjunctuurgevoelig) hebben doordat ze zich kunnen onderscheiden.

Hoewel de uitgangspositie van de gemeente Veenendaal relatief goed lijkt te zijn, komt uit de enquête ook naar voren dat de sector in Veenendaal zeer *“gefragmenteerd”* is, er een *“individualistische sfeer”* heerst en er tevens *“weinig lokale verbondenheid”* en *“beperkte samenwerking”* is (Enquête, 2011). Opvallend is dat enkele ICT-bedrijven in de enquête aangeven de ICT-sector niet goed genoeg te kennen om deze te kunnen beschrijven. Dit ondersteunt de andere resultaten uit de enquête, dat bedrijven zich weinig lokaal verbonden voelen en daardoor ook weinig kennis over de sector hebben. Daarnaast komt naar voren dat er enkele aansprekende bedrijven in de gemeente Veenendaal zijn gevestigd. Opvallend is dat dit door slechts een beperkte groep respondenten wordt aangegeven. Tijdens de workshops van Ondernemend Veenendaal gaven ook maar weinig deelnemers aan (waaronder veel (kleinere) ICT-ondernemers) weet te hebben van het bestaan van grote en aansprekende ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011). Het gebrek aan kennis over gerenommeerde bedrijven, de zogenoemde *fashion leaders* uit paragraaf 2.3.4 zorgt zowel binnen als buiten Veenendaal voor een mogelijke onderbenutting van het imago van de gemeente. *“De ICT-sector in Veenendaal heeft een paar heel inspirerende mensen en bedrijven, die kunnen je stad helpen”* (Gesprek Schellekens, 2011). Als bedrijven zich meer verbonden voelen met Veenendaal en zich ook zo profileren, op bijvoorbeeld beurzen en congressen zal dit het imago van Veenendaal als ICT-stad ten goede komen.

ICT-bedrijven zijn redelijk tevreden over Veenendaal als vestigingsplaats

Aan ICT-bedrijven in Veenendaal is gevraagd om een rapportcijfer (tussen 1 en 10) voor de gemeente Veenendaal als vestigingsplaats te geven. ICT-bedrijven gaven Veenendaal een gemiddeld rapportcijfer van een 7,6. Zoals reeds is vermeld in paragraaf 3.1.3 moeten rapportcijfers voorzichtig worden geïnterpreteerd, omdat ze vaak subjectief zijn en er bijvoorbeeld sprake kan zijn van een dempende of juist uitschieterende werking door enkele respondenten. Zoals af te lezen is uit tabel 4.1 lijkt het aantal werknemers van een bedrijf niet van invloed te zijn op het gemiddeld rapportcijfer voor Veenendaal als vestigingsplaats.

Tabel 4.1 Rapportcijfer voor Veenendaal als vestigingsplaats afgezet tegen het aantal werknemers

Aantal werknemers	Gemiddeld cijfer
1 werknemer(ZZP)	7,6
2-8 werknemers	7,5
9-25 werknemers	7,7
26 en meer werknemers	7,4

Bron: Enquête, 2011

N=44

Het gemiddelde cijfer lijkt relatief hoog, aangezien in de Spiltersessie Economie (zie Bijlage 1 voor uitleg) van de gemeente Veenendaal in 2010, het gemiddelde cijfer voor het ondernemersklimaat 6,7 bedroeg. Bij een vergelijking met het cijfer uit de Spiltersessie moet echter de kanttekening worden gemaakt dat dit onderzoek onder een selectie van ondernemers en andere belanghebbende uit alle soorten sectoren in Veenendaal heeft plaatsgevonden (niet alleen ICT-bedrijven) en dat er onder ondernemersklimaat mogelijk iets anders wordt verstaan door bedrijven dan vestigingsklimaat (Gemeente Veenendaal, 2010, p. 24). Veenendaal neemt in recent onderzoek van Boer & Brummer (2011, p. 9) naar MKB-vriendelijkheid de derde plaats op de totale ranglijst van de provincie Utrecht in en is daarmee één van de MKB-vriendelijkste gemeenten van de provincie. De tevredenheid over het ondernemersklimaat werd in hetzelfde onderzoek gemiddeld met een zeven gewaardeerd, waarmee Veenendaal een zesde plek in de provincie inneemt. In het onderzoek van Boer & Brummer (2011) is echter alleen gevraagd naar factoren die door de gemeente beïnvloedbaar zijn, terwijl in dit onderzoek naar de wensen en behoeften van de ICT-sector in de gemeente Veenendaal ook veel factoren zijn meegenomen die niet of maar in beperkte mate beïnvloedbaar zijn door de gemeente. Toch kan door de vergelijking met de andere onderzoeken en gesprekken tijdens het Ondernemend Veenendaal Festival (2011), met enige voorzichtigheid, worden geconcludeerd dat het vestigingsklimaat voor de ICT-sector in Veenendaal relatief goed is.

Een groot gedeelte van de respondenten (73,3 procent) is altijd in de gemeente Veenendaal gevestigd. Uit tabel 4.2 is af te lezen dat het altijd gevestigd zijn in Veenendaal geen invloed lijkt te hebben op het gemiddelde rapportcijfer. Van de respondenten geeft 8,9 procent (N=4) aan te overwegen om het komend jaar te verhuizen, 75 procent (N=3) daarvan wil binnen de gemeente Veenendaal zelf verhuizen. Van de bedrijven die altijd in Veenendaal gevestigd zijn geweest overweegt slechts 3,2 procent (N=1) het komend jaar te verhuizen en van bedrijven die niet altijd in Veenendaal gevestigd zijn, overweegt 27,3 procent het komende jaar te verhuizen (N=3). Het aantal cases is echter te klein om over bovenstaande uitkomsten betrouwbare uitspraken te doen.

Tabel 4.2 Altijd gevestigd in Veenendaal afgezet tegen het gemiddelde cijfer

Altijd in Veenendaal gevestigd	Gemiddeld cijfer
Ja	7,6
Nee	7,5

Bron: Enquête, 2011

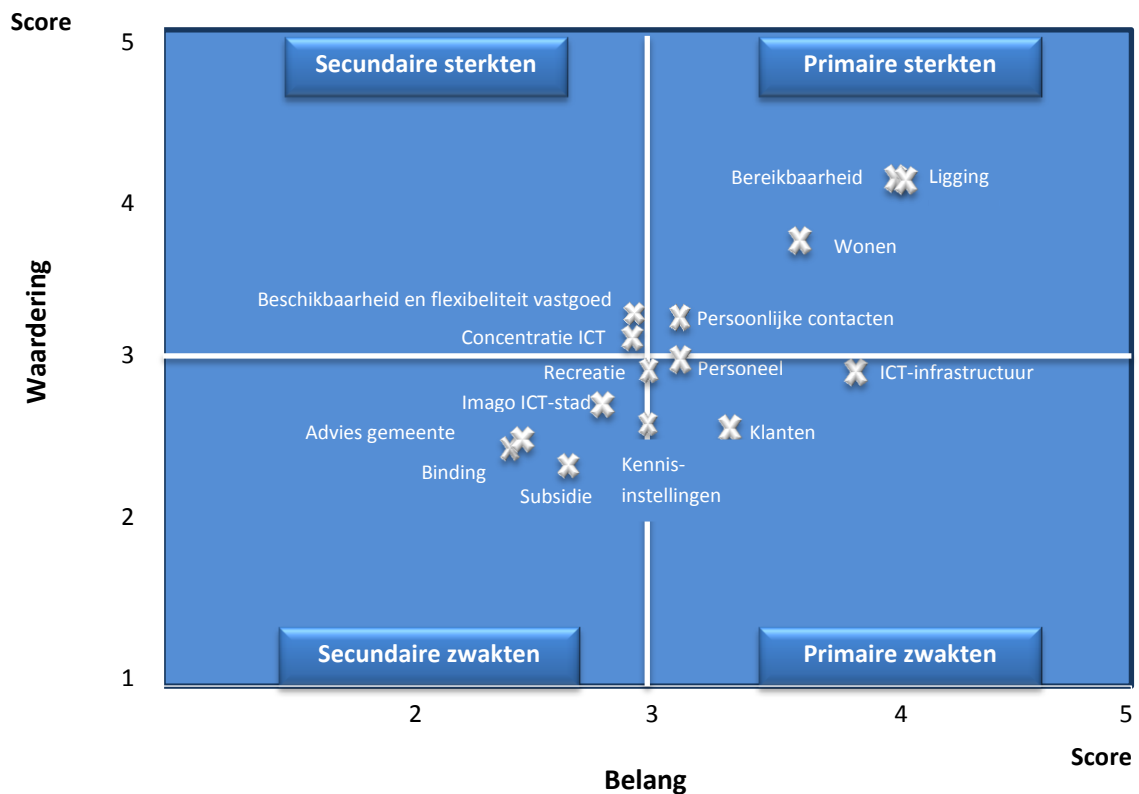
N=43

De sterken en zwakten van Veenendaal

Voor de komende paragrafen is het raadzaam om paragraaf 3.2.1 betreffende de definities van “belang” en “kwaliteit” (waardering) goed doorgelezen te hebben.

Uit figuur 4.1 blijkt dat de ligging, bereikbaarheid, hoogwaardig wonen en persoonlijke contacten de primaire sterkten van Veenendaal zijn (zie ook Bijlage 2 tabellen 8.1 en 8.2). Figuur 4.1 lijkt de literatuur uit paragraaf 2.3 en de opgestelde hypothese in paragraaf 2.5 te onderschrijven, dat harde vestingsfactoren het belangrijkste worden gevonden door (grote) ICT-bedrijven. Primaire zwakten van Veenendaal zijn de ICT-ondersteunende infrastructuur, lokale afzetmarkt, de aanwezigheid van kennisinstellingen en in mindere mate de beschikbaarheid van personeel. Wat een probleem voor de sector in heel Nederland is.

Figuur 4.1 Sterkten en zwakten van de gemeente Veenendaal voor ICT-bedrijven



Bron: Enquete, 2011

De resultaten impliceren dat bij enkele vestigingsfactoren tevens relaties bestaan tussen de bedrijfsgrootte van ICT-bedrijven en het belang en de waardering voor bepaalde vestigingsfactoren. Deze zullen in de komende paragrafen worden toegelicht. De uitkomsten in deze paragrafen geven

geen statistische verbanden weer maar dienen slechts ter indicatie. De laagste gewaardeerde factoren in Veenendaal zijn mogelijk minder laag dan wordt aangegeven. De mogelijkheid bestaat namelijk dat bedrijven die weinig belang aan een factor hechten, er weinig gebruik van maken en de factor daarom automatisch lager waarderen. Dit kan een onderzoeksbias tot gevolg hebben. Door zowel primaire als secundaire sterkten en zwakten te onderscheiden is getracht dit te ondervangen.

4.1.2 Bereikbaarheid en ligging zijn essentieel voor ICT-bedrijven

Bereikbaarheid en de ligging zijn de primaire sterkten van Veenendaal. De huidige positie van Veenendaal is op dit vlak erg goed met een gemiddelde waarderingsscore van 4,1 voor ligging en een gemiddeld cijfer van 4,0 voor bereikbaarheid. *“Bereikbaarheid is een pre, die van Veenendaal is goed, vooral omdat het bijna filevrij is”* (Gesprek Zeller, 2011). ICT-bedrijven hechten veel waarde aan uitstraling (zichtlocaties) en bereikbaarheid. Ruimte langs snelwegen en de nabijheid van een station zijn daarbij essentieel (Interview Heuvelman, 2011). De ligging langs de belangrijke transportas A12, drie treinstations en de nabijheid van de Veluwe en de Heuvelrug zorgen voor deze zeer aantrekkelijke ligging. Bereikbaarheid voor zowel bedrijven als inwoners is daarmee een sterk punt van Veenendaal (DHV, 2010, p. 10). De toekomstige verbreding van de A12 zorgt ervoor dat de bereikbaarheid, ook in de toekomst gewaarborgd blijft. De bereikbaarheid binnen Veenendaal zelf (oostelijke rondweg) staat wel onder druk, mede door de groei van het aantal inwoners (DHV, 2010; ICT-diner 2, 2011). Het openbaar vervoer zorgt met onder andere drie treinstations voor goede verbindingen. Al zijn de OV-verbindingen minder frequent en snel naar enkele FoodValley gemeenten zoals Ede, Wageningen en Barneveld dan naar Utrecht (DHV, 2010, p. 29; Interview Lesmeister, 2011). Voor de vestigingsfactoren ‘Bereikbaarheid Veenendaal’ en ‘Ligging Veenendaal’ lijkt de bedrijfsgrootte geen invloed te hebben op de positie in figuur 4.1 (Bijlage 2 tabellen 8.3 & 8.4).

4.1.3 Gebrek aan hoog gekwalificeerd personeel neemt in de toekomst toe

Zoals reeds bleek uit de literatuur in paragraaf 2.3.1 is gekwalificeerd personeel een belangrijke vestigingsfactor voor ICT-bedrijven. De beschikbaarheid van personeel is een neutrale vestigingsfactor in Veenendaal. In tegenstelling tot bedrijven met meer dan twee werknemers lijken ZZP'ers in Veenendaal weinig belang te hechten aan de beschikbaarheid van gekwalificeerd personeel. Dit is verklaarbaar door het feit dat ZZP'ers geen personeel hebben en alleen bij een grote groei mogelijk overwegen om personeel aan te nemen (tabel 4.3).

Tabel 4.3 Belang en kwaliteit beschikbaarheid van gekwalificeerd personeel

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,3	2,9
2-8 werknemers	3,5	3,2
9-25 werknemers	3,6	2,9
26 en meer werknemers	3,9	3,0

Bron: Enquête, 2011

N=43

Aangezien de krapte op de arbeidsmarkt een zwakte van gehele sector in Nederland is, vormt dit wel een bedreiging voor de ontwikkeling van de ICT-sector in Veenendaal. Hans Bos (National Technology Officer Microsoft Nederland) en John Post (Chief Technology Officer IBM Benelux) geven op het ICT-

debat (2011) aan dat bedrijven als Microsoft en IBM nog voldoende aanbod van arbeidskrachten hebben. Het imago van deze bedrijven is echter zeer goed, waardoor het aanbod van arbeidskrachten voor minder bekende bedrijven mogelijk minder goed is. De aansluiting van het onderwijs met het bedrijfsleven is daarnaast erg slecht (Gesprek Schellekens, 2011). Dit wordt volgens De Ruiter (directeur Academie voor ICT & Media van de Haagse Hogeschool) onder andere veroorzaakt door het feit dat de hoge doorstromingsnelheid van kennis in de ICT-sector het lastiger maakt om het onderwijs goed te laten aansluiten op de huidige wensen van bedrijven. Ook is het volgens De Ruiter vaak lastig is om goede docenten te vinden (ICT-debat, 2011).

Uit diverse gesprekken (Interview Lesmeister, 2011; Gesprek Gerdsen, 2011; Interview De Paauw, 2011; Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a) met ICT-ondernemers in de regio Veenendaal blijkt dat de krapte in de regio nog geen grote vormen heeft aangenomen. Tijdens de kredietcrisis zijn er relatief veel ICT'ers ontslagen, waardoor de krapte op de arbeidsmarkt tijdelijk is afgenomen. De verwachting is echter dat dit in de toekomst gaat veranderen. Een groot voordeel van Veenendaal is dat, Veenendaal in tegenstelling tot de regionale situatie een groeiende beroepsbevolking kent. *“In de Randstad zijn meer werkende ICT'ers maar in de buurt van de gemeente Veenendaal ligt het aantal werkzoekende hoger dan in de Randstad”* (Interview Lesmeister, 2011). Hoewel de beroepsbevolking groeit, is deze in Veenendaal wel minder hoog opgeleid, dan het landelijk gemiddelde. Dit kan op termijn tegen Veenendaal gaan werken (DHV, 2010, p. 12). Dit hoeft echter niet per se tot grote problemen te leiden. *“De afstand tussen de woonplaats van werknemers en de plaats waar het bedrijf is gevestigd is niet doorslaggevend, wel hoe leuk het bedrijf is dat ze wil aantrekken”* (Gesprek Schellekens, 2011). Om goede ICT'ers aan te trekken is het imago van een bedrijf daarom belangrijk. Flexibiliteit ten opzichte van de werknemers is daarbij een doorslaggevende factor.

Toch haalt een groot deel van de ICT-bedrijven uit Veenendaal haar personeel voor een belangrijk deel uit de regio. Mede omdat bij sommige bedrijven de ondernemersgeest en achtergrond van mensen (christelijk) uit Veenendaal goed binnen de bedrijfscultuur van deze bedrijven passen. Daarnaast zijn *“lokale mensen vaak hele goede werknemers, omdat ze een binding met het bedrijf hebben die veel verder gaat dan dat ze er alleen werken”* (Interview Lesmeister, 2011). Ze werken vaak langer bij een bedrijf, wat voor lagere kosten zorgt, zijn minder afstandelijk en trots op het bedrijf (Interview De Paauw, 2011; Gesprek Gerdsen, 2011, Interview Lesmeister, 2011). Uit paragraaf 2.3.1 bleek al dat de regionale werkgelegenheidsvariaties in de ICT-sector voor een groot deel door regionale factoren worden bepaald. De aanwezigheid van voldoende *human capital* in Veenendaal zelf is daarom een belangrijke voorwaarde voor groei van (de werkgelegenheid in) de ICT-sector in Veenendaal.

4.1.4 Behoeftte aan flexibele huisvesting

De beschikbaarheid en flexibiliteit van huisvesting zijn secundaire sterkten van Veenendaal. Uit de factsheets kantoren- en bedrijfsruimtemarkt januari 2011 van DTZ blijkt dat het aandeel van ICT-bedrijven gevestigd in kantoren in Ede en Veenendaal samen elf procent bedraagt (DTZ, 2011). De inschatting is echter dat door het hoge aandeel van ICT-bedrijven in de werkgelegenheid in Veenendaal (7,6%) en het veel lagere aandeel in Ede (3,4%), dit lage aandeel voor de gemeente Veenendaal alleen niet opgaat (Gemeente Veenendaal, 2011a, p. 1).

Er zijn relatief veel kantoorlocaties in de gemeente Veenendaal beschikbaar. In 2011 bedroeg de leegstand in de gemeente Veenendaal ongeveer 21,3 procent en stond daarmee in de top van gemeenten met de meeste leegstand. Het landelijke gemiddelde bedroeg in 2010 13,9 procent (DTZ, 2010, p. 6; Stichting Vastgoedmonitor Food Valley regio, 2011). Het grootste probleem van de leegstand in de gemeente Veenendaal is dat veel panden ouder dan vijftien jaar zijn. Deze panden voldoen niet aan de huidige energie-eisen, hebben vaak een slechte ventilatie en zijn niet geschikt voor moderne bedrijven. Het verbouwen van deze panden is naar huidige maatstaven vaak niet rendabel en herontwikkeling is een kostbaar en langdurig traject. De leegstand in de gemeente Veenendaal is enigszins vertekend, doordat voor een gedeelte van de leegstaande panden al wel een herbestemming is gevonden of vermoedelijk op korte termijn wordt gevonden (Interview Heuvelman, 2011; Mantel, 2011). In de gemeente Veenendaal bedroeg de structurele leegstand in januari 2010 tussen de tien en twintig procent van het aanbod. Dit is afgezet tegen het hoge aandeel leegstand van de totale kantorenvorraad relatief laag (DTZ, 2010).

ICT-bedrijven kennen vaak een snel veranderende bedrijfsgrootte. Met name voor jonge bedrijven met een beperkt aantal werknemers kunnen de kosten voor vastgoed aanzienlijk oplopen als het aantal werknemers (tijdelijk) afneemt. Aangezien veel hoogwaardige kantoorlocaties echter minder flexibel zijn (vaak minimaal driejarige contracten) kan dit de groei van bedrijven remmen. Al staan er relatief veel kantoorpanden in de gemeente Veenendaal leeg, hoeft dat niet per se te leiden tot een grote beschikbaarheid van kwalitatief hoogwaardig vastgoed voor elk bedrijf. Daarnaast kunnen huurcontracten ook bij grote leegstand niet flexibel zijn. *“ICT-bedrijven hebben vooral behoefte aan flexibiliteit met ruimte en flexibiliteit met huurcontracten”* (Interview De Paauw, 2011).

Uit Box 5 blijkt dat er voor met name kleinere bedrijven in de gemeente Veenendaal reeds een concept van flexibele huisvestingen bestaat. Toch geven de gemiddelde scores uit de tabellen 8.5 en 8.6 in Bijlage 2 de indicatie dat ZZP'ers weinig waarde hechten aan de beschikbaarheid van hoogwaardig vastgoed en flexibiliteit van vastgoed. Een mogelijke verklaring voor deze lage score is dat veel ZZP'ers vanuit huis werken. Met name bedrijven met twee tot er met acht werknemers lijken juist veel belang te hechten aan zowel de beschikbaarheid alsmede de flexibiliteit van vastgoed. Een mogelijke verklaring voor deze uitkomst is dat bedrijven in deze bedrijfsgrootte relatief gezien vaak snellere groei- en krimpfasen doormaken dan grotere bedrijven. *“Flexibele huisvesting is voor ons bedrijf erg belangrijk, momenteel hebben we acht medewerkers, maar we gaan weer terug naar zes en hebben volgend jaar misschien weer vijftien medewerkers”* (Gesprek Schellekens, 2011). Daarnaast hebben deze bedrijven minder financiële draagkracht om krimp op te kunnen vangen en hebben de huisvestingskosten naar verhouding een groot aandeel in de totale kosten van het bedrijf.

Box 5 Flexibele huisvestiging

In Veenendaal bestaat al een concept waarin veel aandacht is voor flexibele huisvesting. Het concept focust voornamelijk op ZZP'ers en kleine bedrijven. Ondernemers kunnen voor een aantal uren per maand of de gehele maand een werkplek of kantoor huren, met een opzegtermijn van slechts 3 maanden (Crown Slim Werken, 2011).

Flexibele huisvesting voor grotere bedrijven lijkt echter nog maar beperkt aanwezig te zijn in de gemeente Veenendaal.

4.1.5 Lokale klanten zijn erg belangrijk voor kleine bedrijven

De aanwezigheid van lokale klanten is een primaire zwakte van Veenendaal. Uit tabel 4.4 blijkt dat ZZP'ers de aanwezigheid van lokale klanten het belangrijkste vinden. Dit komt overeen met de literatuur uit paragraaf 3.2.1 waarin werd vastgesteld dat het MKB meer verbonden is met en afhankelijker van de lokale afzetmarkt. Naarmate bedrijven groter zijn, vinden ze de aanwezigheid van lokale klanten minder belangrijk. Opvallend is dat grotere bedrijven de aanwezigheid van klanten in Veenendaal lager waarderen. Grotere bedrijven hebben een groter afzetgebied nodig (en richten zich ook op een groter geografisch afzetgebied) dat mogelijk niet aanwezig is in Veenendaal. Waarschijnlijk hangen het belang van de factor en de waardering van deze factor daarom samen.

Tabel 4.4 Belang en waardering aanwezigheid van klanten

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	4,0	3,2
2-8 werknemers	3,7	3,2
9-25 werknemers	2,9	2,7
26 en meer werknemers	3,1	2,5

Bron: Enquête, 2011

N=42

De aanwezigheid van leveranciers is een secundaire zwakte van Veenendaal. Voor ZZP'ers is het echter een secundaire sterkte (Tabel 8.7 Bijlage 2). Kortom, zoals reeds bleek uit de wetenschappelijke literatuur zijn kleinere ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal ook meer afhankelijk van hun lokale netwerk (leveranciers en klanten) dan de grotere bedrijven.

4.1.6 Wisselend beeld over het imago van Veenendaal als ICT gemeente

De aanwezigheid van een concentratie van ICT-bedrijven in Veenendaal is een secundaire sterkte, terwijl het imago van Veenendaal als ICT-stad (momenteel nog) een secundaire zwakte is. Opvallend is dat de vestigingsfactor aanwezigheid van een concentratie van ICT-bedrijven door met name bedrijven met negen tot er met vijftientig werknemers niet belangrijk wordt gevonden, terwijl bedrijven met meer dan 25 werknemers dit juist wel belangrijk vinden (Bijlage 2 tabel 8.11) Eenzelfde beeld is waarneembaar bij het Imago van Veenendaal als ICT-gemeente (Bijlage 2 tabel 8.12). Deze grote verschillen zijn moeilijk verklaarbaar. Het is waarschijnlijk dat een selecte groep ICT-bedrijven relatief sceptisch tegenover het imago van Veenendaal als ICT-centrum staat, waardoor er een opvallende vertekening plaatsvindt. Daarnaast is de profilering van Veenendaal als ICT-centrum nog relatief recent inzet, waardoor de ondernomen en nog te ondernemen acties waarschijnlijk nog niet terug komen in de waardering van het imago van Veenendaal als ICT-centrum. Over het algemeen kan namelijk worden vastgesteld dat uit de resultaten van de enquête, Ondernemend Veenendaal en diverse gesprekken blijkt dat het imago van Veenendaal van Veenendaal ICT-centrum een belangrijke factor is voor de verdere ontwikkeling van Veenendaal als ICT-stad.

De vraag die daarnaast gesteld kan worden is of ondernemers buiten Veenendaal, de gemeente ook als een gemeente met een goed (ICT) imago herkennen. Hier is in het onderzoek geen expliciete aandacht voor geweest. In het onderzoek van Broer & Brummer (2011, p. 6) is aan ondernemers gevraagd "welke gemeente buiten de eigen gemeente" volgens hen het meest MKB-vriendelijk is.

Veenendaal scoort hierin relatief hoog met een derde plek op de ranglijst van de provincie Utrecht. Deze uitkomsten zeggen echter weinig over het imago dat buiten de gemeente Veenendaal bestaat over specifiek de ICT-sector.

4.1.7 Vraag naar meer lokale uitbestedingen gemeente Veenendaal

Subsidies en advies van de gemeente Veenendaal zijn beide secundaire zwakten van Veenendaal. De resultaten impliceren dat subsidies en advies van de gemeente Veenendaal vooral belangrijk worden gevonden door bedrijven met twee tot er met werknemers (zie tabel 4.5 en Bijlage 2 tabel 8.13). Een directe verklaring voor deze uitkomsten is er niet. Mogelijk hangen de beperkte kennisbasis en kapitaalbehoeften van kleinere bedrijven hiermee samen (Bijlage 2 tabel 8.20). Een mogelijke verklaring voor de lage scores voor subsidies en advies van de gemeente Veenendaal is dat de gemeente Veenendaal relatief weinig subsidies en advies verstrekt aan ICT-bedrijven. Dit is niet per se een negatieve constatering, er wordt namelijk door ICT-bedrijven relatief weinig belang aan advies gehecht. De rol van de gemeente is volgens diverse bedrijven en ondernemers vooral een verbindende en stimulerende. Hieronder vallen lokale uitbestedingen van de gemeente, maar ook ontmoetingsprogramma's voor het bedrijfsleven en het stimuleren van lokale uitbestedingen van bedrijven uit de gemeente Veenendaal in de gemeente Veenendaal zelf. *“Waarom zou ik als middelgroot Veenendaals bedrijf mijn ICT uit Amsterdam halen? Als bedrijven meer lokaal ICT inkopen kan dit de sector in Veenendaal versterken”* (Interview Lesmeister, 2011; Ondernemend Veenendaal, 2011a). Uit de Spiltersessie Economie (Gemeente Veenendaal, 2010, p. 28) kwam de vraag van ondernemers om meer aandacht te hebben voor lokale uitbesteding ook al uitgebreid naar voren. Een toename van de uitbestedingen van de gemeente op lokaal niveau kan een positieve invloed hebben op de binding van ICT-bedrijven met de gemeente Veenendaal (Telefonisch interview Slinger Jansen, 2011; Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a). De gemeente Veenendaal zou daarnaast extra aandacht kunnen besteden aan de voorlichting over verschillende nieuwe innovatieregelingen van de rijksoverheid die in 2012 ingaan zoals de MKB+ en RDA+ en de reeds bestaande regelingen (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2011d, p. 5).

Tabel 4.5 Belang en waardering advies van de gemeente Veenendaal

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,5	2,9
2-8 werknemers	2,7	2,4
9-25 werknemers	2,0	2,1
26 en meer werknemers	2,7	2,8

Bron: Enquête, 2011

N=42

4.1.8 Vooral kleine bedrijven vinden zachte vestigingsfactoren belangrijk

Zoals bleek uit paragraaf 2.3.5 wordt de kwaliteit van leven voor steeds meer werknemers belangrijk bij het maken van een keuze voor een baan. Uit de literatuur komt naar voren dat veel ICT-bedrijven de kwaliteit van leven voor het aantrekken van werknemers onderkennen, maar er nog niet naar handelen. De gemiddelde scores voor hoogwaardig wonen in tabel 4.6 lijken deze conclusies te ondersteunen. Hoewel de mogelijkheden tot hoogwaardig wonen en persoonlijke contacten een primaire sterkte van Veenendaal zijn gaat dit namelijk voornamelijk op voor kleinere bedrijven. De hoge score voor ZZP'ers valt waarschijnlijk te verklaren vanuit het feit dat ze vaak sterker verbonden

zijn aan hun omgeving en doordat ze ook met veel aspecten rekening houden die niet per se voor hun bedrijf van belang zijn, maar wel voor zichzelf (gezin).

Tabel 4.6 Belang en waardering mogelijkheden tot hoogwaardig wonen

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	4,2	4,3
2-8 werknemers	3,6	3,8
9-25 werknemers	2,8	3,3
26 en meer werknemers	2,8	3,4

Bron: Enquête, 2011 N=42

Een soortgelijke trend is waarneembaar bij de mogelijkheden tot recreatie (neutraal) en culturele activiteiten (secundaire zwakte). Ook het belang van binding met Veenendaal (historisch en emotioneel) is een secundaire zwakte van Veenendaal (Bijlage 2 tabel 8.9). Uit de gemiddelde score in tabel 4.7 blijkt dat bedrijven met negen tot er met vijftientig werknemers heel weinig belang hechten aan de aanwezigheid van culturele activiteiten in Veenendaal. Opvallend is dat dit niet terugkomt in de gemiddelde score van bedrijven met 26 werknemers en meer.

Tabel 4.7 Belang en waardering culturele activiteiten in Veenendaal

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	3,2	2,9
2-8 werknemers	2,6	3,3
9-25 werknemers	1,7	2,1
26 en meer werknemers	2,6	2,7

Bron: Enquête, 2011 N=42

Kortom, de resultaten van de enquête lijken de hypothese lijken dat met name zachte vestigingsfactoren door kleinere ICT-bedrijven belangrijker worden gevonden en hoger gewaardeerd dan door grotere ICT-bedrijven te bevestigen. De lokale verbondenheid speelt hier waarschijnlijk weer een grote rol in.

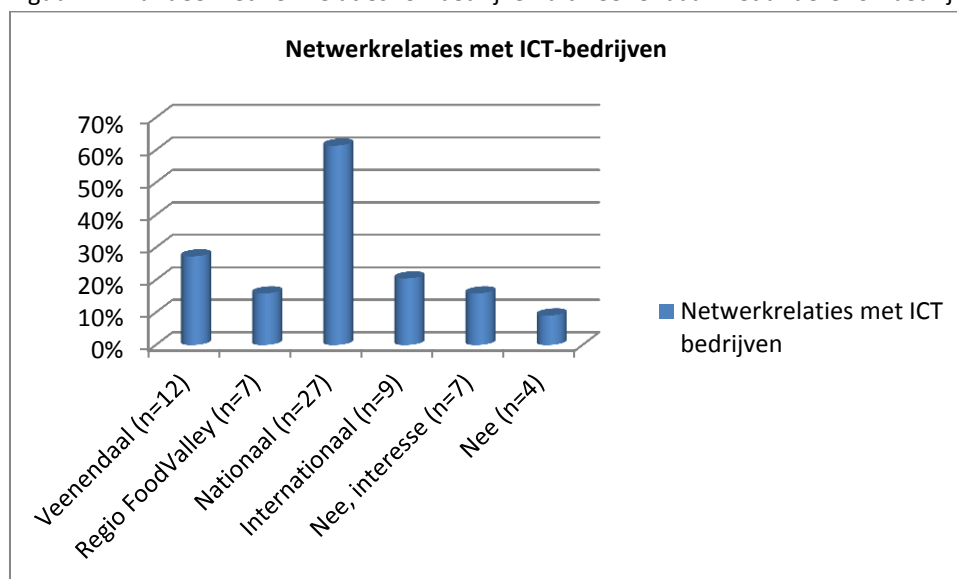
4.2 Netwerken & samenwerken

In het onderzoek is veel nadruk gelegd op netwerken en samenwerkingen tussen ICT-bedrijven onderling, *food* (gerelateerde) bedrijven en onderwijs- en kennisinstellingen. In de komende paragrafen is een inventarisatie gemaakt van de huidige staat en ontwikkeling van deze netwerken en samenwerkingen.

4.2.1 ICT-bedrijven hebben vooral netwerkrelaties met ICT-bedrijven op nationaal niveau

Zoals blijkt uit figuur 4.2 is het aantal ICT-bedrijven in Veenendaal dat netwerkrelaties met andere ICT-bedrijven op nationaal niveau heeft met 61 procent het hoogst. Dit komt overeen met de literatuur in paragraaf 2.3.3, waarin wordt gesteld dat ICT-bedrijven voor hun producten (inkoop) en ondersteuning daarvan vaak afhankelijk zijn van enkele grote multinationale ondernemingen en daarnaast voor innovatieve ontwikkelingen sterk afhankelijk zijn van interne kennisontwikkeling. Uit dezelfde paragraaf bleek eerder al dat relaties met bedrijven buiten het cluster voorkomen dat bedrijven en daarmee ook het cluster gevangen worden in een *technology trap*. De constatering dat een groot gedeelte van de ICT-bedrijven in Veenendaal op nationaal niveau netwerkrelaties met ICT-bedrijven hebben wijst erop dat dit gevaar in Veenendaal beperkt is. Opvallend is dat de bedrijfsgrootte voor de relaties met ICT-bedrijven op nationaal niveau geen grote invloed lijkt te hebben (Bijlage 2 tabel 8.14). Deze uitkomst lijkt niet in de lijn te liggen met de theorie uit paragraaf 2.4.2 waarin wordt gesteld dat bedrijven met een sterke kennisbasis (wat vaak grotere bedrijven zijn) makkelijker (kennis) relaties aan kunnen gaan dan bedrijven met een beperkte kennisbasis. Voor het afnemen van gestandaardiseerde producten is een sterke kennisbasis echter minder noodzakelijk, wat de mogelijke vertekening kan verklaren.

Figuur 4.2 Aandeel netwerkrelaties ICT-bedrijven uit Veenendaal met andere ICT-bedrijven



Bron: Enquête, 2011

N=44

In figuur 4.2 is waarneembaar dat het aantal bedrijven dat netwerkrelaties met ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal heeft relatief laag is (27 procent). De bedrijfsgrootte lijkt hier van grote invloed te zijn. Van de ZZP'ers en de bedrijven met twee tot er met acht werknemers heeft 41 procent netwerkrelaties in Veenendaal, terwijl van de bedrijven met negen werknemers en meer slechts veertien procent netwerkrelaties heeft met andere ICT-bedrijven in Veenendaal (Bijlage 2

tabel 8.14). Veel ICT-bedrijven kennen hun mede ICT-bedrijven in Veenendaal vaak slechts beperkt. *“Veel ICT-ondernemers heb ik wel eens gesproken, maar dan is er nog geen band, dus dan doe je niks samen”* (Interview Lesmeister, 2011). Eenzelfde beeld was waarneembaar op het tweede ICT-diner (2011) op de vraag hoeveel mensen in de zaal de deelnemers kenden, antwoorden bijna iedereen slechts een enkeling. Uit paragraaf 2.4.2 bleek al dat kennisuitwisseling vooral plaatsvindt binnen informele netwerken, omdat mensen in een informele setting vaak meer geneigd zijn kennis te delen. ICT-bedrijven zijn echte netwerkbedrijven en hebben daarom veel baat bij sterke netwerken. Het netwerk is in Veenendaal echter relatief slecht ontwikkeld. Op reguliere basis zouden er daarom volgens diverse ondernemers netwerkmomenten moeten zijn waar ICT-bedrijven elkaar op een informele manier leren kennen (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a; Enquête, 2011).

Ook het aantal bedrijven dat relaties heeft met andere ICT-bedrijven in de regio FoodValley is relatief laag (zestien procent). Deze uitkomsten wijzen er ook op dat het lokale netwerk tussen ICT-bedrijven in Veenendaal en de regio zich zwak ontwikkeld heeft. Er is een belangrijke rol voor de gemeente Veenendaal en de regio FoodValley weggelegd (gemeenten) om dit te verbeteren. *“De samenwerking tussen bedrijven in verschillende gemeente moet absoluut omhoog!”* (Telefonisch interview Spanninga, 2011).

Het aantal bedrijven dat aangeeft relaties met ICT-bedrijven op internationaal niveau te hebben is met eenentwintig procent gemiddeld. Bedrijven die aangeven internationale relaties te bezitten lijken voornamelijk grotere bedrijven te zijn. Het aantal bedrijven dat deze relaties bezit is echter te klein om de invloed van bedrijfsgrootte goed te kunnen beschrijven. Van de ICT-bedrijven geeft zestien procent aan geen relaties te hebben met andere ICT-bedrijven, maar hier wel interesse in te hebben. Dit aandeel is niet bijzonder hoog, maar opvallend is wel dat van deze zeven bedrijven, er twee meer dan 25 werknemers hebben. De verwachting was dat grotere ICT-bedrijven over het algemeen meer netwerkrelaties met andere ICT-bedrijven zouden hebben omdat ze de cognitieve nabijheid tot andere bedrijven hebben, vaker een belangrijke rol in de vak netwerken spelen en met de contacten een kennis *lock-in* kunnen voorkomen (Bijlage 2 tabel 8.14).

4.2.2 Samenwerking & kennisdeling ICT-sector in Veenendaal beperkt ruimtelijk gebonden

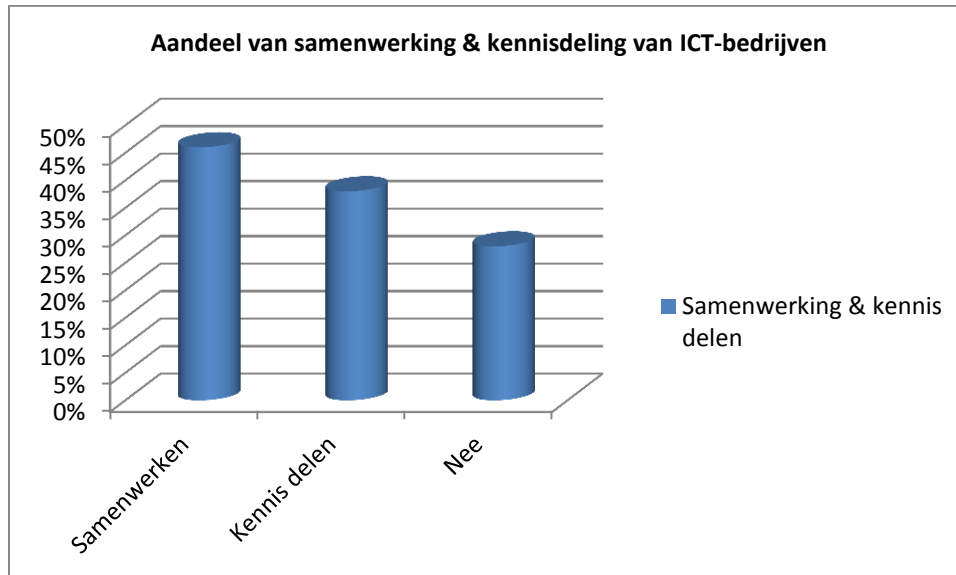
“Het succes van FoodValley wordt voor een groot deel veroorzaakt door de samenwerking tussen onderwijs, onderzoek, ondernemers en de overheid” (Telefonisch Interview Spanninga, 2011).

Ondanks het beperkt aantal netwerkrelaties op lokaal en regionaal niveau blijkt uit figuur 4.3 dat veel ICT-bedrijven uit Veenendaal samenwerken of kennisdelen met branchegenoten. Dit lijkt erop te wijzen dat samenwerkingsverbanden binnen de ICT-sector in Veenendaal maar beperkt ruimtelijk gebonden zijn. Deze uitkomst valt gedeeltelijk te verklaren door de in paragraaf 2.4.2 aangehaalde constatering dat veel bedrijven in de ICT-sector helemaal geen kenniscontacten in de regio hebben en de invloedrijke positie van enkele grote ICT-bedrijven met een toppositie in hun vakgebied die van belang zijn in de vakinhoudelijke netwerken (maar niet ruimtelijk gebonden zijn).

Hoewel het achterblijven van lokale en regionale samenwerking en kennisdeling dus een normaal verschijnsel is in de ICT-sector, kan het wel degelijk een nadelig effect hebben op de kracht van het ICT cluster in de gemeente Veenendaal. Aangezien clusters meestal sterker worden naarmate de mate van kennisdelingen en samenwerking toeneemt en het kan leiden tot een gezamenlijke

profilering (paragraaf 2.4.1). Hoewel samenwerkingsverbanden met bedrijven buiten een cluster een positieve invloed hebben op de ontwikkeling van een cluster, is de aanwezigheid van *local buzz* ook een pre voor de ontwikkeling van het cluster. Daarnaast blijkt uit gesprekken en de enquête dat ICT-bedrijven in Veenendaal voor deze lokale samenwerking en kennisdeling wel openstaan. “*We hebben geen partners in de gemeente Veenendaal, ik ken niet eens alle ICT-bedrijven in Veenendaal, maar ik weet wel dat er een hoop partner van me zouden kunnen worden*” (Interview Lesmeister, 2011).

Figuur 4.3 Samenwerken & kennis delen van ICT-bedrijven in Veenendaal



Bron: Enquête, 2011

N=39

Uit tabel 8.15 (Bijlage 2) blijkt de invloed van de bedrijfsgrootte op kennisdeling en samenwerking groot te zijn. Slechts elf procent van de ZZP'ers die de enquête invulde gaf aan samen te werken aan projecten met branchegenoten. Van de ICT-bedrijven groter dan eenpersoonsbedrijven daarentegen werkten ongeveer de helft samenwerkte met branchegenoten. De uitkomsten zijn verrassend omdat ZZP'ers vaak genoodzaakt zijn tot samenwerking en kennisdeling om aan projecten mee te kunnen werken. Mogelijk is de in paragraaf 2.4.2 genoemde drempelwaarde voor ZZP'ers vaak te hoog om te kunnen samenwerken en kennis te delen. Dit lijkt tevens ondersteund te worden door het feit dat alle bedrijven met meer dan 25 werknemers samenwerken of kennisdelen.

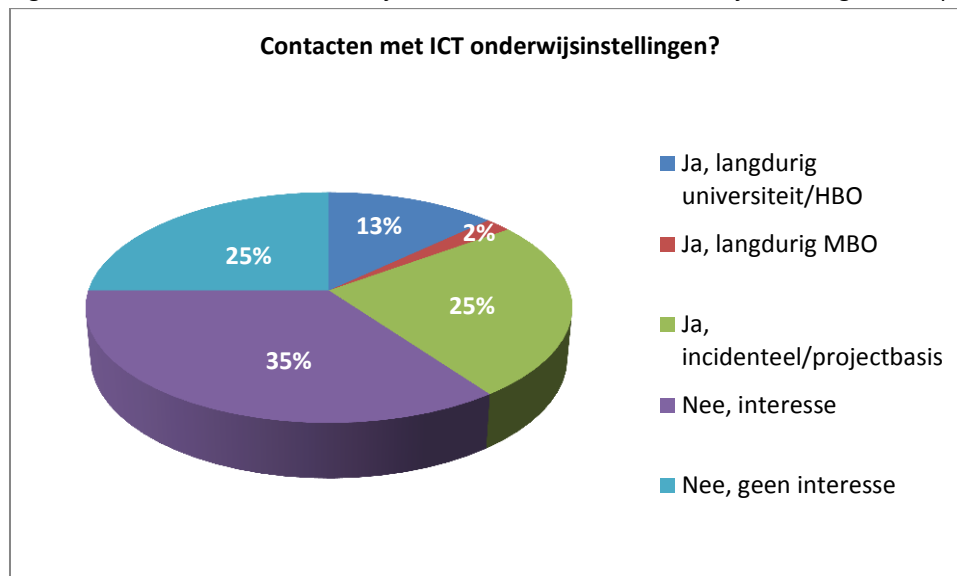
4.2.3 ICT-bedrijven in Veenendaal hebben weinig contacten met kennisinstellingen

De aanwezigheid van kennisinstellingen bevindt zich op de scheiding van een secundaire en primaire zwakte van Veenendaal (zie Bijlage 2 tabel 8.1 en 8.2). De resultaten wijzen erop dat ICT-bedrijven in Veenendaal contacten met onderwijsinstellingen en –opleidingen belangrijk vinden. Zoals blijkt uit figuur 4.4 hebben momenteel nog weinig ICT-bedrijven in Veenendaal langdurige samenwerkingsverbanden met kennisinstellingen (universiteit, HBO & MBO). Van de ZZP'ers en bedrijven met twee tot er met acht werknemers geeft geen enkel bedrijf aan een langdurig samenwerkingsverband te hebben. Daarnaast valt op dat slechts één bedrijf aangeeft een langdurig samenwerkingsverband met een MBO-instelling te hebben. Dit is opvallend omdat ROC A12 met diverse ICT-opleidingen gevestigd in Ede, de dichtstbijzijnde grote onderwijsinstelling is. De verwachting bestond dat vanwege de geografische nabijheid juist met deze onderwijsinstelling de meeste contacten zouden worden onderhouden. De bedrijfsgrootte lijkt een rol te spelen bij de mate

van contact. Als alle contacten (langdurig of incidenteel) bij elkaar worden opgeteld valt namelijk op dat bijna alle ICT-bedrijven groter dan 25 werknemers contacten met onderwijsinstellingen en – opleidingen hebben (zie Bijlage 2 tabel 8.16), terwijl van de ZZP'ers, bedrijven met twee tot er met acht werknemers & bedrijven met negen tot er met vijftientig werknemers slechts 20 tot 30 procent in één van de drie vormen contact heeft met een onderwijsinstelling. Het overgrote deel van de bedrijven die geen banden met onderwijs- en kennisinstellingen hebben geeft aan interesse te hebben in banden met deze instellingen.

De drempelwaarde op het gebied van onder andere status, financiële mogelijkheden, technische kennis en het netwerk zijn waarschijnlijk debet aan het achterblijven van deze relaties bij de kleinere bedrijven. Het achterblijven van de contacten met kennisinstellingen kan tevens worden veroorzaakt door de afwezigheid van een kennisinstelling in Veenendaal en de grotere beschikbaarheid van ICT'ers, veroorzaakt door de kredietcrisis, waardoor investeren in contacten met onderwijsinstellingen aan belang verloor. De verwachting is dat de contacten weer opnieuw aangehaald zullen worden als reactie op de krapte van de arbeidsmarkt. De resultaten ondersteunen tevens de literatuur uit paragraaf 2.3.3 waarin wordt gesteld dat ICT-bedrijven minder afhankelijk zijn van onderzoeksactiviteiten van de universiteit maar wel degelijk van de opleidingscapaciteiten (*human capital*).

Figuur 4.4 Contacten van ICT-bedrijven in Veenendaal met onderwijsinstellingen en -opleidingen



Bron: Enquête, 2011

N=45

4.2.4 Outsourcing & offshoring spelen nog een kleine rol in Veenendaal

Zoals blijkt uit figuur 4.5 wordt er door ICT-bedrijven in Veenendaal maar beperkt gebruik gemaakt van *outsourcing* en *offshoring*. Alleen bedrijven met meer dan 25 werknemers en in mindere mate bedrijven met 9-25 werknemers lijken serieus gebruik te maken van en interesse te hebben in *outsourcing* en *offshoring* (zie Bijlage 2 tabel 8.17). De trend van *outsourcing* en *offshoring* gaat voor met name de kleinere ICT-bedrijven in Veenendaal nog niet op. Ook hier lijkt de in paragraaf 2.4.2 genoemde drempelwaarde een belangrijke rol te spelen. De nuancering die bij de constatering gemaakt moet worden, is dat uit de literatuur in paragraaf 2.3.2 naar voren komt dat gemiddeld 90 procent van de werkzaamheden van de Nederlandse ICT-sector in Nederland plaatsvindt.

Figuur 4.5 Outsourcing en/of offshoring door ICT-bedrijven in Veenendaal



Bron: Enquête, 2011

N=45

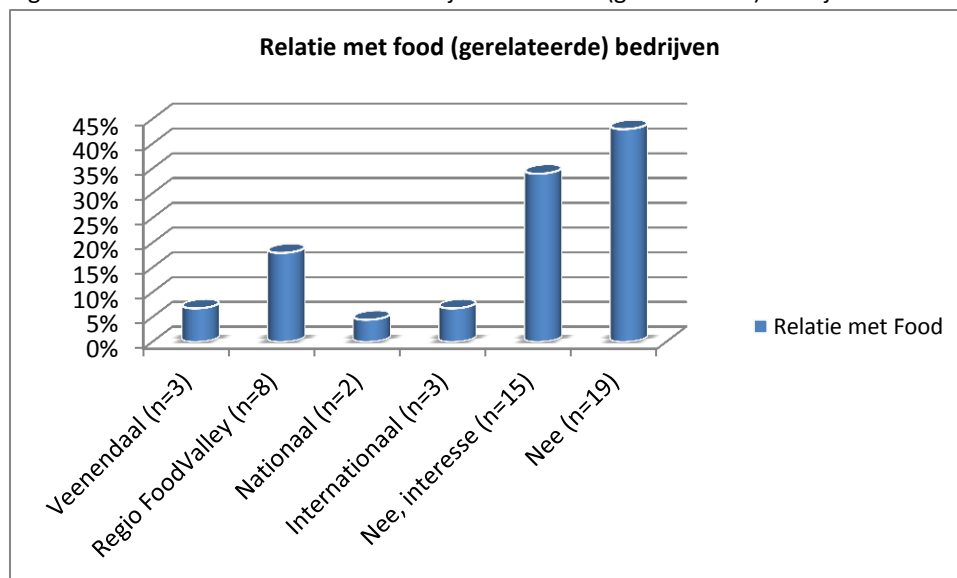
4.2.5 De relatie met Food(Valley) is nog beperkt

“Een groot deel van het MKB heeft op dit moment nog geen of weinig weet van wat de regio FoodValley is. Daar moet veel meer aandacht voor komen. Er ligt een belangrijke rol voor de overheid op dit vlak” (Telefonisch interview Spanninga, 2011).

Zoals blijkt uit figuur 4.6 hebben ICT-bedrijven (nog) maar een beperkt aantal relaties met *food* (gerelateerde) bedrijven. Zoals verwacht bevinden de meeste bestaande relaties met *food* (gerelateerde bedrijven) zich in de regio FoodValley. Daarnaast geeft 34 procent van de respondenten aan geen relaties met *food* (gerelateerde) bedrijven te hebben, maar hier wel interesse in te hebben. Met name kleinere ICT-bedrijven geven aan interesse in relaties met *food* (gerelateerde) bedrijven te hebben. Van de ZZP’ers heeft 42 procent interesse en van de bedrijven met twee tot er met acht werknemers zelfs 60 procent, terwijl van de grotere bedrijven slechts achttien procent interesse in deze relaties heeft. Hierbij moet wel gelijk de nuancering gemaakt worden, dat de grotere ICT-bedrijven in Veenendaal voor het overgrote deel de reeds bestaande relaties met *food* (gerelateerde) bedrijven verzorgen. Daardoor ontstaat er enigszins een vertekend beeld (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011c; Bijlage 2 tabel 8.18).

De meningen onder ICT-ondernemers op zowel het eerste als tweede ICT-diner zijn verdeeld als het gaat om de vraag of er moet worden ingezet op Food(Valley). Enkele ondernemers geven aan: *“FoodValley is een mooi kader waarin ICT-ontwikkeling kan plaatsvinden”* (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011c). Mogelijkheden zijn er volgens een ICT ondernemer door met studierichtingen samen te werken die *food* als basis gebruiken, zodat er binnen de ICT-sector meer gevoel ontstaat met de *food*-sector. *“Er zou een gemeenschappelijke doelstelling moeten zijn. Veenendaal moet een voortrekkersrol spelen in het debat waarin ICT en FoodValley samenkomen”* (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011b). Dit wil volgens diverse bedrijven echter niet zeggen dat Veenendaal zich vanwege de ligging in de regio FoodValley volledig op ICT en *food* moet richten (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a). ICT-ondernemers zijn namelijk in eerste instantie geïnteresseerd in ICT. *“Het maakt niet uit welke focus je kiest, als het maar met ICT te maken heeft, trekt het ICT-bedrijven aan. Uitleggen wat FoodValley is, daar geven ICT-bedrijven niet zoveel om”* (Interview Lesmeister, 2011). Op het tweede ICT-diner (2011) werd onder andere voorgesteld om een door de gemeente Veenendaal en WUR georganiseerde ICT-seminar te houden waar voor de ICT-sector relevante voorbeelden en aanhaakmogelijkheden (bij onderzoek van de WUR) worden gepresenteerd.

Figuur 4.6 Aandeel relaties van ICT-bedrijven met food (gerelateerde) bedrijven



Bron: Enquête, 2011

N=44

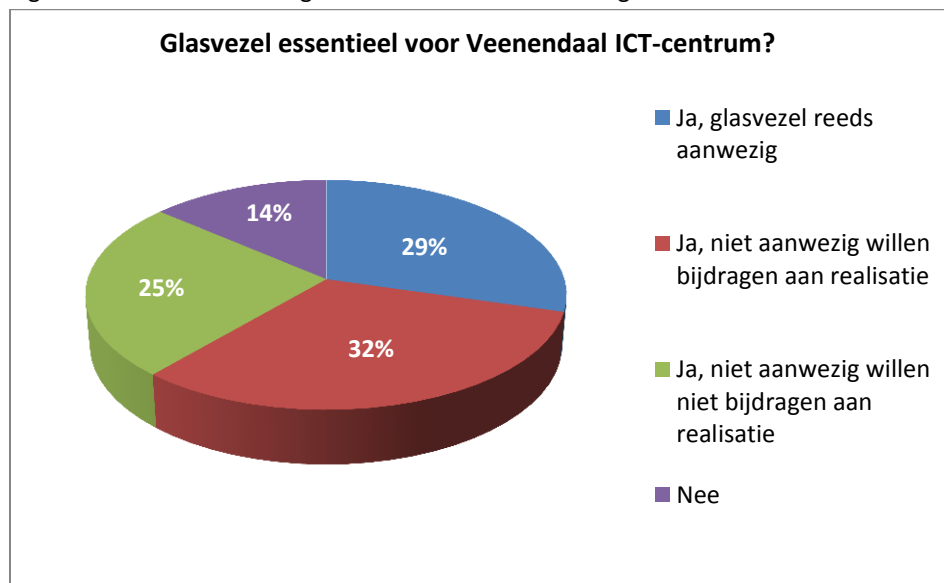
4.3 Aangedragen initiatieven door ICT-bedrijven uit Veenendaal

ICT-bedrijven uit Veenendaal is in de enquête gevraagd om initiatieven aan te dragen die de positie van Veenendaal als ICT-centrum zouden kunnen versterken. Daarnaast is gevraagd in welke mate de bedrijven denken bij te kunnen dragen aan deze initiatieven. In onderstaande paragraaf worden de meest aangedragen initiatieven uiteengezet. Deze zullen gecombineerd met de rest van de resultaten uit dit hoofdstuk leiden tot de conclusies en beleidsaanbevelingen in respectievelijk hoofdstuk vijf en zes.

4.3.1 Geen ICT-centrum zonder glasvezel

Uit figuur 4.1 bleek al dat ICT-ondersteunende infrastructuur een primaire zwakte van Veenendaal is. De realisatie van glasvezel is essentieel voor de ontwikkeling van Veenendaal als ICT-centrum volgens 86 procent van de geënquêteerde ICT-bedrijven (figuur 4.7). Op de vraag welke initiatieven moeten worden ondernomen om de Veense positie als ICT-centrum te versterken antwoorden tien ICT-bedrijven in Veenendaal tevens *“Het realiseren van glasvezel”*. Het onderwerp is daarmee het meest genoemde initiatief in de enquête. Door diverse bedrijven werd ook onderbouwd waarom de realisatie van glasvezel in Veenendaal essentieel is. Enkele voorbeelden van aangedragen argumenten en opmerkingen zijn: *“Glasvezel infrastructuur is de basis, we hebben maanden moeten wachten en het is nog niet geweldig”*, *“niet jarenlang onderzoeken en vragen of er misschien interesse is”*, *“glasvezel collectief realiseren”*, *“in heel Veenendaal glasvezel ongeacht voldoende belangstelling”* en *“een ICT-stad zonder glasvezel?”* (Enquête 2011, vraag 19; Schellekens, 23 maart 2011).

Figuur 4.7 De essentie van glasvezel voor de ontwikkeling van Veenendaal ICT-centrum



Bron: Enquête, 2011

N=44

Uit tabel 8.19 (Bijlage 2) blijkt dat met name bij bedrijven met meer dan 25 werknemers reeds glasvezel aanwezig is en dat al deze bedrijven van mening zijn dat glasvezel essentieel is. Opvallend is dat relatief veel ZZP'ers aangeven actief te willen bijdragen aan de realisatie van glasvezel, terwijl bedrijven met negen tot er met vijftig werknemers juist terughoudender lijken. Glasvezel is namelijk relatief kostbaar voor kleinere bedrijven (Interview Heuvelman, 2011). Overheidsbemoeienis in Veenendaal om glasvezel mogelijk te maken voor de kleinere bedrijven kan

zou kunnen worden gerechtvaardigd vanuit het herverdelings- of gelijkheidsbeginsel. Als bepaalde bedrijventerreinen of woningen namelijk over glasvezel beschikken, terwijl andere bedrijventerreinen en woningen hier niet over beschikken kan er namelijk ongelijkheid ontstaan, wat tevens kan leiden tot leegstand en verpaupering in Veenendaal (Den Blutter & Van der Vlis, 2005, p. 5).

Enkele ICT-bedrijven denken bij te kunnen dragen aan de realisatie van glasvezel. Voorbeelden van acties die kunnen worden ondernomen vanuit de bedrijven zelf zijn: *“Actief meedenken aan de formulering en invulling, vervolgens in de uitvoering met promotie en marketing initiatieven”, “draagvlak creëren”, “deelnemen aan overleg”, “ons betrekken bij de uitwerking van glasvezel, wij zijn momenteel een project aan het ontwikkelen voor bijvoorbeeld bedrijventerrein de Batterijen” en “promotie bij klanten”* (Enquête 2011, vraag 20). Inmiddels is er een glasvezelproject gestart door KPN, de gemeente Veenendaal en een ICT-bedrijf uit Veenendaal voor collectieve aanleg van glasvezel op de bedrijventerreinen in Veenendaal.

3.3.2 Ondernemersnetwerk en samenwerking bevorderen

Netwerkbijeenkomsten en het bevorderen van samenwerking en kennisdeling tussen bedrijven, zijn wensen (initiatieven) die door acht bedrijven zijn aangedragen in de enquête. Daarvan zijn vijf bedrijven ZZP'ers. Van deze ZZP'ers geven er twee expliciet aan een voorkeur te hebben voor netwerkbijeenkomsten met voornamelijk ZZP'ers (laagdrempelig). De expliciete vraag naar netwerkbijeenkomsten door ZZP'ers kan verschillende oorzaken hebben. Ten eerste de in paragraaf 2.4.2 reeds genoemde beperktere kennisbasis (cognitieve nabijheid) die ZZP'ers mogelijk hebben. De drempelwaarde (status, financiële mogelijkheden, technische kennis) kan te hoog zijn om met andere bedrijven tot verbanden te komen. Ten tweede is de snel veranderende netwerksamenleving ook van grote invloed. De samenleving wordt meer en meer een netwerksamenleving die wordt gekenmerkt door horizontale verbanden tussen verschillende partijen van constant zelfsturende, autonome, wisselende samenstelling. Mede door deze ontwikkeling heeft het aantal ZZP'ers zich de afgelopen jaren erg snel ontwikkeld. ZZP'ers kunnen namelijk goed inspelen op de meer flexibelere werkvormen. Het belang van horizontale netwerken voor de economie heeft daarmee ook een sterke vlucht genomen (SoCiuS, 2006, p. 7).

“Het klassieke distributiemodel, waarbij kennis en cultuur door ‘deskundigen’ aan de gebruiker aangeboden worden, verliest terrein aan een consultatiemodel, waarbij de gebruiker actief kennis- en cultuurproducten bij elkaar sprokkelt” (SoCiuS, 2006, p. 7).

Een groter ICT-bedrijf geeft ook aan graag te willen samenwerken met andere ICT-bedrijven, waarbij werknemers worden uitgewisseld. Daarnaast leidt het bedrijf intern personeel op, dat zonder startkwalificaties bij het bedrijf komt. *“Het bedrijf probeert hiermee een voorbeeld neer te zetten voor andere organisaties om zo tevens de ICT-sector interessant te maken voor diverse kandidaten met verschillende achtergronden”* (Enquête 2011, vraag 19). Toch lijkt het horizontale netwerk zich onder ICT-bedrijven in Veenendaal en in het bijzonder ZZP'ers nog onvoldoende ontwikkeld te hebben. Dit bleek onder andere uit de resultaten in paragraaf 4.2.1 tot er met 4.2.4.

ICT-netwerk

Uit de wetenschappelijke literatuur kwam al naar voren dat wederkerigheid en transitieve nabijheid de vertrouwensband tussen bedrijven kan vergroten, relaties kan stabiliseren en de kwaliteit van interactie tussen bedrijven vergroten. ICT-bedrijven uit de regio Veenendaal gaven tijdens het eerste ICT-diner ook aan dat *“meer verbondenheid tussen ICT-bedrijven in Veenendaal kan leiden tot het gunnen van lokale opdrachten aan elkaar”*. Wederkerigheid tussen bedrijven werkt dus als drijver van nieuwe verbindingen. Een eventueel gebrek aan wederkerigheid komt de ontwikkeling van een (kennis)netwerk in Veenendaal daarom zeker niet ten goede. *“Veel leveranciers komen uit de regio, wij hopen dat hier ook wat voor terug komt”* (Gesprek Zeller, 2011). Vergroting van de samenwerking en ondernemersnetwerken in Veenendaal zou daarom vermoedelijk leiden tot een vergroting van de wederkerigheid, die op zijn beurt leidt tot een versterking van Veenendaal als ICT-centrum.

Er bestaat reeds een regionaal ICT-netwerk in de regio FoodValley, namelijk ICT-Valley. Dit regionale netwerk dat in juli 2006 is opgezet door onder andere Technocentrum de Vallei (zie Bijlage 1) heeft als doelstelling om onderwijs en bedrijfsleven dichterbij elkaar te brengen. Later is het netwerk ook een ontmoetingsplaats voor ICT-ondernemers geworden. Op dit moment zijn de activiteiten van het netwerk echter beperkt en hebben de initiatiefnemers aangegeven de activiteiten graag over te willen dragen aan een nieuwe partij. Inmiddels heeft dit geresulteerd in het voornemen om een stichting ICT Valley op te zetten, waarin verschillende nieuwe dragende partijen zitten (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a; Gesprek ICT Valley, 2011). In Box 6 is een voorbeeld van een reeds bestaand succesvol ICT-netwerk opgenomen, wat als voorbeeld zou kunnen dienen voor het netwerk in Veenendaal.

Een onderdeel van het ICT-netwerk zou volgens enkele ICT-bedrijven een ICT-website (portaal) kunnen zijn, die kan bijdragen aan de samenwerking tussen verschillende bedrijven en de zichtbaarheid van Veenendaal als ICT-centrum. De website zou ingedeeld kunnen worden naar de plek of specialisatie van ICT-bedrijven in de keten en kan informatie en video's bevatten. Dit zou informatie kunnen zijn op het gebied van vacatures, ontwikkelingen in het vakgebied en onderwijs (Enquête 2011, vraag 20). Essentieel voor het slagen van de website of het portaal is dat deze veel bezocht en gebruikt wordt.

Box 6 ICT-Kring Delft

Een interessant voorbeeld van een ander ICT-netwerk is de ICT-Kring Delft. In 2002 werd geconstateerd dat er een hoge concentratie van ICT-bedrijven aanwezig was in Delft. De meeste bedrijven hadden echter geen weet van elkaar. Een groep ondernemers besloot de sector verder in kaart te brengen en in 2003 de ICT-kring Delft op te richten. Het netwerk organiseert sindsdien borrels en andere activiteiten. Daarnaast bestaat er een samenwerkingsverband tussen de TU Delft, TNO Informatie- en communicatietechnologie, de gemeente Delft & de ICT-Kring Delft. De organisatie heeft als doel om de leden elkaars kunde en kennis te kunnen laten exploiteren (ICT-Kring Delft, 2011).



4.3.3 Gezamenlijk bekendheid en personeel verwerven

“ICT-bedrijven zijn zich er vaak niet van bewust dat externe marketing voor hun personeel belangrijk is. De gemeente kan bedrijven meer bewust maken van het feit dat ze externe marketing nodig hebben” (Interview Slinger Jansen, 2011).

Enkele ICT-bedrijven geven aan graag bekendheid aan ICT in Veenendaal te willen geven middels *“ICT-beurzen, (regionale) banenmarkten en andere relevante beurzen”* (Enquête 2011, vraag 19). Het aanwezig zijn op deze beurzen kan het imago van Veenendaal verbeteren en daarmee het aantrekken van personeel makkelijker maken. Er zijn ook diverse ICT'ers die in Veenendaal wonen maar buiten Veenendaal werken. Door middel van carrière- of regionale banenmarkten kunnen deze worden aangesproken. Ook mensen die een aantal jaren in Veenendaal gewerkt hebben, naar een bedrijf buiten Veenendaal vertrokken zijn, maar na een aantal jaren toch weer willen terugkomen naar Veenendaal (omdat de reistijd vanaf huis vele malen korter is) kunnen hiermee benaderd worden (Interview Lesmeister, 2011). Daarnaast kan het aanwezig zijn op landelijke ICT-beurzen de landelijke bekendheid van Veenendaal als ICT gemeente (regio) vergroten. Ook evenementen in andere vormen kunnen hier aan bijdragen. Volgens diverse bedrijven is het enthousiast maken van jongeren voor ICT een belangrijke taak van de rijksoverheid. Het regionaal aantrekkelijk maken van de sector is echter ook een verantwoordelijkheid voor de ICT-bedrijven zelf. Een ICT-bedrijf uit Ede organiseerde vroeger bijvoorbeeld al een ICT-festival om jongeren al vroeg in contact te brengen met ICT (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a). Niet alleen het imago van de regio is belangrijk. In de huidige tijd is ook het imago van bedrijven zelf van doorslaggevend belang. *“Belangrijk is ook, wat is de identiteit van je organisatie?”* (Interview De Paauw, 2011).

Daarnaast kan het actief benaderen van mensen die tijdens hun studietijd of na enkele jaren werken Veenendaal hebben verlaten ertoe leiden dat een gedeelte mogelijk weer wil terugkeren. De christelijke basis van Veenendaal kan hier ten grondslag aan liggen. *“Misschien is Veenendaal wel vooral aantrekkelijk voor 25-30 jarige ondernemers, die na twee of drie banen terug naar hun roots willen* (Gesprek Geurtsen, 2011). Ook zijn christelijke ondernemers mogelijk meer op hun gemak in Veenendaal. *“Een gemeente als Veenendaal kan gebruik maken van haar kerkelijke achtergrond, jongeren zijn meer gebonden met de gemeente en zullen graag terugkomen als hen de mogelijkheden geboden wordt”* (Telefonisch interview Slinger Jansen, 2011). Vervolgonderzoek is nodig om hier meer inzicht in te verkrijgen.

4.3.4 Een ICT-campus?

“Een concentratie van ICT-bedrijven, een combinatie van opleidingen van ICT-bedrijven, een broedplaats voor innovaties, een plek met een speciale uitstraling, de verbinding tussen bedrijfsleven en kennisinstellingen (fysieke aanwezigheid HBO/universiteit), naamsbekendheid van een plek, een virtuele plek op LinkedIn of een gedeelde verantwoordelijkheid voelen” (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a).

De meningen van ICT-bedrijven uit Veenendaal zijn verdeeld over de definitie of invulling van een ICT-campus. De ICT-campus wordt in de enquête expliciet door één groot ICT-bedrijf uit Veenendaal genoemd. Het bedrijf geeft aan al achttien jaar bezig te zijn om dichterbij station De Klomp en de autosnelweg A12 te komen om de bereikbaarheid te verbeteren. *“Ons bedrijf vraagt de gemeente Veenendaal mee te werken om een start te maken met de ICT-campus”* (Enquête, 2011). Het ICT-

bedrijf wil al zijn vestigingen terug naar een locatie brengen. Onderdeel daarvan is om het huidige kenniscentrum naar de nieuwe locatie te verplaatsen (Enquête 2011, vraag 19). De andere ICT-bedrijven hebben de ICT-campus in de enquête echter niet genoemd. In de workshops en het eerste ICT-diner tijdens het Ondernemend Veenendaal Festival is het onderwerp wel uitgebreid behandeld. Deelnemers geven in de workshops aan dat bij een mogelijke ICT-campus de communicatie tussen alle partijen van cruciaal belang is. Daarnaast moeten er gezamenlijke doelen worden afgesproken waaraan iedereen zich houdt.

Een campus kan volgens ICT-bedrijven verschillende voordelen met zich meebrengen: *“Je kunt korte opleidingen samen faciliteren”*, trainingslocaties zijn namelijk erg duur en vaak wordt maar een deel benut (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011c). In gezamenlijk opleiden zou actief kunnen worden samengewerkt. Daarnaast is er een tekort aan gespecialiseerde mensen, *“deze moet je concentreren in de regio. Je moet daarom een kruisbestuiving realiseren waarvan iedereen kan meeprofiteren”*, een campus kan hier mogelijk aan bijdragen. Ook zijn veel ZZP'ers specialisten. Een kenniscentrum zou kunnen bijdragen aan de samenwerking tussen de verschillende ZZP'ers. Enkele ICT-bedrijven gaven tijdens het ICT-diner aan dat gezamenlijk opleiden echter veel problemen met zich mee kan brengen. De diversiteit van de ICT-sector in Veenendaal werkt hier niet bevorderlijk (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a). Een campus heeft ook een positief effect op het imago voor Veenendaal als ICT-stad, kan de aanleg van glasvezel bevorderen, trekt makkelijker werkzoekende ICT'ers aan en biedt de mogelijkheid om fysieke reclame te maken langs de A12 (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a, Interview Lesmeister, 2011). Een slechte uitvoering van het concept kan echter ook een negatief (amateuristisch) effect op het imago van Veenendaal hebben.

Essentieel bij het campusidee is de verbinding tussen onderwijs en praktijk. Zoals blijkt uit de onderzoeksresultaten van de enquête zijn de relaties en samenwerkingsverbanden met kennisinstellingen momenteel echter nog beperkt. Op het ICT-diner (Ondernemend Veenendaal Festival, 2011a) wordt door diverse ICT-bedrijven aangegeven dat er intensievere samenwerking moet worden gezocht met Hogescholen, ROC's en universiteiten (WUR) in de omgeving van Veenendaal. Het niet fysiek aanwezig zijn van een (ICT) kennisinstelling in Veenendaal is een zwakte van Veenendaal. Studenten laten zien wat ICT-bedrijven in Veenendaal doen, kan een gunstige invloed hebben op het imago van de ICT-sector in Veenendaal. Een goed opleidingscentrum of een *“belevingsruimte”* kunnen hier aan bijdragen (Interview De Paauw, 2011). De realisatie van een kennisinstelling zou een grote toevoeging kunnen zijn aan Veenendaal als ICT-centrum. De haalbaarheid van een dergelijke instelling in Veenendaal is op dit moment echter lastig in te schatten.

“Een nadeel van het idee is dat de ICT-bedrijven in Veenendaal waarschijnlijk niet groot genoeg zijn om een campus neer te kunnen zetten met een grote community van toeleveranciers eromheen” (Interview Lesmeister, 2011). De kritische massa van de ICT-sector in Veenendaal is waarschijnlijk te klein om het concept alleen uit te voeren. Dit benadrukt het belang van de regio voor de ICT-sector in Veenendaal. Daarnaast kan het beperkte belang van ruimtelijke nabijheid voor de ICT-sector ervoor zorgen dat het cluster wat onsamenhangend blijft. Een mogelijke barrière voor de campus en het versterken van verbindingen tussen onderwijs en praktijk is ook dat de binding van studenten met de stad Veenendaal niet optimaal is. Veenendaal richt zich meer op de profilering gezinsstad en niet op

de profilering studentenstad. Ook wordt aangegeven dat personeel opleiden op een campus een eerste stap is, maar dat het ook belangrijk is om studenten vast te houden in Veenendaal na hun opleiding. Dit geldt tevens voor ICT-bedrijven die intern groeien. *“Het is van belang dat grote ICT-bedrijven zich aan Veenendaal binden. Als die namelijk weg gaan blijft er weinig van de concentratie over”* (Ondernemend Veenendaal, 2011c).

5. Conclusie

In dit hoofdstuk zal de centrale onderzoeksvraag worden beantwoord met behulp van de opgestelde hypotheses en de bestaande wetenschappelijke literatuur. Na een korte introductie zullen de belangrijkste conclusies worden uiteengezet en zal de huidige ontwikkeling van het ICT-cluster in Veenendaal worden ingedeeld naar clustertype.

5.1 Introductie

Op basis van de resultaten over de wensen en behoeften van de ICT-sector in Veenendaal zal in deze paragraaf getracht worden antwoord te geven op de centrale onderzoeksvraag:

In hoeverre sluit het huidige vestigingsklimaat van de gemeente Veenendaal aan op de wensen van ICT-bedrijven en welke kwaliteit en typen vestigingsfactoren zijn nodig om de gemeente Veenendaal als ICT-centrum bij te laten dragen aan de groei van de Veense economie en verdere integratie in de regio FoodValley?

5.2 Conclusie

Hoge waardering van het vestigingsklimaat in Veenendaal

ICT-bedrijven waarderen het vestigingsklimaat in Veenendaal relatief hoog. De primaire sterkten van de gemeente zijn ligging, bereikbaarheid, hoogwaardig wonen en persoonlijke contacten. Primaire zwakten van de gemeente Veenendaal zijn de ICT-ondersteunende infrastructuur, de aanwezigheid van klanten en kennisinstellingen. In mindere mate is de beschikbaarheid van personeel ook een zwakte van Veenendaal omdat dit een bedreiging is voor de hele ICT-sector in Nederland. Voor grotere ICT-bedrijven spelen met name harde vestigingsfactoren een belangrijke rol, terwijl ZZP'ers zachte vestigingsfactoren ook erg belangrijk vinden. Ondanks de hoge waardering van ICT-bedrijven voor het vestigingsklimaat in Veenendaal is de ICT-sector relatief gefragmenteerd en hebben veel ICT-bedrijven weinig (lokale) verbondenheid met andere ICT-bedrijven in de gemeente Veenendaal. Daarnaast is er onder ICT-bedrijven in Veenendaal weinig bekend over de *fashion leaders* die de ICT-sector in Veenendaal kent. De potentie van deze *fashion leaders* wordt ook niet benut.

Weinig lokale en regionale relaties tussen ICT-bedrijven

ICT-bedrijven in Veenendaal hebben voornamelijk (netwerk) relaties op nationaal niveau. Dit lijkt erop te wijzen dat samenwerkingsverbanden binnen de ICT-sector maar beperkt ruimtelijk gebonden zijn. Dit komt overeen met de wetenschappelijke literatuur, waarin dit feit wordt verklaard met de constatering dat het overgrote deel van de dienstverlenende ICT-bedrijven in Nederland gestandaardiseerde producten inkoopt bij (en partner is van) enkele nationale en internationale ICT-bedrijven en daarom weinig lokale relaties aanhoudt. ZZP'ers en bedrijven met twee tot er met acht werknemers in Veenendaal hebben meer lokale en regionale contacten dan de grote bedrijven. Lokale en regionale, maar ook nationale netwerken spelen voor de werkzaamheden van ZZP'ers een belangrijke rol. Ondanks het beperkt aantal lokale en regionale contacten van ICT-bedrijven met branchegenoten geeft het overgrote deel van de ICT-bedrijven aan veel behoefte te hebben aan intensievere contacten met andere ICT'ers in de regio (met een focus op Veenendaal). ICT-bedrijven pleiten hiervoor omdat dit de lokale en regionale wederkerigheid kan verstevigen, de kennisdeling kunnen vergroten en een gezamenlijke uitstraling van Veenendaal als ICT-centrum een positief effect op de bedrijven individueel kan hebben.

Ontbreken van een (ICT) kennisinstelling in Veenendaal is een zwakte van Veenendaal

Een andere verklaring voor het relatief lage aandeel aan (lokale en regionale) kennisrelaties is het feit dat de ICT-sector minder is gericht op kennisinstellingen dan veel andere sectoren. Daarnaast is het ontbreken van een (ICT) kennisinstelling in Veenendaal een zwakte voor de verdere ontwikkeling van Veenendaal als ICT-centrum. Toch wordt door een grote groep ICT-bedrijven aangegeven dat er intensievere samenwerking moet worden gezocht met hogescholen, ROC's en universiteiten (WUR) in de omgeving van Veenendaal. Verschillende actoren zouden hier een participerende rol in kunnen hebben zoals ICT Valley, Technocentrum de Vallei en de gemeente Veenendaal.

Weinig bestaande relaties met Food(Valley)

De relatie met Food(Valley) is in de gemeente Veenendaal nog zeer beperkt. Maar weinig ICT-bedrijven onderhouden op dit moment actieve relaties met *food* (gerelateerde) bedrijven in de FoodValley. Hoewel veel ICT-bedrijven de kansen van de FoodValley erkennen, staat een gedeelte van de sector toch nog relatief sceptisch tegenover Food(Valley) zolang de verbinding met ICT niet direct gelegd kan worden.

Glasvezel en een gezamenlijke profilering zijn goed voor (imago) Veenendaal ICT-centrum

ICT-bedrijven in Veenendaal pleiten massaal voor de realisatie van glasvezel, omdat dit essentieel is voor de ontwikkeling van (het imago van) Veenendaal als ICT-centrum. Een groot gedeelte van de bedrijven is ook bereid bij te dragen aan de realisatie van glasvezel. Er moet hierbij ook aandacht zijn voor de mogelijkheden die kleine bedrijven hebben om mee te doen. Daarnaast ervaren ICT-bedrijven uit Veenendaal over het algemeen nog geen grote tekorten aan hoogwaardig personeel, al hebben sommige bedrijven moeite met het aantrekken van personeel. Wel wordt de huidige krapte door het merendeel van de bedrijven erkend en verwachten veel bedrijven ook dat deze krapte in de toekomst verder zal toenemen. ICT-bedrijven besteden ook nog onvoldoende aandacht aan de marketingkant van hun bedrijf naar potentiële werknemers. Dit maakt talent zoeken nog lastiger. Bedrijven zouden daarom veel meer naar buiten moeten treden met interessante projecten om het werk tastbaar te maken. Een gezamenlijk profilering als ICT-centrum en samenwerking met kennisinstellingen kunnen de krapte voor bedrijven uit Veenendaal beperken. De aanwezigheid op (regionale) banen- en carrièrebeurzen en andere evenementen kan ook aan een positief imago bijdragen.

Communicatie tussen ICT-bedrijven en contacten met kennisinstellingen basis voor een ICT-campus

De meningen van ICT-bedrijven uit Veenendaal zijn verdeeld over de definitie of invulling van een ICT-campus. Er worden met name kansen gezien wat betreft de opleidingsmogelijkheden. Al geven diverse bedrijven tevens aan dat gezamenlijk opleiden lastig is doordat de sector in Veenendaal zo divers is. Het imago van Veenendaal als ICT-centrum kan met een ICT-campus mogelijk tastbaarder worden, waardoor het makkelijker wordt om personeel aan te trekken. Het is belangrijk om met alle ICT-bedrijven een gezamenlijke doelstelling voor de campus op te stellen. Daarnaast is draagvlak onder ICT-bedrijven essentieel voor het slagen van de campus (forceren heeft geen effect). De communicatie tussen ICT-bedrijven onderling en de contacten met kennisinstellingen zijn daarom de basis voor de campus. Deze zijn in Veenendaal momenteel nog onvoldoende ontwikkeld.

Concluderend, de gemeente Veenendaal heeft een goede uitgangspositie, maar het vergroten van de lokale verbondenheid van ICT-bedrijven met elkaar (ICT-netwerk) is essentieel voor de uitvoering van alle mogelijke initiatieven die Veenendaal als ICT-centrum kunnen versterken. Dit (regionale) netwerk kan tevens de integratie met de regio FoodValley vergroten. Daarnaast is het noodzakelijk dat ICT-bedrijven worden gestimuleerd om meer contacten met kennisinstellingen te onderhouden. Tenslotte zou het bevorderlijk zijn voor het imago van Veenendaal als ICT-centrum als ICT-bedrijven zich gezamenlijk gaan presenteren.

5.3 Het ICT-cluster in Veenendaal bevindt zich in het startstadium

In paragraaf 2.4.1 is een verdeling gemaakt in typen clusters naar mate van samenwerking en kennisdeling. Na het in beschouwing nemen van alle constatering die gemaakt zijn in voorgaande paragrafen kan worden vastgesteld dat het ICT-cluster in Veenendaal op dit moment de meeste gelijkenis vertoont met het type cluster *Formation*, aangezien de aanwezigheid van enkele (harde) vestigingsfactoren de huidige concentratie grotendeels verklaart. Daarnaast zijn er enkele raakvlakken met het type *Industry*, met name door de beschikbaarheid van hoogwaardig personeel in de gemeente Veenendaal. Hoewel het huidige ICT-cluster zich nog in een eerste stadium van ontwikkeling bevindt heeft het wel de ambitie en mogelijk ook de potentie om het cluster op langere termijn uit te laten groeien tot een *Complex* of *Alliance*. Dit zal mede afhankelijk zijn van de ontwikkeling van het ICT-netwerk en de contacten met kennisinstellingen. In paragraaf 6.1 worden enkele beleidsaanbevelingen gedaan die de mate van samenwerking en kennisdeling van het ICT-cluster in Veenendaal mogelijk kunnen bevorderen.

6. Aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de conclusies uit het voorgaande hoofdstuk vertaald naar de beleidsaanbevelingen in brede zin voor de gemeente Veenendaal, Promotie Veenendaal en andere betrokken actoren. Daarnaast zijn voor deze beleidsaanbevelingen concretere acties voorgesteld en zijn tevens de mogelijkheden voor toekomstig onderzoek opgenomen.

6.1.1 Beleidsaanbevelingen

Neem de lead in het regionale ICT-netwerk middels stimulering en ondersteuning

In hoofdstuk vijf is geconcludeerd dat een verbetering en uitbereiding van het ICT-netwerk (contacten) in de gemeente Veenendaal kan bijdragen aan het verminderen van de fragmentatie, individualisatie en het gebrek aan verbondenheid van de sector. Het reeds bestaande regionale ICT-netwerk in de regio FoodValley, ICT-Valley zou uit kunnen worden gebouwd, om van daaruit een gedeelte van de netwerkinitiatieven uit te voeren. ICT Valley was lange tijd echter weinig tastbaar en onbekend bij een groot aantal (kleine) ICT-bedrijven. De gemeente Veenendaal kan met zijn ICT-profilering een gezicht zijn voor de nieuwe presentatie van ICT Valley in de regio. Het is de aanbeveling dat Veenendaal in dit regionale netwerk in een combinatie van overheid, onderwijs en ondernemers de *lead* neemt, maar tevens de mogelijkheden creëert om de hele regio mee te laten participeren. Promotie Veenendaal heeft al de eerste stappen genomen om deze community weer te activeren en participeert actief in de heropleving. Voor de gemeente Veenendaal ligt waarschijnlijk een activerende (promotionele) en ondersteunende rol. ICT Valley heeft de afgelopen jaren minder actief kunnen bijdragen aan het versterken van de ICT-sector in de regio, doordat enkele leidende figuren vertrokken of minder bijdroegen. Het is daarom belangrijk dat het netwerk gedragen wordt door een groot aantal sterke invloedrijke partijen.

Breng bedrijfsleven en onderwijs dicht bij elkaar

Het is tevens de aanbeveling dat de gemeente Veenendaal actiever gaat bemiddelen tussen het bedrijfsleven en onderwijs om langdurige samenwerkingsverbanden te bewerkstelligen. Het bestaande platform Technocentrum De Vallei in combinatie met ICT Valley en de Branche Regio Combinaties lijkt hier een uitstekend uitgangspunt voor. Verbindingen leggen met kennisinstellingen als de Universiteit Wageningen, ROC A12 en andere kennisinstituten is ook voor een eventuele realisatie van de ICT-campus belangrijk. Indien deze verbindingen niet (kunnen) worden gelegd, draagt de mogelijke realisatie van een campus waarschijnlijk veel minder of niet bij aan de kennisontwikkeling in en het imago van de regio. Daarnaast dient er aandacht te zijn voor het feit dat het opleiden van personeel op een campus één onderdeel is, maar dat het ook belangrijk is om studenten na hun opleiding vast te houden in Veenendaal.

Breng de fashion leaders van Veenendaal in beeld en gebruik ze als ambassadeurs voor de gemeente Veenendaal

Bij het op de kaart zetten van Veenendaal als ICT-centrum (profilering) kunnen *fashion leaders* een belangrijke rol spelen. Op dit moment is er in de gemeente Veenendaal onvoldoende aandacht voor en kennis over deze *fashion leaders* op zowel lokaal, regionaal als nationaal niveau. Het gebrek aan kennis over gerenommeerde bedrijven, zowel binnen als buiten Veenendaal, zorgt voor een lager potentieel imago van de gemeente Veenendaal. Het is de aanbeveling om ervoor te zorgen dat *fashion leaders* meer geassocieerd worden met Veenendaal en dat zelf ook graag willen. Dit hoeven

niet per se grote bedrijven te zijn, maar kunnen ook heel innovatieve of bijzondere bedrijven zijn. Het advies geldt ook voor alle andere sectoren. Door de binding van (grote) bedrijven met Veenendaal te versterken, wordt de kans dat deze bedrijven Veenendaal verlaten tevens beperkt.

Neem het voortouw bij het realiseren van een gemeentebreed glasvezelnetwerk

Uit het onderzoek kwam naar voren dat glasvezel essentieel wordt gevonden voor (het imago van) Veenendaal als ICT-centrum. De aanleg van glasvezel is echter voor met name de kleinere (ICT) bedrijven nog niet altijd haalbaar (kosten wegen niet op tegen de baten). Overheidsbemoeienis kan hier worden gerechtvaardigd vanuit het herverdelings- of gelijkheidsbeginsel. Daarnaast zou de gemeente een maatschappelijke analyse kunnen maken van de kosten en baten van glasvezel. Op basis van deze analyse kan de mate van overheidsbemoeienis worden vastgesteld. De gemeente moet in ieder geval een actieve trekkende PR-rol innemen bij het stimuleren van glasvezel bij zowel haar inwoners als bedrijven(terreinen).

Zorg voor een helder en herkenbaar ICT profiel en draag dit gezamenlijk uit

Om Veenendaal als ICT-centrum meer lokale, regionale en nationale bekendheid te geven is het tevens de aanbeveling om hier bekendheid aan te geven middels deelname aan (carrière) beurzen en andere relevante evenementen. Het aanwezig zijn op deze beurzen kan onder andere het aantrekken van personeel makkelijker maken. Er zijn ook diverse ICT'ers die in Veenendaal wonen, maar buiten Veenendaal werken. Door middel van carrière of regionale banenmarkten kunnen deze worden aangesproken. Daarnaast kan het aanwezig zijn van Veense ICT-bedrijven op landelijke ICT-beurzen de landelijke bekendheid van Veenendaal als ICT-regio vergroten. Het initiatief van deze acties ligt voornamelijk bij de ICT-bedrijven zelf. Het ICT-ondernemersnetwerk kan hier waarschijnlijk ook een belangrijke rol in spelen. Voor wat betreft de acquisitie van bedrijven en het imago van Veenendaal als vestigingsplaats is het echter belangrijk dat de gemeente Veenendaal en Promotie Veenendaal hierbij ook aanwezig zijn.



Maak FoodValley tastbaarder voor ondernemers

Veel bedrijven geven aan nog weinig tot geen kansen te zien in FoodValley. De regio FoodValley is voor veel ondernemers nog weinig tastbaar. Indien de mogelijke kansen tastbaarder worden staan ondernemers mogelijk positiever tegenover de regio. Praktijkvoorbeelden kunnen hier uitkomst bieden. De mogelijkheden van ICT zelf moeten prioriteit krijgen in de informatievoorziening en niet zozeer het bestaan van de (bestuurlijke) regio FoodValley. Er ligt hier een belangrijke informerende rol voor de gemeente Veenendaal. Er moet echter voorzichtig worden omgesprongen met acties die in het kader van dit onderwerp worden ondernomen, om de geloofwaardigheid van de gemeente Veenendaal niet te ondermijnen.

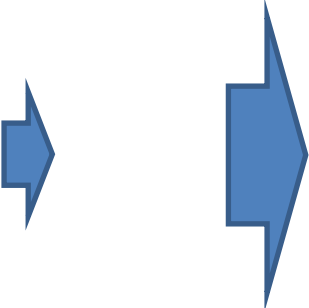
6.1.2 Aanbevelingen voor concrete acties

In deze paragraaf zullen in het kort enkele mogelijke concrete acties worden uiteengezet voor zowel de gemeente Veenendaal, Promotie Veenendaal, ICT-bedrijven, ICT Valley, de Bedrijvenkring Veenendaal (BKV) en andere betrokkenen. Sommige van deze acties vinden reeds plaats.



Tabel 6.1 Aanbevelingen om de relatie met FoodValley te versterken

Huidige situatie	Gewenste situatie	Middel	Wie neemt de lead?	Overige betrokkenen
<p>Relatie met Food(Valley) is beperkt</p> 	<p>Relatie versterken</p> 	<p><i>Generiek FoodValley (regio versterkend)</i> Daag alle bedrijven in de regio FoodValley uit om ICT gerelateerde problemen in te sturen en breng deze bedrijven in contact te met ICT-bedrijven uit de gemeente Veenendaal.</p>	Gemeente Veenendaal	ICT-bedrijven, ICT Valley, BKV
		<p><i>Food specifiek</i> –Daag <i>food</i> (gerelateerde) bedrijven uit de regio uit om ICT-gerelateerde problemen in te sturen en breng deze bedrijven in contact met ICT-bedrijven uit Veenendaal.</p>	Gemeente Veenendaal	ICT Valley, ICT-bedrijven
		<p>Breng ICT-bedrijven in contact met de WUR (en andere instellingen op het gebied van <i>food</i>-onderzoek), om samen over <i>food</i> (gerelateerde) onderwerpen in debat te gaan. Kan middels een congres Food-meets-ICT.</p>	Gemeente Veenendaal	ICT Valley, ICT-bedrijven, WUR en andere kennisinstellingen
		<p>Geef voorlichting over het hoe en waarom van de bestuurlijke regio FoodValley waarbij de focus ligt op de rol van ICT.</p>	Gemeente Veenendaal	Promotie Veenendaal

Tabel 6.2 Aanbevelingen om de (toekomstige) krapte op de arbeidsmarkt in Veenendaal te verkleinen

Huidige situatie	Gewenste situatie	Middel	Wie neemt de lead?	Overige betrokkenen
<p>Krapte ICT werknemers neemt toe</p> <p>Nieuwe werknemers (starters) aantrekken, bestaande werknemers behouden en vertrokken werknemers aantrekken, gat tussen bedrijfsleven en onderwijs verkleinen</p> 		Organiseer een ICT (vak)beurs in Veenendaal (ook gezamenlijke profilering).	ICT-bedrijven	Gemeente Veenendaal, ICT Valley
		Aanwezig zijn op bedrijvendagen van onderwijs en(kennis) instellingen.	ICT-bedrijven	Gemeente Veenendaal, ICT Valley, Kennisinstellingen
		Aanwezig zijn op ICT (gerelateerde) beurzen buiten de gemeente Veenendaal.	ICT-bedrijven	Gemeente Veenendaal, ICT Valley
		Creëer meer stageplaatsen, interne opleiding voor studenten.	ICT-bedrijven	ICT Valley, kennisinstellingen, Technocentrum de Vallei
		Werknemers van ICT-bedrijven werken mee aan uitwisselingen met onderwijsinstellingen (gastcolleges/praktijk cases).	ICT-bedrijven	Gemeente Veenendaal, ICT Valley, Technocentrum de Vallei
		Organiseer een bijzonder ICT-evenement zoals het NK gaming, HBO-ICT Job Event, Start-up event.	ICT-bedrijven	ICT Valley, ICT Valley, Promotie Veenendaal
		Organiseer excursies voor (ICT) studenten naar ICT-bedrijven in Veenendaal.	ICT Valley	ICT-bedrijven, Gemeente Veenendaal, Technocentrum de Vallei
		Creëer een overzicht stages in de gemeente Veenendaal.	ICT Valley	ICT-bedrijven, Kennisinstellingen
		Selecteer en werv ICT-ambassadeurs voor Veenendaal.	Gemeente Veenendaal	Promotie Veenendaal, ICT Valley, BKV
		Onderzoek de mogelijkheden om vertrokken (hoogopgeleiden) mensen uit Veenendaal opnieuw naar Veenendaal te trekken en jonge (starters) voor Veenendaal te behouden.	Promotie Veenendaal	Gemeente Veenendaal
		Zet promotionele middelen op structurele basis in voor de promotie van individuele ICT-bedrijven (ambassadeurs), bijzondere ICT-gerelateerde evenementen (ICT beurs) in de regio en het ICT-netwerk, ICT Valley.	Promotie Veenendaal	Gemeente Veenendaal

Tabel 6.3 Aanbevelingen om de samenwerking en gezamenlijke profilering te verbeteren

Huidige situatie	Gewenste situatie	Middel	Wie neemt de lead?	Overige betrokkenen
<p>ICT-sector in Veenendaal is weinig verbonden, gebrek aan gezamenlijke profilering</p>  	<p>Samenwerking onderling en gezamenlijke profilering verbeteren</p>	Zet communicatiemiddelen (brochure Veenendaal ICT-centrum, gemeentelijke website et cetera.) van de gemeente Veenendaal in om kenbaar te maken dat het ICT-netwerk, ICT Valley zijn basis in de gemeente Veenendaal heeft, maar een regionaal doel nastreeft.	Gemeente Veenendaal	
		Onderzoek de haalbaarheid van een ICT-campus.	Gemeente Veenendaal	Promotie Veenendaal, BKV, ICT Valley, ICT-bedrijven, kennisinstellingen
		Medewerkers van de gemeente Veenendaal zijn aanwezig op ICT (netwerk) bijeenkomsten.	Gemeente Veenendaal	ICT-bedrijven, ICT Valley
		Organiseer Ondernemend Veenendaal Festival 2012	Gemeente Veenendaal	Promotie Veenendaal, BKV
		Besteedt meer lokaal uit, door het beperken bundelen van aanbestedingen.	Gemeente Veenendaal	ICT-bedrijven
		Organiseer ICT-lezingen (op termijn een congres) ook voor werven personeel.	ICT-bedrijven	ICT Valley, Gemeente Veenendaal
		Promoot en draag bij aan de aanleg van glasvezel promoten.	ICT-bedrijven	Gemeente Veenendaal, ICT Valley, Promotie Veenendaal
		Werf meer ICT-bedrijven in BKV achterban en behartig belangen van deze bedrijven.	BKV	
		Verbeter kwalitatief en kwantitatief de activiteiten van ICT Valley.	ICT Valley	ICT-bedrijven, Promotie Veenendaal, BKV, gemeente Veenendaal
		Publiceer ontwikkelingen in het vakgebied op de ICT Valley website.	ICT Valley	ICT-bedrijven
		Zorg voor een duidelijke vertegenwoordiger voor ICT-bedrijven in de gemeente en de regio.	ICT Valley	Gemeente Veenendaal, BKV

ICT Valley is intermediair tussen gemeente en ICT-bedrijven.	ICT Valley	ICT-bedrijven, Gemeente Veenendaal
Verander de naam ICT Valley in ICT in FoodValley.	ICT Valley	
Ondersteun <i>start-ups</i> middels durfkapitaal, een <i>start-up</i> advies en goedkope huisvestiging.	ICT Valley, beurs,	ICT-bedrijven, kennisinstellingen, Technocentrum de Vallei, durfinvesteerders, vastgoedbeheerders

6.2 Onderzoeksaanbevelingen

De resultaten uit dit onderzoek bieden diverse aanknopingspunten voor toekomstig onderzoek. De verschillende acties die kunnen worden ondernomen door betrokken actoren kunnen verder worden uitgediept (zoals de campus, contact met kennisinstellingen). Indien het ondernemersnetwerk voor ICT'ers (ICT Valley) zich verder ontwikkelt is het interessant om over enkele jaren een vervolgstudie te doen naar de invloed die dit netwerk op de daadwerkelijke ontwikkeling van de Veense ICT-sector heeft gehad. Voor het garanderen van de beschikbaarheid van hoogopgeleid ICT-personeel in de regio zou vervolgonderzoek zich kunnen richten op de vraag hoe Veenendaal zich als stad voor studenten en hoogopgeleide starters aantrekkelijker kan maken. Daarnaast is het voor diverse vakgebieden ook interessant om te onderzoeken waarmee mensen die hun *roots* in Veenendaal hebben en vertrokken zijn weer aangetrokken kunnen worden. Tenslotte zou er een onderzoek (evaluatie) kunnen plaatsvinden naar de effectiviteit van de maatregelen die zijn genomen voor de profilering naar het imago van Veenendaal als ICT-centrum in Nederland.

7. Bibliografie

Literatuur

ABN Amro (2009) Financiële trends in de ICT-sector: Focus op rendement en toegevoegde waarde. ABN AMRO Sector Advisory.

ABN Amro (2010) Visie op media en technologie: sectorupdate 2010. ABN AMRO Sector Research.

Adel, M. den, W. Blauw & H. Entzinger (2003) Report on the ICT sector in the Netherlands. Working Group on Migration and Integration Studies, Erasmus University Rotterdam.

Atzema, O.A.L.C., A. Goorts & C. de Groot (2011) The Amsterdam family of clusters: Economisch geografische relaties van elf bedrijvenclusters in de Metropoolregio Amsterdam. Universiteit Utrecht, in opdracht van Bestuursforum Schiphol.

Atzema, O.A.L.C. & F.G. van Oort (2004) On the conceptualization of agglomeration economies: The case of new firm formation in the Dutch ICT sector. *The Annals of Regional Science* 38, pp. 263-290.

Barrios, S., M. Mas, E. Navajas, & J. Quesada (2008) Mapping the ICT in EU Regions: Location, employment, factors of attractiveness and economic impact. Institute for Prospective Technological Studies, Joint Research Centre, European Commission 31.

Bathelt, H, A. Malmberg & P. Maskell (2004) Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography* 28, pp. 31-56.

Berge, M. van den & O. Raspe (2010) De ruimtelijke structuur van de Pieken in de Delta. Planbureau voor de Leefomgeving.

Boer, K.C. & M.B. Brummer (2011) MKB-vriendelijkste gemeente van Nederland 2010/2011: Provincie Utrecht: Gemeente Veenendaal. HanzeConnect in opdracht van MKB Nederland & het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. Groningen, juni 2011.

Boschma, R.A. & A.B.R. Weterings (2005) The effect of regional differences on the performance of software firms in the Netherlands. *Journal of Economic Geography* 5, pp. 567-588.

Boschma, R.A. & A.L.J. ter Wal (2007) Co-evolution of firms, industries and networks in space. *Papers in evolutionary economic geography*. Utrecht University: Urban & regional research centre Utrecht.

Boschma R.A & K. Frenken (2009) Technological relatedness and regional branching. *Papers in Evolutionary Economic Geography* # 09.07. Utrecht University. Urban & Regional research centre Utrecht.

Butter, F Den & M.van der Vlis, De glasvezel: het publiek belang van een technologische transitie *Tijdschrift voor Openbare Financiën*, 37, pp. 78-83.

Caspar, S. & R. Whitley (2004) Managing competences in entrepreneurial technology firms: a comparative institutional analysis of Germany, Sweden and the UK. *Research Policy* 33, pp. 89–106.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2003) Groeigemeenten aantrekkelijk voor startende ICT-bedrijven. [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.cbs.nl/nlNL/menu/themas/bedrijven/publicaties/artikelen/archief/2003/2003-1257-wm.html>>, geciteerd op 20 mei 2011.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2008) ICT-arbeidsmarkt in perspectief. *De Digitale Economie*, Den Haag, 2008.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2009) De digitale economie. Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag/Heerlen, 2009.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2011) ICT, kennis en economie 2011. Den Haag, 2011.

CIO, Ecabo, HBO-I, ICT-Office, Informatica Kamer, Informatiekunde.net & MBO Raad (2011) Samenwerkingsverband ICT-onderwijs en Bedrijfsleven. 11 januari 2011.

Crown Slim Werken (2011) Over Crown Slim Werken. [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://crownslimwerken.nl/over-crown-slim-werken/concept-en-visie-crown-slim-werken.html>>, geciteerd op 20 mei 2011.

Commissie Andriessen (2003) Amsterdam: Slagkracht door glas. Advies van de commissie Andriessen voor de aanleg van glas-naar-de-meterkast. Amsterdam.

Computable (2010) Aantal ICT-bedrijven groeit vooral door ZZP'ers. 13 april 2010. [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.computable.nl/artikel/ict_topics/loopbaan/3317817/1458016/aantal-ictbedrijven-groeit-vooral-door-zzper.html>, geciteerd op 20 mei 2011.

De Zakenmarkt Midden Nederland (2011) Promotie Veenendaal start met 'crowdsourcing' voor ICT klimaat. *De Zakenmarkt Midden Nederland* 5, p. 29.

DHV (2010) Gemeente Veenendaal Economische beleidsvisie 2015: Deel 1 SWOT-Analyse. Eindrapport, juli 2010 definitief.

DTZ (2010) Het aanbod veroudert: De Nederlandse markt voor kantoorruimte.

DTZ (2011) Nederland compleet: factsheets kantoren- en bedrijfsruimtemarkt januari 2011.

Dunnewijk, T. (2009) De locale socio-economische impact van "fiber to the home". Maastricht Economic and social Research and training centre on Innovation and Technology.

European Commission (2010) Europe's Digital Competitiveness Report 2010. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2010.

Foreign Policy (2011) The FD survey: The internet. Foreign Policy September-Oktober 2011, pp. 90-91.

Gemeente Utrecht (2010) Utrecht Werkt: Trendrapportage economie 2010. Bestuursinformatie, gemeente Utrecht.

Gemeente Veenendaal (2010) Eindrapportage Spiltersessie: Programma Economie. 1 december 2010.

Gemeente Veenendaal (2011a) Veenendaal ICT-centrum: Ontwikkeling & profilering, april 2011.

Gemeente Veenendaal (2011b) Programmaplan Economie, 14 januari 2011.

Gemeente Veenendaal (2011c) Visie op de ontwikkeling en profilering van Veenendaal als ICT-centrum van FoodValley. 17 februari 2011.

Gemeente Veenendaal (2011d) Vestigingen en arbeidsplaatsen in ICT per april 2010 in Veenendaal. Gebaseerd op bronnen Provincie Utrecht (PAR) en provincie Gelderland (PWE).

Giuliani, E. (2010) Network Dynamics in Regional Clusters: The Perspective of an Emerging Economy. Papers in Evolutionary Economic Geography # 10.14. Utrecht University. Urban & Regional research centre Utrecht.

Howe, J (2006) The rise of Crowdsourcing. Wired Magazine 14 [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>, geciteerd op 20 mei 2011.

Hulsing, W., D. Manual & E. Stam (2004) Ondernemen in netwerken: Nieuwe en groeiende bedrijven in de informatiesamenleving. Assen: Koninklijke van Gorcum.

ICT-Kring Delft (2011) De kring [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <http://www.ictkring-delft.nl/activiteiten-23.html>>, geciteerd op 26 mei 2011.

ICT-Office (2009) Visie op de ICT-arbeidsmarkt: position paper over de ontwikkelingen op de ICT-arbeidsmarkt. 1 november 2009.

ICT-Office (2010) ICT Manifest 2010-2014: nationale agenda voor de groei van Nederland.

ICT-Office (2011) ICT Marktmonitor 2011. Woerden, april 2011.

Intelligence Group (2011) Toekomstvisie ICT arbeidsmarkt metropool Amsterdam: Amsterdam ICT cluster. Rotterdam, januari 2011.

IPN (2009) Masterplan ICT: ICT, fundament voor welvaart en welzijn in Nederland. ICT-onderzoek Platform Nederland (IPN), In opdracht van: Gebiedsbestuur NWO Exacte Wetenschappen.

Jacobs, E., Kuijper, J. & E. Wierstra (2000) Het is tijd voor Twente: kansrijke mogelijkheden voor de Twentse ICT-sector. In: Bouwman, H. & W. Hulsing. Silicon Valley in de polder: ICT-clusters in de Lage Landen. Utrecht: Lemma.

Kamer van Koophandel (2011) Handelsregister: adressen. [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.kvk.nl/handelsregister>>, geciteerd op 2 april 2011.

Mantel, R. (2011) Samen naar volle bedrijventerreinen. Bachelorthesis 9 juni 2011. Gemeente Veenendaal.

Marlet, G. (2009) De aantrekkelijke stad: moderne locatietheorieën en de aantrekkingskracht van Nederlandse steden. VOC Uitgevers: Nijmegen.

Ministerie van Economische Zaken (2004) Pieken in de delta; gebiedsgerichte economische perspectieven. Den Haag, juli 2004.

Ministerie van Economische Zaken (2010) Pieken in Oost-Nederland: Werk maken van kennis 2006 2007 2008 2009 2010. Programmacommissie Oost-Nederland.

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (2011a) Overeenstemming over terugtrekken Rijk uit regionaal economisch beleid. 14 februari 2011. [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2011/02/14/bleker-en-regio-s-bereiken-overeenstemming-over-terugtrekken-rijk-uit-regionaal-economisch-beleid.html>> geciteerd op 8 juli 2011.

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (2011b) Naar de top: de hoofdlijnen van het nieuwe bedrijfslevenbeleid. Kamerstuk 4 februari 2011. Den Haag.

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (2011c) Octrooitoppers: Topgebieden vanuit octrooiperspectief. Agentschap NL Versie 1.1, Datum 1 juli 2011.

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (2011d) Kamerbrief Naar de top: Het bedrijfslevenbeleid in actie(s). Bijlage Naar de top: Het bedrijfslevenbeleid in actie(s). Kamerstuk 13 september 2011. Den Haag.

Ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie (2011d) Kamerbrief Naar de top: Het bedrijfslevenbeleid in actie(s). Bijlage 3: Bijdragen decentrale overheden aan de topsectoren. Kamerstuk 13 september 2011. Den Haag.

Oort, van F., & A. Weterings (2004) "Ruimtelijke ontwikkeling van de Nederlandse ICT-servicesector" in: Hulsink, W. D. Manuel & E. Stam (red.), Ondernemen in netwerken: Nieuwe en groeiende bedrijven in de informatiesamenleving, pp. 69-90. Assen: Koninklijke van Gorcum.

Oort, van F., Raspe, O. & Daniëlle Snellen (2003) De ruimtelijke effecten van ICT. Rotterdam Ruimtelijk Planbureau, Den Haag. November 2003.

Oort, van F. & R. Ponds (2006) Kennishubs in Nederland. Ruimtelijke patronen van onderzoekssamenwerking. Ruimtelijk Planbureau, Den Haag.

Ottens, H. (2007) ICT, bedrijvigheid en ruimte: MES-onderzoek bezien en geplaatst. Bijdrage conferentie MES.

Plomp, M., R. te Velde & J. Veldkamp (2010) De softwaresector in Nederland: Survey 2010. Dialogic in opdracht van ICT Office.

Ponds, R. & A. Weterings (2007) Kennisnetwerken en innovatie. Bureau voor de Leefomgeving. Rotterdam: Drukkerij De Maasstad.

Porter, M.E. (1998) Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review november-december 1988, pp. 77-90.

Rabobank (2011) Presentatie: Ontwikkelingen in de IT-sector. Industry Knowledge Team. May 2011.

Regio FoodValley (2011) Topregio voor een topsector! [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.regiofoodvalley.nl/nl/regio-foodvalley/nieuws/14-topregio-voor-een-topsector.html>>, geciteerd op 6 april 2011.

Science Park Amsterdam (2011) Over Science Park Amsterdam. [online] Beschikbaar op het World Wide Web: <<http://www.scienceparkamsterdam.nl/over-science-park/over-ons>>, geciteerd op 8 juli 2011.

Stratix (2010) FTTH in The Netherlands 2010 Q1. Hilversum.

Stichting Food Valley (2007) Tijd voor de toekomst: perspectief 2007-2011. Wageningen.

Stichting Vastgoedmonitor Food Valley regio (2011) Profiel van de vastgoed sector 2011.

SoCiuS (2006) E-vormingswerk E-leren in het sociaal-cultureel volwassenwerk . Brussel, april 2006.

Tameling, R. (2010) Strategisch Marketingplan concept 3, stichting Promotie Veenendaal, 23 december 2010.

UWV (2011) Brancheschets ICT. Afdeling Arbeidsmarktinformatie.

Vincente, J. & R. Suire (2004) Observational vs. Interactive learning in locational choice: Evidence on: "ICT-clusters" formation and stability. Groupement de Recherches Economiques et Sociales, Université Montesquieu-Bordeaux 4 & LEREPS Université des Sciences Sociales Toulouse 1.

Wal, ter A.L.J. (2008) Kennisnetwerken en ruimtelijke clustering. Rooilijn 41, pp. 386-393.

Weterings, A.B.R. (2006) Do firms benefit from spatial proximity? Testing the relation between spatial proximity and the performance of small software firms in the Netherlands. Ph.D thesis for the award of the degree of Doctor at Utrecht University, The Netherlands, 9 January 2006.

Wittenberg, W. & F. Hess (2009) De Innovatiefabriek in Zoetermeer. Wat zijn de wensen en behoeften van ICT-ondernemers met betrekking tot het nieuwe bedrijvent centrum? QuintResults Onderzoek en Advies.

Interviews & gesprekken

Gerdsen, H. (2011) Gesprek over ICT-sector en ICT-campus. Manager Human Resources, Info Support. 22 april 2011.

Geurtsen, D. (2011) Verschillende gesprekken over ICT-sector. Directeur One4Marketing.

Heuvelman, G. (2011) Interview ICT-sector en vastgoed Veenendaal. Directeur Stichts Beheer. 24 maart 2011.

ICT Valley (2011) Gesprek over toekomst ICT Valley met initiatiefnemers Willem Massier (Covide) en Atse Nederveen (directeur Technocentrum De Vallei).

Lesmeister, M. (2011) Interview ICT-sector Veenendaal. Algemeen Directeur Kender Thijssen. 20 april 2011.

Roemen, N. (2011) Interview diverse ICT gerelateerde onderwerpen. Onder andere oprichter Waarmakerij en Durftevragen. 14 april 2011.

Paauw, H. de (2011) Interview ICT-sector. Technisch directeur Technica. 18 april 2011.

Schellekens, D. (2011) Gesprek over ICT-sector. Journalist Gelderlander en boardmember Linku. 23 maart 2011.

Slinger Janssen, R. (2011) Telefonisch interview over onderzoeken naar de ICT-sector. Assistent professor, Faculteit Informatica en computerwetenschappen, Universiteit Utrecht. 6 april 2011.

Spanninga, H. (2011) Telefonisch interview food en de ICT-sector. Directeur Food Results. 13 mei 2011.

Zeller, E. (2011) Gesprek over wensen en tevredenheid Belcompany in Veenendaal. Manager Operations. 4 maart 2011.

Ondernemend Veenendaal Festival & overig

Enquête (2011) Resultaten uit de enquête uitgezet voor dit onderzoek.

ICT-debat (2011) Discussie over ICT gerelateerde trends & ontwikkelingen. Den Haag, ten gelegenheid van de Week van de ICT. 11 april 2011.

ICT-diner 2 (2011) Input uit het tweede ICT-diner met ongeveer 25 ICT-ondernemers. 3 oktober 2011. Locatie hoofdkantoor Info Support.

Ondernemend Veenendaal Festival (2011a) Input uit ICT-diner met ongeveer 25 ICT-ondernemers. 26 mei 2011. Locatie gemeentehuis Veenendaal.

Ondernemend Veenendaal Festival (2011b) ICT workshop wensen en behoeften van de ICT-sector in Veenendaal ronde 1, workshopleider Wout van der Gun. 26 mei 2011.

Ondernemend Veenendaal Festival (2011c) ICT workshop wensen en behoeften van de ICT-sector in Veenendaal ronde 2, workshopleider Wout van der Gun. 26 mei 2011.

8. Bijlagen

Bijlage 1 Begrippenlijst

Bounded rationality = het idee dat bij de besluitvorming, de rationaliteit van het individu wordt beperkt door de informatie die zij hebben, de cognitieve beperkingen van hun geest (kennisbasis), en de eindige hoeveelheid tijd die ze hebben om beslissingen te nemen.

Cluster = volgens Porter (1998, p. 78) zijn clusters : *“geographic concentrations of interconnected companies and institutions in a particular field. Clusters encompass an array of linked industries and other entities important to competition”*.

Nearshoring = taken worden naar nabijgelegen lagelonenlanden verplaatst.

Offshoring = taken worden naar verre lagelonenlanden verplaatst.

Outsourcing = uitbesteden van één of meerdere bedrijfsactiviteiten aan een dienstverlenende onderneming of toeleverancier.

Regio De Vallei = intergemeentelijke netwerk met de gemeenten Wageningen, Ede, Barneveld, Scherpenzeel en Nijkerk. Per 2011 voortgezet in de regio FoodValley met in totaal acht gemeenten.

Shift-share analyse (klassieke) = is een methode die de oorzaak van veranderingen in de werkgelegenheid opbreekt in drie onderdelen, namelijk de groei of krimp van de werkgelegenheid als gevolg van nationale conjuncturele ontwikkelingen (share), sectoraal gedrag op nationaal niveau (Industrial mix) en sectoraal gedrag op regionaal niveau (regional shift). Zie voor meer uitleg Barrios et al. (2008, p. 103).

Spiltersessie Programma Economie = een inventarisatie over onder andere de doelstellingen van het programma Economie van de gemeente Veenendaal onder ondernemers en inwoners van de gemeente Veenendaal. Ook inventarisatie van de huidige situatie.

Tacit Knowledge = kennis die moeilijk overdraagbaar is via schriftelijk contact of mondeling contact op afstand. Intensief persoonlijk contact en vertrouwen is nodig om deze kennis over te dragen.

Technocentrum de Vallei: een actor die zich in de regio FoodValley momenteel al bezig houdt met het versterken van de band tussen onderwijs en bedrijfsleven is Technocentrum de Vallei. *“Technocentrum de Vallei is een organisatie met een makel- & schakelfunctie en is de regionale intermediair op de onderwijs-arbeidsmarkt, die netwerken aanlegt en onderhoudt en maatschappelijke opdrachten realiseert”* (Technocentrum de Vallei, 2011).

Triangle = begrip uit de notitie ‘Pieken in de Delta’ waarin zes economische kerngebieden in Nederland werden aangewezen. De Triangle is het economisch kerngebied Oost Nederland en staat

voor de versterking van de kennisontwikkeling en kennistoepassing van drie sterke kennisgebieden, Food (Wageningen), Health (Nijmegen) en Technology (Enschede).

Triple helix = benaming voor intensieve samenwerking tussen kennisinstellingen (onderwijs), bedrijfsleven en overheden. Wordt ook wel gouden driehoek genoemd.

Topsectoren = De regering Rutte heeft in zijn nieuwe bedrijfslevenbeleid negen topsectoren aangewezen. Nederland heeft in de sectoren agrofood, tuinbouw, water, hightech, life sciences, chemie, energie, logistiek en creatieve industrie van oudsher een sterke positie. Deze negen topsectoren krijgen vanuit de Rijksoverheid extra aandacht om onder andere een goede samenwerking tussen bedrijven, kennisinstellingen en overheid te bewerkstelligen. Ook hoofdkantoren en de rol van ICT als innovatie-as worden extra onder de aandacht gebracht.

Vestigingsfactoren voor ICT-bedrijven = Vestigingsfactoren zijn alle redenen die uiteindelijk tezamen bepalen waar een bedrijf zich vestigt. Daarbij wordt een onderscheid gemaakt tussen algemene vestigingsfactoren die in heel Nederland hetzelfde zijn en specifieke vestigingsfactoren, die kunnen verschillen tussen regio's. De vestigingsfactoren kunnen tevens worden onderverdeeld in harde en zachte factoren. Harde factoren zijn bijvoorbeeld bereikbaarheid, kwaliteit ondersteunende infrastructuur en kosten van vastgoed. Zachte factoren zijn bijvoorbeeld factoren die de kwaliteit van de leefomgeving bepalen, de sfeer en cultuur van de stad, persoonlijke contacten, netwerken en andere karakteristieken van een gemeente.

Wederkerigheid = De neiging van personen of bedrijven om iets (te gunnen) terug te doen als de andere personen of bedrijven iets (gegund) hebben gedaan.

WERV = intergemeentelijke netwerk met de gemeenten Wageningen, Ede, Veenendaal en Rhenen. Per 1 februari 2011 voortgezet in de regio FoodValley met in totaal acht gemeenten.

Bijlage 2 Tabellen

Lijst van afkortingen:

Belang = bl

Kwaliteit (waardering) = kw

Bbv	= Bereikbaarheid Veenendaal
Lv	= Ligging Veenendaal
Bgp	= Beschikbaarheid gekwalificeerd personeel
Bhv	= Beschikbaarheid hoogwaardig vastgoed
Fv	= Flexibiliteit vastgoed (huurcontracten)
loi	= ICT-ondersteunende infrastructuur
Ak	= Aanwezigheid klanten
Al	= Aanwezigheid leveranciers
Aki	= Aanwezigheid van (kennis)instellingen
Pc	= Persoonlijke contacten
Acict	= Aanwezigheid van een concentratie ICT-bedrijven
Ivd	= Imago Veenendaal als ICT gemeente
Sgvd	= Subsidies van de gemeente Veenendaal
Agvd	= Advies van de gemeente Veenendaal
Kw	= Kwaliteit van wonen
Mr	= Mogelijkheden tot recreatie
Cav	= Culturele activiteiten in Veenendaal
Tk	= Toegang tot kapitaal
Bubvd	= Binding van uw bedrijf met Veenendaal (historisch emotioneel)

Tabel 8.1 Gemiddelde belang dat ICT-bedrijven uit Veenendaal hechten aan vestigingsfactoren (waarbij 1 is weinig belang en 5 is veel belang).

	Aantal (N)		Gemiddelde
	Valide	Missing V	
bbvbl	43	2	4,12
lvbl	43	2	4,12
bgpbl	43	2	3,30
bhvbl	42	3	2,92
fvbl	40	5	2,88
ioibl	42	3	3,93
akbl	43	2	3,33
albl	43	2	2,74
akibl	43	2	2,98
pcbbl	43	2	3,33
acictbl	42	3	2,83
ivdbl	43	2	2,88
sgvbl	42	3	2,77
agvbl	42	3	2,50
kwbl	42	3	3,36
mrbl	42	3	3,00
cavbl	42	3	2,52
tkbl	42	3	2,69
bubvbl	42	3	2,43

Bron: Enquête, 2011

Tabel 8.2 Gemiddelde kwaliteit (waardering) van vestigingsfactoren in Veenendaal (waarbij 1 is heel lage waardering en 5 heel hoge waardering).

	Aantal (N)		Gemiddelde
	Valide	Missing V	
bbvkw	43	2	3,95
lvkw	43	2	4,14
bgpkw	43	2	2,99
bhvkw	40	5	3,23
fvkw	40	5	3,15
ioikw	41	4	2,98
akkw	43	2	2,93
alkw	43	2	2,74
akikw	43	2	2,67
pckw	42	3	3,21
acictkw	42	3	3,14
ivdkw	43	2	2,71
sgvkw	42	3	2,30
agvkw	42	3	2,57
kwkw	42	3	3,67
mrkw	43	2	2,95
cavkw	42	3	2,79
tkkw	43	2	2,61
bubvkw	42	3	2,45

Bron: Enquête, 2011

Tabel 8.3 Belang en waardering van de bereikbaarheid van Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	4,0	3,4
2-8 werknemers	4,0	4,0
9-25 werknemers	4,0	4,1
26 en meer werknemers	4,4	4,1

Bron: Enquête, 2011 N=43

Tabel 8.4 Belang en waardering van de ligging van Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	4,1	4,2
2-8 werknemers	4,2	4,3
9-25 werknemers	4,2	4,1
26 en meer werknemers	4,0	4,1

Bron: Enquête, 2011 N=43

Tabel 8.5 Belang en waardering van de beschikbaarheid van hoogwaardig vastgoed in Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,0	2,9
2-8 werknemers	3,7	3,1
9-25 werknemers	2,9	3,2
26 en meer werknemers	3,3	3,4

Bron: Enquête, 2011 N=42 N=40

Tabel 8.6 Belang en waardering van de flexibiliteit van vastgoed (huurcontracten) van ICT-bedrijven uit Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,3	3,3
2-8 werknemers	3,7	3,1
9-25 werknemers	2,9	3,3
26 en meer werknemers	2,8	2,9

Bron: Enquête, 2011 N=40

Tabel 8.7 Belang en waardering van de aanwezigheid van leveranciers van ICT-bedrijven uit Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,6	3,3
2-8 werknemers	2,9	2,3
9-25 werknemers	2,6	1,8
26 en meer werknemers	3,0	2,7

Bron: Enquête, 2011 N=43

Tabel 8.8 Belang en waardering van mogelijkheden tot recreatie van ICT-bedrijven uit Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	3,3	3,1
2-8 werknemers	3,4	3,1
9-25 werknemers	2,4	2,7
26 en meer werknemers	2,9	2,9

Bron: Enquête, 2011

N=42

N=43

Tabel 8.9 Belang en waardering van de binding met Veenendaal van ICT-bedrijven uit Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,5	2,6
2-8 werknemers	2,9	1,9
9-25 werknemers	1,9	2,3
26 en meer werknemers	2,0	2,4

Bron: Enquête, 2011

N=42

Tabel 8.10 Belang en waardering van persoonlijke contacten naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	3,3	3,7
2-8 werknemers	4,0	3,4
9-25 werknemers	2,4	2,7
26 en meer werknemers	3,0	3,2

Bron: Enquête, 2011

N=43

N=42

Tabel 8.11 Belang en waardering van de aanwezigheid van een concentratie van ICT-bedrijven naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,8	3,2
2-8 werknemers	3,0	3,3
9-25 werknemers	2,2	2,9
26 en meer werknemers	3,3	3,2

Bron: Enquête, 2011

N=42

Tabel 8.12 Belang en waardering Imago Veenendaal als ICT gemeente

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,8	3,0
2-8 werknemers	3,3	2,6
9-25 werknemers	2,4	2,3
26 en meer werknemers	3,5	3,0

Bron: Enquête, 2011

N=43

Tabel 8.13 Belang en waardering subsidies van de gemeente Veenendaal

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,8	2,4
2-8 werknemers	3,6	2,4
9-25 werknemers	2,3	2,0
26 en meer werknemers	3,0	2,4

Bron: Enquête, 2011 N=42

Tabel 8.14 Aandeel ICT-bedrijven uit Veenendaal dat een netwerkrelatie met een ander ICT-bedrijf heeft naar bedrijfsgrootte en per ruimtelijk niveau

Aantal werknemers	Nationaal	Veenendaal	FoodValley (regio)	Internationaal	Nee, interesse	Nee
1 werknemer(ZZP)	50%	42%	17%	9%	18%	8%
2-8 werknemers	80%	30%	30%	20%	20%	0%
9-25 werknemers	62%	9%	9%	18%	9%	18%
26 en meer werknemers	55%	18%	9%	36%	18%	9%

Bron: Enquête, 2011

Tabel 8.15 Samenwerking en kennisdeling van ICT-bedrijven uit Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Samenwerking projecten	Kennisdeling	Nee
1 werknemer(ZZP)	11%	33%	67%
2-8 werknemers	56%	33%	22%
9-25 werknemers	60%	20%	30%
26 en meer werknemers	55%	66%	0%

Bron: Enquête, 2011 N=43

Tabel 8.16 Banden met onderwijs/kennisinstellingen van ICT-bedrijven uit Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Langdurig HBO/universiteit	Langdurig MBO	Incidenteel/projectbasis (stage)	Nee, interesse	Nee
1 werknemer(ZZP)	0%	0%	17%	42%	42%
2-8 werknemers	0%	0%	27%	64%	9%
9-25 werknemers	18%	0%	9%	36%	36%
26 en meer werknemers	36%	9%	46%	0%	9%

Bron: Enquête, 2011 N=45

Tabel 8.17 Het gebruik van offshoring en outsourcing onder ICT-bedrijven in Veenendaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Veelvuldig gebruik van offshoring	Veelvuldig gebruik van outsourcing	Incidentele basis	Nee, interesse (mogelijkheden aan het onderzoeken)	Nee
1 werknemer(ZZP)	0%	0%	17%	8%	75%
2-8 werknemers	18%	0%	9%	0%	73%
9-25 werknemers	0%	0%	36%	18%	45%
26 en meer werknemers	9%	9%	55%	9%	26%

Bron: Enquête, 2011 N=45

Tabel 8.18 Relaties van ICT-bedrijven uit Veenendaal met food (gerelateerde) bedrijven naar bedrijfsgrootte en per ruimtelijk niveau

Aantal werknemers	Veenendaal	FoodValley (regio)	Nationaal	Internationaal	Nee, interesse	Nee
1 werknemer(ZZP)	0%	8%	0%	0%	42%	42%
2-8 werknemers	9%	10%	0%	0%	60%	30%
9-25 werknemers	0%	18%	9%	9%	18%	64%
26 en meer werknemers	18%	36%	9%	18%	18%	36%

Bron: Enquête, 2011 N=45

Tabel 8.19 Is glasvezel essentieel voor Veenendaal als ICT-centrum?

Aantal werknemers	Ja, glasvezel reeds aanwezig	Ja, niet aanwezig bijdragen aan realisatie	Ja, niet aanwezig niet bijdragen aan realisatie	Nee
1 werknemer(ZZP)	8%	50%	25%	17%
2-8 werknemers	27%	45%	18%	9%
9-25 werknemers	10%	20%	40%	30%
26 en meer werknemers	73%	9%	18%	0%

Bron: Enquête, 2011 N=44

Tabel 8.20 Belang en waardering toegang tot kapitaal naar bedrijfsgrootte

Aantal werknemers	Gemiddelde score belang	Gemiddelde score kwaliteit (waardering)
1 werknemer(ZZP)	2,8	2,8
2-8 werknemers	3,2	2,7
9-25 werknemers	2,1	2,0
26 en meer werknemers	2,8	2,9

Bron: Enquête, 2011 N=42 N=43

Bijlage 3 Aankondiging en enquête

Aankondiging

Veenendaal: ICT stad!

U wilt ondernemen. Wij ondersteunen u daar graag bij. Maar dan moeten we u wel beter leren kennen. Tijd voor een status update!

De gemeente Veenendaal en Promotie Veenendaal willen de huidige sterke positie van Veenendaal als ICT centrum verstevigen. Door middel van een *Crowdsourcing* project willen wij graag meer inzicht krijgen in uw wensen, ideeën en uw tevredenheid over Veenendaal als ICT stad. Het *Crowdsourcing* project bestaat uit verschillende onderdelen. Binnenkort ontvangt u het eerste onderdeel, een enquête van Promotie Veenendaal. Omdat wij streven naar de optimale communicatie, willen wij graag weten wie wij hiervoor, binnen de directie van uw bedrijf, mogen benaderen en op welk e-mailadres.

Wilt u dit doorgeven via wout.van.der.gun@veenendaal.nl of telefoonnummer (0318) 538 566?

Wij vragen u vriendelijk om de enquête in te vullen. Iedereen die wil meedenken is ook van harte welkom op onderdeel twee van het *crowdsourcing* project, de workshop.

Bij voorbaat dank,

Wout van der Gun
Stagiair, Promotie Veenendaal



Roeland Tameling
Manager Promotie Veenendaal

Doe mee aan het *Crowdsourcing* project voor de ICT-sector in Veenendaal

Waarom meedoen?

Zodat de gemeente Veenendaal u beter kan ondersteunen. En om de kansen voor toekomstige economische groei van zowel uw bedrijf, als van de gemeente Veenendaal te vergroten.

Hoe kunt u meedoen?

Zie de ommezijde van deze kaart. Of gebruik onderstaande QR-code om uw contactgegevens direct door te geven!



promotie  veenendaal

TNT Post
Port betaald

Enquête

Enquête wensen en tevredenheid ICT-sector in Veenendaal

1. Gegevens ondernemer/medewerker

Bedrijfsnaam:

Naam:

E-mail:

Telefoon:

2. Hoeveel werknemers telt uw bedrijf? (indien u meerdere vestigingen heeft, alstublieft alleen het aantal werknemers werkzaam in Veenendaal)

werknemers

3. Sinds wanneer bent u in de gemeente Veenendaal gevestigd?

jaartal

4. Is uw bedrijf altijd in de gemeente Veenendaal gevestigd geweest?

- Ja
 Nee

Indien ja, ga door naar vraag 6, indien nee ga door naar vraag 5

5. Waar was uw bedrijf voorheen gevestigd en wat was de reden om daar te vertrekken?

6. Overweegt u in het komende jaar te verhuizen naar een andere locatie? Zo ja waarom en naar welke andere locatie?

- Ja, naar omdat
- Nee

7. Kunt u met enkele steekwoorden aangeven wat de kernactiviteiten (specialisaties) van uw bedrijf zijn?

8. Kunt u met enkele steekwoorden aangeven hoe u de ICT-sector in Veenendaal zou beschrijven? (soorten ICT-bedrijven en diensten)

9. Welk rapportcijfer geeft u Veenendaal als vestigingsplaats? (op een schaal van 1 tot er met 10)

10. Kunt u aangeven op een schaal van 1 tot 5 (waarbij 1 = niet belangrijk of lage kwaliteit en 5 = heel belangrijk of hoge kwaliteit) hoe belangrijk u onderstaande vestigingsfactoren vindt en wat de kwaliteit van deze vestigingsfactoren in Veenendaal is?

Belang van de vestigingsfactor voor u		De kwaliteit van de vestigingsfactor in Veenendaal volgens u
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Bereikbaarheid Veenendaal	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Ligging Veenendaal	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Beschikbaarheid gekwalificeerd personeel	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Beschikbaarheid hoogwaardig vastgoed	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Flexibiliteit vastgoed (huurcontracten)	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	ICT ondersteunende infrastructuur	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Aanwezigheid klanten	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Aanwezigheid leveranciers	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Aanwezigheid van (kennis) instellingen	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Persoonlijke contacten	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Aanwezigheid van een concentratie van ICT bedrijven	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Imago Veenendaal als ICT gemeente	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5
<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5	Subsidies van de gemeente Veenendaal	<input type="radio"/> 1 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 5

Advies van de gemeente Veenendaal
 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5

Kwaliteit van wonen
 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5

Mogelijkheden tot recreatie
 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5

Culturele activiteiten in Veenendaal
 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5

Toegang tot kapitaal
 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5

Binding van uw bedrijf met Veenendaal (historisch/emotionele band)
 1 2 3 4 5 1 2 3 4 5

11. Zijn er vestingsfactoren voor uw bedrijf relevant die niet in bovenstaande opsomming staan?

- Ja, namelijk
- Nee

12. Heeft uw bedrijf relaties (klanten, leveranciers of kennisuitwisseling) met food gerelateerde bedrijven? En zo ja wat is het aandeel van deze relaties in uw omzet? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Ja, met food bedrijven in Veenendaal
- Ja, met bedrijven in de regio FoodValley (regionaal)
- Ja, op nationaal niveau
- Ja, op internationaal niveau
- Nee, maar wel interesse in de mogelijkheden die FoodValley biedt
- Nee, geen interesse

% van de omzet

13. Heeft uw bedrijf actieve netwerkrelaties met andere ICT-bedrijven? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Ja, met ICT bedrijven in de gemeente Veenendaal
- Ja, met ICT bedrijven in de regio FoodValley (regionaal)
- Ja, op nationaal niveau
- Ja, op internationaal niveau
- Nee, maar wel interesse in deze relaties
- Nee, geen interesse

Indien ja ga naar vraag 14, indien nee vraag 15.

14. Werkt uw bedrijf samen met branchegenoten en deelt u kennis met uw netwerkrelaties? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Ja, we werken samen aan projecten
- Ja, we delen kennis over ontwikkelingen in ons vakgebied
- Nee

15. Is glasvezel volgens uw bedrijf essentieel voor de ontwikkeling van de ICT-sector in Veenendaal?

- Ja, er is al glasvezel bij ons bedrijf aanwezig
- Ja, ons bedrijf wil bijdragen aan de realisatie hiervan
- Ja, maar we zouden er niet actief aan willen bijdragen
- Nee, ook zonder glasvezel kan de ICT-sector in Veenendaal zich verder ontwikkelen

16. Heeft uw bedrijf banden met ICT onderwijsinstellingen/opleidingen?

- Ja, langdurig(e) samenwerkingsverband(en) met een HBO of universitaire opleiding of instelling
- Ja, langdurig(e) samenwerkingsverband(en) met een MBO opleiding of instelling
- Ja, incidenteel op projectbasis (stage/project)
- Nee, maar ons bedrijf heeft wel interesse daarin
- Nee, en ook geen interesse daarin

17. Maakt uw bedrijf gebruik van outsourcing/offshoring? (meerdere antwoorden mogelijk)

- Ja, ons bedrijf maakt zoveel mogelijk gebruik van offshoring
- Ja, ons bedrijf maakt zoveel mogelijk gebruik van outsourcing
- Ja, op incidentele basis
- Nee, maar zijn de mogelijkheden aan het onderzoeken
- Nee, en ook geen interesse

Indien u ZZP'er bent kunt u doorgaan naar vraag 19

18. Heeft uw bedrijf alleen ICT'ers met een relevante opleiding en achtergrond in dienst?

- Ja, ons bedrijf neemt alleen ICT'ers aan met een ICT achtergrond en opleiding
- Nee, ons bedrijf neemt ook mensen voor ICT functies aan zonder ICT opleiding, maar met een ICT gerelateerde achtergrond
- Nee, ons personeel heeft een zeer diverse achtergrond

19. Wat voor initiatieven zou u zelf voorstellen om de Veense positie als ICT-centrum te versterken?

20. Hoe denkt u aan deze initiatieven bij te kunnen dragen?

21. Heeft u verder iets gemist in deze enquête?

Versturen per email

Bijlage 4 Media

Promotie Veenendaal start met ‘crowdsourcing’ voor **ICT** klimaat

Promotie Veenendaal wil door ‘crowdsourcing’ goede ideeën verzamelen om invulling te geven van Veenendaal als ICT centrum van Food Valley. Iedereen mag meedenken over vragen als ‘Wat zijn belangrijke vestigingsfactoren voor ICT bedrijven?’. Daarnaast wordt onderzocht hoe tevreden ICT-ondernemers zijn. Voor dit project zet de citymarketingorganisatie allerlei internetmiddelen in, van Twitter en de mailbox crowd@promotiveveenendaal.nl tot QR codes en LinkedIn.

Crowdsourcing

Crowdsourcing is het bundelen van kennis van bereidwillige experts die voor niets een probleem willen oplossen en het antwoord gratis willen delen met anderen. Bekende voorbeelden hiervan zijn de gratis internetencyclopedie Wikipedia, maar bijvoorbeeld ook het Eurovisiesongfestival. Onderzoeker Wout van der Gun van de Universiteit Utrecht werkt in opdracht van Promotie Veenendaal en hoopt dat Veenendalers mee willen doen: “al is het maar door een mailtje met je idee te sturen naar crowd@promotiveveenendaal.nl. Twee weten meer dan één, maar duizend weten er nog veel meer dan die twee!”

Sociale media

Omdat het over ICT gaat, maakt de citymarketing organisatie volop gebruik van allerlei internettoepassingen en ‘social media’. Via het account [@promoveenendaal](https://twitter.com/promoveenendaal) deelt Van der Gun zijn ervaringen en wisselt van gedachten met de ‘volgers’ van Promotie Veenendaal op Twitter. Daarnaast worden discussies gestart op bestaande LinkedIn groepen, zoals die van 0318samen en de Bedrijvenkring Veenendaal. En dankzij QR-codes (een soort barcode, die door de meeste mobiele telefoons inmiddels kan worden gescand) wordt het project extra interactief. Citymarketeer Roeland Tameling: “met een druk op de knop ga je direct naar een website, stuur je een e-mailbericht of smsje naar ons. Wel zo makkelijk, vooral voor drukke ICT-ondernemers.”



Ondernemersklimaat

Promotie Veenendaal is vooral nieuwsgierig naar de wensen en behoeften van ICT ondernemers die gevestigd zijn in Veenendaal. Tameling: “een marketingorganisatie en dus ook een stad moet natuurlijk wel haar klanten kennen. Waarmee kunnen we ze helpen en waar zitten ze helemaal niet op te wachten?”. De uitkomsten leveren concrete acties op om de ‘harde’ en ‘zachte’ vestigingsfactoren voor het bedrijfsleven te verbeteren. Daarom werkt Promotie Veenendaal bij



dit project nauw samen met de Gemeente Veenendaal, Bedrijvenkring Veenendaal en de Kamer van Koophandel.

ICT centrum

Ontwikkeling en profilering van de ICT-sector vormt een belangrijke inzet van het beleid van de gemeente Veenendaal in de komende jaren. Vanuit een sterke ICT-uitgangssituatie willen Gemeente en Promotie Veenendaal de ICT-sector ruim baan geven als motor voor innovatie en duurzame vernieuwing van het gehele economische terrein. Ook wil Veenendaal als sterk ICT-centrum een belangrijke bijdrage leveren aan de succesvolle ontwikkeling van de nog jonge FoodValley-regio. Daarom wordt in het gemeentelijke Programma Economie hieraan prioriteit gegeven.

