

UNIVERSITY OF GRONINGEN

FACULTY OF SPATIAL SCIENCES

BACHELOR THESIS

The Influence of Companies on the Urban-rural Divide in the North of the Netherlands

How to attract companies and incorporate economic development

Author:

Nathalie SEMPLONIUS (*S3114775*)

1st supervisor:

Dr. S. (Samira) Barzin



June 10, 2019

Abstract

The north of the Netherlands experiences large inequalities in economic development between urban and rural areas. This is a result of both the positive feedback loop for urban areas and the negative feedback loop for rural areas. The attraction of companies into rural areas can involve economic development and therefore initiate a decrease to this division. A more equal situation brings benefits to both rural and urban areas. To gain more information about a way this could be achieved, this qualitative research focuses on the research question '*Which factors influence the (re)location of companies into rural areas?*'. An answer was formed along with sub-questions about the differences between locating and relocating, and potential rural areas.

Primary data is obtained by in-depth interviews with companies in both the urban and rural areas in the North of the Netherlands. These areas are determined by using a definition of the PBL together with ArcMap. For the urban areas companies in the urban core (Leeuwarden and Groningen of the provinces were chosen. The companies in rural areas were chosen in the provinces of Friesland, Groningen and Drenthe. With the software of Atlas.ti the data was analysed with the use of a coding scheme. These labels are used to summarise and interpret the data. A comparison with the secondary data was formed afterwards.

A first location is often located close to the residential area of the founder, relocation is mostly happening when expansion is needed. Urban and rural areas have both their benefits and disadvantages, which have influence on the location choice. The main factors needed for rural areas to attract companies are (I) accessibility and connections, (II) human capital, (III) low land price and (IV) a municipality that has the knowledge to guide the companies to establish. If rural areas feature these necessary factors, they are potential locations. The benefits can spill over to surrounding rural areas. By attracting companies to the potential rural areas economic development can arise.

Contents

1	Introduction	3
1.1	Background	3
1.2	Research Problem	3
1.3	Definitions	3
1.4	Hypothesis	3
1.5	Structure	4
2	Theoretical Framework	5
2.1	Infrastructure	5
2.2	Outmigration and Brain Drain	5
2.3	Residence and Transport Costs	6
2.4	Governmental Actions	6
3	Methodology	7
3.1	Methods	7
3.2	Data Collection	7
3.3	Data Analysis	8
3.4	Ethics	8
4	Results	10
4.1	Description of the Data	10
4.1.1	Influencing factors	10
4.1.2	Benefits and disadvantages	10
4.1.3	General view of the Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij	12
4.2	Description of the Findings	12
4.3	(Re)location	12
4.4	Potential areas	13
5	Conclusion	14
5.1	Reflection	14
5.2	Recommendations	14
6	References	16
	Appendix	17
	Appendix A – Interview Guide Companies Located In Urban Areas.	17
	Appendix B - Interview Guide Companies Located In Rural Areas.	18
	Appendix C – Interview With The Noordelijke Ontwikkelings Maatschappij (NOM).	19
	Appendix D – Interview Rural Area Friesland, Hamilton Bright Sneek.	20
	Appendix E - Interview rural Area Groningen, Oldenburg Fritom Veendam.	22
	Appendix F – Interview Rural Area Drenthe, M&G Group Assen.	24
	Appendix G – Interview Urban AreaFriesland, Uit Nood Geboren (UNG), Leeuwarden.	27
	Appendix H - Interview Urban Area Groningen, Fotofabriek.	30
	Appendix I - Column Egon Diekstra, Owner Of Hamilton Bright Sneek	32

1 Introduction

1.1 Background

Cities are seen as the places that make people richer, smarter, greener, healthier and happier. They are seen as the great inventions, which emanate from a combination of benefits gained from agglomerations, density, size and transport costs for both companies and people. These factors will contribute to further developments of urban areas (Rodríguez-Pose, 2018). In the Netherlands, three quarters of the population live in urban areas, which makes the Netherlands one of the most urbanised countries in Europe. The population density within these urban areas improves the productivity, services, and amenities in both quantity and quality (PBL, 2016). Companies prefer to locate in areas with the largest market access and rewards (Brakman Garretsen, 2005). Cities attract both companies and people as result of their benefits. This causes economic development. Cities therefore have a positive feedback loop (Kilkenny, 2010).

The other quarter of the Dutch population live in areas that are designated as rural. Rural areas often lack in opportunities and future prospects. These areas are poorer and face periods of decline. People living in such areas often feel left behind (Rodríguez-Pose, 2018). Rural areas are seen as stagnant, lagging behind and less multi-functional than the urban areas. These areas have a low population density and reduced access to services, markets and information. The aggregation of these factors provide higher costs to build and maintain infrastructure in these areas. These disadvantages result in a lack in economic development, which reflects in an unattractive location for companies and people. This results in a negative feedback loop for the rural areas (Asscher & horndige, 2015).

1.2 Research Problem

The positive feedback loop of urban areas together with the negative feedback loop in rural areas provide an increasing gap between the two. The lead needs to be taken to close or minimise the gap between urban and rural areas. The decrease will have benefits for both the urban and the rural areas, because the success of the national economy depends on the vitality of the rural areas (Kilkenny, 2010; Salemink et al., 2014). The rural areas need development and future prospects. There is a need for a solution to this social and geographical problem (Kilkenny, 2010). In urban areas the benefits of agglomerations outbalance the negative externalities. As result of these benefits, companies rather

locate in urban areas instead of rural areas (Rodríguez-Pose, 2018). In attempt to close or minimise the gap, this research considers in what way companies can be attracted to the rural areas in the north of the Netherlands and create possibilities for development.

The following questions were considered in the research:

Which factors influence the (re)location of companies into rural areas?

To obtain an answer to this question, the following sub-questions were considered:

What differences can be found between location and re-location of companies in rural areas?

Which rural areas have potential for the economic development carried with (re)location of companies?

1.3 Definitions

Urban areas – A combination of cities with over 50.000 residents and the commuting zones, which are municipalities with a notable commuting to these cities (PBL, 2016).

Rural areas – Areas that are further urban core, less accessible and without commuting to the urban areas. These areas are stagnant, lagging and less multi-functional (Van Assche & Hornidge, 2015).

1.4 Hypothesis

This research examines an answer to the following question: *Which factors influence the (re)location of companies into rural areas?* For this research question, it is hypothesised that: The location of companies will mainly be influenced by the accessibility, transport costs and the availability of human capital.

For the sub-question: *‘What differences can be found between location and relocation of companies in rural areas?’* It was expected that: companies rather locate into rural areas than relocate into rural areas. When large companies relocated, they must take distance from the benefits of the city and will compare those to the benefits of the rural areas. The companies that locate in the same areas will only look to the benefits in the rural areas.

For the second sub-question: *‘Which rural areas have potential for the economic development carried with (re)location of large companies?’* It was hypothesised that: rural areas whose benefits are able to com-

pete against the benefits found in Urban areas are potential areas. The benefits for rural areas are the low price, space and the environment. Besides, the benefits of urban areas, such as accessibility and human capital should be exhibited to have potential.

1.5 Structure

In Chapter 2 the theory with a relevance for the research can be found. These theories all contribute to the factors that possible influence the location choice of companies and state other influences on the urban-rural divide in the north of the Netherlands. Chap-

ter 3 clarifies the methods used for the collection and analysis of primary data. For this research in-depth interviews were used. The analysis of the data was done with the use of a coding scheme. In this chapter the maps that clarify the urban and rural areas in the three northern provinces can be found. In the following chapter, chapter 4, the results of the primary data were stated. In addition, the primary and secondary data were compared to each other. In the last chapter the answer to the research questions were stated. Together with a conclusion of the research. This chapter also includes a reflection on the research process and recommendations for further research.

2 Theoretical Framework

Agglomeration economies ensure benefits for companies locating in urban areas. This spatial concentration contributes in a positive way to the economic development these areas. Besides, cause the agglomerations a higher productivity, innovation and knowledge spillovers (Gutierrez & Ordóñez, 2019). The urban cost are negative externalities arising from these agglomerations. The cost can be found in wages, rent and commuting and product prices. These costs create barriers to enter the urban areas and to compete with companies located in these areas. It leads to companies locating outside the urban core (Cavallières, et al., 2004). Companies need to decide how these benefits and disadvantages reflect in the choice of location. Multiple contributing factors lead to either a rural or an urban location.

2.1 Infrastructure

Accessibility is seen as the main factor in the choice for a location. This accessibility can be in ways of distance or transportation costs (Verhetsel, et al., 2015). According to Brakman & Garretsen (2005), there are five factors that influence the accessibility of a location: centrality, network density, quality of networks, density of activities in own regions and density of activities in regions nearby. Regions with a high density of activities are more often surrounded with other regions that also feature this higher density. This leads to an advantage in the accessibility. The accessibility of cities, together with low transport costs have a positive influence on their economic development (Rodríguez-pose, 2018). Access to, or the lack of services, markets, education and information combined with infrastructure, mobility, economic and social concentration, and high transport and communication costs are issues for rural development (Van Assche & Hornidge, 2015; Kilkenny, 2010). Distance and low-density population together contribute to market failures in rural areas. As a result, rural areas do not have the capability to survive mistakes and at the same time do not have the resources to avoid these mistakes (Kilkenny, 2010). The cost of the location influences the location choice as well. Due to high costs of land in combination with the amount of land that is needed. Therefore, a trade-off between accessibility and costs must be made. Companies that need a higher amount of land tend to locate in less accessible, rural areas (Verhetsel et al., 2015).

As stated by Kilkenny (2010), rural areas lack in the infrastructure needed for communication. The techno-

logical innovation needed for this infrastructure is implemented in major parts of the Netherlands but stayed away from the rural areas. Digital connectivity can be defined using three different layers. The black, grey and white regions, with respectively market competition, at least one provider and no market competition. The lack in this kind of innovation can be described as the ‘rural penalty’ where the inhabitants suffer from living in rural areas. The non-appearance of the developments in rural areas can be declared with the earlier mentioned factors of low population density and accessibility. The costs for the rural areas are higher and the profits on investments lower, developments will remain therefore in the more profitable urban areas. The lack in digital connectivity ensures the exclusion of some rural areas from the contemporary information society. And with this lack in economic growth. Access to this infrastructure is required in order to provide other public goods and human capital in rural areas (Salemink et al., 2014). This research looks into the influence of infrastructure on the choice of location in rural areas.

2.2 Outmigration and Brain Drain

Cities benefit from the factors that involve economic problems to rural areas. Agglomeration and population density cause a match infrastructure of suppliers, interaction and knowledge and innovation (Rodríguez-pose, 2018). Human capital could also provide higher income. In rural areas this effect is swamped away with the effect of brain drain (Kilkenny, 2010). People whom migrate out of the rural areas are mostly young adults. This group is less bound to the area they grew up and migrate to regions with opportunities in education and work. These opportunities are most likely to be found in the urban areas. (Haartsen & Thissen, 2014). The brain drain in rural areas can arise from crisis in the agriculture or industrial sectors. The brain drain will emerge a feeling of a future with no hope by the people who remain in the rural areas. These people are often poor, old and lack in skills and qualifications (Rodríguez-pose, 2018). With this specific group remaining in the rural areas, economic development will not occur. In the north of the Netherlands the migration flows are from rural to urban areas. This out-migration can result in return migration. Return migration can be successful with migrants whom bring work experience, skills and human capital back to the rural area. These return migrants contribute to the

development of the region they grew up. When the return migrants have failed they will not have impact on the developments in the region of origin (Haartsen & Thissen, 2014). The research will make clear if the companies in the rural areas experience consequences of the out- or return migration. Besides, the research tries to figure out if companies in rural areas experience disadvantages of brain drain to urban areas.

2.3 Residence and Transport Costs

According to Simpson (1987), the choice of the location of work and the residential location is intertwined. Workers prefer jobs closer to their residence. According to the job search model, is the direct time cost of travel related to the distance. Only when labour demand is deficient, the workers will search for jobs elsewhere. More skilled workers are more willing to work further away, which will lead to a lack of skilled workers in rural areas. The commuting that arises is as a result of residential relocating costs, which includes moving costs and the availability of affordable houses close to the location of work. The rural areas in the northern Netherlands have relatively low housing prices. Besides, the quality of residential environment and physical and social features are the most important pull factors to these rural areas. This rural idyll is combination of space, fresh air, landscape, friendly people, peaceful living and less crime (Bijker et al., 2012). The lower housing and living prices in the rural areas together with the rural character could be a choice to live therewith work in the rural areas. In the human capital model of migration is stated that the migration costs collaborate with the preference for short moves.

Companies have preferences for a place where the market access is the largest. This will contribute to costumers locating at the same sites. Rewards that arise from this will be higher in core regions than in rural regions, which makes it more attractive to locate in the core areas. This stimulates further development, agglomeration and spending's and makes the different areas more unequal. a factor explaining the patterns in agglomeration and concentration are the costs of transport. Economic integration can be a result making the transaction costs of trade more generally for all the areas. It is a combination of Geography and Economics. There is a difference in education, available capital, quality of infrastructure, communication and

productivity in different areas. The decrease of transport costs has led to concentration in urban regions and shifts to rural regions. People are prepared to travel at further distance, because of lower transportation costs of people, which applies mostly in rural areas. The lower costs and will to travel are less in and around urban agglomerations (Brakman & Garretsen, 2005). Employees tend to work close to their residence. This applies mostly to urban areas. People in residential areas are willing to move further. This causes a removal of benefits out of the rural areas. The research tries to find out if workers in rural areas are willing to commute more.

2.4 Governmental Actions

Rural policy that invests in infrastructure to give a boost to the declining rural areas did not work out in the way of their intentions. In combination with the New Economic Geography this resulted the rural policy rather in a support for urbanisation than developments in the rural areas. A similar result is expected with education of people in rural areas resulting in brain drain (Kilkenny, 2010). Resources should not be transferred to the rural places in a way of subsidies. Assistance is preferred over aid to have a future instead of permanent support. There should be a combination of people- and place-based policies for the rural areas (Rodríguez-pose, 2018). The government can actively invest in regional-economic growth by facilitate growth. There are a few clear factors that coherence with economic growth in the sense of employment and productivity. Factors that contribute positively are human capital, an attractive resident and work environment, the quantity and quality of amenities and the physical and digital accessibility of the area. The costs of living, polluted air and noise disturbance contribute have a negative influence. Economic development starts with some basic principles which, in a later stadium, caused growth. Successful regions have a policy with multiple areas and priorities for some of those areas. Economic development occurs with high density around the developing areas. Most of the time, investments go to places that are attractive to live (Raspe et al., 2017). The research implements these factors to find out which rural areas have potential to attract companies and with that incorporate development.

3 Methodology

In the Netherlands 99% of the enterprises are small or medium sized (SME). The large companies in the Netherlands only cover less than 0.1% of all the companies located in the Netherlands. With these numbers the choice is made to focus mostly on medium-size enterprises for the primary data collection. These medium-size companies have over 50, but no more than 250 employees and do not make more than 50 million euro profit a year (MKBservicedesk, 2018).

3.1 Methods

As primary data source in-depth interviews were held with companies. More specifically, with the person within the company who has most knowledge about the location choice, which differs for the companies. The in-depth interviews contribute to obtain knowledge about the factors that influence the location choice of those companies. The interviews were held with companies in both the urban and the rural areas in the north of the Netherlands. According to the definition of PBL (2016), urban areas are a combination of cities with over 50.000 residents and their surrounding municipalities with a notable commuting to the urban core. The space that does not measures up with this definition is therefore seen as rural area. This diffusion can be seen in Figure 1. The red indicates the urban core and forms together with the orange commuting zone an urban area. The white areas indicate the rural parts in the Netherlands. Figure 2 zoomed on the three provinces in the north of the Netherlands, Friesland, Groningen and Drenthe. The maps provide information about specific places that fall within the definition of urban and which within the definition of rural. This information is important for the choice and approach of companies.

The maps were obtained with the use of Geographical information systems. By using the georeferencing tool within ArcMap the geographical location of the top layer was specified. For the base layer, the Amersfoort coordination system was used. By adding control points, the top layer was fitted on to the base map. Using the transparency tool, the top layer was made 60% transparent. This made the cities and places on the base layer visible (Shahab, 2008).

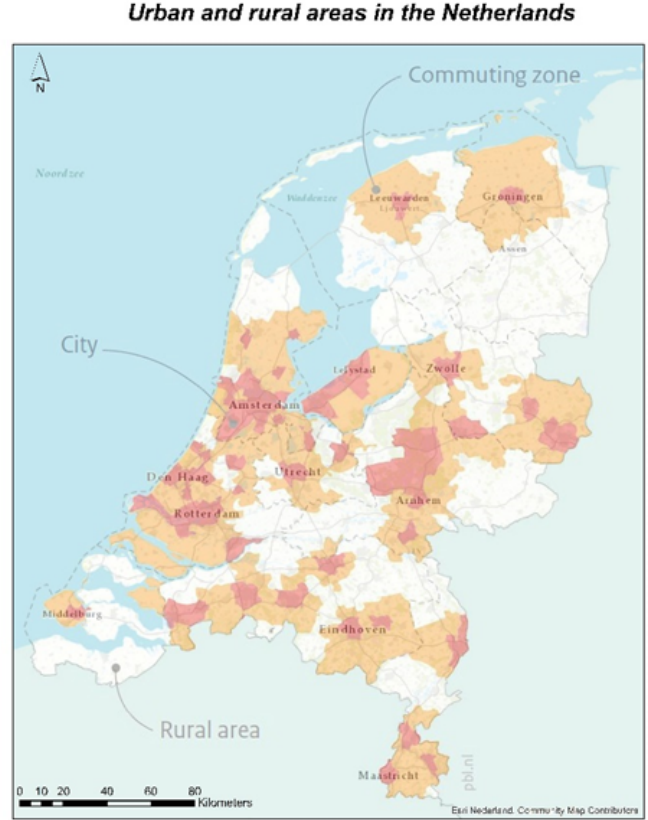


Figure 1: Areas in the Netherlands



Figure 2: Areas in the north of the Netherlands

3.2 Data Collection

In Figure 1 and Figure 2, it is made visible that both Friesland and Groningen have an urban core, with both their own commuting zone. Drenthe on the other hand, according to this definition, does not have an urban core. Drenthe partly falls within the commuting

zone of the city of Groningen. Interviews with companies in urban areas therefore only were obtained in the provinces of Friesland and Groningen. The interviews in the rural areas were done in all three provinces. These companies were chosen on the same characteristics to make them comparable.

The in-depth interviews are semi-structured, with this the factors that determine the choice of the location became clear. The questions for the interviews were pre-planned, but the interviewee can give their own input to gain more information (Punch, 2014). The interviews were done in Dutch, because it is the first language of both the interviewer and the interviewee, this ensures a clearer and more precise analysing of the information. For the companies in the urban areas the reason a location in an urban area was chosen over a location in a rural area is clear. For the companies in the rural areas it was important to gain insight in the factors that made them choose to locate in these rural areas over urban areas. The interview guides for both the companies located in urban and rural areas can respectively be found in Appendix A and Appendix B. For this research was chosen to use companies located in the urban core. For the province of Groningen this was a company in the city of Groningen. For the Province of Friesland this was a company located in Leeuwarden. The urban core was chosen over the commuting area to let the differences between urban and rural be distinct.

3.3 Data Analysis

The interviews were transcribed and afterwards coded with a coding scheme. The analysis was done with the use of the program Atlas.ti. This way of analysing shows the factors that influence the location choice of a company in both urban and rural areas. With an insight in these factors a general idea of factors that ensure the (re)location of companies into rural areas was formed. These factors than were listed from most

to less influencing, based on the answers of the different companies. The analysis of quantitative data started with the reduction of the data, this was done in combination with coding based on the coding scheme. This was used to find themes, clusters and patterns. These patterns, themes and clusters afterwards were conceptualised and explained. The data was displayed in an organised way, this contributes to the drawing and verifying of conclusions (Punch, 2014).

The codes that were used for this research can be found in the coding scheme in Table 1 on the following page. These specific codes are based on the research questions and contribute to clarify the data. The codes shown in Table 1 were used to describe and summarise the data to get an general overview. The labels and sub-labels were used to interpret the data. When all the coding and labelling was done, memoing was used to get ideas about their relationships. These relationships help to form a conceptual content (Punch, 2014). The codes and the memo's together help to provide an answer to the research questions.

3.4 Ethics

It is important to consider the privacy of the companies and to not entail all of the private information within the research. This must be equal for the different companies. The interviews will be recorded and this data together with the written data will be stored in a lock map and not shared with third parties. To analyse it is important to focus on the factors the companies give as reason for their location and their arguments to explain these factors. It is important for the research these factors are not emotional. If this is true for one of the companies, another interview must be conducted. Before the interview is started, the informed consent is talked over. The Informed consent gives information about the research and the data processing. If the interviewee totally agrees, the informed consent is signed, and the interview can start.

Code	Label	Sub-label	Explanation
The company	About		
	Location of the company	First location	
		Relocation	What differs for the choice when relocating.
Urban areas	Disadvantages		
	Benefits		
Rural areas	Disadvantages		
	Benefits		
Factors	Location		Which factors influence the overall location choice.
	Need for functioning		Which factors are needed to function daily
	Rural areas		Which factors do Rural areas need to improve and attract.

Table 1: Coding Scheme.

4 Results

The companies contributing to the research were small, medium and large companies. Their numbers of employees can be found in Figure 3. Except for one company, all the companies are manufacturing. This resemblance in sector makes the companies easier to compare.

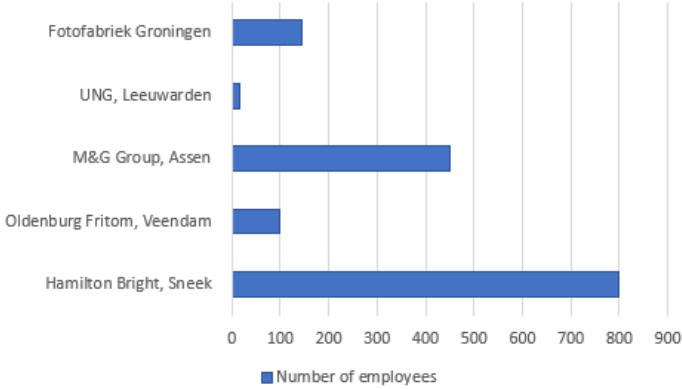


Figure 3: Information about the companies

Figure 4 shows the location of the companies on a map of the research area in the north of the Netherlands.

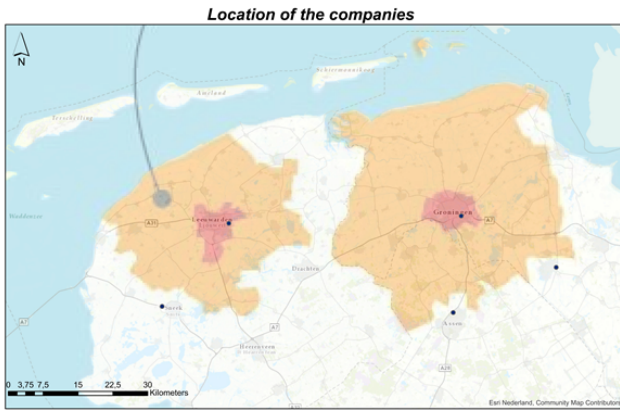


Figure 4: Location of the companies used for this research.

4.1 Description of the Data

4.1.1 Influencing factors

Multiple factors contribute to the daily functioning of a company. The factors influencing the location choice, according to the companies interviewed, are shown in Figure 5. A division was made in the factors influencing companies in the rural areas and the urban areas.

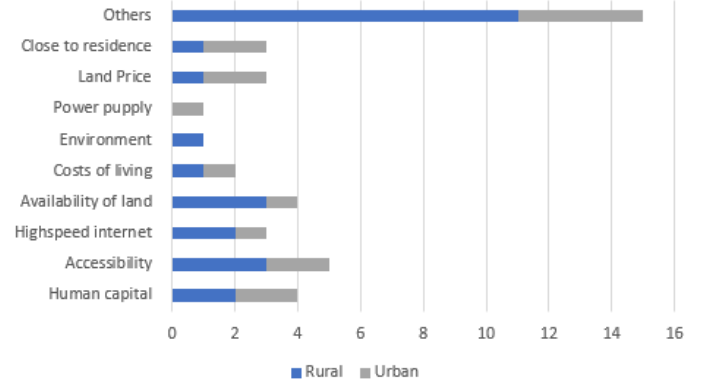


Figure 5: Factors influencing the location choice.

Human capital and accessibility have the highest influence on the daily functioning and the location choice. For human capital this includes both permanent and flexible workers. Accessibility is necessary for both cars, public transport and logistics. The accessibility goes together with a low amount of congestion in rural areas. Factors covered by 'others' are the spreading of employees, the condition and form of a lot, amenities, governmental rules, traffic, ambience, contacts, power supply and schooling.

4.1.2 Benefits and disadvantages

Urban areas provide benefits for companies. As can be seen in Figure 6, accessibility provides the biggest benefit according to the companies. Regarding employees, the high number of students gives advantage. The students are employed as flex workers to complement the permanent workers of a company. The company located in Groningen stated that these students are flexible in their work times and have a fresh view on the production process, which makes them additives for the company. Properties in urban areas are easier to sell, for instance to international companies who are more likely to locate in these urban areas. The buildings in urban areas can be used for multiple purposes while the buildings in rural areas are often built for a specific company or purpose. Companies also state that urban areas feature leisure amenities for the employees, which makes these areas more attractive to live.

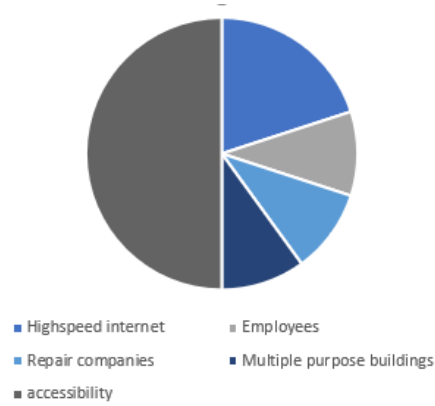


Figure 6: Benefits of urban areas.

There are disadvantages attached to a location in an urban area as well. These can be found in Figure 7. Most mentioned is the land price which is higher for urban areas, and companies need to invest more in the foundation of a property. The high rise in cities and the density were named as a negative influences for the living environment. The attitude of the urban municipalities was stated as a reason to not locate in urban areas. Examples were (I) the rules about power supply and the time this will cost and (II) these municipalities not willing to negotiate about land prices. The municipality of Groningen focuses on the higher educated inhabitants. This results in the municipality not willing to make concession to keep or attract companies in the manufacturing sector.

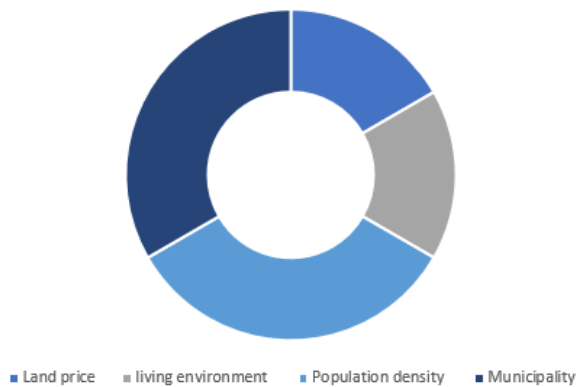


Figure 7: Disadvantages for urban areas

Rural areas have their own benefits, as displayed in Figure 8. The price of the land, which is significant lower in these areas, is according to the companies the biggest benefit. Besides, the land can be even better and needs less adaptations, which saves extra money. Lower costs of living go together with lower housing prices. In contrast to the urban municipalities, the rural municipalities are more loyal and willing to invest

in attracting companies. For example, the municipality of Assen directly got in contact with the province and assisted the company who had eyes a potential new location in Assen. The rural character is described as a good environment to work and live. According to the companies located in these areas have the employees in these areas another attitude of mind and are willing to work harder. People living in Friesland are proud of their province and feel connected with the culture, therefore are more reliable.

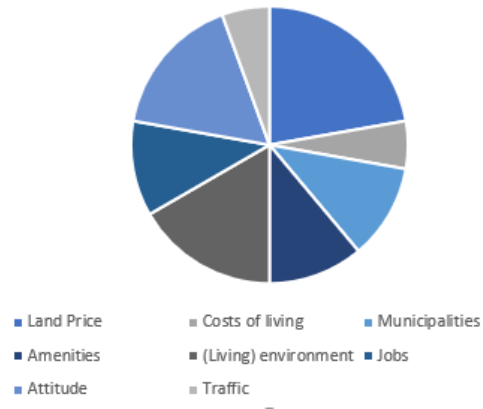


Figure 8: Benefits of rural areas

As shown in Figure 9, accessibility is the main reason for companies not to locate in rural areas. The lack in public transport contributes to this. Besides, rural areas do not feature the needed high-speed internet connection. In most rural areas companies are not located together, so synergy will not occur. The municipalities do not have the knowledge and persuasiveness to bring in these companies. The benefits of flex workers, repairing companies and the leisure activities of urban areas are missing in the rural areas. This together makes rural areas less attractive to locate.

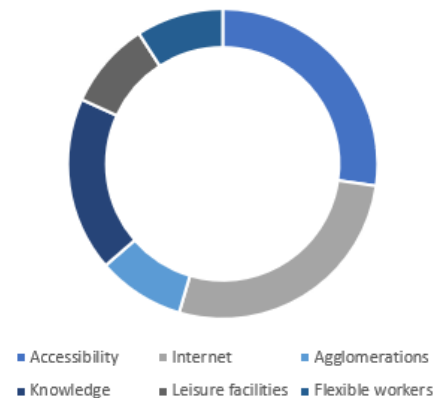


Figure 9: Disadvantages for rural areas

4.1.3 General view of the Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij

The Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM) is an organisation focusing on the attraction of international companies to the north of the Netherlands. The NOM assists companies in the process of finding an appropriate location. According to the NOM there are several factors that influence the choice of a location. The factors indicated are: location based on customers and the market, logistics, costs for (un)loading, human capital, labour moral, wages, ecosystem, added values of companies nearby, outsource, availability of existing systems, raw material, traffic, specialisation, the sector, and personal preferences. The factor indicated as most important by the NOM is the actual location of the property or land and with this the accessibility. These factors are used as general factors within the research.

4.2 Description of the Findings

The Companies in both the rural and urban areas indicate that accessibility is one of the main influences on their choice of location. This accessibility comes together with the connection to other places. This suits with Verhersel et al. (2015) who state that accessibility has the highest influence and depends on centrality and quality, and the quality of networks. For urban companies this accessibility links back to repair companies to fix the property. In urban areas there is a higher amount of such companies and the travel time is shorter. For all companies centrality and network density are most important for both their employees and the logistics. The companies located in the rural areas chose the price of the land over accessibility. The availability of land and the amount of land needed are mentioned with this argument. The higher the amount of land needed, the lower the desired land price. The companies in urban areas do the opposite and prefer a better accessibility, but also desire for the lowest price possible. The accessibility companies prefer is often traded with the price of the land (Verhersel et al., 2015). The companies in both urban and rural areas mentioned internet as one of the factors they need daily. There is a desire for high-speed internet in rural areas to function better. This arises from the lack in communication infrastructure (Salemink, 2014). Problems with internet connections were not mentioned by the companies in the urban areas. However, it was stated that not all urban areas feature high-speed internet, although the connection in these areas work well enough

to function.

Companies stated that higher educated people tend to commute further than the lower educated employees. This was shown in skilled workers commuting to the companies in rural areas. This is contradicting with Simpson (1987), who states that the commuting higher educated will lead to a lack of skilled workers in the rural areas. The higher amount of commuting in rural areas is a result of the lower costs and low numbers of congestion in these areas. These employees could be return migrants (Haartsen & Thissen, 2014), who left for education and prefer to work in places they are familiar with. This sort of return migration will not bring back everything, since this will result in the incomes earned in rural areas, spend in urban areas. This can contribute to the feeling of being left behind (Rodríguez-pose, 2018). To counteract brain drain (Kilkenny, 2010), rural companies would rather have local education. Although, do the rural areas not mention a great impact of brain drain.

Companies in both the rural as the urban areas indicate that the municipality have a notable influence on the location choice. The municipalities should give the assistance a company needs. Apparently, municipalities of rural areas are more willing to help companies locate in these areas than municipalities in urban areas. Place- and people-based policies could be implemented for these rural municipalities, focusing of their strengths (Rodríguez-pose, 2018). The rural areas already have business parks, space, jobs and facilities, but without the necessary developments. The attraction of new companies should focus on companies that are specialised, so they can benefit from each other. The municipalities do need the right knowledge and people to execute these tasks. This knowledge could be obtained with education within and for the rural areas.

4.3 (Re)location

For the first sub-question *'What differences can be found between location and relocation of companies in rural areas?'* the following can be predicated. The first location of a company is often chosen in an area close to the residence of the founder. This start up can be as a family company. The closeness of the company is in line with Simpson (1987), who states that the location of work and residence are intertwined. The positive experience with the area and the present contacts were given as reasons. Living close-by simplifies stepping by when necessary. This makes a location nearby even more attractive. Expansion is the main reason of re-

location and thereby the need of a bigger property. Other reasons for relocation can be (I) a merge of two locations or (II) an increasing rent. The spreading of the current employees influences the new location. The companies prefer to retain these employees and do not want an overall higher commuting time and distance for them. The low amount of traffic, the low price of land and living together with the environment of rural areas (Bijker, et al., 2017) are seen as benefits by the companies. This makes rural companies interested in relocation in rural areas. Although, the companies in urban areas do not see enough benefits to relocate in rural areas. This is a result of the lack in accessibility and human capital in the form of flexible workers.

4.4 Potential areas

For the second sub-question *'Which rural areas have potential for the economic development carried with (re)location of companies?'* can be stated that the rural areas with potential need the benefits stated for both urban and rural areas. The most important factor in this is the accessibility of the area and with this

the connections to other places. Accessibility is has the highest influences on the choice of location (Verhersel, et al., 2015; Brakman & Garretsen, 2005; Rodríguez-pose, 2018). According to this, centrally located rural areas have more potential. Less central places can improve their attractiveness by constructing connections for both cars, logistics and public transport. Besides, these areas need to keep the land and living prices low and preserve the rural character. The influence of municipalities on the process of locating is needed for potential areas as well. It is important for these municipality to feature the knowledge and persuasiveness to attract companies and help them through the process of finding a new location, till the moment of establishment. Municipalities have more potential if they feature the right people and knowledge, these municipalities have mostly larger places that fall within. To attract people, there is a need of leisure amenities. The attraction of people will increase the market and will encourage more companies to locate. If this can be carried out, these rural area have opportunities for economic development. This can spill over to the surrounding rural areas.

5 Conclusion

The answer to the research question: *‘Which factors influence the (re)location of companies into rural areas?’* is formed along with the sub-questions.

The first location is mostly chosen in a place that is close by the residential area of the founder, as the place for work and living are intertwined (Simpson, 1987). This is a result of the experience with this place and the contacts that are already present. The proximity also influences the relocation of a company. It is essential that the new location is well accessible for their current employees. Expansion is the main reason of relocation for companies in both rural and urban areas. Rural companies prefer to relocate in rural areas, urban companies in urban areas. This is a result of the different benefits for both areas.

Potential rural areas need to exceed both the benefit indicated for urban and rural areas to attract companies and generate economic development. Accessibility and connections are important factors. These areas need a municipality with the right knowledge and persuasiveness to attract the right companies. To attract people, and enlarge the market, the right amenities for work and leisure are desired. The more centrally located places within municipalities with the right knowledge and people, and amenities have the most potential. These areas need to preserve their low prices and character to be more attractive than urban areas. The positive effects in the larger places can spill over to the surrounding urban areas and encourage developments.

The factor with the highest influence the choice of (re)location in rural areas is low congestion, which has a positive influence on the commuting time. Thereby, as result of lower transport costs, the employees in rural areas are willing to commute more (Brakman & Garretsen, 2005). Accessibility needs to be improved before companies will (re)locate. The availability of employees, both permanent and flexible, is an important factor for the location choice of companies. These employees, mostly the flex workers, need to commute to full-fill this demand. A benefit for rural areas is both the low land and housing prices, same for the costs of living. This especially influences the companies who need to expand and experience the land price in the price of their products. The rural character is a reason to locate in rural areas. This character consists of the environment and the attitude of the people (Bijker et al., 2012). These factor were also mentioned by the NOM as most influential.

To decrease the inequality between urban and ru-

ral areas it is needed to propose the factors that the companies daily. Accessibility and human capital are the most important. The municipality can play a big role in the attraction of companies by helping in the process of location. The municipalities should try to dispose the right knowledge to feature this. In the process, it must be considered if companies start up or relocate. Relocation from urban to rural areas will only occur if the benefits of urban areas together with rural areas can be found. It is important to start developments within the potential rural areas and let the benefits spill over to the surrounding rural areas. The attraction of companies and the companionable economic development could encourage a decrease in the divide between of urban and rural urban areas in the north of the Netherlands.

5.1 Reflection

The biggest stumbling point during the research was to get in contact with the companies in the different areas chosen. At the start of the data collection lot of non-response was experienced or companies who could not help with gathering the data needed. Most of the companies interviewed for the research are contacted with the help of other people, some within a personal set. This problem ensured that the companies used in the research are not all equal with regards to size and sector. This inequality made the analysis harder, since the factors influencing the choice are influenced by both size and sector. This caused a less precise comparison of the factors than desired. Another point of reflection is the amount of interviews used for the research. A higher number would make the research more reliable.

While carrying out the interviews, it was mentioned that some of the interviewees not always had an idea of the factors. The quality of the answers given in the interviews varied a lot. This resulted in some of the interviews were more usable in the analysis than others.

5.2 Recommendations

This research was based on a small number of in-depth interviews. To gain a more general idea of the factors influencing the choice of a company to located in a rural area it is recommended to set up a bigger research, including more companies. With this it is recommended to use companies within the same sector and of the same size. With this a more specific idea can

be formed. This idea can be used for recommendations for the rural areas to implement and attract more companies. The research should be place based and focus on specialised companies that will bring most economic development for specific areas and create synergy. Fur-

ther developments of the research can be done by the inclusion of municipalities in potential areas and help them to get the right knowledge to attract people and improve their accessibility.

6 References

- Assche, K. van & Hornidge, A. (2015). *Rural development: knowledge and expertise in governance*. Wageningen: Academic publishers.
- Bijker, R.A., Haartsen, T. & Strijker, D. (2012). Motivations to less-popular rural areas in the Netherlands: exploring the motivations. *Journal of rural studies*, 28, 490-498.
- Brakman, S. & Garretsen, H. (2005). *Location and competition*. London: Routledge.
- Cavallières, J., Gagné, C. Thisse, J. (2004). *Trade costs versus urban costs*. London: Centre for economic policy research.
- Gutierrez, T.P.T. & Ordóñez, J.A. (2019). Agglomeration economies and urban productivity. *Region*. 6 (1), 17-24.
- Haartens, T. & Thissen, F. (2014). The success-failure dichotomy revisited: young adults' motives to return to their rural home region. *Children's Geography*, 12 (1), 87-101.
- Kilkenny, M. (2010). Urban/Regional economics and rural development. *Journal of regional science*. 50 (1), 449-470.
- MKBservicedesk (2018). *Informatie over het MKB (midden-klein bedrijf) in Nederland*. Retrieved on March 13, 2019 from <https://www.mkb servicedesk.nl/569/informatie-over-midden-kleinbedrijf-nederland.htm#>
- OECD (2019), *Enterprises by business size (indicator)*. Retrieved on March 7, 2019 From: <https://data.oecd.org/entrepreneur/enterprises-by-business-size.htm>
- Planbureau voor de Leefomgeving (2011). *Nederland in 2040: een land van regio's*. Den Haag: DeltaHage.
- PBL Netherlands Environmental Assessment Agency (2016). *Cities in the Netherlands*. The Hague: Xerox/OTB.
- Punch, K.F. (2014). *Introduction to social research*. 3th Edition. London: SAGE publications.
- Raspe, O., Berge, M. van den. & Graaff, T. de (2017). *Stedelijke regio's als motoren van economische groei*. Planbureau voor de Leefomgeving, Den Haag.
- Rodríguez-Pose, A. (2018). The revenge of places that don't matter (and what to do about it). *Cambridge Journal of Regions, economy and Society*, 11, 189-209.
- Salemink, K., Strijker, D. & Bosworth, G. (2017). Rural development in the digital age: A systematic literature review on unequal ICT availability, adoption and use in rural areas. *Journal of rural studies*, 54, 360-371.
- Shahab, F. (2008). *GIS Basics*. New Delhi: New Age International.
- Simpson, W. (1987). Workplace location, residential location, and urban commuting. *Urban studies*. 24(2), pp. 199-128.
- Verhetsel, a., Kessels, R., Goos, P., Zijlstra, T., Blomme, N. & Cant, J. (2015). Location of logistics companies: a stated preference study to distangle the impact of accessibility. *Journal of Transport Geography*. 42, pp. 110-121.

Appendix A – Interview Guide Companies Located In Urban Areas.

I am Nathalie Semplonius and I study Human Geography and urban and regional planning at the University of Groningen. For my bachelor thesis I carry out a research about the location of companies in both urban and rural areas in the north of the Netherlands. More specifically I try to figure out in what way more companies can be located in the rural areas. To acquire a view on why companies locate in the urban areas, which in this case is Groningen/Leeuwarden, I want to carry out interviews with companies located in these areas. To gain more information about the influence on the choice of the location.

Before you decide to conduct this interview, I would like to have your explicit permission to record this interview in order to process the answers as correct as possible.

I will emphasise you at your right to terminate this interview at any time and the fact that it is not obligated to answer the questions if you choose so. Personal or business information will not be disclosed to third parties and the direct answers will not be shared with others. The results of the interview can be treated anonymously if desired. The recording of the interview will be hold in the administration of the University of Groningen for five years. If everything is clear, I would like to start the interview.

Name

Date

Signature

Introduction questions

- *Can you tell something about the company?*
 - *Number of employees*
 - *Profit, if wanted to answer*
- *Since when is the company located at this specific location?*

Core questions

- *What factors does this specific company need to function?*
- *What factors made you choose this specific location for your company?*
- *Were all the needed factors present at the moment the location was chosen or was it necessary to change something at the location to fulfil these factors?*
- *Did you ever consider locating in a rural area?*
- *If yes, why, in the end, did the urban area win?*
- *If no, why not?*
- *If the needed factors were present in rural areas, would you than consider relocating into these areas?*
- *If you have to choose a rural area to locate the company is, what kind of area would that be?*

Closing questions

- *Is there anything you would add or think is important for the research?*

Appendix B - Interview Guide Companies Located In Rural Areas.

I am Nathalie Semplonius and I study Human Geography and urban and regional planning at the University of Groningen. For my bachelor thesis I carry out a research about the location of companies in both urban and rural areas in the north of the Netherlands. More specifically I try to figure out in what way more companies can be located in the rural areas. To acquire a view on why companies locate in the urban areas, which in this case is Groningen/Leeuwarden, I want to carry out interviews with companies located in these areas. To gain more information about the influence on the choice of the location.

Before you decide to conduct this interview, I would like to have your explicit permission to record this interview in order to process the answers as correct as possible.

I will emphasise you at your right to terminate this interview at any time and the fact that it is not obligated to answer the questions if you choose so. Personal or business information will not be disclosed to third parties and the direct answers will not be shared with others. The results of the interview can be treated anonymously if desired. The recording of the interview will be hold in the administration of the University of Groningen for five years. If everything is clear, I would like to start the interview.

Name

Date

Signature

Introduction questions

- *Can you tell me something about the company?*
 - *Number of employees*
 - *Profit, if wanted*
- *Since when is the company located at this specific location?*

Core questions

- *What factors made you choose this location over a location within an urban area?*
- *What factors does your company need to function?*
- *Where all these factors present at this location, at the time the company was located here?*
- *What are, in your opinion, the benefits of locating in rural areas over urban areas?*
- *Are there things that could be improved in rural areas, in the benefit of companies?*
- *What characteristics does a rural area need to be a potential location for companies?*

Closing questions

- *Is there anything you would add or think is important for the research?*

Appendix C – Interview With The Noordelijke Ontwikkelings Maatschappij (NOM).

Reinder de Jong – 1 april 2019

De NOM is met name gefocust op het aantrekken van internationale bedrijven. Deze contacten met bedrijven worden onder anderen gelegd op internationale beurzen, een online netwerk en het eigen netwerk van de medewerkers. Op het moment dat een bedrijf opzoek is naar een nieuwe locatie zoekt de NOM contact en start een proces met het desbetreffende bedrijf tot het gevestigd is op een nieuwe locatie. De NOM heeft in Friesland een project waarbij de vier grootste gemeenten samen werken om deze bedrijven naar Friesland te trekken. Hierbij is veel transparantie en samenwerking om de bedrijven te laten vestigen in een van de gemeenten. De uiteindelijke locatie heeft ook te maken met de sector waarin het bedrijf actief is. Zowel Leeuwarden, Heerenveen en Sneek hebben een eigen specialisatie. Drachten is een beetje van alles.

Factoren die invloed hebben op de locatie keuze van deze bedrijven zijn: locatie op basis van klanten en de markt, logistiek, kosten voor laden en losse, mensen, arbeidsmoraal, lonen, ecosysteem (investeringen), outsource, partner, de meerwaarde van bedrijven in de buurt, al aanwezige systemen, raw materials, verkeersdrukte, persoonlijke voorkeuren (bv. Scholen voor kinderen).

Van deze factoren is de ligging het belangrijkste. Daarnaast is het belangrijk dat een plaats zich specialiseert en ervoor zorgt dat specifieke factoren voor gespecialiseerde bedrijven dan ook aanwezig zijn. Naast het aantrekken van internationale bedrijven voor een nieuwe vestiging, worden er ook locaties gezocht voor bedrijven in Nederland zelf (Randstad, Utrecht, Eindhoven).

Appendix D – Interview Rural Area Friesland, Hamilton Bright Sneek.

Kleas Monsma, Manager Facilities and Logistics – 16 April 2019

Openingsvragen

- Kunt u iets vertellen over het bedrijf?
 - Bijvoorbeeld: wat doet het bedrijf, aantal werknemers, winst per jaar (optioneel)

Hamilton Bright is een zo genoemd Field Marketing Bureau. Al onze activiteiten richten zich op het bevorderen van de verkoop van producten in en om de winkelvloer. Deze activiteiten variëren van Accountmanagement tot Schapmanagement, Winkelinrichting, Merchandising, Promoties, Demonstraties en alle Logistiek hieromheen. kunnen zelfs personeel trainen op productkennis maar ook op commerciële vaardigheden en als een verkoopteam van een winkel iets aan teambuilding wil doen om de samenhang te versterken kan onze afdeling Events dit organiseren. Dus HB is een on-stop-shopping bureau voor de Retail. Hamilton Bright heeft ongeveer 800 FTE in dienst en dit wordt in drukke perioden nog eens aangevuld met evenveel oproepkrachten/flexers (meestal studenten). De omzet willen we niet precies noemen maar die is meer dan 50 miljoen euro.

- Hoelang is het bedrijf al gevestigd op deze specifieke locatie?

Hamilton Bright is 19 jaar oud en 19 jaar gevestigd in Sneek. De eerste jaren in een pand in het centrum van Sneek. In 2004 is hier een magazijn op het industrieterrein aan toegevoegd en sinds 2010 is Hamilton Bright gevestigd in het huidige pand aan de Wagenmakersstraat 1 te Sneek.

Inhoudelijke vragen

- Welke factoren hebben bijgedragen aan de keuze van deze locatie boven een locatie in een stedelijk gebied?

De oprichters van Hamilton Bright waren werkzaam bij een bedrijf in Sneek en woonden in of in de omgeving van Sneek waardoor het bijna een automatische keus was om ook HB in Sneek te vestigen.

- Is de huidige locatie van het bedrijf de eerste locatie of is het bedrijf eerder op een andere locatie gevestigd geweest?

Nee, de eerste locatie (2000-2010) was in centrum van Sneek in een soort van grachtenpand. In 2004 is er op het industrieterrein de Hemmen I een magazijn gebouwd. In 2010 zijn de 2 locaties samengevoegd in 1 nieuw kantoor met magazijn aan de Wagenmakersstraat 1, de huidige hoofdlocatie.

- Welke factoren heeft dit bedrijf nodig om te functioneren op dagelijkse basis?

Goede bereikbaarheid met auto en vooral ook met openbaar vervoer, veel parkeerruimte, weinig files, lage kosten en belastingen, mooie werkomgeving met veel groen.

- Waren al deze factoren aanwezig op deze locatie, op het moment dat het bedrijf hier werd gevestigd?

Ja, alleen het openbaar vervoer richting het industrieterrein is erg slecht.

- Wat zijn voordelen van een locatie in een ruraal gebied boven een stedelijk gebied?

Het landelijke karakter wat tot een prettige werkomgeving kan leiden, goedkoper en meestal ook loyaler personeel. Veel parkeerruimte, weinig files.

- Wat zou verbeterd moeten worden in rurale gebieden, in het voordeel van (nieuwe) bedrijven?

Groeperen van bedrijfsactiviteiten zodat er onderling een Synergy kan optreden, snel internet, beter openbaar vervoer.

- Welke eigenschappen heeft een afgelegen ruraal gebied nodig om een potentiële locatie voor bedrijven te kunnen zijn?

Zie bovenstaande, vooral het landelijke karakter moet als USP worden gebruikt waardoor mensen kiezen voor een afgelegen ruraal gebied om te werken en te wonen. Dus ook het aanbod goedkope woningen is belangrijk net als de benodigde voorzieningen die er in de grote steden zijn echter dan in landelijke stijl. Het moet als een luxe worden gezien dat je in een dergelijk gebied mag en kunt wonen tegen kosten die lager zijn dan in de drukke stad. Dus geen flats maar mooie woonwijken waar kinderen op straat kunnen spelen en er voorzieningen zijn op loopafstand. Goede lokale opleidingscentra zodat personeel ook in de regio blijft (wonen en werken). Horeca en Hotels voor gasten die een paar dagen op bezoek komen. Goede bereikbaarheid waarbij kantoren direct aan een snelweg gelegen zijn.

Afsluitende vragen

- Is er nog iets wat u toe wilt voegen, of wat belangrijk zou kunnen zijn voor het onderzoek?

Nee.

Appendix E - Interview rural Area Groningen, Oldenburg Fritom Veendam.

Frans Andeweg – 16 May 2019.

Openingsvragen

- Kunt u iets vertellen over het bedrijf?
 - Bijvoorbeeld: wat doet het bedrijf, aantal werknemers, winst per jaar (optioneel)

Het is een logistiek bedrijf dat sinds 1917 bestaat in Veendam. Inmiddels zijn er ook vestigingen in Assen en Schiphol, maar het hoofdkantoor is nog altijd gevestigd in Veendam. Het gaat binnen het bedrijf om meer dan alleen het vervoer van A naar B. Het gaat net iets meer om het extra daarachter. We hebben op dit moment 80 vaste medewerkers en een flexibele schil van 20-25 medewerkers. De omzet per jaar is ongeveer 24 miljoen, de winst ligt op 1 miljoen, wat boven gemiddeld is voor deze sector.

- Hoelang is het bedrijf al gevestigd op deze specifieke locatie?

Het is als familiebedrijf gestart in Veendam. Het bedrijf is verder ontwikkeld door de ontwikkelingen in techniek. Van paard en wagen naar vrachtwagens. Het is altijd in Veendam gebleven en is nu 20-25 jaar gevestigd op de huidige locatie.

Inhoudelijke vragen

- Welke factoren hebben bijgedragen aan de keuze van deze locatie boven een locatie in een stedelijk gebied?

De ligging van Veendam is goed voor het transport wat wij nodig hebben als bedrijf. Daarnaast is er genoeg land of grond aanwezig voor de grootte van het bedrijf. Medewerkers zijn ook voldoende te vinden in de omgeving. Daarnaast maken wij deel uit van de Fritom groep, vanuit daar hoor ik wel eens dat zij moeilijkheden hebben met het vinden van personeel, maar daar hebben wij hier in Veendam geen last van.

- Is de huidige locatie van het bedrijf de eerste locatie of is het bedrijf eerder op een andere locatie gevestigd geweest?
 - Zo ja, welke factoren hebben ervoor gezorgd dat het bedrijf nu op deze locatie gevestigd is?

Het bedrijf is opgericht in een woonwijk en ruim 20 jaar geleden verplaatst naar een nieuwbouw industrieterrein, ook in Veendam. Toen destijds op de huidige locatie gevestigd werd, was er nog een woonhuis naast het bedrijfspand. Inmiddels is het bedrijf nog verder gegroeid en is dit woonhuis veranderd in een kantoorpand voor het bedrijf.

- Welke factoren heeft dit bedrijf nodig om te functioneren op dagelijkse basis?

Bereikbaarheid is voor ons als logistiek bedrijf van groot belang, maar dat is hier in het noorden geen probleem. Voor het internet hebben wij een speciale verbinding, die kost iets meer, maar wij wel nodig hebben om te kunnen werken. Daarnaast zijn er in de omgeving genoeg medewerkers te vinden. Met name lager opgeleide medewerkers in de directe omgeving. De hoge opgeleide medewerkers, zoals de manager, komen vaak toch wel van verder en reizen dus een langere afstand naar hun werk.

- Waren al deze factoren aanwezig op deze locatie, op het moment dat het bedrijf hier werd gevestigd?

Het is vooral ontwikkeld door de tijd. 20 Jaar geleden waren er nog andere behoeften dan nu. De grond hadden we wel al in bezit, doordat het industrieterrein destijds nieuwbouw was en dit meteen is aangekocht. Dat is op dit moment een voordeel, omdat we hierdoor makkelijk konden uitbreiden. Het internet is dus een speciale verbinding die veranderd door de jaren. Voor medewerkers hebben wij goed contact met scholen zodat nieuwe of toekomstige medewerkers makkelijk in kunnen stromen.

- Wat zijn voordelen van een locatie in een ruraal gebied boven een stedelijk gebied?

Voorals de oppervlakte van ons pand heeft hier een grote invloed op. We hebben namelijk een pand van 30-35 duizend vierkant meter en daarvoor moet de grondprijs niet te hoog zijn. Dan moet je dus helemaal niet in het zuiden zijn, maar ook met Groningen zijn er al duidelijke verschillen.

- Wat zou verbeterd moeten worden in rurale gebieden, in het voordeel van (nieuwe) bedrijven?

Er is wel een reden dat bedrijven in een stedelijke omgeving gaan zitten. Hier in het rurale gebied is er genoeg werk aanbod, maar veel mensen zijn niet bereid om hier naartoe te verhuizen of te reizen. Daarnaast heb je in steden ook meer aanbod voor vrijetijdsbesteding zoals een centrum, dat mis je wel in rurale gebieden. Kijk eens naar stedelijke verplaatsing. Daarnaast is de grondprijs hier wel een stuk voordeliger en valt de reistijd vanuit Groningen naar Veendam ook ontzettend mee en heb je geen last van de stedelijke verkeersdrukte.

- Welke eigenschappen heeft een afgelegen ruraal gebied nodig om een potentiële locatie voor bedrijven te kunnen zijn?

Het hangt heel erg af van het bedrijf. Voor ons is de grondprijs natuurlijk belangrijk. Daarnaast is het ook belangrijk dat de gemeente meewerkt en meedenkt met een bedrijf. De gemeente moet initiatief nemen en flexibel zijn als het gaat om de vestiging van een bedrijf. Het is voor rurale gebieden ook belangrijk dat er niet alleen werk is, maar ook de vrije tijd na werktijd. Het is belangrijk voor de medewerkers van de bedrijven dat er een fijne leefomgeving is met genoeg voorzieningen en hier kan de gemeente ook zeker aan bijdragen. Daarnaast is de ligging erg belangrijk. Bijvoorbeeld Assen ligt heel centraal, Veendam al een stuk minder. Alleen kun je aan die ligging niks veranderen. Het is ook van belang dat er dan juist een goede verbinding is met andere steden. Door het verbreden van de wegen rondom Veendam is er ook meer bedrijvigheid gekomen.

Afsluitende vragen

- Is er nog iets wat u toe wilt voegen, of wat belangrijk zou kunnen zijn voor het onderzoek?

Nee, ik zou op dit moment even niks weten.

Appendix F – Interview Rural Area Drenthe, M&G Group Assen.

Alle Broersma – 8 May 2019

Openingsvragen

- Kunt u iets vertellen over het bedrijf?
 - Bijvoorbeeld: wat doet het bedrijf, aantal werknemers, winst per jaar (optioneel)

Wij hebben ongeveer, hier in Noord-Nederland zo'n 450 medewerkers. Verdeeld over de vestigingen in Groningen en Assen. Wij zijn producent van rookgasafvoer en ventilatieoplossingen, wij maken al die pijpjes die door het dak gaan vanaf de cv-ketel. Met name voor particulieren, niet voor grote bedrijven. Dit doen we nu met twee fabrieken in Noord-Nederland, een in Groningen, een in Assen. Als je kijkt naar de verdeling van het werk, wordt 70% hier in Groningen gedaan, 30% in Assen. Groningen levert vooral aan grote cv-ketel fabrikanten, Assen maakt vooral spullen voor de groothandelsmarkt. Fabrieken in Turkije en Italië en een zusterbedrijf in Beverwijk en een groothandel in Italië, België en Frankrijk. Verkoop in 30 landen op 5 continenten. Ook een verkoopkantoor in het Verenigd Koninkrijk. Het hoofdkantoor is gevestigd in Assen. In 2017 een omzet van 113 miljoen euro. Sinds 1932 bezig in Groningen, in Assen in 1937 begonnen.

- Hoelang is het bedrijf al gevestigd op deze specifieke locatie?

Was al in Assen gevestigd. Het ontstaan van M&G is een resultaat van vele fusies. Sinds 1996 op overname pad gegaan. Verschillende bedrijven overgenomen en gefuseerd met andere bedrijven. Dit duurde tot ongeveer 2016. In die tijd was het ook de bedoeling dat die bedrijven zelf doordraaiden en dat de jaarrekening verdeeld werd. Samenwerken mocht maar moest niet. 3,5 jaar geleden in de kentering erin gekomen in de zin van, eigenlijk is het helemaal niet handig dat we 30 kilometer van elkaar twee fabrieken hebben die min of meer hetzelfde product maken en ook spullen aan elkaar leveren. We hadden alles dubbel, twee inkoopmanagers, twee facility managers, kwaliteitsmanagers. Er zat een hoop dubbeling in. Eigenlijk is sinds 3,5 jaar geleden gezegd, we gaan aan de slag met het samenvoegen van die bedrijven. Daar zijn we mee begonnen, eerst intern. We hebben nu één organisatie staan, de functies komen allemaal overeen. We hebben dezelfde functies in Assen als in Groningen. Maar we hebben ook gezegd, dat management gaan we in stoeien, dus we houden 1 van alles over. Dat staat nu allemaal. Voor ons is nu de volgende stap in de samenvoeging is uiteindelijk naar 1 locatie gaan en dat wordt dus in Assen.

Inhoudelijke vragen

- Welke factoren hebben bijgedragen aan de keuze van deze locatie boven een locatie in een stedelijk gebied? (Keuze Assen boven Groningen)

Bereikbaarheid, de beschikbaarheid van mensen, maar ook de prijs. Dat zijn wel de voornaamste dingen, denk ik. Dat zijn voornamelijk de dingen waar we op gescoord hebben.

- Is Assen dan beter bereikbaar als je kijkt naar de drukte op de weg?

Ja, maar ook vooral als je kijkt naar de spreiding van onze medewerkers. Daar hebben we onderzoek naar gedaan, hoe zijn die medewerkers gespreid over Noord-Nederland. We hebben ook wat mensen die erbuiten zitten, die zitten helemaal ver weg. Maar je ziet uiteindelijk waar alle mensen vandaan komen en we hebben ernaar gekeken, van als je in de auto stapt, hoelang doe je erover om naar Groningen te komen en hoe lang zou je erover doen om naar Assen te rijden. Dat hebben we tegen elkaar weggezet. Dat hebben we meegewogen in de keuzes, ten opzichte van bijvoorbeeld Groningen. We hebben gekeken naar een aantal categorieën. We hebben meerdere locaties gekozen als een mogelijk nieuwe locatie en daarbij hebben we ook gekeken naar de grondprijs. Maar ook de grondslag, moeten we heien ja of nee, wat zijn de vormen van de aangeboden kavels, beschikbaarheid, zaken als bouwhoogtes, milieu categorieën, en bereikbaarheid voor personeel, faciliteiten. Dat speelt er allemaal in mee. Die hebben we gewogen en uiteindelijk, als je het hebt over de bereikbaarheid voor het personeel zijn er al een aantal locaties die afvallen gewoon te ver weg liggen. Dat zijn de rode scores. Groene scores voor de locaties die allemaal bereikbaar waren als je kijkt naar de spreiding.

- Welke factoren heeft dit bedrijf nodig om te functioneren op dagelijkse basis?

Beschikbaarheid van personeel is belangrijk. Verder als het gaat om dit soort criteria, geen verdere zaken die van belang zijn voor de locatiekeuze. Personeel is belangrijk.

- Internet bijvoorbeeld, dat kan in rurale gebieden nog wel eens problemen opleveren?

Daar hebben we wel naar gekeken, als je het hebt over de locaties die we aangeboden hebben gekregen, daar hebben we wel gezegd, hoe zijn de voorzieningen daar. Daar hebben we wel naar gevraagd uiteraard. Bijvoorbeeld als het gaat om glasvezel, dat is wel een vraag geweest. Even om te beginnen hebben we gewoon de vraag gesteld hier in Noordoost-Nederland, dit zijn de eisen die wij aan een kavel hebben, wie heeft een kavel beschikbaar? Daar hebben we uiteindelijk 15 reacties op gehad, alleen in die uitvraag hebben we wel al die elementen meegenomen. En bijvoorbeeld glasvezel hebben we meegenomen, en dan zie je in heel veel gebieden dat dat wel is, maar bijvoorbeeld in Groningen en Assen niet. Dus ook in stedelijk gebied is dat best wel een beperking. Maar als je kijkt naar de spreiding van onze medewerkers komen we wel in ruraal gebied terecht, als je kijkt naar jouw definitie in Assen. Maar er zijn ook andere rurale gebieden die af zijn gevallen, niet omdat er geen glasvezel is, maar veel minder goed bereikbaar zijn. We zijn ervanuit gegaan dat in de basis Assen en Groningen, Tynaarlo of bijvoorbeeld Drachten de basisvoorzieningen goed waren.

- Waren al deze factoren aanwezig op deze locatie, op het moment dat het bedrijf hier werd gevestigd?

Alle basisvoorzieningen waren aanwezig. Er zijn allemaal trajecten in gemeenten, particuliere acties om glasvezel aan te leggen. Maar we hebben geen dingen in de basis die ander moeten.

- Wat zijn voordelen van een locatie in een ruraal gebied boven een stedelijk gebied?

Wij zijn een maakbedrijf, dus alles wat wij aan kosten hebben komt direct terug in onze producten. Dus om zo goedkoop mogelijk te produceren is het wel handig dat wij een niet te hoge prijs betalen voor een kavel. En je ziet hier in Noord-Nederland, Groningen betaal je drie keer de hoofdprijs en alles wat verder van Groningen af gaat, wordt gelijk voordeliger. Terwijl de grond misschien beter is. Als je Groningen en Assen vergelijkt, de grondprijs in Assen is veel vriendelijker dan in Groningen en bovendien hoeven we in Assen ook niet of beperkt te heien en in Groningen betaal je drie keer de hoofdprijs en moet je ook nog investeren in de fundering. Dat is wel een beetje krom. En wat mij wel aanspreekt in de meer rurale gebieden is dat die gemeenten er ook anders in staan. We hebben hele positieve ervaringen met relatief grote gemeenten in ruraal gebied, bijvoorbeeld Smallerland en Assen, ten opzichte van Groningen.

- En op wat voor manier is dat dan?

Je ziet dat zulke gemeenten bereid zijn om hun nek uit te steken om bedrijven binnen te halen. Je ziet dat die gemeenten echt zien van hé als we nu een bedrijf binnen halen zoals de M&G Group is dat goed voor Assen. Want die zetten daar gewoon vol op in. En Groningen haalt drie keer zijn schouders op en zegt dit is de prijs en succes. Terwijl Assen veel meer voor ons geregeld heeft, die heeft ook gelijk geschakeld met de provincie en weet ik veel wat. Die heeft gewoon maximaal de rode loper uit gerold en dat heeft Smallerland ook gedaan. En dat heeft geholpen. Uiteindelijk hebben we dus tussen die beide gemeenten moeten kiezen en heeft bereikbaarheid de doorslag gegeven. We willen wel dat als we naar een nieuw pand gaan, dat er zoveel mogelijk van het bestaand personeel mee gaat. Dat was voor ons een belangrijke pre voor wat betreft de keuze voor een minder stedelijk gebied.

- Wat zou verbeterd moeten worden in rurale gebieden, in het voordeel van (nieuwe) bedrijven?

Dat weet ik eigenlijk niet zo goed. Wat belangrijk is, is als je daar wat mee wil als gemeente is dat je ook de juiste mensen hebt zitten. Daarmee zie je wel dat omvang van de gemeente wel bepalend is. Wat ik net zei, Assen en Smallerland hebben het heel goed gedaan, dat zijn ook Drachten en Assen. Ze vallen onder jouw definitie onder stedelijk gebied, maar het zijn wel grote plaatsen en die hebben gewoon ervaring met het binnenhalen van dit soort bedrijvigheid. Tynaarlo bijvoorbeeld lag voor ons ook wel heel aantrekkelijk, precies tussen Groningen en Assen in, maar die konden het gewoon niet hendelen. Hoogezand was op zich ook wel een

hele aantrekkelijke kavel, maar die kon het ook niet hendelen. Gewoon, ja niet genoeg kennis van zaken en ook niet genoeg overtuigingskracht om ons daarin binnen te halen. Ik denk dat die plekken allemaal best wel bedrijventerreinen en goede bedrijventerreinen. Maar misschien niet de kennis om bedrijven over de streep te halen. Ik denk dat het minden afhangt van, ik bedoel Hoogezand heeft een heel mooi bedrijventerrein en een paar hele mooie kavels en ligt goed bereikbaar, voorzieningen zijn er. Maar niet de slagkracht om dat te regelen. Dus ik denk dat dat wel bepalend is uiteindelijk in de keuzes van bedrijven. Met wat voor gemeenten doe ik nu zaken en waar kom ik terecht.

Afsluitende vragen

- Is er nog iets wat u toe wilt voegen, of wat belangrijk zou kunnen zijn voor het onderzoek?

Wat je wel ziet hier in het noorden is dat je. Kijk bereikbaarheid speelt een belangrijke rol en je ziet dat die rand om Groningen best wel heel aantrekkelijk kan zijn, omdat je ziet dat Groningen ook wel vol slibt. Dus als je nu kijkt naar hoe lang het nu eigenlijk reizen is van Groningen naar Assen, dat is eigenlijk maar 20 minuutjes, niet eens. Dus uiteindelijk is die cirkel er omheen wel heel aantrekkelijk. En volgens mij zie je dat ook wel een beetje in Friesland, als je kijkt naar hoe Heerenveen en Drachten het doen. Ze liggen heel mooi aan de uitvalsbasis van de A7 of N31. Je bent overal zo. Ik denk dat opzicht voor een aantal gemeenten in dat landelijk gebied, zijn best wel heel aantrekkelijk. Dan is het alleen de vraag, wat voor bedrijven zijn dat. Wij zijn best wel groot en hebben een vrij groot oppervlakte nodig. Dat soort bedrijven zijn er niet zo heel veel die verkassen. Maar ook de kleinere bedrijven, zou het een hele aantrekkelijke keuze zijn om in Assen of Drachten te gaan zitten, bij wijze van spreken ten opzichte van Groningen. Juist omdat de grondprijs dan nog meer mee speelt. Ik was er echt wel door verrast dat die gemeenten zich zo profileerden. We hadden echt wel ons geld in gezet op Groningen. We hadden echt verwacht, we gaan die aanbiedingen vragen en dan appeltje eitje, dat moet echt gewoon. Maar het viel echt heel erg tegen en dat heeft ook te maken met waar Groningen voor kiest. Groningen kiest echt voor, ik weet niet hoe dat in Leeuwarden zit, maar je ziet ook in het stedelijk gebied, de stadse provincies. Groningen zet echt in op tweederde van de hoogopgeleide bevolking. Die zet echt in op datacenters van Google, die zet in op healthy aging en al dat soort dingen. Die willen studenten aan zich binden en hoogopgeleide mensen aan zich binden en hebben gewoon minder oog voor laagopgeleiden. En zijn dus ook niet bereid om concessies te doen aan grondprijzen om een maakbedrijf binnen te houden. Terwijl je ziet Assen, wij hebben juist behoefte ook aan die maakbedrijven. Dus ik denk dat het ook nog wel per sector verschilt hoe een gemeente erin staat.

Wij hebben de NOM ook ingeschakeld hiervoor. Toen wij begonnen was het nog niet zeker of wij in Noord-Nederland terecht zouden komen of toch wel elders in het land. De NOM is niet voor bedrijven die al in Noord-Nederland zitten, maar die helpen bedrijven naar Noord-Nederland toe. We hebben gezegd, we weten niet of we hier blijven zitten, dus help ons alsjeblieft. Die hebben ons dus ook begeleid. Heerenveen heeft het natuurlijk de laatste jaren heel slim gedaan met die zuivelfabriek. Door net voor of in de crisis Aware Fronterra binnengehaald.

We hebben kaarten laten vertalen van de shortlist, over de reistijd en het aantal kilometers wat de werknemers moeten reizen aan de hand van algoritmen kun je dat bereken. We hebben dus gekeken, wat nou als we hier gaan zitten, wat betekent dat dan voor de reistijd van al deze mensen. En kijken naar het totaal, hoeveel reistijd gaan we erop vooruit, hoeveel mensen gaan bijvoorbeeld een half uur per dag langer reizen en dat bleek uiteindelijk allemaal heel erg mee te vallen als we naar Assen gingen. Dan was er eigenlijk niemand, of weinig die er meer dan een kwartier of 20 minuten op achteruit gingen. In Groningen rijd je ook vast, dus als je dan een andere route neemt, ben je een kwartiertje langer onderweg, maar dan ben je ook op locatie. En het maakt ook niet uit als je kijkt naar de verschillende spreidingen. Mensen uit Assen komen nu ook vooral op de fiets. Mensen uit Groningen zijn veel mobieler. Voor mij maakt het niet uit of ik naar Groningen rijd of naar Assen. Uiteindelijk maakt het allemaal niet zoveel uit.

Appendix G – Interview Urban Area Friesland, Uit Nood Geboren (UNG), Leeuwarden.

Otto van Olphen – 13 May 2019.

Openingsvragen

- Kunt u iets vertellen over het bedrijf?
 - Bijvoorbeeld: wat doet het bedrijf, aantal werknemers, winst per jaar (optioneel)

Wij zijn 6 jaar geleden begonnen, of begonnen, er was een crisis en toen zijn wij, Richard en ik samen. Zijn wij naar het UWV gestapt en met zo'n startersregeling zijn wij van het UWV zijn wij begonnen. Je krijgt dan eerst een half jaar, met behoud van uitkering en daarna moet je bepalen ga ik door. En wij zijn door gegaan. Wij hadden eerst een huurpandje op de andere kant van Leeuwarden. Daar konden wij gewoon een half jaar proberen, mochten we het redden moesten we met terugwerkende kracht de huur betalen. Zouden we het niet redden is het gewoon oppakken en gaan. Na twee jaar werden we daar al veel te klein, toen zijn we verhuist hier vlakbij naar de Orionweg. Toen hadden we met zeven man begonnen. Daar hebben we drie jaar gezeten. En dat huurden wij ook en die hier, die mensen hebben heel veel huurpanden hier in Leeuwarden, dus die huur werd dusdanig hoog dat we zeiden, we kunnen ook wel zien of we iets kunnen kopen. Dus op een gegeven moment zijn we gaan kijken en toen stond dit pand vrij en toen hebben we besloten om dit pand. In november vorig jaar hebben we dit pand gekocht en inmiddels zijn we met 16/17 man. En in onze oude locatie zit nog zes man, die zijn ook voor ons aan het timmeren. Maar die huren dan weer van hun en wij hebben nu een pand gekocht.

- Maar dat hoort er wel nog bij?

Ja en nee, het is op zichzelf, alleen wij zorgen dat hun werk krijgen.

- Hoelang is het bedrijf al gevestigd op deze specifieke locatie?

Een dikke maand nu.

Inhoudelijke vragen

- Welke factoren* heeft dit bedrijf specifiek nodig om te kunnen functioneren?

Alles gaat naar het Westen, er is bijna niks in Friesland. Het is allemaal Noord-Holland, Zuid-Holland en die kanten. Logistiek gezien kun je beter daar in de buurt zitten. Maar wat wij, je ziet alle houtskelet bouwers zitten allemaal in Noord-Nederland bijna, omdat het veel goedkoper is denk ik. Maar de mentaliteit is ook anders hier, harder werken.

- En hoe zit dat qua internet en gas/licht?

Dat is allemaal aanwezig. Je kunt zelfs aan de glasvezel, alleen dat hebben wij, wij gebruiken zo weinig. Dus als je ziet wat dat kost en wat wij nodig hebben, hebben wij een gewone aansluiting.

- Welke factoren hebben bijgedragen aan de keuze voor deze specifieke locatie?

Deze stond vrij en het paste qua ruimte gewoon perfect voor wat wij doen. Uiteindelijk was het een toevalletje. Toen we hoorden dat die huur omhoog ging, zeiden we, dan moeten we maar even rondkijken en toen zag ik dit. Toen ben ik hierheen gereden en het was eerst. Er zit een heel groot kantoor voor, dus de mensen die dit toen gekocht hebben, hebben dat kantoor eraf geknipt, dat hebben ze aan een accountancy kantoor verkocht, ze hebben die garageboxen die daar staan er ook afgeknipt en die hebben ze ook apart verkocht. En dit hebben ze dus ook apart verkocht. En de rest hebben wij ook niet nodig, al was die grond nog wel handig geweest. Zo is het een beetje gegaan, we hebben hier wat meer ruimte. Dat is wel het belangrijkste en koop, dat je toekomt. Huur breng je elke maand weg.

- Waren alle gewenste factoren aanwezig op het moment dat deze locatie werd gekozen of is het nodig geweest om dingen te veranderen of de gewenste factoren te kunnen vervullen?

Alles was aanwezig, binnen het pand zelf wel wat aanpassingen, maar qua locatie niet.

- Is de huidige locatie van het bedrijf de eerste locatie of is het bedrijf eerder ergens anders gevestigd geweest?
 - Zo ja, welke factoren hebben het verlaten van de vorige locatie(s) beïnvloed?

Uitbreiding, meer ruimte nodig. En om te kopen in plaats van huren.

- Is er ooit nagedacht om te vestigen in een ruraal gebied in plaats van een stedelijk gebied?
 - Zo nee, waarom niet?

Nee, alle mensen komen hier vandaan bijna, behalve ik. Richard komt hier zelf vandaan en degene die de fabriek doet, moet wel dichtbij zitten.

- Als alle gewenste factoren aanwezig zouden zijn in een ruraal gebied, zou het dan worden overwogen om te vestigen in dit gebied?

Dat zou voor ons niks uitmaken, want alles gaat op de vrachtwagen weg. Het moet dan dus wel goed genoeg bereikbaar zijn. Je ziet het bij Jonkers ook, die zit in Gorredijk en waarom zijn ze daar heen gegaan? We zaten in Heerenveen op de windas heel vroeger en de gemeente herenveen die wou niet, duur in de prijs. En toen is eigenlijk dat de gemeente niks wou voor Jonker Houtconstructie en toen zijn wij naar Gorredijk toe gegaan. Puur om dat daar de grond goedkoper was. En daar was het natuurlijk zo dat het allemaal uh. Voor ons maakt het eigenlijk niet uit waar we zitten.

- Ook niet qua grondprijs?

Dat weten wij niet hier en dat zou onze keus niet zo snel zijn. Ik wil graag dat ik vanuit huis makkelijk nog even hiernaartoe kan vliegen (Richard). Dat het dichterbij is, als het verder weg is doe je dat niet zo snel. En je hebt natuurlijk ook, als je op het platteland zit en je hebt allemaal jongens uit Leeuwarden dan zit je ook weer met vervoer, dat moet je wel gaan regelen. Want toen wij van Heerenveen naar Gorredijk gingen, dat was een shock, want we konden natuurlijk op de fiets. We moesten uit de krant lezen dan Jonker verhuizen ging, wij wisten dat niet eens. Daar zijn ze puur heen gegaan, daar was de grond goedkoper en de gemeente was gewoon. Het is ook wat de gemeente altijd wil, dat zie je ook in Heerenveen met dat grote plan daar, dat liep eerst ook voor geen meter, dat nieuwe noord daar, met dat industrieterrein. Voor ons maakt dat niet zoveel uit hoor.

- Wat moet er voor dit bedrijf op een locatie aanwezig zijn?

Personeel vooral ja en ik denk, voor de rest maakt het niet zoveel uit. Alles gaat op transport. Je zou dit bedrijf zo op een hutje in de hei neer kunnen zetten, dat maakt niet uit. Dan moet je er wel goed kunnen komen, dus die bereikbaarheid. Maar dat zie je met Jonker in Gorredijk wel. Gorredijk was vroeger natuurlijk een houtdorp, ook de Vries kozijnen zat daar en een boel houtvreters, maar dat is ook wel een stuk minder geworden. Bij ons is het gewoon puur toeval dat wij hier zitten. En ik denk ook niet dat wij, we wilden ook wel graag op dit industrieterrein blijven zitten. Hier is wat meer leven en dat andere. We zaten eerst op de Swette en daar gebeurde nooit zo heel veel. Hier is altijd veel bedrijvigheid.

- Hebben jullie er dan ook voordeel van dat er zoveel andere bedrijven omheen zitten?

Nee, niet echt.

Afsluitende vragen

- Is er nog iets wat u toe wilt voegen, of wat belangrijk zou kunnen zijn voor het onderzoek?

Wat je zegt, als we zit bedrijf ooit zouden verkopen is dit natuurlijk meer waard dan een bedrijf op het platteland. Dan kun je hier gewoon alle kanten mee uit. Je hebt wel gewoon een locatie aan een weg, de mensen komen hier voorbij en dat zou je op het platteland veel minder hebben. Ik denk, dit was een internationaal bedrijf en een ander groot internationaal bedrijf zit liever in Leeuwarden dan in de middle of nowhere. Want Jonker ook, die heeft dat toen ook gebouwd en die zat toen ook te kloten, en die blufte maar een beetje. Maar dat pand kun je verder niks mee. Dat is puur daarvoor gebouwd en niemand zegt dan, dit is het pand wat ik nodig heb en dat is met dit pand wel zo, hier kun je eigenlijk alles mee.

Appendix H - Interview Urban Area Groningen, Fotofabriek.

Willem Nelck, Owner – 16 May, 2019

Openingsvragen

- Kunt u iets vertellen over het bedrijf?
 - Bijvoorbeeld: wat doet het bedrijf, aantal werknemers, winst per jaar (optioneel)

Het bedrijf is 30 jaar geleden ontstaan als een sales promotion bedrijf samen met een Engelse partner. Daar komt de naam ChrissRussels ook vandaan. Dat is op een gegeven moment uit elkaar gegroeid en vanuit sales promotions zijn wij op een gegeven moment, een onderdeel van sales promotie is het opmaken van promotie en aanverwanten en van daaruit zijn wij doorgesloven richting de retail. Een van de eerste grote klanten was Scapino. En daarna zijn er een aantal gevolgd. Die afdeling is alleen steeds kleiner geworden, die afdeling werkt business to business en je bent erg afhankelijk van een paar grote klanten. Dat maakt een bedrijf wat groeit steeds kwetsbaarder. Wij zijn gaan kijken vanuit de machines die we voor die klanten in huis hadden, hoe je die setting daar verder van kan uitvoeren en dan kom je dus onder andere uit bij fotoboeken. Dat is business to consumer en dat is een veel stabielere tak van sport. De kans dat als je zes grote retailers hebt aan het eind van het jaar omdat ze ergens anders beter denken te worden bediend of zelf niet meer bestaan, zoals je momenteel ziet bij een aantal retail bedrijven. De kans dat dat fout gaat is veel groter dan dat er ineens 10.000 consumenten weglopen. Tenminste als je je werk goed doet. Dit betekent dat wij als bedrijf altijd gefocust zijn op kwaliteit, dat is het allerbelangrijkste. Dan op snelheid, mensen hebben het product het liefst gisteren in huis, dus er moet een snelle levering komen. En het moet prijs concurrerend zijn, dus de prijs moet geen factor zijn om niet voor jou te kiezen. Dat is de top drie in wat we doen en dat proberen we in uitdrukking te brengen naar de consument toe door net iets meer te doen dan wat de consument verwacht, zonder dat daar direct om gevraagd wordt. Het kan altijd beter, goed is de vijand van beter.

We bestaan inmiddels 30 jaar en we zijn in eerste instantie hier gevestigd omdat ik hier in de buurt woonde en voor mezelf ben begonnen. We zijn hier gebleven omdat we nu werken met een hele grote groep jonge mensen erbij, de flexibele schil zoals dat heel mooi heet tegenwoordig. Oftewel het aanvullen van de vaste krachten met gelegenhedskrachten, dat worden door ons de flex werkers genoemd. Daar zitten veel studenten bij. En het mooie is, wat wij proberen, de drukte die wij hebben valt bijna nooit parallel met de drukte die studenten hebben, behalve met kerst. Maar de rest van het jaar zijn de tentamens bijvoorbeeld voor de vakantie en komt de drukte bij ons na de vakantie. Zo vul je elkaar mooi aan, studenten zoeken vaak wat bijverdiensten en wij zoeken mensen. Wat wij doen is niet klassiek drukken, waarbij je vaklui nodig hebt. Wij hebben frisse heldere mensen nodig die binnen een productieproces denken, dit kan beter, sneller, handiger of anders. Daar zijn studenten ideaal voor. En voor hun is het een perfecte manier om te kijken waar hun talenten liggen. Op dit moment hebben we ongeveer 145 medewerkers, inclusief flexwerkers.

- Hoelang is het bedrijf al gevestigd op deze specifieke locatie?

Het bedrijf zit sinds het begin op deze locatie, sinds 1988.

Inhoudelijke vragen

- Welke factoren heeft dit bedrijf specifiek nodig om te kunnen functioneren?

Human capital staat op 1 denk ik. Bereikbaarheid speelt ook wel een rol, we kijken wel op tegen de uitbreiding of de verandering van de ringweg hier, dat kan nog wel eens een probleem worden voor de bereikbaarheid van het bedrijf voor bijvoorbeeld leveranciers. Internet is in heel bevolkt Noord-Nederland wel ongeveer hetzelfde, dus dat is hier goed, tenzij je helemaal aan de periferie van de gebieden komt, maar daar zit je niet. Stroomvoorziening is voor ons heel belangrijk, we draaien heel veel op stroom. Dat is vrij eenvoudig aan te koppelen, dat hebben we al twee keer gedaan en uitgebreid. Je loopt daar wel tegen gemeentelijke regels aan waarbij echt snel schakelen er niet direct in zit. Als je om een uitbreiding voor stoom vraagt, kan het maar zo zijn dat dat drie maanden duurt. Dat kan vervelend zijn.

- Welke factoren hebben bijgedragen aan de keuze voor deze specifieke locatie?

Behalve dat ik in de buurt woonde, is het grote voordeel van dit terrein is, wij hebben op een gegeven moment besloten om, al het geld wat hier wordt verdiend te investeren in machines en niet in een pand. Dan kom je dus uit in een huurpand. En dit is opgesplitst in units. We zijn ooit eens begonnen met een halve hal en inmiddels hebben we vier en een halve hal. We zitten hier nu ook al 30 jaar, je kunt steeds bij huren en aankoppelen. Dat is een groot voordeel van deze locatie. Verder is dit het ongeveer het oudste pand hier in de omgeving. Vroeger was er verder nog niks, dat betekent dat de huren ook niet vreselijk hoog zijn. En wij hebben een hoog aantal meters nodig ten opzichte van de omzet die we draaien, dus dat is eigenlijk wel een noodzaak, dat je niet te duur gaat huren.

- Is er ooit nagedacht om te vestigen in een ruraal gebied** in plaats van een stedelijk gebied?
 - Zo ja, waarom is een stedelijke locatie uiteindelijk de keuze geworden?

Er is wel over nagedacht, maar dan loop je dus tegen je flexwerkers aan. Of van je flexwerkers maak je een probleem dan. Of je moet zeggen, we gaan met busjes rijden, maar dat maakt je wel heel inflexibel. Nu is het zo, denk ik, er wordt overlegd en daar wordt de werktijd op aangepast vanaf twee kanten. Als je dan met een busje gaat rijden, moet je eigenlijk een constante taxi dienst hebben en ik denk dat dat moeilijk te organiseren is. Wat andere factoren betreft zou een ruraal gebied wel een mogelijkheid zijn.

- Welke factoren zouden er aanwezig moeten zijn in een ruraal gebied om bedrijven aan te trekken.

Goede toegangswegen, goed internet en een uitbreidbare stroomvoorziening. Ik denk dat dat de belangrijkste aspecten zijn. Naar de human capital dan, wat met stipt op 1 staat.

- Waren alle gewenste factoren aanwezig op het moment dat deze locatie werd gekozen of is het nodig geweest om dingen te veranderen of de gewenste factoren te kunnen vervullen?

Alle factoren waren in principe aanwezig, al is bijvoorbeeld het stoomnet door de jaren heen wel uitgebreid, door de uitbreiding van het bedrijf zelf.

- Is de huidige locatie van het bedrijf de eerste locatie of is het bedrijf eerder ergens anders gevestigd geweest?
 - Zo ja, welke factoren hebben het verlaten van de vorige locatie(s) beïnvloed?

Het bedrijf ik sinds het begin hier gevestigd, maar is op deze locatie wel uitgebreid door de groei van het bedrijf.

Afsluitende vragen

- Is er nog iets wat u toe wilt voegen, of wat belangrijk zou kunnen zijn voor het onderzoek?

Ik denk dat als je ruraal gaat zitten, zoals het hier wordt genoemd. Dat je er ook wel tegen aan loopt dat je verder moet zoeken om toe leveranciers te vinden. Dan bedoel ik niet degene die hier de dozen levert waar wij de fotoboeken in verpakken, dat komt met een vrachtwagen en dat kan door heel Nederland. Maar werkzaamheden aan het pand, bijvoorbeeld als het hek stuk is en je hebt een smid nodig. Hier in de stad heb je drie bedrijven binnen twee kilometer. Ik denk dat als je verder daarbuiten zit dat dat allemaal wat moeilijker gaat.

Appendix I - Column Egon Diekstra, Owner Of Hamilton Bright Sneek

Sneek(week) goed voor imago

“Zitten jullie in Sneek?” Ik heb deze vraag vaak moeten beantwoorden. Als landelijk opererend bureau is het toch niet logisch om je bedrijf vanuit Sneek te runnen, is de algemene gedachte. Dan hoort er een gerenommeerde vestigingsplaats op je visitekaartje te staan, want dan word je een stuk serieuzer genomen. Althans dat werd altijd gesuggereerd.

De reden dat we in Sneek ons bedrijf zijn begonnen had in eerste instantie vooral te maken met het feit dat ikzelf geboren en getogen ben in Sneek. Ik hier ontzettend prettig leef, mijn familie hier woont en ik mijn vrienden en kennissen hier heb opgebouwd. Daarnaast ben je als Fries erg trots op de provincie en voel je je verbonden met de cultuur. Waarom zou je je bedrijf hier dan niet vestigen? In de eerste jaren van ons bedrijf moesten we Sneek vaak uitleggen. Het werd een beetje als kneuterig ervaren. En in alle eerlijkheid hadden we in de eerste jaren van ons bestaan ook nog niet heel veel te laten zien op ons kantoor. Hamilton Bright klonk goed, maar Sneek?

Sneek, en daarmee Friesland, is in de loop der jaren voor ons een steeds groter argument geworden. De betrouwbaarheid, nuchterheid en loyaliteit van Friezen wordt landelijk her- en erkend. Dat zijn eigenschappen waar je je graag mee wilt associëren als bedrijf. En dat hebben we steeds toegelicht en bewezen.

Onze opdrachtgevers komen inmiddels heel graag naar Friesland. Dat is voor hun een feestje. Het rijden over de Afsluitdijk richting onze provincie wordt ervaren als een prachtige route op weg naar een mooi vakantieoord. Zo komen ze ontspannen aan bij ons op kantoor. En de eerder gememoreerde eigenschappen geven daar bovenop nog het goede gevoel dat alles ‘echt’ is.

Tegenwoordig nodigen we in juni van het jaar ruim tweehonderd belangrijke opdrachtgevers uit om de Sneekweek met ons te vieren. Relaties plannen tegenwoordig regelmatig hun vakantie om de Sneekweek heen. Voor hen is het een geweldig netwerkevenement geworden en wij kunnen laten zien wie we zijn en waar we trots op zijn. In iedere deal zit een gunfactor: die wordt hiermee enorm versterkt.

Uiteraard heeft Friesland ook een keerzijde. We zijn voor ambitieuze starters niet direct een sexy provincie. De millennials – de starters van morgen en zij die zich al op de arbeidsmarkt bevinden - hebben niet het idee dat zij carrière kunnen maken in Friesland. De echte bedrijven zijn in de Randstad te vinden en daar is het te doen. Om die reden kunnen wij maar moeizaam gespecialiseerde marketeers vinden in Friesland.

Dat is een uitdaging die je niet direct kunt oplossen. Tevens missen we in Friesland wel vaak de nodige bravoure om vooral te laten weten dat jouw bedrijf het verschil kan maken. ‘Doe maar normaal’; mooie nuchterheid, maar commercieel levert het te weinig op.

Inmiddels hebben wij een gouden balans gevonden met een hip kantoor in Naarden, waar we onze specialisten hebben zitten. Sneek is de betrouwbare ‘backbone’ van ons bedrijf. Zo zijn alle ingrediënten beschikbaar.

Hamilton Bright is in 2017 overgenomen door Advantage Smollan. Een wereldwijd opererend bedrijf op ons gebied met meer dan 100.000 medewerkers. De directie was aanwezig op de Sneekweek en was ‘impressed’. Ons hoofdkantoor blijft echter gewoon in Sneek.