

Het locatiegedrag van Groningse ICT-ondernemers: wat heeft hen hierheen gebracht?

Masterthesis Economische Geografie

Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen

Rijksuniversiteit Groningen

Tim Polman

S1796046

Begeleider: Sierdjan Koster

Inhoudsopgave

1. Samenvatting.....	3
2. Introductie.....	4
2.1 Aanleiding.....	4
2.2 Opbouw van de thesis.....	8
2.3 Vraagstelling.....	8
2.3.1 Doel.....	8
2.3.2 Hoofdvraag.....	9
2.3.3 Deelvragen.....	9
3. Theorie.....	10
3.1 Literatuur.....	10
3.1.1 Menselijk kapitaal.....	10
3.1.2 Agglomeratievoordelen.....	11
3.1.3 Woonattracties.....	13
3.1.4 Levensloop.....	15
3.2 Conceptueel model.....	16
3.2.1 Verklaring conceptueel model.....	17
3.3 Verwachtingen.....	17
4. Methodologie.....	19
4.1 Tekstanalyse.....	20
5. Resultaten.....	22
5.1 Agglomeratievoordelen.....	22
5.2 Woonattracties.....	23
5.3 Levensloop.....	23
6. Conclusies.....	27
7. Literatuurlijst.....	29
8. Bijlage: Interviewvragen.....	31
8.1 Introductie.....	31
8.2 Vragen over het bedrijf.....	31
8.3 Vragen over Groningen.....	31
8.3.1 Human capital'.....	31
8.3.2 Agglomeratievoordelen.....	31
8.3.3 'Amenities'.....	33

1. Samenvatting

Dit onderzoek is gericht op de keuze voor Groningen als vestigingslocatie door ICT-ondernemers. Er bestaan verschillende theorieën die het economische succes van steden en regio's verklaren. Deze theorieën zijn in twee categorieën in te delen: agglomeratievoordelen en 'amenities'. Voor deze thesis is hier nog een factor aan toegevoegd: de invloed van de levensloop van een ondernemer. De keuze voor de stad Groningen is gemaakt vanwege het relatief hoge aantal ICT-bedrijven dat er gevestigd is: de stad is de zesde ICT-stad van Nederland. Daarnaast blijkt de stad een aantrekkelijke woonstad te zijn, ondanks de relatief perifere ligging. Qua agglomeratievoordelen scoort de stad dus slecht binnen Nederland, maar qua 'amenities' goed.

In totaal zijn zeven Groningse ICT-ondernemers geïnterviewd. Er is hun gevraagd naar de aanleiding voor hun vestiging in Groningen. Daarnaast is gekeken naar de mate waarin zij agglomeratievoordelen ervaren en de aantrekkelijkheid van Groningen als woonstad. Met behulp van het programma Atlas.ti zijn de uitkomsten van de interviews vervolgens geanalyseerd om een beter overzicht te krijgen van de antwoorden van de ondernemers.

Zowel de agglomeratievoordelen die de gemeente Groningen ondernemers biedt, als de aantrekkelijkheid van Groningen als woonstad worden uitstekend beoordeeld door de onderzochte ICT-ondernemers. Deze twee aspecten blijken echter niet de directe aanleiding te zijn geweest voor vestiging in Groningen. De redenen voor vestiging in Groningen zijn zonder uitzondering persoonlijk van aard, opvallend vaak blijkt een studie in Groningen ooit de directe aanleiding te zijn geweest voor vestiging in de stad.

De conclusie van dit onderzoek luidt in het kort dat theorieën over agglomeratievoordelen en 'amenities' geen verklaring bieden voor het locatiegedrag individuele ICT-ondernemers. De theorieën hebben zeker hun waarde voor het verklaren van economische verschillen tussen regio's en beide aspecten worden ook herkend en gewaardeerd door de geïnterviewde ondernemers, maar zijn op individueel niveau geen relevante factor geweest voor de keuze voor Groningen als vestigingsplaats.

2. Introductie

2.1 Aanleiding

Begin deze eeuw won het idee dat locatie in een globaliserende wereld van afnemend belang zou zijn aan populariteit. Eén van de invloedrijkste auteurs op dit gebied was Thomas Friedman die in 2005 zijn boek 'The World is Flat' publiceerde. Hij meende dat als gevolg van de snelle ontwikkeling van internet en mobiele telefonie de locatievoordelen, die bepaalde regio's economisch succesvol maakten, van minder belang zouden worden. Loonkosten zouden voortaan de voornaamste overweging voor de vestigingskeuze van bedrijven worden en economische verschillen tussen en binnen landen zouden op den duur verdwijnen (Friedman, 2005 in Moretti, 2012). Inmiddels is dit idee door de feiten achterhaald; in een door innovatie gedreven economie is de vestigingslocatie belangrijker dan ooit en bestaan er nog altijd grote economische verschillen tussen steden en regio's, zowel in de Verenigde Staten (Moretti, 2012; Storper, 2013) als in Nederland (Marlet, 2009).

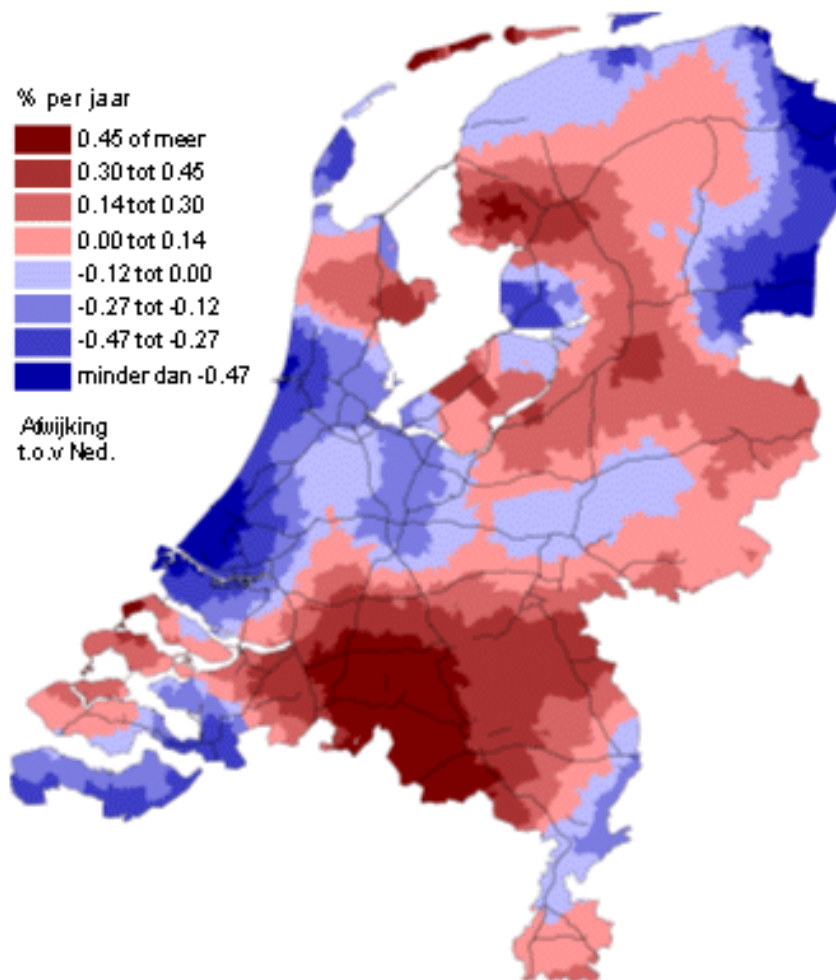
De economische ontwikkeling in de Verenigde Staten werd de afgelopen decennia gekenmerkt door een toenemende geografische ongelijkheid (Moretti, 2012; Storper, 2013). In de toekomst zal deze tweedeling naar verwachting alleen maar groter worden. Zo voorspelt Storper (2013) een tweedeling tussen de middelgrote en grote stadsregio's in de Verenigde Staten en de rest van het land. Moretti (2012) heeft het over 'The Great Divergence'; een klein aantal steden met de 'juiste' industrieën en voldoende menselijk kapitaal zullen floreren, terwijl de steden met 'verkeerde' sectoren en weinig hoogopgeleiden verder zullen afglijden.

De economische verschillen binnen Nederland zijn niet te vergelijken met die in de Verenigde Staten. Dit komt onder meer door de relatief kleine omvang van het land en de beperkte loonverschillen binnen Nederland. Toch bestaat er in Nederland een vergelijkbare situatie: er bestaat een kloof tussen de economische kern (de steden in de Randstad) en de periferie van Nederland. Het bestaan van deze kloof is grotendeels te verklaren door de agglomeratievoordelen die de Randstad kent ten opzichte van meer perifere regio's zoals Groningen en Zuid-Limburg (Marlet, 2009). Door het bestaan van bouwrestricties en de kleine loonverschillen tussen steden, blijkt het succes van een stad in Nederland niet uit een groei of krimp van de bevolking. Wel kan worden gekeken naar de samenstelling van de bevolking van een stad; bijvoorbeeld naar het percentage hoogopgeleiden (Marlet, 2009).

Volgens Marlet (2009) zullen hoogopgeleiden zich eerder vestigen in de Randstad door de grotere bereikbaarheid van banen; bedrijven hebben hierdoor op hun beurt een grotere beschikbaarheid van werknemers en daarnaast vinden zij in de dichtbevolkte Randstad meer potentiële toeleveranciers en klanten. De economische ontwikkelingen in de periferie van Nederland zijn echter niet voor alle steden gelijk. Een goed voorbeeld van een stad in de periferie die toch beschikt over veel menselijk kapitaal is Groningen; er zijn relatief veel hoogopgeleiden en de creatieve klasse is ook goed vertegenwoordigd (Marlet, 2009). Ook is er in de gemeente Groningen relatief veel ICT-bedrijvigheid (CBS Statline, 2014). Deze ICT-bedrijvigheid is het onderwerp van dit onderzoek; onderzocht is welke factoren van belang zijn geweest voor de vestiging ICT-ondernemer in Groningen.

Hoewel de 'echte' periferie het dus moeilijk heeft, boeken de steden net buiten de Randstad (de eerste schil) juist enige winst ten opzichte van de economische kern van Nederland, dit zou mede door de agglomeratienadelen van de Randstad veroorzaakt worden. Met andere woorden: de

'eerste' schil biedt voordelen ten opzichte van de Randstad, onder meer een lager filedruk en goedkopere kantoorruimte (Marlet, 2009). Onderzoek van Louter & Van Eikeren (2011) bevestigt dit: sinds 2005 is de relatieve groei van de werkgelegenheid in de provincie Noord-Brabant en het oosten van Nederland hoger dan in de Randstad. De hoogste relatieve groei vindt de laatste jaren plaats in de zogeheten 'oostas'. Deze loopt van Almere en Amersfoort via onder andere Apeldoorn en Zwolle tot aan Heerenveen. Figuur 1 geeft een overzicht van de ontwikkeling van het aantal arbeidsplaatsen in Nederland (Louter & Van Eikeren, 2011). Al met al is er dus geen eenduidige economische trend in het voordeel van de Randstad te constateren, wel hebben perifere regio's in Nederland het over het algemeen moeilijk.



Figuur 1: de ontwikkeling van het aantal arbeidsplaatsen per Nederlander in de leeftijd 15-64 in de periode 1995-2010 (Louter & Van Eikeren, 2011)

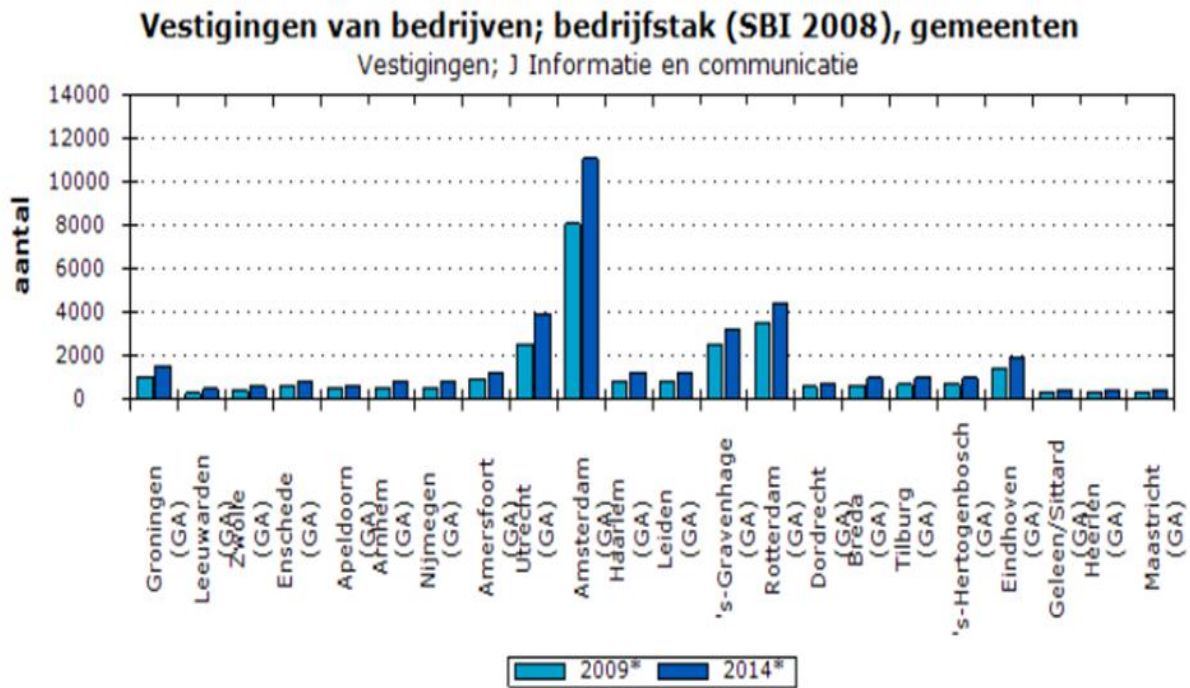
Marlet (2009) constateert ook regionale verschillen die niet door agglomeratievoordelen te verklaren zijn. De Noordvleugel van de Randstad (Amsterdam en Utrecht) doet het bijvoorbeeld al jaren beter dan de Zuidvleugel (Rotterdam en Den Haag), terwijl de bereikbaarheid van banen in deze twee gebieden vrijwel identiek is. Dit uit zich onder meer in een inkomen per hoofd van de bevolking dat in Amsterdam ongeveer tienduizend euro hoger ligt dan in Rotterdam en in Den Haag (Van den Berg et al., 2005). Er zijn verschillende verklaringen voor het beter presteren van de Noordvleugel. Zo draait

de Rotterdamse economie nog grotendeels op sectoren die door toenemende automatisering steeds minder werkgelegenheid bieden en is het woningaanbod in Rotterdam niet aantrekkelijk voor hoogopgeleiden (veel sociale huurwoningen) en wordt de 'quality of life' in de Noordvleugel beter beoordeeld dan in de Zuidvleugel van de Randstad. (Van den Berg et al., 2005).

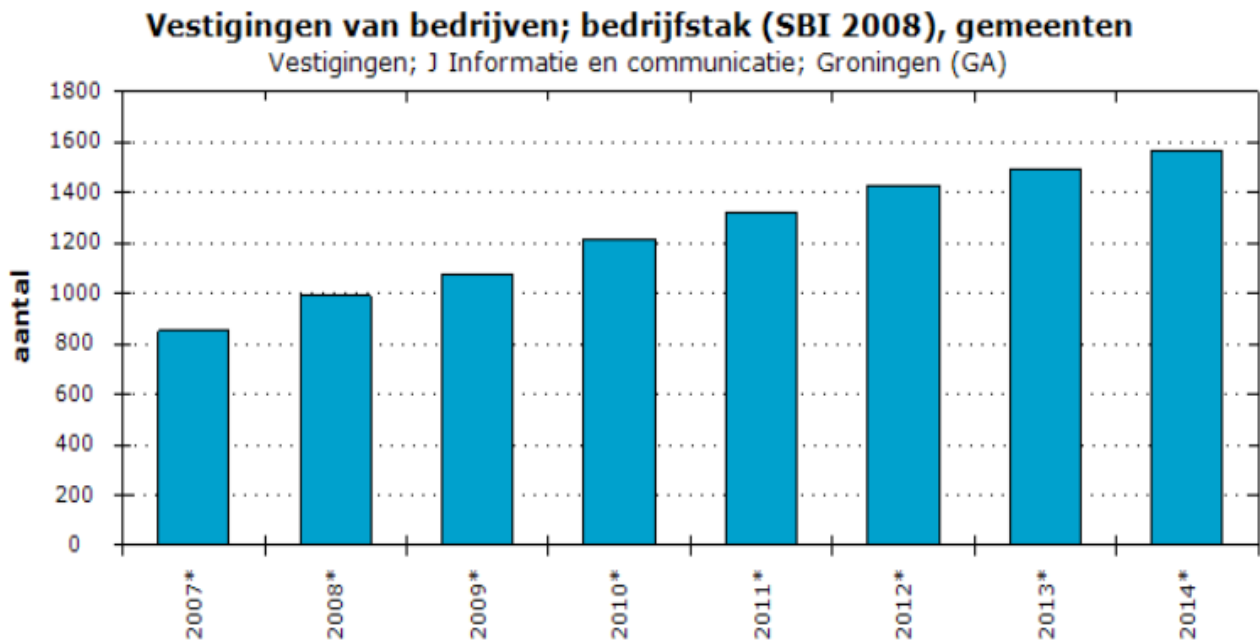
De factoren die de Zuidvleugel van de Randstad minder aantrekkelijk maken voor hoogopgeleiden (de lagere 'quality of life' en het gebrek aan geschikte woningen) kunnen gezamenlijk worden aangeduid met de term 'woonattracties' (Marlet, 2009). Volgens Marlet (2009) is de grotere aanwezigheid van woonattracties de reden voor de hegemonie van de Noordvleugel. Woonattracties (in de internationale literatuur aangeduid als 'amenities') maken steden als Amsterdam en Utrecht aantrekkelijker voor de creatieve klasse en leiden tot een stijging van het menselijk kapitaal, hetgeen het betere presteren van de Noordvleugel kan verklaren. Volgens Marlet (2009) spelen 'amenities' een belangrijke rol bij het verklaren van economische verschillen binnen Nederland. Het toegenomen belang van woonattracties bij het kiezen van een woonplaats heeft als gevolg dat 'werken' in toenemende mate 'wonen' volgt: bedrijven kiezen hun vestigingslocatie op basis van het aanwezige menselijk kapitaal (Marlet, 2009).

De stad Groningen is een goed voorbeeld van een perifeer gelegen stad die wel over veel 'amenities' beschikt (Marlet, 2009). De woonkwaliteit in Groningen wordt uitstekend beoordeeld (Pellenburg & Van Steen, 2005) en daarnaast is de gemeente populair als mogelijke woonstad (Pellenburg & Van Steen, 2013). Ook uit meerdere door Marlet (2009) gebruikte indicatoren blijkt dat Groningen ondanks de niet-centrale ligging een aantrekkelijke woonstad is. Zo bezet Groningen een vijfde plek op de 'aantrekkelijkheidsindex' en was de stad de derde snelste stijger op deze lijst in de periode 1997-2007. Ook wonen er in Groningen relatief veel hoogopgeleiden en is de creatieve klasse er goed vertegenwoordigd, op deze lijsten bezet Groningen respectievelijk de zesde en de zevende plaats (Marlet, 2009).

Vanwege de interessante positie van Groningen als aantrekkelijke woonstad met een perifere ligging, richt dit onderzoek zich op de stad Groningen. Binnen de gemeente Groningen wordt specifiek gekeken naar de ICT-sector. Deze keuze is gemaakt omdat werknemers in de ICT-sector relatief 'foot loose' zijn en dus te verwachten is dat zij in staat zijn een afgewogen keuze voor hun vestigingslocatie te maken (Van Oort et al., 2003). In vergelijking met andere grootstedelijke agglomeraties Nederland is deze sector in Groningen aanzienlijk; na de vier grote steden en Eindhoven is het aantal ICT-bedrijven in Groningen het hoogst (zie figuur 1). In figuur 1 is ook de enorme groei die de sector in de afgelopen vijf jaar heeft doorgemaakt goed te zien. Als Groningen wordt vergeleken met steden buiten de Randstad hoort de plaatselijke ICT-sector bij de grootste en binnen Noord-Nederland heeft de stad Groningen veruit de meeste ICT-bedrijvigheid (CBS Statline, 2014). Daarnaast vertoont het aantal Groningse bedrijven in de bedrijfstak informatie en communicatie sinds 2007 een continue groei (zie figuur 2). Overigens is dit deel van een landelijke trend; ondanks de crisis groeit het totaal aantal bedrijven in deze sector ook landelijk sinds 2007 elk jaar (CBS Statline, 2014).



Figuur 2: een overzicht van de omvang van de bedrijfstak informatie en communicatie in de grootstedelijke agglomeraties van Nederland in 2009 en 2014 (Bron: CBS Statline, 2014)



Figuur 3: een overzicht van de omvang van de bedrijfstak informatie en communicatie in de gemeente Groningen per jaar in de periode 2007-2014 (Bron: CBS Statline, 2014)

Ook is er veel aandacht onder beleidsmakers voor de ICT-bedrijvigheid in Groningen. Zo noemen Weterings et al. (2007) in hun rapport ‘clusters en economische groei’, dat zij namens het Planbureau voor de Leefomgeving schreven, twee clusters die in de stad Groningen bestaan: kennisdiensten en de creatieve industrie, beide sectoren zijn gerelateerd aan de ICT-sector. De gemeente Groningen probeert ook in te zetten op Groningen als ICT-stad. Zo formuleerde de gemeente in 2005 de doelstelling om tot de vijf belangrijkste ICT-steden van Nederland te horen (Gemeente Groningen,

2005). Ook in het rapport 'G-Kracht' uit 2010 zette de gemeente Groningen vol in op het profileren van de stad als ICT-stad: de unieke ICT-infrastructuur en aanwezige kennis worden geroemd (Gemeente Groningen, 2010). De ICT-bedrijvigheid is dus belangrijk voor de stad Groningen, zoals onder meer blijkt uit de genoemde beleidsrapporten van de gemeente Groningen.

De theorieën over agglomeratievoordelen en 'amenities' suggereren dat ondernemers een weloverwogen keuze maken voor een plaats. Dit is in het geval van startende bedrijven echter vaak niet het geval: ondernemers beginnen hun bedrijf op de plek waar ze op dat moment al woonachtig zijn. Ook bij eventuele bedrijfsverhuizingen spelen persoonlijke motieven de voornaamste rol (Stam, 2007). Dit onderzoek wil dieper ingaan op persoonlijke motieven voor vestiging in Groningen. Specifiek wordt gekeken naar de rol die de levensloop van de ondernemer hierin speelt: welke gebeurtenissen in het leven van de ondernemer hebben ervoor gezorgd dat hij of zij nu in Groningen gevestigd is? Er is gewerkt met diepte-interviews en op deze manier is op individueel niveau gekeken naar de verschillende redenen die ondernemers gehad hebben om zich ooit in de stad Groningen te vestigen. Op deze manier kan de invloed van de levensloop beter onderzocht worden, dit in tegenstelling tot eerder onderzoeken (Marlet, 2009; Van Oort et al., 2003).

Omdat grotere ICT-bedrijven volgen Van Oort et al. (2003) hun vestigingskeuze vaak niet van de individuele voorkeuren van hun werknemers af laten hangen, ligt de focus in het onderzoek op de kleinere en dus meer 'foot loose' bedrijven. Alleen bedrijven met minder dan tien werknemers zijn meegenomen in het onderzoek, de zogeheten micro-bedrijven (Europese Commissie, 2003).

2.2 Opbouw van de thesis

Na deze inleiding volgt eerst een bespreking van de gebruikte theorieën en concepten in het theoretisch kader. De in het onderzoek centraal staande begrippen 'menselijk kapitaal', 'agglomeratievoordelen' en 'woonattracties' zullen besproken worden aan de hand van de literatuur. Daarnaast zal worden ingegaan op de levensloop: persoonlijke overwegingen gedurende het leven van de ondernemer die hebben geleid tot vestiging in Groningen. Dit zijn gebeurtenissen in het leven die tot de keuze voor Groningen als vestigingslocatie hebben geleid, maar die niet direct zijn te relateren aan agglomeratievoordelen of woonattracties. Te denken valt hierbij aan de keuze voor Groningen als stad om te studeren, of het samenwonen met een partner in Groningen.

Hierna volgt een beschrijving van de toegepaste methodologie. In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op het interviewproces en de analyse van de door de geïnterviewde ICT-ondernemers gegeven antwoorden.

Vervolgens worden in het hoofdstuk 'Resultaten' de resultaten van de dataverzameling en data-analyse besproken en vergeleken met de in het theoretisch kader genoemde theorieën.

Ten slotte worden de conclusies die uit de resultaten kunnen worden getrokken nog eens kort samengevat. De hoofd- en deelvragen worden hier uiteindelijk beantwoord.

2.3 Vraagstelling

2.3.1 Doel

"Onderzoeken wat voor Groningse ICT-ondernemers de reden is dat zij in de stad Groningen gevestigd zijn."

2.3.2 Hoofdvraag

“Welke factoren leiden tot de vestiging van ICT-ondernemers in de stad Groningen en wat is hierbij de rol van agglomeratievoordelen en woonattracties?”

2.3.3 Deelvragen

“Wat is het belang de agglomeratievoordelen die de stad Groningen biedt bij de beslissing van Groningse ICT-ondernemers om hun bedrijf te vestigen in de stad Groningen?”

“In welke mate speelt de aantrekkelijkheid van Groningen als woonstad een rol bij de beslissing van Groningse ICT-ondernemers om hun bedrijf te vestigen in de stad Groningen?”

“Welke gebeurtenissen gedurende het leven van ondernemers leiden tot vestiging in de stad Groningen?”

3. Theorie

3.1 Literatuur

Marlet (2009) noemt drie hoofdingrediënten voor zijn 'analysemodel voor de stad'. Dit zijn agglomeratievoordelen, woonattracties ('amenities') en menselijk kapitaal ('human capital'). In het theoretisch kader van dit onderzoek zullen de drie belangrijkste aspecten van het 'analysemodel voor de stad' besproken worden. Eerst zal het concept menselijk kapitaal besproken worden: de hoeveelheid is immers volgens meerdere auteurs cruciaal voor de economische ontwikkeling van een regio (Clark et al, 2000; Moretti, 2012; Storper, 2013). Zowel de agglomeratievoordelen die een stad biedt (Moretti, 2012; Storper, 2013), als woonattracties (Marlet, 2009), zouden een verklaring kunnen bieden voor de geografisch ongelijke spreiding van menselijk kapitaal en dus voor de vestiging van ICT-ondernemers in een stad. Deze twee begrippen zullen dus hierna besproken worden.

Buiten de aanwezigheid van agglomeratievoordelen en woonattracties, spelen persoonlijke factoren een grote rol bij de voorkeur voor een vestigingslocatie (Meester & Pellenbarg, 2006; Stam 2007). Ondernemingen zullen over het algemeen begonnen worden op de plek waar de oprichter al woonachtig is. Het is dus interessant om te kijken naar de levensloop van ondernemers: welke gebeurtenissen in het leven van de ondernemer hebben geleid tot vestiging in de stad Groningen? Persoonlijke banden zijn hierbij van groot belang: door de aanwezigheid van een sociaal netwerk van vrienden en familie, zullen microbedrijven niet snel verhuizen uit de woonplaats van de ondernemer (Stam 2007). Dit suggereert dat theorieën die uitgaan van een keuze voor een locatie gebaseerd op woon- of bedrijfsvoordelen de vestigingsvoorkeuren van microbedrijven onvoldoende kunnen verklaren. Daarom zal in het laatste deel van dit hoofdstuk verder worden ingegaan op gebeurtenissen gedurende het leven van een ondernemer die tot vestiging in de stad Groningen leiden.

3.1.1 Menselijk kapitaal

Centraal bij zowel de theorieën over agglomeratievoordelen als die over woonattracties, staat het aantrekken van hoogopgeleiden: 'human capital'. Menselijk kapitaal zou de 'missing link' zijn tussen beide theorieën (Marlet, 2009). De positieve of negatieve economische ontwikkeling van stadsregio's in de afgelopen decennia is voor een belangrijk deel te herleiden tot de aanwezige hoeveelheid aanwezig menselijk kapitaal. Met andere woorden: steden zijn afhankelijk van de mate waarin zij hoogopgeleiden aan zich weten te binden (Clark et al, 2000; Moretti, 2012; Storper, 2013). Ook in Nederland is deze ontwikkeling gaande. Sinds Nederlandse steden gedurende de jaren negentig weer populairder werden als woonlocatie is de concurrentiestrijd om menselijk kapitaal tussen steden verhevigd. In een wereld waarin werkgevers hun locatie kiezen op basis van de aanwezigheid van gespecialiseerd en hoogopgeleid personeel is de aanwezigheid van menselijk kapitaal voor Nederlandse steden cruciaal geworden (Marlet, 2009).

Als gevolg van de grote binnenlandse verschillen in menselijk kapitaal is er in recente decennia een tweedeling ontstaan in de Verenigde Staten (Moretti, 2012; Storper, 2013). Volgens Moretti (2012) zijn innovatieve sectoren de motor van de economie geworden en is menselijk kapitaal de belangrijkste productiefactor geworden. Hierdoor zijn drie categorieën van steden ontstaan: de 'brain-hubs' (steden met een hoogopgeleide bevolking en veel werkgelegenheid in de hightechsector), de steden met van oudsher een grote maakindustrie (Detroit is hiervan het

bekendste voorbeeld) en steden die hier tussenin zitten en waarmee het zowel de goede als de slechte kant op zou kunnen gaan. In Nederland zijn de verschillen minder groot, maar ook hier heeft de economische kern (de Randstad) economische winst geboekt ten opzichte van de periferie (Marlet, 2009).

Een auteur die veel invloed heeft gehad met zijn ideeën over menselijk kapitaal is Richard Florida (Marlet, 2009). Vanwege de beperkte bewijslast van zijn theorieën heeft hij veel kritiek gekregen (Marlet, 2009; Storper, 2013). Toch is het concept van de creatieve klasse dat door Florida is bedacht volgens Marlet (2009) wel waardevol. Met menselijk kapitaal worden vaak alle hoogopgeleiden aangeduid, terwijl de creatieve klasse alleen hoogopgeleiden die ook daadwerkelijk in een hooggeschoolde functie werkzaam zijn behelst. Daarnaast horen werknemers in innovatieve sectoren die niet hoogopgeleid zijn ook tot de creatieve klasse (Marlet, 2009). Met de term 'creatieve klasse' is dus wat exacter te definiëren welke groep bewoners belangrijk is voor het menselijk kapitaal van een stad.

Er zijn een aantal manieren waarop een stad de hoeveelheid menselijk kapitaal effectief kan beïnvloeden (Marlet, 2009; Moretti, 2012; Storper, 2013). Zowel Moretti (2012) als Storper (2013) noemen het belang dat een universiteit voor de stedelijke economie kan hebben. Zo kan een grote investering in een lokale universiteit of een universitair ziekenhuis een middel zijn voor steden die economisch een middenpositie bekleden om dichterbij de economische topregio's te komen (Storper, 2013). Groningen is een Nederlands voorbeeld van een stad die economisch tussen de succesvolle regio's en de steden die het relatief slechter doen in staat (Marlet, 2009). Ook heeft Groningen een grote universiteit en een academisch ziekenhuis die voor veel werkgelegenheid zorgen; het UMCG staat landelijk op de dertigste plaats van grootste werkgevers en ook de Rijksuniversiteit Groningen staat in de top 100 (Dekker & Troost, 2014). Moretti (2012) noemt eveneens het belang dat universiteiten op een stedelijke economie kunnen hebben. Naast universitaire ziekenhuizen noemt hij kennispillovers en ondernemingen die als een direct gevolg van wetenschappelijk onderzoek gestart zijn als twee belangrijke positieve uitwerkingen die een universiteit op een stad kan hebben.

Naast investeren in universiteiten kan een grootschalige investering in infrastructuur een regio vooruithelpen (Marlet, 2009; Storper, 2013). Volgens Marlet (2009) had het doorgaan van de Zuiderzeelijn de bereikbaarheid van banen in de stad Groningen enorm kunnen vergroten, hetgeen de stad aantrekkelijker zou hebben gemaakt voor hoogopgeleiden.

3.1.2 Agglomeratievoordelen

Met agglomeratievoordelen worden voordelen bedoeld die een stad en de omgeving van de stad kunnen behalen ten opzichte van andere regio's door hun geografische ligging en de mate waarin zij geagglomereerd zijn (Marlet, 2009). Volgens Marlet (2009) kan het belangrijkste economische verschil binnen Nederland door agglomeratievoordelen worden verklaard, namelijk de kloof tussen de Randstad en de periferie van Nederland.

McCann (2013) noemt drie voordelen die 'agglomeration economies' kunnen behalen ten opzichte van minder geagglomereerde regio's. Deze voordelen worden ook wel 'Marshallian externalities' genoemd, vernoemd naar Alfred Marshall die ze eind negentiende eeuw al beschreef (Marlet, 2009; Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Ze worden 'externalities' genoemd om ze te onderscheiden van de interne schaalvoordelen die een bedrijf op basis van de omvang van het

bedrijf zelf heeft, bijvoorbeeld doordat de inkoop van grondstoffen in grote hoeveelheden relatief goedkoper is. 'Marshallian externalities' daarentegen, zijn de voordelen die bedrijven hebben op basis hun locatie in een cluster met vergelijkbare bedrijven (Marlet, 2009; McCann, 2013).

Het eerste voordeel zijn 'knowledge spillovers'. Deze kennisspillovers treden op als meerdere bedrijven in dezelfde sector in elkaars nabijheid gevestigd zijn. De kennisuitwisseling die als een gevolg hiervan plaatsvindt, komt op meerder manieren tot stand. Ten eerste kan door de lokale aanwezigheid van werknemers in dezelfde sector in business meetings op formele wijze kennis gedeeld worden. Daarnaast wordt kennis binnen clusters op allerlei andere manieren gedeeld, bijvoorbeeld tijdens lunches of sportactiviteiten. Kenmerkend aan deze 'tacit knowledge' is dat deze incompleet is en niet vanuit marktoverwegingen wordt gedeeld (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Goede voorbeelden van clusters waar kennisspillovers een grote invloed hebben, zijn de financiële markten, bijvoorbeeld in Londen of New York, informatie is in deze sector van levensbelang (McCann, 2013). Kennisspillovers vinden echter niet alleen plaats tussen bedrijven maar ook tussen mensen onderling.

De tweede 'Marshallian externality' zijn de 'non-traded'- of 'specialist local inputs'. Dit zijn specialistische diensten die vaak zeer kostenintensief zijn (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Doordat bedrijven in dezelfde sector van deze dure diensten gebruik maken, worden ze voor individuele bedrijven betaalbaarder (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Een voorbeeld hiervan zijn specialistische financiële diensten waar de financiële markten in Londen en New York gebruik van maken. In een minder geclusterde omgeving zou een bedrijf dat zulke diensten levert niet uit de kosten komen en dus niet kunnen bestaan (McCann, 2013). Daarnaast valt infrastructuur onder de 'specialist local inputs'; het aanleggen van een glasvezelverbinding is bijvoorbeeld alleen te financieren als veel bedrijven er gebruik van kunnen gaan maken (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013).

De laatste 'Marshallian externality' is de gedeelde arbeidsmarkt waar bedrijven in dezelfde sector die in elkaars nabijheid gevestigd zijn van kunnen profiteren, oftewel de aanwezigheid van 'human capital' in een cluster (Marlet, 2009; Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Het gaat hierbij om gespecialiseerde, hoogopgeleide werknemers, van wie de kwaliteiten aansluiten bij wat er door bedrijven in het lokale cluster wordt gevraagd. Het voordeel hiervan is tweeledig. Ten eerste wordt het zo voor een bedrijf mogelijk de hoeveelheid geschikte werknemers die zij nodig hebben te vinden. Daarnaast spelen kostenoverwegingen een rol: het werven van zeer gespecialiseerd hoogopgeleid personeel kan erg duur zijn, door de aanwezigheid van veel potentiële gespecialiseerde werknemers worden die kosten lager (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013).

Meerdere onderzoeken bevestigen het belang van agglomeratievoordelen bij het verklaren van de regionale economische ongelijkheid binnen Nederland, hetgeen leidt tot het bestaan van economische ongelijkheid (Huisman & Van Wissen, 2004; Meester & Pellenbarg, 2006; Broersma & Oosterhaven, 2009; Wenting et al., 2010). Zo noemen Meester en Pellenbarg (2006) (naast 'softe' factoren) een centrale ligging en de mate van agglomeratie als twee van de belangrijkste eigenschappen waar een goede vestigingslocatie in de ogen van Nederlandse ondernemers aan moet voldoen. Niet elke onderzoek toont echter de kracht van agglomeratievoordelen aan (Huisman & Van Wissen, 2004; Wenting et al., 2010). Zo konden Huisman & Van Wissen (2004) geen concentratie-effect ontdekken als gevolg van het aantal start-ups in een gebied. Dit kan suggereren dat

agglomeratievoordelen minder invloed hebben dan vaak gedacht. Ook Wenting et al. (2010) vonden geen bewijs voor de waarde van agglomeratievoordelen: in het Amsterdamse modecluster bleken deze niet van belang, dit in tegenstelling tot woonattracties.

Naast de drie 'Marshallian externalities' kan een sterke mate van agglomeratie ook nadelen met zich mee brengen (Marlet, 2009; Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Zo hebben inwoners van de Randstad meer te lijden onder congestie en liggen de prijzen voor woon- en kantoorruimte er aanzienlijk hoger (Marlet, 2009). Binnen de Nederlandse economie speelt congestie een belangrijke rol: files hebben een negatief effect op de bereikbaarheid van banen in de Randstad. Van dit agglomeratienadeel dat de Randstad heeft, hebben plaatsen als Zwolle en de steden in Noord-Brabant (de 'eerste schil' rond de Randstad) de afgelopen jaren kunnen profiteren (Marlet, 2009; Louter & Van Eikeren, 2011). Door de negatieve invloed die files op de bereikbaarheid van banen in de Randstad hebben gaat de relatieve bereikbaarheid in de rest van Nederland omhoog. Ook in de gemeente Groningen is dit het geval (Marlet, 2009). Ook het onderzoek van Broersma & Oosterhaven (2009) bevestigt het effect dat congestie op de Nederlandse economie heeft. Files hebben volgens Broersma & Oosterhaven (2009) een negatieve uitwerking op de regionale productiviteitsgroei. Dit effect blijkt echter minder sterk te zijn als omliggende regio's ook veel last hebben van congestie.

3.1.3 Woonattracties

Binnen de 'amenities'-literatuur is het onderzoek van Glaeser et al. (2001) naar stedelijke attracties belangrijk geweest. Hij beschreef de overgang van steden als productiecentra naar consumptiecentra. Door deze ontwikkeling is het aantrekken van goed verdienende, hoogopgeleide bewoners belangrijk geworden voor het succes van steden; deze komen onder meer af op woonattracties. Door naar het verschil tussen de stijging van de huren en de stijging van de lonen in een stad te onderzoeken wordt de aantrekkingskracht van 'amenities' inzichtelijk gemaakt; dit verschil wordt de 'amenity-index' genoemd. In veel succesvolle steden blijken de huren veel sneller gestegen te zijn dan de lonen, het verschil kan door de aantrekkingskracht van woonattracties worden verklaard (Glaeser et al., 2001).

Woonattracties zijn onder te verdelen in twee categorieën: 'natural amenities' en stedelijke attracties (Marlet, 2009). Toen het begrip 'amenities' opkwam in de Verenigde Staten, was er in eerste instantie veel aandacht voor 'natural amenities'; de invloed die het klimaat en de aanwezigheid van natuur hebben op de aantrekkingskracht van een plaats als woonlocatie (Dorfman et al., 2005; Marlet, 2009). Een voorbeeld hiervan is het warme klimaat in de Amerikaanse 'sun belt' dat heeft bijgedragen aan de economische opkomst van deze regio (Moretti, 2012; Storper, 2013). Doordat klimaatverschillen binnen Nederland niet of nauwelijks voorkomen speelt dit geen rol bij de preferentie van bewoners en bedrijven in Nederland voor een bepaalde stad of regio. Natuur, rust en ruimte spelen vermoedelijk wel een rol, dit is alleen vaak moeilijk te combineren met een groot aanbod van banen. Wel is de natuurlijke ligging (bij de kust of in de nabijheid van natuur) een factor die het succes van een stad kan verklaren (Marlet, 2009).

In tegenstelling tot 'natural amenities', zijn stedelijke attracties zijn wel van groot belang bij het verklaren van economische verschillen tussen Nederlandse steden (Marlet, 2009). Met name de kwaliteit van woningen in een stad, het avondleven en de aanwezigheid van een historische binnenstad en de bijbehorende historische vaarwegen kunnen de kans op economisch succes voor

een stad in Nederland vergroten (Marlet, 2009). Door de uniformiteit van het winkelaanbod hebben winkels voor het succes Nederlandse steden weinig invloed, ook evenementen hebben geen invloed op de aantrekkelijkheid van een stad (Marlet, 2009).

Marlet (2009) stelt dat als gevolg van het belang van stedelijke attracties 'werken' steeds meer 'wonen' volgt, in plaats van andersom. Bedrijven baseren hun keuze voor een vestigingslocatie dus steeds meer op basis van het aanwezige menselijk kapitaal op een bepaalde plek. De (hoogopgeleide) werknemers kiezen op hun beurt weer voor een stad met veel woonattracties. 'Amenities' beïnvloeden de locatiekeuze van bedrijven dus indirect: potentiële werknemers kiezen op basis van de aanwezige woonattracties voor een stad en bedrijven kiezen voor steden met veel hoogopgeleide werknemers (Marlet, 2009).

Er zijn meerdere onderzoeken in binnen- en buitenland die het belang van 'amenities' bevestigen (Glaeser et al, 2001; Van Oort et al, 2003; Meester & Pellenburg, 2006; Ferguson et al., 2007; Wenting et al., 2010). Zo blijken 'softe' factoren, naast een centrale ligging en de mate van agglomeratie, één van de drie belangrijkste overwegingen te zijn voor ondernemers bij het beoordelen van een plaats als geschikte vestigingslocatie Meester & Pellenburg (2006). In Canada bleken woonattracties ook een zwaarwegend aspect van de aantrekkelijkheid van steden, vooral onder jongeren. Economische factoren hadden daarnaast ook een effect op de bevolkingsontwikkeling in Canadese steden, maar agglomeratievoordelen hadden nauwelijks effect (Ferguson et al, 2007). Ook voor het Amsterdamse modecluster bleken 'amenities' van groter belang te zijn dan agglomeratievoordelen (Wenting et al., 2010).

Van Oort et al. (2003) toonden de waarde die werknemers in de ICT-industrie hechten aan woonattracties, zowel 'natural amenities' als stedelijke attracties spelen voor hen een belangrijke rol bij hun keuze voor een woonplaats. Dit is mede het geval doordat werknemers in de ICT-sector een hoge 'commuting tolerance' hebben; zij zijn bereid verder te reizen naar hun werk. ICT-bedrijven trekken zich bij hun keuze voor een vestigingslocatie echter weinig aan van de voorkeur die hun werknemers hebben voor plekken met veel woonattracties. Voor ICT-ondernemingen in de periferie van Nederland (zoals Groningen) speelt dit een iets grotere rol (Van Oort et al., 2003). Dit suggereert dus dat de aantrekkelijkheid van Groningen als woonstad de ongunstige ligging van de stad enigszins zou kunnen compenseren. Dit onderzoek zal hier verder op ingaan. Onder meer door de keuze voor interviews als onderzoeksmethode zal dit onderzoek zich meer op de motivatie van individuele ondernemers wat betreft de keuze voor de gemeente Groningen als vestigingslocatie.

Er bestaat echter ook kritiek op de grote waarde die door veel auteurs en beleidsmakers aan 'amenities' gehecht wordt (Storper, 2013). Zo zijn woonattracties volgens Storper (2013) alleen belangrijk voor toeristen en voor hen die niet (meer) werken: rijken en gepensioneerden. De economische ontwikkeling van een regio hangt volgens Storper (2013) louter af van het aanwezige menselijk kapitaal; de waarde van woonattracties wordt overschat. "Cities are workshops, not playgrounds" (Storper, 2013, p. 224), zo vat hij zijn kritiek op beleidsmakers die zich blindstaren op 'amenity'-theorieën samen. Hij lijkt met deze kritiek onder andere te doelen op Richard Florida wiens theorie over de creatieve klasse veel aandacht kreeg, onder meer van stadsbestuurders en beleidsmakers (Marlet, 2009). Hoewel de waarde van woonattracties op de Amerikaanse economie dus wellicht overschat wordt, zijn ze volgens Marlet (2009) in Nederland wel van belang en hebben zij van grote invloed op de geografische ongelijke ontwikkeling van de Nederlandse economie.

3.1.4 Levensloop

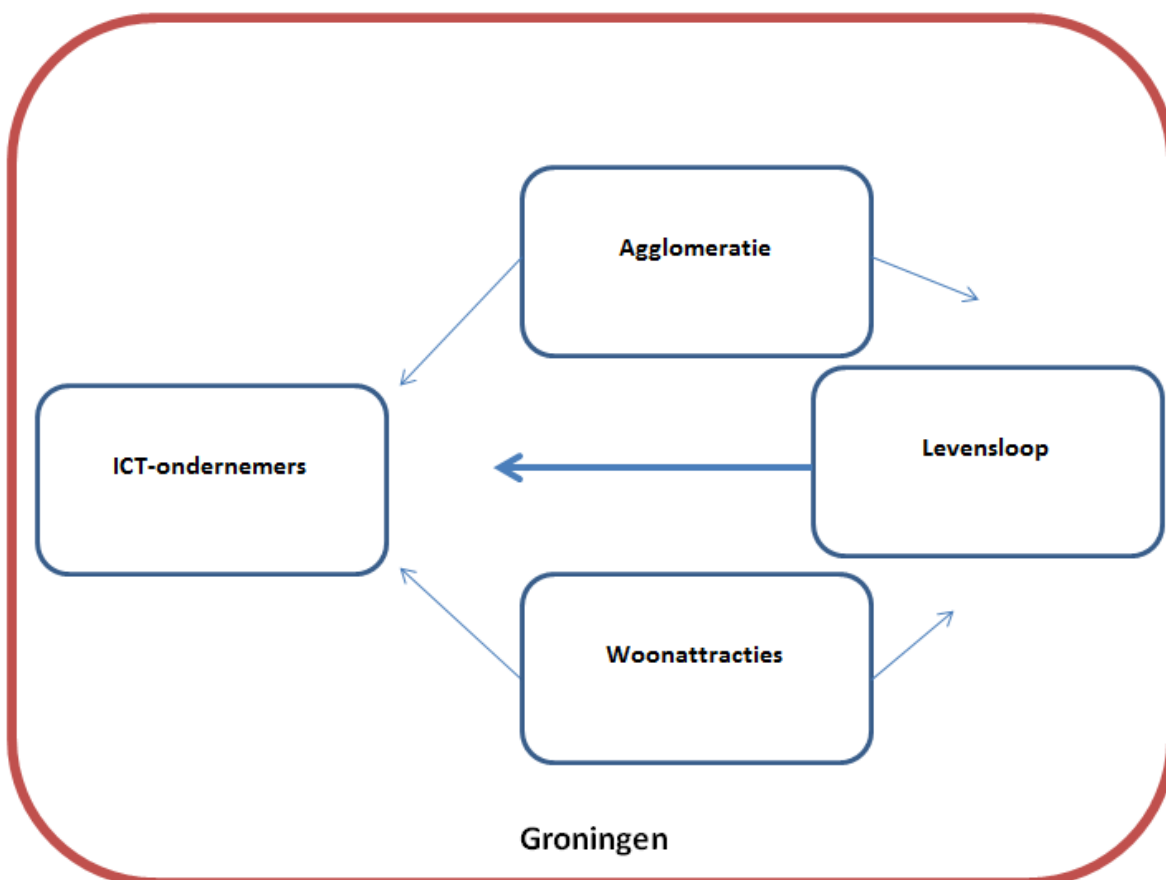
De theorieën over agglomeratievoordelen en ‘amenities’ suggereren dat ondernemers een weloverwogen keuze maken voor een vestigingslocatie. Persoonlijke overwegingen zijn echter volgens Meester en Pellenbarg (2006) ook van groot belang bij de voorkeur van ondernemers voor een bepaalde vestigingslocatie. Dit zijn subjectieve voorkeuren voor een bepaalde woonomgeving, maar ook persoonlijke banden die ondernemers hebben met de taal en cultuur in een regio (Meester & Pellenbarg, 2006). Ondernemers hebben dus vaak een persoonlijke band met een gebied, zij beginnen hun bedrijf op de plek waar ze op dat moment al woonachtig zijn (Stam, 2007). Ook als het bedrijf eenmaal is opgericht zullen ondernemers niet snel de beslissing nemen om hun bedrijf naar ander deel van het land te verplaatsen: bedrijfsverhuizingen buiten de eigen gemeente komen weinig voor en verhuizingen buiten de regio zijn nog zeldzamer (Hospers et al., 2011). Ondernemers beginnen hun bedrijf dus vaak op de plek waar zij al woonachtig zijn en zullen hun bedrijf als het eenmaal is opgericht niet snel verplaatsen. Het is dus interessant om te kijken welke gebeurtenissen in de levensloop van een ondernemer er voor hebben gezorgd dat hij of zij zich uiteindelijk in Groningen heeft gevestigd.

Volgens Stam (2007) kan de ontwikkeling die een bedrijf heeft doorgemaakt sinds de oprichting invloed hebben op het locatiedrag van de ondernemer. Hij onderscheidt in zijn onderzoek naar het locatiedrag van bedrijven vijf verschillende ontwikkelingsfasen waar een bedrijf zich in kan bevinden vanaf de oprichting. De eerste van deze vijf fasen is de ‘start-up’-fase. Dit is de fase rond de oprichting van het bedrijf waarin de ondernemer kansen ziet in de markt en de benodigde financiële middelen bij elkaar weet te krijgen (Stam, 2007). Vervolgens kan het bedrijf in de ‘initial survival’-fase terechtkomen. In deze fase weet het bedrijf zelf inkomsten te genereren en is het in staat te overleven in een markteconomie (Stam, 2007). Als de onderneming verder door weet te groeien, volgt de ‘early growth’-fase. Het bedrijf is in deze fase in staat om nieuwe markten aan te boren en om een groeiend marktaandeel te veroveren (Stam, 2007). Gedurende de ontwikkeling van een bedrijf kunnen ook mindere perioden voorkomen, deze worden door Stam (2007) ‘growth-syndroom’-fasen genoemd. In deze fasen wordt het bedrijf gedwongen om in te krimpen en vestigingen te sluiten. De laatste van de vijf fasen is de ‘accumulation’-fase. Een bedrijf in deze fase is in staat om verdere groei bewerkstelligen, onder meer door de overname van andere bedrijven (Stam, 2007).

Volgens Stam (2007) komt een microbedrijf (dat door hem overigens, in tegenstelling tot de EC-definitie, wordt gedefinieerd als een bedrijf met vijf of minder werknemers) nooit verder dan ‘initial survival’-fase. Voor dit onderzoek is het dus alleen relevant te kijken naar het verhuisgedrag van bedrijven in de ‘start-up’-fase en de ‘initial survival’-fase. Binnen microbedrijven die zich in één van beide fasen bevinden, heeft de eigenaar een belangrijke rol. Zij beginnen hun bedrijf vaak op de plek waar ze wonen of waar zo voorheen werkten. Dit doen zij vanwege hun netwerk en de gebondenheid met de plaats (Stam, 2007). Ten eerste zijn zij beter in staat om kansen te onderkennen in hun eigen omgeving. Doordat zij over relatief veel kennis en informatie over hun eigen omgeving beschikken, zullen zij al gauw voor deze plaats kiezen als vestigingslocatie voor hun startende bedrijf (Stam, 2007). Daarnaast spelen persoonlijke banden een rol; door aanwezigheid van sociale netwerken van familie en vrienden zijn startende ondernemers minder geneigd hun woonplaats te verlaten voor het opstarten van hun bedrijf (Stam, 2007). Al met al zullen startende bedrijven dus niet snel verhuizen.

In de 'initial survival'-fase wordt de kans dat ondernemers hun bedrijf verhuizen al groter. Doordat ondernemers in deze fase over meer financiële middelen beschikken, hebben zij logischerwijs meer mogelijkheden om hun onderneming te verplaatsen (Stam, 2007). Persoonlijke motieven spelen in deze fase nog altijd een grote rol. Bedrijven die in deze fase besluiten om hun bedrijf elders te vestigen doen dit dan vaak uit vanwege persoonlijke, niet direct aan hun bedrijf gerelateerde, overwegingen. Zo geven veel ondernemers die in deze fase zijn verhuisd aan dat werk en privé te veel door elkaar liepen toen hun bedrijf nog aan huis gevestigd was en daarom kozen voor een locatie elders, bijvoorbeeld op een bedrijventerrein. Ook het streven naar een professionelere uitstraling kan reden zijn voor een dergelijke verplaatsing van de onderneming (Stam, 2007). Bestaande klanten kunnen daarentegen een belangrijke drijfveer vormen om gevestigd te blijven op dezelfde plek. Daartegenover staat dat klanten een bedrijf ook kunnen overhalen om juist te verhuizen (Stam, 2007). Een andere factor die een grote invloed kan hebben op de ontwikkeling van een bedrijf is het opstappen van één van de eigenaren van een onderneming. Met name als de eigenaar die opstapt ook medeoprichter van het bedrijf was, heeft zijn of haar vertrek een grote invloed op de overlevingskansen van het bedrijf en kan de ontwikkeling van een bedrijf negatief beïnvloeden (Oertel & Walgenbach, 2012). Het vertrekken van een partner zou er dus voor kunnen zorgen dat een bedrijf in de 'initial survival'-fase blijft, dit heeft volgens Stam (2007) invloed op het locatiedrag van een ondernemer.

3.2 Conceptueel model



Figuur 4: het conceptueel model van dit onderzoek

3.2.1 Verklaring conceptueel model

Woonattracties en agglomeratievoordelen hebben naar verwachting beide invloed op de aanwezigheid van ICT-ondernemers, maar uiteindelijk maken eigenaren van microbedrijven locatiekeuzes vaak op basis van persoonlijke beslissingen gedurende hun levensloop (Stam, 2007). Agglomeratievoordelen en woonattracties kunnen ook invloed hebben op deze beslissingen gedurende de levensloop. Door middel van de rode omranding is de ruimtelijke context waarbinnen dit onderzoek plaatsvindt afgebakend: de gemeente Groningen.

Het conceptueel model dat bij dit onderzoek hoort, is ontleend aan het conceptueel model gebruikt door Marlet (2009, p. 60). Het grootste verschil is dat dit onderzoek op individueel niveau kijkt naar het locatiedrag van ICT-ondernemers en er dus aandacht is voor het belang dat de levensloop van een ondernemer gehad heeft voor de vestiging in Groningen. Agglomeratievoordelen en woonattracties maken een stad aantrekkelijk voor ICT-ondernemers, maar locatiekeuzes worden door microbedrijven vaak uit persoonlijke overwegingen gemaakt (Stam, 2007). Beslissingen en gebeurtenissen in het leven van een ondernemer hebben naar verwachting dus de grootste invloed. Gezien het grote belang van persoonlijke overwegingen, is de levensloop van de ondernemer in dit model dus toegevoegd als belangrijkste factor die invloed heeft op het locatiedrag van ICT-ondernemers. Daarnaast kunnen agglomeratievoordelen en woonattracties invloed hebben op de beslissingen die gedurende de levensloop genomen worden: een beslissing om bijvoorbeeld in een bepaalde stad samen te wonen kan mede genomen zijn vanwege de aanwezigheid van woonattracties en agglomeratievoordelen in de stad.

Een ander verschil ten opzichte van het model van Marlet (2009), is dat hij 'bewoners' noemde in zijn conceptueel model, terwijl dit onderzoek zich specifiek richt op ICT-ondernemers. ICT-ondernemers vervangen in dit model dus de door Marlet (2009) genoemde bewoners. Daarnaast keek Marlet (2009) naar de invloed van menselijk kapitaal op de economie; economie was dus een centraal begrip binnen zijn conceptueel model. Dit onderzoek beperkt zich tot de factoren die invloed hebben op de aanwezigheid van ICT-ondernemers en kijkt dus niet naar de bredere invloed op de economie die deze factoren hebben.

3.3 Verwachtingen

Op basis van wat Marlet (2009) heeft geschreven over regionale verschillen binnen de Nederlandse economie en over Groningen in het bijzonder kan een hypothese opgesteld worden. Te verwachten is dat de aanwezigheid van stedelijke attracties een grote rol speelt bij de beslissing van Groningse ICT-ondernemers om in de stad gevestigd te blijven. De stad Groningen heeft namelijk geen gunstige ligging binnen Nederland, maar heeft wel één van de hoogste attractiewaarden (Marlet, 2009). Ook de aanwezigheid van menselijk kapitaal speelt vermoedelijk een rol. Groningen heeft namelijk relatief veel hoogopgeleiden en een grote creatieve klasse (Marlet, 2009). Daarnaast heeft Groningen een grote universiteit en een universitair ziekenhuis, hetgeen volgens Moretti (2012) en Storper (2013) een positieve invloed op de lokale economie kan hebben.

Aangezien Groningen binnen de regio Noord-Nederland een relatief goede bereikbaarheid van banen kent, zou dit voor Groningse ICT-ondernemers ook een reden kunnen zijn in de stad Groningen gevestigd te zijn (Marlet, 2009). Te verwachten is dat er ondernemers zijn die oorspronkelijk uit andere delen van Noord-Nederland komen en de stad Groningen als vestigingslocatie hebben gekozen vanwege de agglomeratievoordelen die de stad ten opzichte van de rest van de regio biedt.

Gezien de relatief slechte bereikbaarheid van banen op nationaal niveau, is echter te verwachten dat het bestaan van agglomeratievoordelen voor veel ICT-ondernemers niet de hoofdreden is voor het feit dat zij in Groningen gevestigd zijn (Marlet, 2009). Ook kan de perifere ligging van Groningen een reden voor hen zijn hun bedrijf naar de Randstad te verplaatsen; hier kunnen zij meer van agglomeratievoordelen profiteren. De levensfase waarin een bedrijf verkeert, kan hierbij een rol spelen. Zo zijn startende bedrijven door het belang van hun sociale netwerken minder snel geneigd om hun onderneming te verplaatsen (Stam, 2007).

Hoewel zowel agglomeratievoordelen en woonattracties waarde hebben voor Groningse ICT-ondernemers, is de directe aanleiding voor de vestiging in Groningen vermoedelijk persoonlijk en niet gebaseerd op deze twee factoren. Aangezien persoonlijke overwegingen de grootste rol spelen bij locatiebeslissingen van microbedrijven en bedrijven vaak begonnen worden op de plek waar de ondernemer op dat moment al woonachtig is (Stam, 2007), is te verwachten dat gebeurtenissen in de levensloop van een ondernemer de grootste factor zijn voor de vestiging in Groningen van de geïnterviewde ondernemers. Voorbeelden hiervan zouden het volgen van een studie in Groningen, of het vinden van een partner in Groningen kunnen zijn.

4. Methodologie

Om de verschillende factoren en gebeurtenissen die er voor hebben gezorgd dat de geïnterviewde ondernemers zich in de stad Groningen hebben gevestigd goed in kaart te brengen, wordt in dit onderzoek gebruik gemaakt van diepte-interviews als onderzoeksmethode. Op deze manier kan op individueel niveau een goed beeld gevormd worden van de redenen dat ICT-ondernemers zich in Groningen gevestigd hebben en wordt ook de levensloop van individuele ICT-ondernemers in kaart gebracht: dit was in eerder onderzoeken niet het geval (Marlet, 2009; Van Oort et al., 2003). Beginnende ondernemers hebben vaak geen specifieke reden voor de keuze voor een plaats als vestigingslocatie van hun bedrijf: zij starten hun onderneming over het algemeen op de plek waar zij op dat moment al wonen of werken. Ook later in de levensloop van bedrijven zijn vooral persoonlijke motieven van belang voor het verklaren van het locatiegedrag van ondernemers (Stam, 2007). Van Oort et al. (2003) concludeerden al dat individuele ICT-ondernemers relatief ‘foot loose’ zijn en als gevolg hiervan hun woonplaats vooral op basis van persoonlijke voorkeuren kiezen. Vanwege de grote invloed die persoonlijke motieven hebben op het locatiegedrag van ondernemers is het van belang om te kijken naar de verschillende factoren en gebeurtenissen in het leven van een ondernemer die tot vestiging in Groningen hebben geleid. Dit onderzoek brengt deze persoonlijke motieven beter in kaart: er is gekeken welke gebeurtenissen in de levens van de onderzochte ondernemers hebben geleid tot vestiging in de stad Groningen. Daarnaast is invloed die woonattracties en agglomeratievoordelen op het locatiegedrag van ICT-ondernemers hebben onderzocht.

De meerwaarde van het gebruik van diepte-interviews als onderzoeksmethode zit in de toevoeging van de levensloop van de ondernemers als factor bij het verklaren van het locatiegedrag van bedrijven. Daar waar de waardering van Groningen qua woonattracties en agglomeratievoordelen goed met behulp van enquêtes onderzocht kan worden, is dit lastiger met invloed van gebeurtenissen in de levensloop van een ondernemer. Een vraag als: “kunt u iets vertellen over uw loopbaan” is moeilijk in een enquête verwerken en de antwoorden zullen waarschijnlijk onbevredigend zijn. Het belangrijkste voordeel van interviews is dat er kan worden doorgevraagd, iets dat met enquêtes niet mogelijk is. Op deze manier konden gebeurtenissen die belangrijk zijn geweest voor de vestiging in Groningen beter uitgelicht worden. In de bijlage van de thesis is een overzicht te vinden van de vragen die tijdens de interviews gesteld zijn.

De focus van dit onderzoek ligt op de kleinere ICT-bedrijven in Groningen, specifiek bedrijven die binnen de categorie microbedrijven vallen. De Europese Commissie (2003) maakt binnen het midden- en kleinbedrijf (MKB) onderscheid tussen drie verschillende categorieën: microbedrijven, kleine bedrijven en middelgrote bedrijven. De belangrijkste eigenschap van microbedrijven is dat er minder dan tien werknemers in dienst zijn (Europese Commissie, 2003). De keuze om het onderzoek te beperken tot microbedrijven is gemaakt omdat individuele ICT-werknemers over het algemeen mobieler zijn dan grote ICT-bedrijven (Van Oort et al., 2003). Naar verwachting is de keuze voor hun vestiging in Groningen dus meer een persoonlijke afweging tussen voordelen die de stad Groningen het bedrijf te bieden heeft en de voorkeuren van de ondernemer wat betreft woonstad.

Met behulp van het LISA-databestand is een lijst gegeneerd met bedrijven die actief zijn in de bedrijfstak IT-dienstverlening en in de gemeente Groningen gevestigd zijn. Door middel van het statistische computerprogramma SPSS zijn eerst alle microbedrijven (bedrijven met minder dan tien werknemers) geselecteerd. Hieruit is vervolgens willekeurig een selectie van honderd bedrijven

gemaakt. Aan de hand van deze lijst is vervolgens op internet naar informatie over de betreffende bedrijven gezocht. Bedrijven die geen website hebben, niet meer bleken te bestaan, niet meer in Groningen gevestigd zijn, of toch niet binnen de bedrijfstak IT-dienstverlening bleken te vallen, zijn van de lijst gehaald. Van de willekeurig geselecteerde lijst met honderd bedrijven zijn op deze manier eenenveertig bedrijven overgebleven, met deze bedrijven is contact opgenomen. Hier kwamen meerdere positieve reacties op en vervolgens is begonnen met de interviews. Nadat zeven ondernemers geïnterviewd waren, was het verzadigingspunt bereikt: vaak werden hetzelfde antwoorden gegeven en er kwam dus geen nieuwe informatie meer naar boven. Er was een beeld gevormd van het locatiegedrag van Groningse ICT-ondernemers en het werd niet meer nuttig geacht om nog meer ICT-ondernemers te interviewen. Tabel 1 geeft een overzicht van de geïnterviewde ondernemers en hun bedrijven.

Naam bedrijf	Soort bedrijf	Personeel in dienst?	Woonachtig in Groningen?
Pentade	Websites	Nee	Ja
Finalist	Softwareontwikkelaar	Ja	Nee
Akili	Softwareontwikkelaar	Nee	Ja
Axtion	Softwareontwikkelaar	Ja	Nee
Blue 2 Blond	Webontwikkeling	Nee	Ja
Remoras	Systeembeheer	Nee	Ja
iWink	Fullservice internetbureau	Ja	Ja

Tabel 1: een overzicht van de bedrijven van de geïnterviewde ondernemers

Een nadeel van de gekozen methode, is dat het moeilijk is om algemene uitspraken te doen over de populatie, in dit geval Groningse ICT-ondernemers. Als gewerkt zou zijn met enquêtes en een groot aantal respondenten, was dit wel mogelijk geweest. Een ander nadeel van het onderzoek is dat alle geïnterviewde ondernemers op dit moment gevestigd zijn in Groningen. Dit is een keuze geweest: dit onderzoek beperkt zich tot ondernemers gevestigd in de gemeente Groningen. Deze keuze heeft invloed op dit onderzoek. De geïnterviewde ondernemers hebben geen reden gezien hun bedrijf te verplaatsen, bijvoorbeeld naar de Randstad, en dus is te verwachten is dus dat zij een positief beeld van de stad hebben. Bedrijven die, bijvoorbeeld vanwege de beperkte agglomeratievoordelen in Groningen, wel de keuze hebben gemaakt Groningen te verlaten zijn niet meegenomen. Deze ondernemers zullen wellicht negatiever denken over de stad Groningen als vestigingslocatie: zij hebben immers de keuze gemaakt de stad Groningen te verlaten.

4.1 Tekstanalyse

Om een beter overzicht te krijgen van de antwoorden op de interviewvragen zijn de interviews geanalyseerd met behulp van tekstanalyseprogramma Atlas.ti. Door middel van kwalitatieve tekstanalyse in kaart gebracht worden gebracht welke gebeurtenissen in het leven van de ondernemer hebben geleid tot het oprichten van een ICT-onderneming in Groningen en hoe zij woonattracties en agglomeratievoordelen in Groningen ervaren hebben. De meerwaarde van het gebruik van Atlas.ti zit voornamelijk in het creëren van overzicht. In de vele pagina's met uitgewerkte interviews is het moeilijk zoeken naar de benodigde informatie, het coderen van de interviews met behulp van Atlas.ti maakte dit makkelijker. Zo konden stukjes tekst die op één van de aspecten van dit onderzoek betrekking hebben eenvoudig opgezocht worden en was er dus direct een overzicht

van de verschillende gegeven antwoorden over dit onderwerp. Hieronder wordt ingegaan op de codes die gebruikt zijn voor dit onderzoek.

Er is dus gekeken naar antwoorden van de geïnterviewden die de onderzoeksvragen hebben kunnen helpen beantwoorden, hiervoor is gebruik gemaakt worden van codes. Antwoorden hebben een code meegekregen als ze aansluiten bij één van de vier hoofdonderwerpen van dit onderzoek: 'agglomeratievoordelen', 'amenities' 'human capital' en daarnaast worden de gebeurtenissen in het leven van de ondernemer die hebben geleid tot vestiging in kaart gebracht. Door deze codes aan stukken tekst in de interviews mee te geven, zijn de uitkomsten overzichtelijker geworden. Alle antwoorden die op één van de aspecten van het onderzoek betrekking hadden, konden naast elkaar worden gelegd en zo konden antwoorden op de onderzoeksvragen geformuleerd worden.

Bij de code 'agglomeratievoordelen' is gekeken wat de geïnterviewden zeggen over de voordelen die zij met hun bedrijf behalen door de agglomeratievoordelen die zij als gevolg van hun vestiging in Groningen behalen. Binnen deze code zijn verschillende 'subcodes' onderscheiden. De 'subcodes' sluiten aan bij de drie 'Marshallian externalities': kennispillovers, 'specialist local inputs' en de 'shared labor pool'. Als de ondernemers iets zei over één van deze aspecten is een subcode aan het antwoord meegegeven.

Antwoorden die gaan over de aantrekkelijkheid van Groningen als woonstad, vallen onder de code 'amenities'. Een onderverdeling is gemaakt aan de hand van de door Marlet (2009) genoemde factoren die positief correleren met de aantrekkelijkheid van een woonstad. Dit zijn het woningaanbod, het uitgaansleven en de aanwezige natuur in de omgeving van de stad.

De derde hoofdcategorie, 'human capital', wordt gegeven aan antwoorden die een beeld geven van de aantrekkingskracht die de stad Groningen heeft op hoogopgeleiden. Tekst kan meerdere codes meekrijgen; als een geïnterviewde iets zegt over menselijk kapitaal kan dit daarnaast ook aansluiten bij de code 'agglomeratievoordelen' of 'amenities'. Hij/zij zou bijvoorbeeld het belang van 'amenities' kunnen noemen voor de aantrekkingskracht van Groningen op hoogopgeleiden.

Naast bovengenoemde aspecten is gekeken naar gebeurtenissen die gedurende het leven van de geïnterviewden een rol hebben gespeeld bij hun vestiging in Groningen. Veel startende bedrijven beginnen op de plek waar de ondernemer al woont (Stam, 2007). Er is dus gekeken worden welke gebeurtenissen in het leven van de ondernemer hebben geleid tot de vestiging in Groningen. Deze zijn gecodeerd en de verschillende gebeurtenissen die van belang zijn geweest kregen een eigen 'subcode' mee. Te denken valt hierbij aan het gaan studeren of de gezinsvorming. Ook de levensfase waarin het bedrijf verkeert of verkeerde kan belangrijk zijn geweest voor de vestiging in Groningen (Stam, 2007). Antwoorden die hier op wijze hebben eveneens een eigen 'subcode' meegekregen. Uiteindelijk is gekeken in hoeverre de drie hoofdingrediënten van het 'analysemodel voor de stad' van Marlet (2009) (agglomeratievoordelen', 'amenities' en 'human capital') een verklaring bieden voor het locatiegedrag van onderzochte ondernemers, of dat hun locatiekeuze vooral voortgekomen is uit de levensloop van de ondernemer.

5. Resultaten

In dit hoofdstuk zullen de resultaten die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen uitgebreid besproken worden. Per deelvraag zullen de belangrijkste conclusies die naar aanleiding van de interviews kunnen worden getrokken genoemd worden.

5.1 Agglomeratievoordelen

De agglomeratievoordelen die de stad Groningen biedt worden goed gewaardeerd door de geïnterviewde ondernemers. Als wordt gekeken naar de drie 'Marshallian externalities' (kennispillovers, 'specialist local inputs' en de 'shared labor pool') (Marlet, 2009; Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013), springen vooral de kennispillovers eruit. Deze vinden veel plaats onder ICT-ondernemers in Groningen, zowel formeel als informeel ('tacit knowledge'). Met name op netwerkborrels en georganiseerde bijeenkomsten van organisaties van samenwerkende ondernemers worden veel contacten opgedaan en 'tacit knowledge' uitgewisseld, hetgeen voor het succesvol functioneren van een cluster erg belangrijk (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Deze uitwisseling van informatie door ondernemers onderling, hangt ook samen met de aanwezigheid van 'human capital' in Groningen (Marlet, 2009).

Pentade: Ik zit in een netwerkclub. Dat is [...] heel erg belangrijk geweest voor de ontwikkeling van mijn werk, van mijn bedrijf, dat ik mij aangesloten heb bij JBN Groningen is dat. [...] één keer in de maand komen ze bijeen, een borreltje drinken en er worden workshops gegeven [...] allemaal ten behoeve van je bedrijf opzetten [...] daar heb ik veel aan gehad en daar heb ik dus ook mensen ontmoet die al een bedrijf hebben. Er lopen daar ook wel wat senioren rond, die al wel 10/20 jaar een bedrijf hebben en dus op die manier informatie geven. Die netwerken vooral, dat was wel belangrijk om niet alleen informatie te krijgen, maar ook opdrachten, wij gunnen elkaar ook wel opdrachten.

De tweede 'Marshallian externality', 'specialist local inputs' wordt niet direct genoemd door de geïnterviewde ondernemers. Voorzieningen die de stad Groningen hun biedt worden wel genoemd, zoals een snelle internetverbinding. Dit soort voorzieningen vallen echter niet onder 'specialist local inputs', dure, specialistische diensten, die door de aanwezigheid van een groot cluster kunnen bestaan (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013).

iWink: Nou, we zaten destijds in de Mediacentrale, drie jaar geleden, dat vond ik een heel fijne plek, omdat daar [...] een heel snelle internetverbinding lag.

De 'shared labor pool', de derde 'Marshallian externality', wordt door de bedrijven met werknemers in dienst vaak genoemd als locatievoordeel van Groningen door de geïnterviewde ondernemers die personeel in dienst hebben. Door de nabijheid van de Hanzehogeschool en de Rijksuniversiteit, is er veel hooggeschoold personeel in Groningen aanwezig. Met name het aantal stagelopers dat vanuit deze onderwijsinstellingen bij hun bedrijf terecht komen wordt door de ondernemers genoemd.

iWink: Verdiepingsstage kun je hier doen en afstuderen en als ze verdiepingsstage hebben gedaan, dat is echt een meewerkstage, van hbo, dus dan weet je heel goed wat iemand kan, [...] vaak bieden we ze dan daarna een parttimecontract aan, dus voor één dag in de week. Daar hebben we niet zo heel veel aan, want als mensen er één keer in de week zijn, dan kun je niet echt projecten bij ze inplannen, maar dan houden we wel contact en als ze dan anderhalf jaar later afgestudeerd zijn, komen ze vaak: 'goh, hebben jullie nog wat?'. Ik denk dat als je hier rondkijkt, dat veertig procent hier ooit stage heeft gelopen en dat is voor ons heel belangrijk.

Alle drie de 'Marshallian externalities' lijken dus van belang te zijn voor ICT-ondernemers in Groningen, vooral kennisspillovers (zowel formeel als informeel) vinden veelvuldig plaats binnen het Groningse ICT-cluster. De stad Groningen wordt goed gewaardeerd als het gaat om agglomeratievoordelen en de Randstad is voor de geïnterviewde ondernemers geen alternatief. Over het algemeen voelen zij zich verbonden met het Noorden en binnen deze regio biedt de stad Groningen hun de meeste voordelen voor hun bedrijf. Dit sluit aan bij het onderzoek van Meester en Pellenburg (2006) dat banden met de cultuur in een regio als belangrijke factor noemt voor de locatievoorkeuren van ondernemers.

5.2 Woonattracties

De ondernemers die woonachtig zijn in Groningen waarderen de stad unaniem uitstekend als woonplaats. Van de door Marlet (2009) genoemde aspecten die positief correleren met de aantrekkelijkheid van een stad als woonplaats (woningaanbod, het uitgaansleven en de aanwezige natuur), wordt vooral het uitgaansleven vaak genoemd door de geïnterviewde ondernemers.

Blue 2 Blond: maar ik moet ook wel zeggend dat, dat zeker voor iemand van mijn generatie [...] is Groningen gewoon het meest aantrekkelijk. Hier heb je gewoon veel meer van [...] mijn generatie dat ook op stap gaat, of in ieder geval dingen onderneemt [...] naar de bioscoop gaat, of wat dan ook. In steden als, nou, Eindhoven en Haarlem hebben dat natuurlijk ook wel, maar wel in ander mate.

De andere twee aspecten die een stad volgens Marlet (2009) vooral aantrekkelijk maken, woningaanbod en natuur, worden minder genoemd. Het is prettig wonen in de stad volgens de in Groningen wonende ondernemers, maar het is niet zo dat ze specifiek het woningaanbod of de natuur in Groningen waarderen. Wel wordt het gebrek aan natuur en ruimte genoemd door de ondernemers die niet in de stad Groningen genoemd als reden om er niet te wonen.

Axtion: nou ik denk met name de ruimte en de vrijheid. Het is voor mij nog geen kilometer rijden en ik zit in het bos, aangezien ik graag mag fietsen, mountainbiken, is dat wel heel erg prettig [...] het is over het algemeen gewoon rustiger [...] de gezelligheid van Groningen heeft ook zijn voordelen, maar heeft ook weer zijn nadelen en ik ben opgegroeid in Annen, dus dat zal ook een reden zijn.

Net zoals agglomeratievoordelen, worden 'amenities' door ICT-ondernemers in Groningen goed beoordeeld. De ondernemers die in Groningen wonen, waarderen Groningen uitstekend als woonlocatie en geen van hen overweegt op korte termijn een verhuizing.

5.3 Levensloop

Tabel 2 geeft een overzicht van de redenen die de verschillende geïnterviewde ondernemers hebben gehad voor hun vestiging in Groningen, met bijbehorend jaartal. In het geval van de ondernemers die niet in Groningen woonachtig zijn is het jaar dat het bedrijf zich in Groningen gevestigd heeft aangegeven. Ook zijn de voormalige woonplaatsen van de geïnterviewde ondernemers in chronologische volgorde weergegeven. Voor de ondernemers die zelf niet in de stad Groningen gevestigd zijn, zijn de voormalige vestigingsplaatsen van hun bedrijf weergegeven.

Naam bedrijf	Voormalige woonplaatsen	Jaar vestiging in Groningen	Reden vestiging in Groningen
Pentade	Hoogeveen, Groningen, Arnhem, Amsterdam	1998	Samenwonen
Finalist	-	1997 (bedrijf)	Spin-off van het UMCG
Akili	Arnhem	1984	Studie
Axtion	Klazienaveen, Emmen (bedrijf)	2010 (bedrijf)	Overname door holding
Blue 2 Blond	Emmen, Eindhoven, Haarlem	2008	Aantrekkelijkheid stad, woonde voorheen al in het Noorden, had gestudeerd in Groningen.
Remoras	Emmen	1981	Studie
iWink	Achterhoek	2000	Studie

Tabel 2: een overzicht van de voormalige woonplaatsen van de geïnterviewde ondernemers en de jaren en redenen dat zij zich in Groningen gevestigd hebben

Agglomeratievoordelen en woonattracties blijken voor de onderzochte ondernemers over het algemeen geen directe aanleiding te zijn om zich te vestigen in Groningen, alleen de eigenaar van Blue 2 Blond geeft aan dat de aantrekkelijkheid van Groningen een belangrijke overweging is geweest voor zijn vestiging in Groningen. De overige ondernemers waarderen de voordelen die Groningen hun nu biedt, maar zij hebben niet bewust een keuze gemaakt voor Groningen op basis van deze voordelen.

De eigenaar van het bedrijf Axtion noemt bijvoorbeeld meerdere agglomeratievoordelen die de stad Groningen hem biedt. De verhuizing uit Emmen was het echter het gevolg van de overname door een holding en het was dus geen bewuste keuze gebaseerd op de voordelen die de stad zijn bedrijf biedt.

Axtion: Wij zijn hier natuurlijk eigenlijk binnengekomen door de overname, maar uiteindelijk, in Emmen hadden wij af en toe wel eens studenten, maar dat aanbod is hier vele malen groter [...] wij profiteren [...] zakelijk gezien van het netwerk, van de andere bv's en de holding en qua locatie profiteren wij meer dat wij dus vlakbij de Hanze en vlakbij de RUG zitten, qua studenten en onderzoeken en het UMCG. Het UMCG is wel een klant die wij eigenlijk [...] omdat wij hier in Groningen zitten, hebben wij die klant binnengekrepen, uiteindelijk, in Emmen was het misschien ook nog wel gelukt, maar het feit dat wij destijds de verhuizing net achter de rug hadden en wij hier in Groningen zaten, dat heeft zeker meegeholpen dat die opdracht bij ons is binnengekomen.

De aanwezigheid van hoger onderwijs is echter wel een reden geweest voor veel ondernemers om naar Groningen te verhuizen. Deze verhuizing vond in alle gevallen al plaats voordat het bedrijf werd opgericht. Drie van de zeven ondernemers zijn naar Groningen verhuisd om er te studeren en de aanwezigheid van hun bedrijf in Groningen is dus indirect gerelateerd aan de aanwezigheid van een hogeschool en een universiteit. Opvallend is dat ook ondernemers die niet uit de regio komen na hun studie in Groningen gevestigd blijven. Zo hebben eigenaren van Akili en iWink komen niet uit het Noorden, maar hebben zich er vanwege hun studie gevestigd en zijn er ook na hun afstuderen blijven wonen.

Remoras: Daar waren de studies, zo simpel was het. Ik bedoel, als je ging studeren en je zat in een provincieplaats, dan kon je naar Groningen en Zwolle. Zwolle was toen nog veel minder ontwikkeld en Groningen was toen al een studentenstad. Nou, bovendien zat daar de ASCA toen, de sociale academie en de bibliotheekopleiding. [...] je moet kiezen als je achttien bent en wat kies je dan, ja: 'dat lijkt me wel leuk en dat lijkt me wel leuk'.

Ook hier is het echter niet de reden voor de vestiging in Groningen. De redenen voor vestiging in Groningen zijn zonder uitzondering persoonlijk. Zoals eerder gezegd hebben drie van de zeven geïnterviewde ondernemers zich in de stad gevestigd vanwege een studie. Daarnaast is één ondernemer teruggekeerd naar Groningen om samen te wonen met zijn vriendin, die hij ooit in Groningen had leren kennen. Ten slotte is één van de niet in de stad Groningen woonachtige ondernemers hier terechtgekomen door een bedrijfsovername door een holding, de ander woont al zijn hele leven in de buurt van de stad.

Oertel & Walgenbach (2012) noemen het vertrekken van één van de bedrijfspartners als een factor die grote invloed kan hebben op de levensloop van een bedrijf. Drie van de geïnterviewde ondernemers hebben hiermee te maken gehad. Over het algemeen zeggen de ondernemers dat dit vertrek geen grote invloed op het bedrijf heeft gehad op het voortbestaan van hun bedrijf. In sommige gevallen heeft het bedrijf het wel moeilijk gehad als gevolg van het vertrek van een partner, maar uiteindelijk bestaan alle onderzochte ondernemingen waar een bedrijfspartner vertrok nog steeds.

Remoras: Dat is wel de periode dat ik nog eventjes tijdelijk in dienst ben geweest bij de KPN. [...] nou, het was natuurlijk wel eventjes een moment van [...] dan sta je er ineens alleen voor. Nou, ik ben niet een superondernemer, ik ben niet supercommercieel, ik ben meer een techneut dan een [...] commercieel iemand, maar ik merkte gewoon dat [...] het eigen baas zijn en het zelf kunnen indelen van je tijd [...] daar was ik zo aan gewend geraakt, dat kon ik eigenlijk niet meer omzetten naar [...] een baan bij de KPN.

Zowel woonattracties als agglomeratievoordelen lijken dus niet direct een reden te zijn om naar Groningen te verhuizen, of het bedrijf hier te vestigen. De aanwezigheid van een universiteit en een hogeschool spelen echter een zeer belangrijke rol in de aanwezigheid van hoogopgeleiden in de stad Groningen en als gevolg hiervan worden bedrijven opgericht. Verder zijn de aanwezige woonattracties en agglomeratievoordelen in Groningen wel een reden voor ondernemers om gevestigd te blijven in Groningen. Geen van de geïnterviewde ICT-ondernemers overweegt op korte termijn een verhuizing en de in de stad Groningen woonachtige ondernemers wonen er met plezier.

De theorieën van Stam (2007) over het locatiedrag van microbedrijven worden dus bevestigd: bedrijven die zich in de 'start-up'-fase of de 'initial survival'-fase bevinden nemen hun locatiebeslissing op persoonlijke gronden. Zo zijn alle bedrijven opgericht in de buurt van de plek waar de ondernemer al woonde: zij zijn niet verhuisd om hun bedrijf op te richten. Hierbij blijkt ook de binding die ondernemers met het gebied waar zij vandaan komen: vijf van de zeven geïnterviewde ondernemers komt oorspronkelijk uit Noord-Nederland. Vanwege hun binding met de regio zijn zij hier gebleven en in sommige gevallen teruggekeerd na een periode in een andere regio in Nederland gewoond te hebben. Dit bevestigt het onderzoek van Meester & Pellenbarg (2006): de persoonlijke binding met een regio zorgt ervoor dat ondernemers deze plek beter waarderen als vestigingslocatie. Ook in het geval van Axtion, het enige onderzochte bedrijf dat gedurende het bestaan naar een

andere gemeente verhuisd is, betreffen het verhuizingen binnen de regio. Dit past in het beeld dat Hospers et al. (2011) schetst: bedrijfsverhuizingen buiten de eigen regio zijn uiterst zeldzaam.

Hoewel de theorieën over agglomeratievoordelen en 'amenities' dus geen verklaring bieden voor het verhuisgedrag van ondernemers en bedrijven, hebben ze wel hun waarde: ondernemers herkennen de voordelen die Groningen hun biedt als vestigingslocatie. Het zou bijvoorbeeld zo kunnen zijn dat hun bedrijf op een andere locatie (met minder woonattracties en agglomeratievoordelen) minder succesvol zou zijn geweest. Een verklaring voor de aanwezigheid van ICT-ondernemers in Groningen bieden de theorieën over agglomeratievoordelen en 'amenities' echter niet.

6. Conclusies

Met de net genoemde resultaten zijn de onderzoeksvragen beantwoord. Hieronder worden de belangrijkste bevindingen van het onderzoek en de antwoorden op de onderzoeksvragen die hieruit volgen kort besproken.

De agglomeratievoordelen die de stad Groningen aan ICT-ondernemers biedt, worden door de geïnterviewde ondernemers positief beoordeeld. Vooral van kennispillovers is onder de onderzochte ondernemers veel sprake. Zowel informeel ('tacit knowledge') als formeel wordt er binnen het Groningse ICT-cluster veel informatie uitgewisseld. Als gekeken wordt naar de redenen voor vestiging in Groningen, blijken agglomeratievoordelen echter niet direct van groot belang. De aanwezigheid van de Hanzehogeschool en de Rijksuniversiteit Groningen zijn echter wel van groot belang voor het aantrekken van hoogopgeleiden. Dit uit zich onder meer in een grote 'shared labor pool', daarnaast zijn veel geïnterviewde ondernemers ooit zelf naar de stad Groningen gekomen om hier te studeren.

Ook over de aanwezige 'amenities' in Groningen zijn de geïnterviewde ondernemers enthousiast, vrijwel allemaal wonen zij zelf ook in de stad. Marlet (2009) noemt drie aspecten van een woonplaats die positief correleren met de aantrekkelijkheid van deze stad: dit zijn het woningaanbod, het uitgaansleven en de aanwezige natuur rond de stad. Vooral het uitgaansleven wordt veel genoemd door de ICT-ondernemers. Als wordt gekeken naar woonattracties als daadwerkelijke aanleiding voor de onderzochte ondernemers om zich ooit in Groningen te vestigen, blijkt hier echter niet vaak sprake van.

De directe aanleiding voor de vestiging van de geïnterviewde ICT-ondernemers in de stad Groningen ligt dus vaak niet in agglomeratievoordelen of woonattracties; deze aanleiding zijn over het algemeen persoonlijk. Studeren is, zoals eerder genoemd, vaak een aanleiding voor vestiging in de stad Groningen. Daarnaast is samenwonen met een partner voor een ondernemer een reden geweest om terug te keren naar Groningen.

De hoofdvraag van het onderzoek, *"Welke factoren leiden tot de vestiging van ICT-ondernemers in de stad Groningen en wat is hierbij de rol van agglomeratievoordelen en woonattracties?"*, kan dus als volgt beantwoord worden: zowel de agglomeratievoordelen van de stad Groningen als de aantrekkelijkheid van Groningen als woonstad worden positief beoordeeld door Groningse ondernemers, de directe aanleiding voor vestiging in de stad Groningen blijkt echter over het algemeen persoonlijk te zijn. Vrijwel alle ondernemers hebben hun bedrijf er gevestigd omdat zij er al (in de buurt) woonden. De redenen dat zij reeds in de gemeente Groningen woonden verschilden, maar opvallend was het feit dat drie van de zeven geïnterviewde ondernemers ooit naar Groningen is gekomen om er te studeren. Verder blijkt de binding met de regio sterk: veel van de onderzochte ondernemers zijn vanuit het Noorden naar Groningen verhuisd, of zijn in hun leven terugverhuisd naar het Noorden vanuit een andere regio in Nederland.

Al met al bevestigen deze resultaten het onderzoek van Stam (2007): microbedrijven nemen locatiebeslissingen vooral op persoonlijke gronden. Agglomeratievoordelen en 'amenities' worden wel degelijk hooggewaardeerd door de geïnterviewde ondernemers, maar een directe aanleiding om zich in Groningen te vestigen blijkt het niet te zijn. De bestaande theorieën over 'amenities' en agglomeratievoordelen hebben hun waarde bij het verklaren van economische verschillen binnen en tussen landen, maar bij het verklaren van individueel locatiegedrag blijken deze ideeën minder

relevant. In toekomstig onderzoek kan hier wellicht dieper op in worden gegaan: in hoeverre worden economische verschillen tussen regio's verklaard door beslissingen gedurende de levensloop, wat voor factoren hebben invloed op deze beslissingen en wat is de waarde van agglomeratievoordelen en 'amenities' hierbij?

Vanwege het feit dat alle ondernemers ooit uit persoonlijke overwegingen naar Groningen zijn gekomen, zou het interessant zijn om hier verder onderzoek naar uit te voeren. Om een beter beeld te krijgen van de verschillende overwegingen van Groningse ICT-ondernemers om zich in Groningen te vestigen zou een grootschaliger onderzoek, waarbij gebruik gemaakt wordt van enquêtes, uitgevoerd kunnen worden. Op deze manier zou een completer beeld verkregen kunnen worden van de verschillende overwegingen van ICT-ondernemers om zich ooit in Groningen te vestigen. Daarnaast zou verder onderzoek gedaan kunnen worden naar de keuze van studenten om in Groningen te gaan studeren. Dit onderzoek onderstreept het belang van de Hanzehogeschool en de Rijksuniversiteit Groningen bij het aantrekken van menselijk kapitaal voor de stad Groningen. Gezien het belang dat het aantrekken van studenten heeft voor de stad Groningen heeft, zou verder onderzoek naar de keuze die studenten maken voor een bepaalde stad aan te raden zijn.

7. Literatuurlijst

- Broersma, L. & Oosterhaven, J. (2009). Regional Labor Productivity in The Netherlands: Evidence of Agglomeration and Congestion Effects. *Journal of Regional Science*, 49(3), pp. 483-511.
- Berg, L. van den, Pol, P.M.J., Winden, W. van & Woets, P. (2005). *European Cities in the Knowledge Economy: The Cases of Amsterdam, Dortmund, Eindhoven, Helsinki, Manchester, Munich, Münster, Rotterdam and Zaragoza*. Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Louter, P.J. & Eikeren, W. van (2011). *Toplokaties 2011*. Delft: Bureau Louter.
- Louter, P.J. & Eikeren, W. van (2014). *Toplokaties 2014*. Delft: Bureau Louter.
- CBS Statline (2014). Laatst geraadpleegd op: 08-12-2014 via <http://statline.cbs.nl/statweb/>.
- Clark, G.L., Fieldman, M.P. & Gertler M.S. (2000). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press.
- Dekker, W. & Troost, N. (2014). De Top 100 Grootste Werkgevers in Nederland, *De Volkskrant*, 08-11-2014.
- Dorfman, J.H., Partridge M.D. & Galloway, H. (2011). Do Natural Amenities Attract High-tech Jobs? Evidence from a Smoothed Bayesian Spatial Model. *Spatial Economic Analysis*, 6(4), pp. 397-422.
- Europese Commissie (2003). Aanbeveling van de Commissie 6 Mei 2003 Betreffende de Definitie van Kleine, Middelgrote en Micro-Ondernemingen, *Publicatieblad van de Europese Unie*, 20-05-2003.
- Ferguson, M., Ali, K., Olfer, T. & Partridge M. (2007). Voting with Their Feet: Jobs versus Amenities. *Growth & Change*, 38(1), pp. 77-110.
- Friedman, T.L. (2005). *The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century*. New York: Farrar, Straus and Young.
- Glaeser, E.L., Kolko, J. & Saiz, A. (2001). Consumer City. *Journal of Economic Geography*, pp. 27-50
- Gemeente Groningen. (2005). *Beleid Groninger ICT Sector*.
- Gemeente Groningen. (2010). *G-kracht: economisch beleidsplan 2010-2014*.
- Hospers, G.J., W.J. Verheul & F. Boekema (2011), *Citymarketing voorbij de hype: Ontwikkelingen, analyse en strategie*. Den Haag: Boom Lemma.
- Huisman, C. & Wissen, L. van (2004). Localization Effects of Firm Startups and Closures in the Netherlands. *The Annals of Region Science*, 38, pp. 291-310.
- Iammarino S. & McCann, P. *Multinationals and Economic Geography*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Marlet, G. (2009). *De Aantrekkelijke Stad*. Nijmegen: VOC Uitgevers.
- McCann, P. *Modern Urban and Regional Economics 2nd edition*. Oxford: Oxford University Press.

- Meester, J.W. & Pellenbarg, P.H. (2006). The Spatial Preferences Map of Dutch Entrepreneurs: Subjective Rating of Locations, 1983, 1993 and 2003. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 97(4), pp. 364-376.
- Moretti, E. (2012). *The New Geography of Jobs*. Boston: Houghton Mifflin Harcourt.
- Oertel, S. & Walgenbach, F. (2012). The Effect of Partner Exits on Survival Chances of SMEs. *Journal of Organizational Change Management*, 25(3), pp. 462-482.
- Oort, F. van, Weterings, A. & Verlinde, H. (2003). Residential Amenities of Knowledge Workers and the Location of ICT-firms in the Netherlands. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 94(4), pp. 516-523.
- Pellenbarg, P.H. & Steen, P.J.M. van (2005). The Netherlands in Maps. Housing in The Netherlands. Spatial Variations in Availability, Price, Quality and Satisfaction. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5), pp. 593-603.
- Pellenbarg, P.H. & Steen, P.J.M. van (2013) The Netherlands in Maps. Residential Preference. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 104(3), pp. 393-396.
- Stam, E. (2007). Why Butterflies Don't Leave: Locational Behavior of Entrepreneurial Firms. *Economic Geography*, 83(1), pp. 27-50.
- Steen, P.J.M. van & Pellenbarg, P.H. (2012). The Netherlands in Maps. Creative Class and Self Employment in the Dutch Labour Market. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 103(5), pp. 634-637.
- Storper, M. (2013). *Keys to the City: How Economics, Institutions, Social Interaction, and Politics Shape Development*. Princeton: Princeton University Press.
- Wenting, R., Atzema O. & Frenken, K. (2010). Urban Amenities and Agglomeration Economies?: The Locational Behaviour and Economic Success of Dutch Fashion Design Entrepreneurs. *Urban Studies*, 48(7), pp. 1333-1352.
- Weterings, A. Oort, F. van, Raspe O. & Verburg, T. (2007). *Clusters en economische groei*. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.

8. Bijlage: Interviewvragen

8.1 Introductie

Goedemiddag, ik ben Tim Polman, student Economische Geografie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Voor mijn afstudeerscriptie ben ik bezig met een onderzoek naar de aantrekkingskracht van Groningen op ICT-bedrijven. Hiervoor in interview ik meerdere ICT-ondernemers in de gemeente Groningen. Ik wil u graag bedanken dat u de tijd heeft kunnen nemen om mij te woord te staan. Uw antwoorden zullen alleen voor mijn scriptie gebruikt worden en uw naam zal niet genoemd worden. Allereerst wil ik vragen of het goed is als ik dit gesprek opneem; op deze manier ben ik niet continu met schrijven bezig en kan ik mij meer concentreren op het interview zelf.

8.2 Vragen over het bedrijf

Kunt u iets vertellen over uw bedrijf?

Toelichting: Deze inleidende vraag is bedoeld om informatie in te winnen over het bedrijf: wat doen ze, hoeveel werknemers hebben zij, hoe lang bestaan zij, etc.

Kunt u iets vertellen over uw loopbaan, wat hebt u hiervoor gedaan en hoe is het zo gekomen dat u dit bedrijf opgericht hebt?

Toelichting: Hoe is de ondernemer er toe gekomen dit bedrijf in Groningen op te richten? Is hij/zij al langer in de stad of de omgeving woonachtig, is hij/zij er gekomen om te studeren, of is de ondernemer specifiek naar Groningen gekomen om het bedrijf op te richten. Met deze vraag wordt gekeken naar de band die de ondernemer heeft met Groningen en wat de relatie van zijn bedrijf is met de stad: biedt Groningen hem/haar specifieke voordelen, of had het bedrijf op elke andere plaats opgericht kunnen worden?

8.3 Vragen over Groningen

8.3.1 Human capital'

Wat heeft u zelf doen besluiten ooit naar Groningen te komen?

Toelichting: Het antwoord op deze vraag wordt wellicht al gegeven in de vorige vraag. Toch is het belangrijk om dit antwoord te krijgen: de ondernemer maakt zelf ook deel uit van het menselijk kapitaal, ICT'ers worden als onderdeel van de creatieve klasse gezien (Marlet, 2009). De reden dat de ondernemer naar Groningen is gekomen geeft een beeld van de aantrekkingskracht van Groningen op 'human capital'.

8.3.2 Agglomeratievoordelen

Profiteert u van de nabijheid van andere bedrijven in Groningen?

Wat voor bedrijven zijn dit?

Kunt u uw contacten met deze bedrijven beschrijven?

Toelichting: Het doel van deze vragen is om uit te zoeken in hoeverre er echt sprake is van een ICT-cluster in Groningen volgens de geïnterviewde. Zijn in er in zijn/haar ogen veel vergelijkbare bedrijven in Groningen aanwezig? Als er echt sprake is van een ICT-cluster, moet er ook sprake zijn van interactie tussen de ondernemers. Deze vraag probeert te achterhalen of de ondernemers

agglomeratievoordelen ondervinden van hun vestiging in Groningen. Deze vraag loopt alvast vooruit op de volgende vragen, waarin specifiek wordt ingegaan op de verschillende ‘Marshallian externalities’, drie aspecten van de voordelen die een regio als gevolg van de concentratie van vergelijkbare bedrijven kan hebben (Marlet, 2009; Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013).

8.3.2.1 Kennisspillovers

Heeft u contacten met andere ICT-bedrijven in de gemeente?

Kunt u de contacten die u met deze bedrijven heeft beschrijven?

Toelichting: Deze vragen gaan in op de mate waarin de vestiging van het bedrijf binnen een eventueel Gronings ICT-cluster waarde heeft voor de ondernemer. Is er daadwerkelijk contact met andere ICT-bedrijven in Groningen en leiden deze contacten tot kennisspillovers, één van de ‘Marshallian externalities’ (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013)?

Heeft u ook buiten uw werk informele contacten met mensen werkzaam in de Groningse ICT-sector?

Kunt u deze contacten beschrijven?

Toelichting: Met deze vraag wordt gekeken of er sprake is van de uitwisseling van ‘tacit knowledge’ onder ICT-ondernemers in Groningen. Dit is kennis die binnen het cluster op informele wijze wordt gedeeld (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013).

Hoe profiteert u van deze contacten (zowel formele als informele contacten)?

Toelichting: In hoeverre profiteert de ondernemer van de contacten die hij/zij heeft met andere ondernemers? Antwoord op deze vraag wordt waarschijnlijk ook al (deels) gegeven bij de vorige vragen. Mocht er nog geen bevredigend antwoord zijn op de vraag hoe de geïnterviewde van de contacten binnen het cluster profiteert, zal deze vraag gesteld worden.

8.3.2.2 Specialist/non-traded local inputs

Kunt u voorbeelden noemen van bedrijven of voorzieningen die voor u en uw bedrijf erg van belang zijn?

Kunt u deze beschrijven?

Denkt u dat u deze voorzieningen elders niet zou kunnen vinden?

Toelichting: Deze vragen richten zich op de tweede ‘Marshallian externality’ waar Groningse ICT-bedrijven van zouden kunnen profiteren, ‘specialist local inputs’ (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Zijn er bepaalde voorzieningen waar het ICT-cluster van profiteert. Bestaat er bijvoorbeeld een glasvezelnetwerk dat gezamenlijk door ICT-bedrijven gefinancierd is, of zijn er ICT-bedrijven die belangrijke diensten leveren aan andere bedrijven in de stad.

8.3.2.3 Shared labor pool

Waar komen uw werknemers vooral vandaan?

Toelichting: Met deze vraag wordt gekeken naar de waarde die de Groningse arbeidsmarkt heeft voor de aanwezigheid van ICT-bedrijven. De zogenaamde ‘shared labor pool’ is de derde ‘Marshallian externality’ (Iammarino & McCann, 2013; McCann, 2013). Heeft de ondernemer in kwestie veel

werknemers in dienst en waar komen zij vandaan? Als zij vooral in Groningen wonen, kan dit betekenen dat de Groningse arbeidsmarkt van groot belang is voor de ondernemer. Omdat ICT-werknemers volgens Van Oort et al. (2003) relatief mobiel zijn, bestaat de kans dat zij niet in Groningen wonen. In dat geval is de relatie arbeidsmarkt-vestigingskeuze minder duidelijk.

Hoe vindt u uw werknemers? Kunt u beschrijven hoe dit recruiteringsproces in zijn werk gaat?

Toelichting: Deze vraag gaat algemener over de mening van de ICT-ondernemer over de aanwezigheid van gekwalificeerd personeel in Groningen. Ook wordt het belang van de aanwezigheid van hoger onderwijs genoemd, dit kan van groot belang zijn voor de stedelijke economie (Moretti, 2012; Storper, 2013). Dit heeft natuurlijk vrijwel zeker effect op de aanwezigheid van hoogopgeleiden in Groningen. Belangrijker is het om te kijken naar de daadwerkelijke banden tussen de kennisinstellingen en het bedrijfsleven, bijvoorbeeld de door Moretti (2012) genoemde voordelen: kennisspillovers en ondernemingen die als een direct gevolg van wetenschappelijk onderzoek gestart.

8.3.3 'Amenities'

Waar woont u zelf en waarom heeft u deze keuze gemaakt

Wat waardeert u aan uw woonplaats?

Kunt u voorbeelden noemen van aspecten van uw woonplaats of voorzieningen die er te vinden zijn die u erg waardeert?

Toelichting: Welke aspecten spelen een rol bij de keuze voor de woonplaats wonen. Marlet (2009) noemt een aantal aspecten die de aantrekkelijkheid van een stad als woonlocatie positief kunnen beïnvloeden, waaronder het uitgaansleven en het aanwezige woningaanbod. Te denken valt aan ook agglomeratienadelen in andere plaatsen (Marlet, 2009), of het gebrek aan natuur in de stad. 'Natural amenities' zijn volgens Van Oort et al. (2003) namelijk voor de meerderheid van de werknemers in de ICT-sector een belangrijke reden zich ergens te vestigen.

8.4 Afsluitende vragen

Hoe ziet u de toekomst van uw bedrijf?

Toelichting: Wat voor kansen ziet de ondernemer voor zichzelf en zijn/haar bedrijf? Kan hij/zij nog groeien in Groningen, of wordt er een verhuizing overwogen?

Hoe ziet u de toekomst van de ICT-sector in Groningen

Toelichting: Hoe zal de ICT-sector zich ontwikkelen? Ziet de toekomst er rooskleurig uit? Welke ontwikkelingen beïnvloeden de ICT-sector in Groningen?

Heeft u zelf nog iets toe te voegen?

Ik wil u nogmaals hartelijk bedanken dat u de tijd en moeite heeft genomen om aan dit interview mee te werken. Als u het leuk vindt kan ik u de resultaten van het onderzoek opsturen als ik met mijn scriptie klaar ben.