

Locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten van bedrijven op snelweglocaties

Een casestudie naar locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef in Amersfoort



Colofon

- Titel:** Locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten van bedrijven op snelweglocaties
- Subtitel:** Een casestudie naar locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef in Amersfoort
- Auteur:** Veena Ramlal
veena_m_ramlal@hotmail.com
Studentnummer: S2424622
- Opleiding:** Master Sociale Planologie
Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Landleven 1
9747 AD Groningen
www.rug.nl/frw
- Thesisbegeleiding:** Dr. M. (Marije) Hamersma
m.hamersma@rug.nl
- MSc. A.M. (Anne-Marel) Hilbers
a.m.hilbers@rug.nl

Voorwoord

Voor u ligt mijn onderzoeksrapport “Locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten van bedrijven op snelweglocaties”. Dit onderzoek is verricht als onderdeel van de masteropleiding Sociale Planologie aan de Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Rijksuniversiteit Groningen. Ik had de mogelijkheid om na mijn HBO opleiding Vastgoed en Makelaardij aan de Hanze Hogeschool in Groningen door te studeren. Met de specialisatie gebiedsontwikkeling op het HBO sluit deze studie er goed op aan. Ik kijk terug op een periode waarin ik veel heb geleerd en waar mijn toekomstige interesse ook ligt.

Na het behalen van alle mastervakken kon het schrijven van mijn scriptie beginnen in januari 2016. Zoekende naar een goed afgebakend onderwerp kwam dit steeds beter in beeld en konden uiteindelijk theorieën geanalyseerd worden. Helaas hoorden we na een paar maanden na de start van mijn onderzoek dat mijn moeder ziek was. Hierdoor heb ik een lange tijd minder intensief aan mijn onderzoek gewerkt maar heb dit later weer opgepakt.

Dankzij de goede ondersteuning en het begrip van mijn begeleiders Marije Hamersma en Anna-Marel Hilbers heb ik mijn onderzoek kunnen afronden en ligt dit onderzoeksrapport nu voor u. Ik wil mijn begeleiders dan ook bedanken voor alle geduld, tips, feedback en begeleiding die zij mij de afgelopen periode hebben gegeven. Daarnaast wil ik alle bedrijven die wilden meewerken aan mijn onderzoek en de gemeente Amersfoort die het mogelijk maakte om met een vertegenwoordiger een interview te houden bedanken. De tijd die de geïnterviewde personen vrij hebben gemaakt, hebben er voor gezorgd dat dit onderzoek tot stand kon komen en ik kon afstuderen. Verder gaat mijn dank uit naar Frans en Nico voor het nalezen van mijn scriptie.

Tot slot wil ik mijn ouders, broer en zus bedanken voor hun steun en vertrouwen. Het enorme vertrouwen dat zij hadden dat ik mijn studie kon afronden heeft bijgedragen aan het feit dat ik nu afstudeer.

Ik wens u veel leesplezier,

Veena Ramlal
Hoogeveen, 4 juli 2017

Samenvatting

Dit onderzoek gaat over locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten van bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie en hoe dit het beste meegenomen kan worden bij het inrichten van toekomstige snelweglocaties. Om dit te onderzoeken is een casestudie verricht op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef in Amersfoort. Dit bedrijventerrein is een snelweglocatie die gelegen is tussen de A28 en de A1. Het doel van dit onderzoek is om inzicht te verwerven in factoren die belangrijk zijn en die gebruikt kunnen worden om de locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten beter aan te laten sluiten op toekomstige snelweglocaties. Om dit doel te bereiken zal dit onderzoek antwoord geven op de volgende vraag:

“Wat zijn bedrijfslocatievoorkeuren en bedrijfslocatie-tevredenheidsaspecten van bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie en wat betekent dit voor de richting van snelweglocaties?”

Allereerst zijn aan de hand van locatietheorieën verschillende factoren geanalyseerd die een rol spelen bij het maken van een locatiekeuze. Deze factoren vloeien voort uit de klassieke, neoklassieke, behaviourale, institutionele en evolutionaire locatietheorieën. De factoren die locatievoorkeuren beïnvloeden volgens deze theorieën zijn: doel om kostenminimalisatie te realiseren, doel om winstmaximalisatie te realiseren, een bereikbaar terrein (wat tot kostenminimalisatie kan leiden en winstmaximalisatie), verwerven van (geschoold) personeel, persoonlijk gedrag en gehechtheid van een plek, centraal gelegen (afzetmarkt vergroting, kostenminimalisatie en winstmaximalisatie), agglomeratie voordelen, wetten en regels, concurrenten opzoeken, subsidies en innovatie. De bovenstaande factoren die volgens de theorie een rol spelen bij de locatiekeuze zijn vervolgens schematisch weergegeven in een conceptueel model (zie paragraaf 2.7) met daarbij een cyclus hoe het kiezen van een locatie tot stand komt. De verwachting ten aanzien van de uitkomst van dit onderzoek is: dat de bereikbaarheid de hoofdvoorkeur is voor bedrijven, wat gekoppeld kan worden aan winstmaximalisatie, kostenminimalisatie en het centraal gelegen aspect. Om het theoretisch gebaseerd conceptueel model te toetsen aan de praktijk is empirisch onderzoek verricht.

Door dertien interviews met bedrijven die gevestigd zijn op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef en met de gemeente Amersfoort is het conceptueel model aangevuld, dit is te zien in paragraaf 4.2. Uit de analyse kwam het vaakst naar voren dat de hoeveelheid vierkante meters die een bedrijf nodig heeft een locatievoorkeur bepaalt. Bij bedrijven die werkzaam waren in het transport en logistiek was de nabijheid van de snelweg wel een locatievoorkeur. De bereikbaarheid van de locatie beïnvloedt de tevredenheid. Dus voor de inrichting van een bedrijventerrein zal dit optimaal moeten zijn zodat de gebruikers tevreden zijn.

De uitstraling van een snelweglocatie speelt een rol bij de respondenten. Een goed verzorgde uitstraling beïnvloedt het imago van het terrein. Als dit in orde is, zal er geen verloedering plaatsvinden en zullen bedrijven zich graag op een dergelijke locatie willen vestigen. Dit is dan ook een tevredenheidsaspect op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef en dat zal bij het plannen van nieuwe bedrijfsterreinen goed moeten zijn. Als parkeren verzorgd dient te worden door de gebruikers zelf, is dit direct terug te zien op het terrein. Op de Wieken Vinkenhoef zijn geen openbare parkeerplaatsen en het is niet toegestaan om langs de weg te parkeren. De tevredenheid over het parkeren is wisselend en is dan ook bedrijfsafhankelijk. Parkeren is geen locatievoorkeur maar is bij de respondenten wel een aandachtspunt.

Toekomstige snelweglocaties die beter aan de wensen en eisen van de gebruikers willen voldoen zullen rekening moeten houden met: een goede bereikbaarheid, ontsluiting, een goede uitstraling met groen, een goed parkeerbeleid, mogelijkheden voor openbaar vervoer en een eetvoorziening (desnoods een paar dagen in de week een mobiele kar).

Overheden zouden zich in een vroeg stadium bezig moeten houden met het plannen van bedrijfsterreinen. Op deze manier kunnen locaties gereserveerd worden die geschikt zijn voor bedrijven. Hierdoor kan al rekening gehouden worden met de bereikbaarheid en de ontsluiting. Wanneer het bedrijventerrein daadwerkelijk wordt gerealiseerd is het van groot belang om een goed parkeerbeleid en een beeldkwaliteitsplan op te stellen. Hierdoor wordt de uitstraling van een bedrijventerrein gestuurd en gestructureerd waarbij de belangrijkste wensen zijn vertaald naar beleidskaders.

Lijst van figuren, tabellen en modellen

Figuur 1. Situering Amersfoort in Nederland.	10
Figuur 2. Situering Wieken Vinkenhoef in Amersfoort (Amersfoort, 2013).	10
Figuur 3. Wieken Vinkenhoef voor aanpassing entreegebied.	11
Figuur 4. Wieken Vinkenhoef na aanpassingen entreegebied	
a. Gerealiseerde rotonde	11
b. Kaart nieuwe situatie	11
Figuur 5. Winst, productiekosten en transportkosten voor tomaten en tarwe (Hurst, 1972).	14
Figuur 6. Relatie tussen economic rent en landgebruik door middel van zones (Hurst, 1972).	14
Figuur 7. Relatie tussen locatie and minimale transportkosten: Location triangle	15
a. Evenredige isotims lijnen.....	15
b. Verschil in isotims lijnen.....	15
Figuur 8. Ruimtelijke planning vanuit de Centraleplaatsentheorie. (Atzema et al., 1997).....	17
Figuur 9. Marktgebieden volgens Christaller (Atzema et al., 1997).....	17
Figuur 10. Voorbeeld van processen die optreden bij locationele interdependentie (twee ijsverkopers).	18
Figuur 11. Locaties geïnterviewde bedrijven.	28
Figuur 12. Situering Wieken Vinkenhoef in Amersfoort.	33
Figuur 13. Reclamebord, Wieken Vinkenhoef.....	35
Figuur 14. Verandering bereikbaarheid Wieken Vinkenhoef vanaf Apeldoorn A1 (tijdens het afnemen van de interviews).	42
Figuur 15. Verandering bereikbaarheid Wieken Vinkenhoef vanaf Apeldoorn A1 (na het afnemen van de interviews).	42
Tabel 1. Overzicht aantal en soort interview.	30
Tabel 2. Bedrijfskenmerken geïnterviewde bedrijven.	30
Tabel 3. Codering interview uitkomsten met nummering bedrijven.	31
Model 1. Conceptueel model na analyse traditionele locatietheorieën.	25
Model 2. Vernieuwde conceptueel model.	37

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting	3
Lijst van figuren, tabellen en modellen	4
1. Inleiding.....	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Doel- en probleemstelling.....	9
1.3 Onderzoeksvragen.....	9
1.4 Onderzoeksgebied.....	10
1.5 Leeswijzer	12
2. Theoretisch kader.....	13
2.1 Klassieke locatietheorieën	13
2.2 Neoklassieke locatietheorieën	16
2.3 Behaviourale locatietheorieën	19
2.4 Overige locatietheorieën benaderingen	21
2.4.1 Institutionele locatie benadering	21
2.4.2 Evolutionaire locatie benadering	22
2.5 Recent onderzoek.....	23
2.6 Hypothese	24
2.7 Conceptueel Model.....	25
3. Methodologie	27
3.1 Casus keuze	27
3.2 literatuur onderzoek	28
3.3 Kwalitatieve onderzoeksmethode	28
3.3.1 Interview bedrijven.....	29
3.3.2 Interview analyse bedrijven	30
3.3.3 Interview Gemeente Amersfoort.....	31
3.4 Ethische aspecten.....	32
3.5 Schematische weergave onderzoeksmethode	32

4. Resultaten.....	33
4.1 Gemeente Amersfoort	33
4.1.1 <i>Ontstaan bedrijventerreinen.....</i>	33
4.1.2 <i>Eisen Wieken Vinkenhoef.....</i>	34
4.1.3 <i>Stimuleren van bedrijven om zich te vestigen.....</i>	34
4.1.4 <i>Ontwikkelingen in de omgeving.....</i>	35
4.1.5 <i>Toekomstbeeld en tevredenheidsaspecten.....</i>	35
4.2 Geïnterviewde bedrijven Wieken Vinkenhoef.....	37
4.2.1 <i>Locatievoorkeuren.....</i>	38
4.2.2 <i>Positieve tevredenheidsaspecten.....</i>	39
4.2.3 <i>Negatieve tevredenheidsaspecten.....</i>	41
4.2.4 <i>Toekomstige locatievoorkeuren en nieuwe bedrijfsterreinen.....</i>	44
5. Conclusie.....	46
5.1 Locatievoorkeuren en tevredenheid van bedrijven op snelweglocaties	46
5.2 Beleidsimplicaties.....	47
5.3 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	48
5.4 Reflectie.....	49
Referenties	51
<i>Bijlage 1 – Interviewvragen bedrijven</i>	55
<i>Bijlage 2 – Belangrijkste aspecten bij de interviews van bedrijven</i>	57
<i>Bijlage 3 – Interviewvragen gemeente Amersfoort</i>	60

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

Snelweglocaties zijn locaties voor bedrijfsterreinen die goed bereikbaar zijn via het wegennet met de auto en vrachtwagen. De hoeveelheid snelweglocaties in Nederland is door de jaren gestegen. Gemeenten zien de aanleg van bedrijventerreinen als een middel om de werkgelegenheid op peil te houden (Krabbenborg et al., 2016). Het aantal banen is op bedrijfslocaties rond snelwegen in de periode 1996 tot 2006 twee keer zo hard gegroeid als op binnenstedelijke locaties (PBL, 2012). De hoeveelheid terreinen aan stadsranden en langs snelwegen heeft het aanzien van Nederlandse snelwegen behoorlijk veranderd. Op sommige plekken worden de snelwegzones dicht gebouwd met bedrijventerreinen. Feit is dat het grootste deel van de banengroei tussen 2000 en 2010 terecht is gekomen op locaties met een goede ontsluiting via de snelweg. Ongeveer 60 procent van de banengroei kwam tot stand op snelweglocaties. Het gaat hierbij voornamelijk om banen op bedrijventerreinen (Krabbenborg et al., 2016).

De Vierde Nota Ruimtelijke Ordening Extra is een aanvulling van de Vierde Nota. Rijksinvesteringsprogramma's werden in deze nota's helder en omvangrijk beschreven. De Vierde nota Ruimtelijk Ordening Extra (1999) had vier speerpunten:

1. De Nederlandse concurrentiepositie,
2. Afstemming tussen wonen, werken, voorzieningen en openbaar vervoer,
3. Aanpassing en vernieuwing van het landelijke gebied,
4. Gebiedsgericht beleid, zowel ruimtelijk als ecologisch.

Een opgenomen locatiebeleid in de Vierde Nota Ruimtelijke Ordening Extra is het ABC-locatiebeleid voor bedrijven en voorzieningen. Werklocaties kunnen ingedeeld worden naar de ligging ten opzichte van de infrastructuur. Hieruit vloeien bereikbaarheidsprofielen voort die gebaseerd zijn op het ABC-locatiebeleid:

- A-locaties zijn werklocaties die zijn gelegen nabij een grote stad en uitstekend bereikbaar zijn per openbaar vervoer.
- B-locaties liggen nabij secundaire ov-knooppunten en zijn daarnaast goed bereikbaar met de auto door de ligging nabij de snelweg.
- C-locaties zijn snelweglocaties en zijn goed bereikbaar met de auto en slecht met het openbaar vervoer.
- D-locaties liggen nabij een secundair ov-knooppunt, maar niet bij een autosnelwegafslag.
- R-locaties zijn ver gelegen van een ov-knooppunt en op- of afslag van de snelweg.

Arbeidsintensieve bedrijven en voorzieningen zouden zich moeten vestigen op locaties nabij goed openbaar vervoer (A-locaties) en minder nabij snelwegen om het autogebruik te verminderen. De profielen die ontwikkeld waren voldeden aan de verwachtingen. C-locaties kennen een hoog autogebruik en A-locaties een hoog openbaarvervoergebruik. De verdeling van de werkgelegenheid was echter minder gunstig. In de periode 1996-2004 is de werkgelegenheid het sterkst gestegen op C-locaties met 24%, op B-locaties met 19% en op A-locaties met 12%. Dit komt doordat overheden de voorkeur geven aan het aantrekken van nieuwe werkgelegenheid boven locatierestricties, waardoor A-locaties niet aantrekkelijk werden. Daarbij kwam ook dat de groei van kantoren groter was dan verwacht en deze dus niet alleen op A- en B-locaties werden ontwikkeld (CROW werkgroep, 2013).

Snelweglocaties staan direct in relatie met autosnelwegen. Op de site van Rijkswaterstaat (2016) is een overzicht voor de komende periode te zien met meer dan veertig projecten in de nabijheid van snelwegen. Hieruit blijkt dat er de komende tijd ook veel gewerkt wordt langs snelwegen. Stijging van bodemgebruik in Nederland door bedrijfsterreinen komt hier ook in terug. Het aantal hectare dat wordt gebruikt voor bedrijventerreinen is met meer dan 40% gestegen in 2012 (CBS, 2016). Langs

snelwegen vestigen zich steeds meer bedrijven. Gevoelsmatig kan dit ook bevestigd worden. De veranderingen in de snelwegzones zijn niet alleen goed te zien, maar komt ook terug bij wonen, werken en recreëren. De dynamiek is vooral opvallend in de overgangsgebieden tussen stad en land (Hamers et al., 2006).

Snelwegen hebben als functie de bereikbaarheid te vergroten. Echter spelen er ook andere effecten een rol. Snelwegprogramma's in Amerika zouden ervoor moeten zorgen dat er een economische ontwikkeling tot stand komt (Rephann, 1993). Hierbij kan gedacht worden aan meer arbeidskrachten die nodig zijn om daadwerkelijk een snelweg te realiseren. Realiseren van snelwegen heeft daarnaast ook andere positieve effecten. Een voorbeeld komt uit het onderzoek van Ghani et al. (2012), hieruit kwam naar voren dat gebieden tot tien kilometer vanaf de gerealiseerde snelweg ontwikkelingen ondervonden die ergens anders niet zichtbaar waren. De economische ontwikkelingen vinden dus ook op een verdere afstand plaats. Een verbetering in transport (ofwel een snelweg) zal vaak als gevolg hebben dat de transportkosten in dat gebied zullen dalen (Stephandes, 1987). Langs deze snelwegen is het vervolgens mogelijk om snelweglocaties te realiseren. Op deze manier zullen nog meer economische ontwikkelingen plaatsvinden door de komst van nieuwe bedrijven.

Niet alleen de omgeving wil economische ontwikkelingen maar overheden willen dit ook. Door snelwegen en bedrijvenlocaties te realiseren is het mogelijk voor een gemeente om meer ruimte te bieden voor werkgelegenheid. In Nederland zijn lokale overheden (gemeenten) de belangrijkste leveranciers voor bouwgronden, en dus ook voor bedrijventerreinen. Door hun ruimtelijke ordening en grondbeleid oefenen lokale overheden (gemeenten) hier macht op uit (Louw et al., 2007). Het realiseren van een snelweg kan ook negatieve gevolgen hebben. Een snelweg realiseren gaat immers ten koste van iets anders, bijvoorbeeld een natuurgebied. Ook spelen effecten als geluid- en luchtvervuiling een rol bij het realiseren van snelwegen (Ali et al., 2008; Levkovich, 2016).

Voor bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie spelen mogelijk verschillende factoren een rol bij de keuze. Relocatie van bedrijven is een specifieke vorm van lokale aanpassingen en één van de mogelijke manieren om veranderingen te realiseren als gevolg van bijvoorbeeld voorkeuren van consumenten, milieuvorschriften en technologische voortuitgang (Pellenbarg et al., 2002). Men kan dergelijke stappen uitvoeren als de oude locatie niet meer voldoet aan de behoefte van het bedrijf en/of als de locatieomstandigheden op de nieuwe locatie beter worden geacht (Meester, 2004). De tevredenheidsaspecten van bedrijven over de huidige locatie kunnen invloed hebben op de locatievoorkeur van een nieuwe locatie. Een voorbeeld hiervan is, wanneer de gebruikers tevreden zijn over de mogelijkheid reclame te maken (zichtlocatie), zij dit ook op de volgende locatie willen. Maar hoe tevreden zijn bedrijven nu met een locatie nabij de snelweg? En wat is de relatie tussen de locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten. Door de jaren heen zijn er al verschillende onderzoeken over wonen langs snelwegen geweest. Een voorbeeld is het onderzoek van Hamersma et al. (2014). Uit de resultaten van dit onderzoek komt naar voren dat de ondervraagden gemiddeld tevreden zijn met het leven nabij een snelweg. Maar hoe zit dit nu voor bedrijven die langs snelwegen zijn gevestigd? Welke factoren spelen een rol bij bedrijven die voor snelweglocaties kiezen? En hoe tevreden zijn bedrijven met hun locatie? Doordat de huidige kennis tekort schiet zal dit onderzoek hierop gericht zijn.

Dit onderzoek zal zich richten op de locatievoorkeuren en de locatietevredenheid van bedrijven die gevestigd zijn nabij snelwegen. De locatievoorkeuren zullen gericht zijn op bedrijven en de ervaringen van bedrijven die nabij een snelweg gelegen zijn, waarbij het gaat om de locatievoorkeuren die voorheen een rol speelden, de huidige locatievoorkeuren en toekomstige locatievoorkeuren. Om te overleven als bedrijf zal een bedrijf zich constant moeten aanpassen aan veranderende omstandigheden. Verplaatsing van het bedrijf is dan ook een vorm van aanpassing. Dit kunnen aanpassingen zijn in de ruimtelijke omgeving of aanpassingen bij veranderende eisen die de productietechniek of de bedrijfsorganisatie aan die omgeving stelt (Pellenbarg et al. 2005).

Locatievoorkeuren blijven daarom niet hetzelfde door veranderende omstandigheden. Als een bedrijf ergens ontevreden over is, zal het bedrijf dit anders willen bij de toekomstige locatie of als een bedrijf ergens tevreden over is zal een bedrijf dit ook willen bij een andere locatie. Hieruit blijkt dat de locatievoorkeuren en locatietevredenheid in relatie met elkaar staan en elkaar beïnvloeden. Zo is het mogelijk dat de tevredenheid van bedrijven over een snelweglocatie de locatievoorkeur zal beïnvloeden. Inzicht in locatievoorkeuren en locatietevredenheid kunnen bijdragen in het ontwerpproces van een snelweg en bedrijventerreinen nabij een snelweg. De locatievoorkeuren en locatietevredenheidsaspecten zullen hierdoor aansluiten op snelweglocaties.

1.2 Doel- en probleemstelling

Het doel van dit onderzoek is inzicht te verwerven in factoren die belangrijk zijn en die gebruikt kunnen worden om de locatievoorkeuren aan te laten sluiten op bedrijfslocaties. Door middel van een evaluerend onderzoek worden de verschillende locatievoorkeuren voor bedrijfslocaties (in de nabijheid van snelwegen) in kaart gebracht. Eerst zullen de locatievoorkeuren aan de hand van de theorie in kaart worden gebracht. Vervolgens zullen door middel van interviews bij bedrijven die gekozen hebben voor een snelweglocatie en bij de desbetreffende gemeente de locatievoorkeuren en factoren die de tevredenheid beïnvloeden geanalyseerd worden. De voorkeuren en tevredenheidsaspecten zullen vergeleken worden met de locatievoorkeuren uit de theorie. Dit kan vervolgens gebruikt worden bij de ontwerpfase, om zo een locatie te realiseren die op verschillende vlakken een succes kan worden. Het specifieke onderwerp is snelweglocaties, het maakt hierbij niet uit om wat voor soort bedrijf het gaat.

Om het doel "inzicht te verwerven in factoren die belangrijk zijn en die gebruikt kunnen worden om locatievoorkeuren aan te sluiten op bedrijfslocaties" te realiseren staat de volgende probleemstelling in dit onderzoek centraal.

"Wat zijn bedrijfslocatievoorkeuren en bedrijfslocatie-tevredenheidsaspecten van bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie en wat betekent dit voor de inrichting van snelweglocaties?"

1.3 Onderzoeksvragen

Om antwoord te geven op de probleemstelling van dit onderzoek zijn de onderstaande onderzoeksvragen opgesteld:

1. Welke factoren beïnvloeden de locatievoorkeuren aan de hand van de theorie?
2. Welke locatievoorkeuren en locatie-tevredenheidsaspecten spelen een rol bij bedrijven die gekozen hebben voor een locatie in de nabijheid van een snelweg? Hoe staat dit in relatie tot de theorie (onderzoeksvraag 1) en spelen ontwikkelingen in de omgeving een rol?
 - a. Welke voorkeuren hebben een rol gespeeld in de locatiekeuze die bedrijven gemaakt hebben?
 - b. Hoe tevreden zijn bedrijven die gekozen hebben voor een snelweglocatie? Wat zijn de positieve en negatieve factoren van hun huidige locatie?
 - c. Spelen veranderingen een rol bij de voorkeuren en locatietevredenheid van bedrijven?
3. Hoe kan in het ontwerpproces de locatievoorkeuren en locatie-tevredenheidsaspecten worden meegenomen bij het ontwikkelen van snelwegen en snelweglocaties?

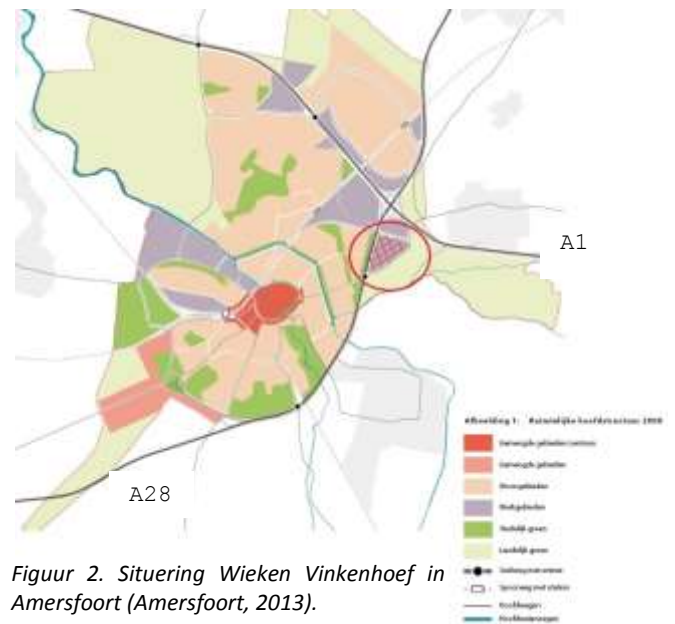
1.4 Onderzoeksgebied



Figuur 1. Situering Amersfoort in Nederland.

Als focusgebied in dit onderzoek is gekozen voor een bedrijventerrein in Amersfoort. Amersfoort is een grote gemeente met ongeveer 153.000 inwoners in 2016 (Gemeente Amersfoort in cijfers). Amersfoort is gelegen in het midden van Nederland zoals in figuur 1 is aangegeven. Vanaf Amersfoort is het mogelijk om alle kanten van Nederland op te gaan doordat het in het midden van het land ligt.

Voor dit onderzoek is het bedrijventerrein “De Wieken Vinkenhoef” in Amersfoort gekozen als onderzoeksterrein. Dit bedrijventerrein is gelegen aan de snelwegen A1 en A28 (Gemeente Amersfoort, 2014) en is daarom in de nabijheid van een snelweg en zeker aangemerkt kan worden als een snelweglocatie. In figuur 2 is aangegeven waar het terrein zich bevindt.



Figuur 2. Situering Wieken Vinkenhoef in Amersfoort (Amersfoort, 2013).

Op het bedrijventerrein zijn circa negentig bedrijven gevestigd en de branches zijn zeer gevarieerd. Het bedrijventerrein biedt de mogelijkheid aan zowel kleine als grotere bedrijven om zich hier te vestigen. De branches die nu aanwezig zijn op het bedrijventerrein de Wieken Vinkenhoef en die zijn toegestaan zijn:

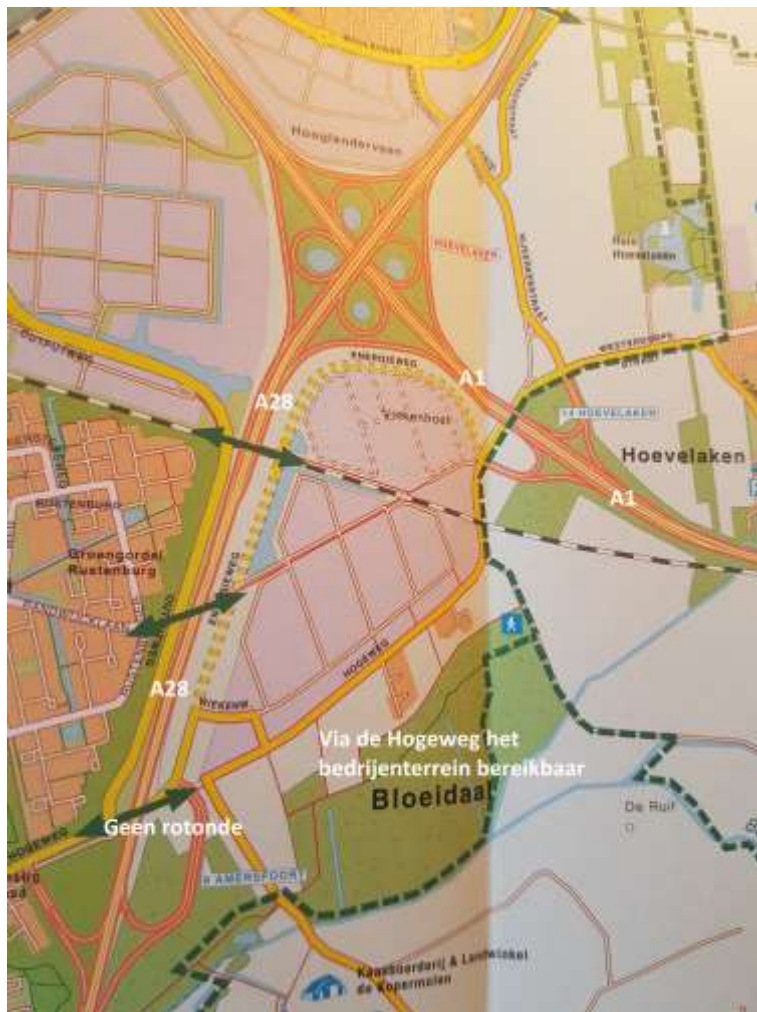
- Transport en logistiek,
- Bouw en vastgoed,
- Informatie en communicatie technologie,
- Technische dienstverlening,
- Recreatie,
- Handel en Retail,
- Consultancy,
- Communicatie en media (Bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef, 2016).

De feitelijke bouw van het bedrijventerrein is gestart in 2004 en de eerste oplevering was in 2005. Dit bedrijventerrein bestaat dus al een aantal jaren en kan niet meer als een nieuwbouwproject gezien worden (Bedrijvenpark Wieken Vinkenhoef, 2016). Echter moet nog wel worden opgemerkt dat er zich nieuwe bedrijven vestigen, omdat het terrein nog niet vol is, en dus de mogelijkheid biedt voor bedrijven om een nieuw bedrijfspand te ontwikkelen.

Het bestemmingsplan “Bedrijventerreinen e.o. en snelwegen” van de gemeente Amersfoort geeft aan dat het terrein bestemd is als bedrijventerrein, waarbij een deel een gemengde bestemming heeft en een paar gebieden een woonfunctie (Ruimtelijke plannen, 2017).

De gemeente Amersfoort heeft een aantal plannen opgesteld voor het bedrijventerrein. Een voorbeeld hiervan is het plan voor het entreegebied. Deze kavel is namelijk bestemd voor horeca en

recreatie en biedt daarnaast ruimte voor een brandstofpunt. De gemeente heeft gezorgd dat er een rotonde kwam voor het verbeteren van de bereikbaarheid van het terrein. Realisatie voor het aanleggen van de rotonde in het entreegebied heeft plaatsgevonden in 2016 (Gemeente Amersfoort, 2017).



In figuur 3 is te zien dat er geen rotonde op het terrein gelegen was. Daarnaast was het mogelijk om via de Hogeweg (oostwest gelegen) de Wiekenweg te betreden. Vanaf afrit Hoevelaken vanaf de A1 was het mogelijk om rechtstreeks het terrein op te rijden. De nieuwe situatie is te zien in figuur 4. Door het veranderen van het entreegebied is het nog maar mogelijk om via één weg het terrein te betreden namelijk via de rotonde. Vanaf de Hogeweg zal nu doorgereden moeten worden naar de rotonde waarna het bedrijventerrein bereikt kan worden. Opgemerkt moet worden dat vanaf de Hogeweg de Wiekenweg niet toegankelijk is voor auto's. Er is alleen een mogelijkheid in geval van calamiteiten het bedrijventerrein via de Hogeweg te bereiken, maar deze doorgang is door middel van een hek afgesloten.

Figuur 3. Wieken Vinkenhoef voor aanpassing entreegebied.



Figuur 4. Wieken Vinkenhoef na aanpassingen entreegebied
a. Gerealiseerde rotonde
b. Kaart nieuwe situatie

Naast de aanpassingen van het entreegebied zal er tussen 2019 en 2024 een reconstructie van knooppunt Hoevelaken plaatsvinden door Rijkswaterstaat. Dit zal waarschijnlijk ook effect hebben op het bedrijventerrein.

Het bedrijventerrein heeft een vereniging, die samen met de gemeente Amersfoort werkt aan duurzaam ondernemen. Daarnaast doet de vereniging van het bedrijventerrein aan parkmanagement (Bedrijvenpark Wieken Vinkenhoef, 2017).

1.5 Leeswijzer

In dit hoofdstuk is het onderwerp van dit onderzoek beschreven, met daarbij de hoofdvraag en de onderzoeksvragen. Hoofdstuk 2 geeft door middel van literatuuronderzoek antwoord op onderzoeksvraag 1, waarin de locatietheorieën geanalyseerd zijn en dit tot een conceptueel model heeft geleid. Het conceptueel model zal tijdens dit hele onderzoek gebruikt worden en er zal steeds naar terug worden gekoppeld. De onderzoeksmethodiek wordt beschreven in hoofdstuk 3. In dit hoofdstuk is te lezen welke keuzes zijn gemaakt die uiteindelijk tot de resultaten van dit onderzoek hebben geleid. De analyse van de interviews en het beantwoorden van de overige onderzoeksvragen komen aan bod in hoofdstuk 4. De conclusies zullen uiteindelijk in hoofdstuk 5 worden getrokken en geven antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek. Daarnaast komen in dit hoofdstuk de aanbevelingen voor vervolgonderzoek en een kritische reflectie aan bod.

2. Theoretisch kader

Dit hoofdstuk zal aan de hand van verschillende theorieën ingaan op locatievoorkeuren van bedrijven. Om vervolgens gedeeltelijk antwoord te geven op de probleemstelling: *Wat zijn bedrijfslocatievoorkeuren en bedrijfslocatie-tevredenheidsaspecten van bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie en wat betekent dit voor de inrichting van snelweglocaties?* Wheeler et al. (1998) definieert locatietheorie als volgt; locatietheorie tracht de basis en universele factoren te verklaren, deze factoren bepalen en beïnvloeden de locatie van allerlei economische activiteiten (Wheeler et al., 1998). Locatietheorie kan volgens Greenhut (1995) ook gezien worden als een set van vooronderstellingen, welke een systematische uiteenzetting en uitleg geven over de economische activiteiten van ruimtelijke organisaties (Greenhut, 1995). In het rapport *Stad en Land in een nieuwe geografie* van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid is locatietheorie gedefinieerd als een verzameling theoretische kaders ter verklaring van het ruimtelijk spreidingspatroon van economische activiteiten (Asbeek Brusse et al., 2002). De locatiekeuze is een economische kwestie, er zijn dan ook een aantal theorieën die de locatiekeuze verklaren. Atzema et al. (2014) definiëren locatietheorie als volgt en in dit onderzoek zal ook uitgegaan worden van deze definitie; locatietheorie bestaat uit een set van samenhangende argumenten die uitleg geven over de locatiekeuze van bedrijven en diensten.

De theorieën in dit hoofdstuk zijn onderverdeeld in klassieke locatietheorieën, neoklassieke locatietheorieën, behaviourale locatietheorie, de institutionele benadering en evolutionaire benadering. Elk onderdeel heeft verschillende concepten en bedenkers, door deze te beschrijven geeft dit inzicht in welke factoren een rol spelen bij de locatievoorkeuren van bedrijven.

Allereerst zal de klassieke en de neoklassieke locatietheorie worden beschreven, waarbij er op in wordt gegaan hoe dit in relatie staat tot snelweglocaties. Vervolgens zal de behaviourale theorie aan bod komen. Met als afsluiting de institutionele en de evolutionaire benadering. Bovenstaande theorieën en concepten worden gebruikt om een conceptueel model op te stellen met daarin factoren die een rol spelen bij de locatievoorkeuren van bedrijven.

2.1 Klassieke locatietheorieën

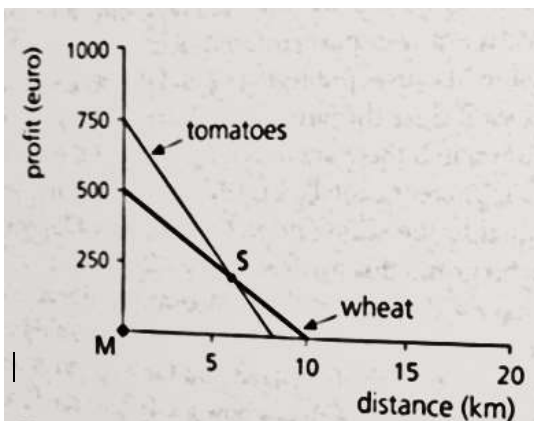
Klassieke locatietheorieën zijn gebaseerd op de veronderstelling dat mensen volledig worden geïnformeerd en rationeel handelen. De belangrijkste voorstanders van de klassieke locatietheorieën waren Von Thünen (1783-1850) en Weber (1868-1958). Beiden geloofden dat een ondernemer de locatie met de laagste totale kosten zou kiezen. De beste (winstmakende) locatie is waar de totale kosten en de transportkosten het laagst zijn (Atzema et al., 2014). Kostenminimalisatie zal een locatievoorkeur zijn. De theorieën van deze twee wetenschappers, die behoren tot de klassieke locatietheorieën, zullen in deze paragraaf aan bod komen met daarbij een link naar snelweglocaties.

Von Thünen richtte zich voornamelijk op landbouwgrond. Waarbij er vanuit werd gegaan van een grote stad omringd met een vlakte die geen bevaarbare rivieren of kanalen bevat. Er wordt aangenomen dat de bodem van de vlakte overal even vruchtbaar is (Beckmann, 1968). Econoom David Ricardo (1772-1823) heeft erop gewezen dat de grond een afgeleide is van het grondgebruik. Grond zal gebruikt worden voor een product waarbij het meeste *economic rent* behaald kan worden. Von Thünen heeft daarbij de kosten voor transport naar de markt toegevoegd (Atzema et al., 2014). Wanneer er naar snelweglocaties wordt gekeken aan de hand van de theorie van Von Thünen, kan dit goed met elkaar in verband worden gebracht. Een snelweglocatie is beter bereikbaar, wat een daling van de transportkosten tot gevolg kan hebben.

Een boer gericht op maximalisatie van zijn winst (W) heeft een duidelijk doel voor ogen. Hij moet ervoor zorgen dat het verschil tussen een bepaalde marktprijs (VM) en de som van de productie kosten (P) en transportkosten (T) zo groot mogelijk is. Dit resulteert in de volgende formule:

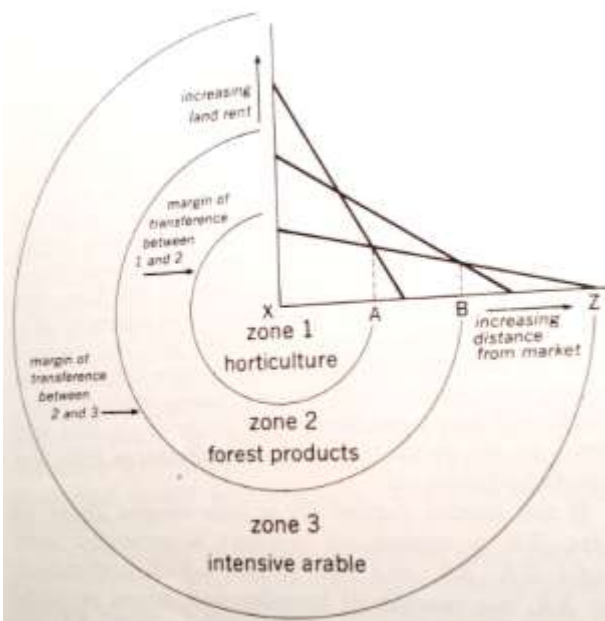
$$W = VM - (P + T)$$

Wanneer de afstand tot de afzetmarkt vergroot wordt, heeft dat als effect dat er minder winst is. Ditzelfde geldt wanneer de afstand die een bedrijf af moet leggen groter is en dus meer transportkosten heeft. Een snelweglocatie kan ervoor zorgen dat de afstand tussen het bedrijf en de afzetmarkt korter wordt door op een strategische locatie te gaan zitten.



Als er geen sprake is van één maar van twee gewassen, ziet het model er anders uit. De boer zal besluiten wat waar verbouwd gaat worden (figuur 5). Voor tomaten blijkt dus dat deze dichterbij de afzetmarkt verbouwd zullen worden dan de tarwe. Middels een uitwerking van Von Thünen's theorie komt er dus een locatievoorkeur uit bij agrarische landbouw tot stand aan de hand van transportkosten.

Figuur 5. Winst, productie-kosten en transportkosten voor tomaten en tarwe (Hurst, 1972).



Figuur 6, geeft schematisch weer wat dit betekent voor de zones die om een dorp of stad ontstaan. De zones om een dorp of stad zijn hierdoor zichtbaar met het daarbij horende gewas, aangegeven met zone 1, zone 2 en zone 3 (waarbij het gaat om agrarische landbouw).

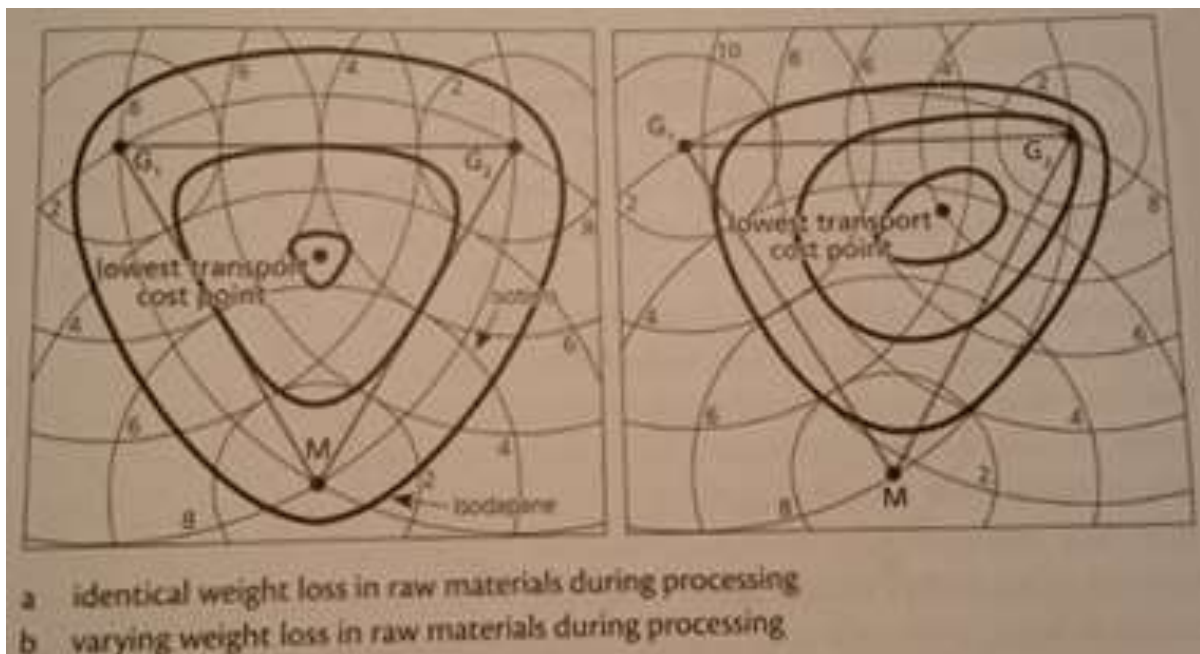
Figuur 6. Relatie tussen economic rent en landgebruik door middel van zones (Hurst, 1972).

Von Thünen gebruikte bepaalde veronderstellingen bij zijn locatietheorie. Een aantal van deze veronderstellingen zijn nu niet meer relevant. Een voorbeeld is dat er enkel één wijze van transport was, namelijk per os en wagen. Ook zijn sommige veronderstellingen die Von Thünen gebruikte in zijn theorie onrealistisch, een voorbeeld is dat de grond isotroop is (Atzema et al., 2014).

In 1909 publiceerde econoom Alfred Weber zijn theorie over locatievoorkeuren in primaire en secundaire industrieën. Daarnaast nam de theorie van Weber de ruimtelijke variatie in aanmerking met daarbij de kosten van arbeid en de mogelijke schaalvoordelen. Webers theorie ging uit van een oneven verdeling van natuurlijke grondstoffen. Dit betekende dat niet alles overal even veel verkrijgbaar was waardoor zijn theorie er anders uit kwam te zien. Weber benoemde de factoren die nodig waren voor een keuze van een locatie the *Standort factors*. Deze *Standort factors* verschilden

qua waarde voor elke locatie en bedrijf en er zal dus gezocht moeten worden naar de beste combinatie. Het uiteindelijke resultaat was zijn theorie de *Standortdreieck* of ook wel bekend als *Location triangle* (Atzema et al., 2014)

Alfred Weber ging uit van een oneven verdeling van natuurlijke grondstoffen en dit komt dan ook terug in zijn locatie triangle. In figuur 7 zijn G1 en G2 de grondstofbronnen en M de markt. Er zijn vervolgens isotims getrokken, dit zijn lijnen die aan geven dat daarbinnen de transportkosten gelijk zijn. De locatievoorkeur kan vervolgens door deze lijnen bepaald worden. In figuur 7a is een voorbeeld gegeven met evenredige isotims. Een meer realistisch beeld hoe dit er in praktijk uit ziet, is aangegeven in figuur 7b, waardoor de locatie niet perse in het midden van de driehoek gesitueerd hoeft te zijn. Wanneer de transportkosten voor de grondstof G2 hoger zijn dan bij van grondstof G1, zal het bedrijf dichterbij grondstof G2 vestigen (figuur 7b). Er is dus gezocht naar de meest optimale balans om zo min mogelijk transportkosten te maken (Atzema et al., 2014). Een snelweglocatie, volgens de theorie van Alfred Weber, kan gerelateerd worden aan de plek waar de transportkosten het laagst zijn en dus bijvoorbeeld in de nabijheid van grondstoffen (of andere bronnen). Het kan hierbij bijvoorbeeld ook om (geschoold) personeel gaan.



Figuur 7. Relatie tussen locatie and minimale transportkosten: Location triangle

- a. Evenredige isotims lijnen.
- b. Verschil in isotims lijnen.

De veronderstellingen die Weber maakte waren: dat de ruimte isotoop is, grondstoffen ongelijk verdeeld zijn en dat de transportkosten gebaseerd zijn op het gewicht van de goederen en de afstand die ze worden vervoerd (Atzema et al., 2014).

Vergelijking en beperkingen

Zowel de locatietheorie van Von Thünen als de theorie van Weber gaat er van uit dat organisaties hun transportkosten willen minimaliseren. Daarnaast kwamen beide bedenkers steeds met een soort vernieuwde versie. Von Thünen was zich bewust van zijn tekortkomingen en nam vervolgens de verschillen in klimaat en vruchtbaarheid van de grond mee in zijn theorie. Zijn basisprincipes bleven echter hetzelfde. Weber had precies hetzelfde en betrok de mogelijkheid van schaalvergroting er bij, wat is eerste instantie niet werd benoemd in zijn theorie (Atzema et al., 2014).

Als er naar de veronderstellingen die Von Thünen maakt wordt gekeken vallen bepaalde aspecten wel op. Transportkosten hoeven niet altijd lineair te stijgen naarmate de afstand groter wordt. Er zal bijvoorbeeld ook voor een ander transportmiddel gekozen kunnen worden vooral nu in deze tijd. Doordat er enkel één transportmiddel mogelijk was, is deze veronderstelling van zijn theorie niet meer toepasbaar in deze tijd.

Weber borduurt voort op de theorie van Von Thünen, dit betekent dan ook dat er binnen zijn theorie bepaalde beperkingen optreden. Zoals dat de toename van transportkosten lineair zijn met de afstand. Daarnaast is het niet realistisch dat arbeid overal vrij beschikbaar is. Weber legt vervolgens een location triangle uit, waaruit een locatie naar voren komt waar de transportkosten het laagst zouden moeten zijn. Dit wil nog niet zeggen dat deze locatie ook echt beschikbaar is, zo kunnen er al andere organisaties gevestigd zijn.

Als er een locatie is gekozen waar de bereikbaarheid toegenomen is, zal dit schelen in de transportkosten. Dit fenomeen is terug te vinden in de klassieke locatietheorie. Het verlagen van de transportkosten (kostenminimalisatie) is een factor die een rol kan spelen voor het kiezen van een snelweglocatie.

2.2 Neoklassieke locatietheorieën

De Neoklassieke locatietheorieën borduren voort op de klassieke locatietheorieën en lijken veel op deze theorieën. Echter zijn er belangrijke verschillen tussen beide soorten theorieën namelijk:

- Bij de neoklassieke theorie is meer aandacht voor de werking van de markt. Terwijl de klassieke theorie de markt ziet als niets meer dan de plaats waar de producent goederen verkoopt houdt de neoklassieke theorie zich bezig met de vraag wie de markt beheerst en hoe bedrijven hun marktgebied kunnen uitbreiden,
- Het tweede verschil is dat de neoklassieke benadering in tegenstelling tot de klassieke benadering andere marktvormen kent. Producenten moeten namelijk niet alleen letten op kostenverschillen maar ook op het (ruimtelijke) gedrag van de consument,
- Daarnaast houdt de neoklassieke theorie wel rekening met het bestaan van interne schaalvoordelen. Waarbij het mogelijk is om minder kosten te maken door bijvoorbeeld betere efficiëntie,
- Bij de neoklassieke benadering is rekening gehouden met productiefuncties. Bedrijven kunnen op verschillende manieren produceren met de inzet van variërende combinaties van productiefactoren,
- Het laatste verschil tussen beide benaderingen is dat er niet alleen gekeken wordt naar de kosten maar ook naar de baten die op een bepaalde plaats behaald kunnen worden. Zo zal er bij de neoklassieke benadering gekozen worden voor automatisering als de factor arbeid in een bepaald gebied duur is om daarmee het belang van de dure factor arbeid terug te dringen (Atzema et al., 1997).

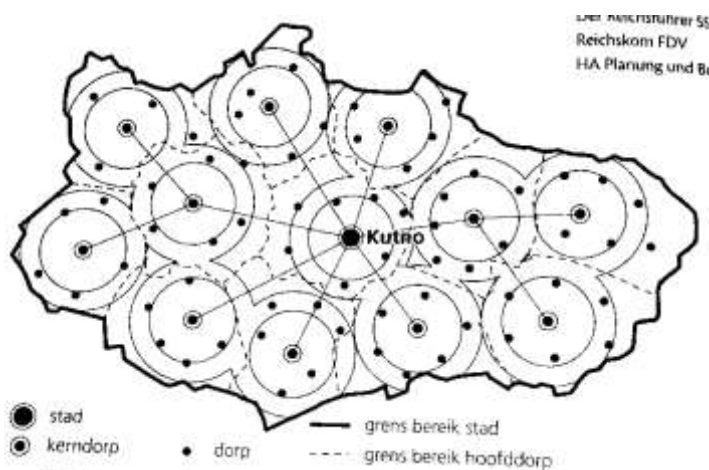
De neoklassieke locatietheorie benadering kent verschillende voorstanders en bedenkers die zich kunnen vinden in deze veronderstelling. In deze paragraaf zullen deze toegelicht worden waarbij er een link is gemaakt met snelweglocaties.

Walter Christaller leefde van 1893 tot 1969 en was één van de belangrijkste denkers binnen de Neoklassieke locatietheorie benadering. Christaller deed onderzoek naar de relatie tussen de marktfunctie van plaatsen en het ruimtelijk patroon van dorpen en steden. Wat hij vervolgens onschreven heeft in zijn *Centraleplaatsentheorie*. Met als doel om nederzettingpatronen te kunnen verklaren (Atzema et al., 1997).

In zijn theorie werd uitgegaan van het bestaan van een hiërarchische nederzetting. Waarbij de meest gespecialiseerde voorzieningen in de grootste nederzettingen aanwezig zijn en de alledaagse

voorzieningen in de kleinere nederzettingen. Christaller probeert het ruimtelijke patroon van nederzettingen (omvang, aantal nederzettingen en spreiding) te verklaren door middel van de verzorgingsfunctie (Asbeek Brusse et al., 2002). De *centrale plaats* is de uitkomst van een locatiekeuze van op de consument gerichte dienstverlenende bedrijven, waar bereikbaarheid een rol speelt in plaats van het transport naar de consument (Atzema et al., 1997).

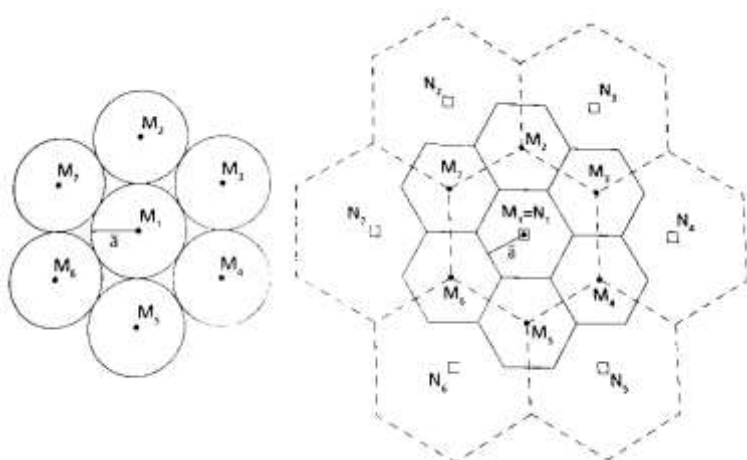
Het uitgangspunt van de *Centraleplaatsentheorie* van Christaller is dat er na een paar kleine dorpen met weinig voorzieningen een grotere plaats zal zijn met meer voorzieningen, waarbij de grootte en de hoeveelheid inwoners weer invloed hebben op de hoeveelheid functies. Een voorziening heeft namelijk een minimumdraagvlak aan consumenten nodig om zich draaiende te houden. Per voorziening geldt dan ook een andere drempelwaarde. Zo zullen er in grote steden meer gespecialiseerde winkels en voorzieningen aanwezig zijn. Deze grotere steden staan tevens hoger in de hiërarchische ladder van Christaller. Consumenten zullen naar de dichtsbijzijnde voorziening gaan. Het aantal consumenten dat een voorziening kan verwerven is afhankelijk van de maximale afstand die een klant bereid is af te leggen, ook wel de *reikwijdte* van de voorziening genoemd (Atzema et al., 1997).



De markt wordt dus volgens Christaller bepaald door de drempelwaarde en de reikwijdte. Dit uitte zich vervolgens in de vorm van cirkels rondom een voorziening op grond van de minimalisering van de afstand in de isotrope ruimte (zie figuur 8). Voorzieningen kennen twee cirkels, de eerste cirkel is die van de drempelwaarde en die daarom heen is de reikwijdte.

Figuur 8. Ruimtelijke planning vanuit de Centraleplaatsentheorie. (Atzema et al., 1997)

Figuur 9 geeft weer wat dit met de marktgebieden doet. Het eerste plaatje is eerst in cirkels maar dan ontstaan er lege gebieden. Dit leidt vervolgens tot zeshoekige afgedekte gebieden. Waarbij verschillende voorzieningen weer verschillende markten hebben. Zo wordt de reikwijdte van N groter, wat bijvoorbeeld een meubelzaak kan voorstellen in plaats van een supermarkt M.



Figuur 9. Marktgebieden volgens Christaller (Atzema et al., 1997)

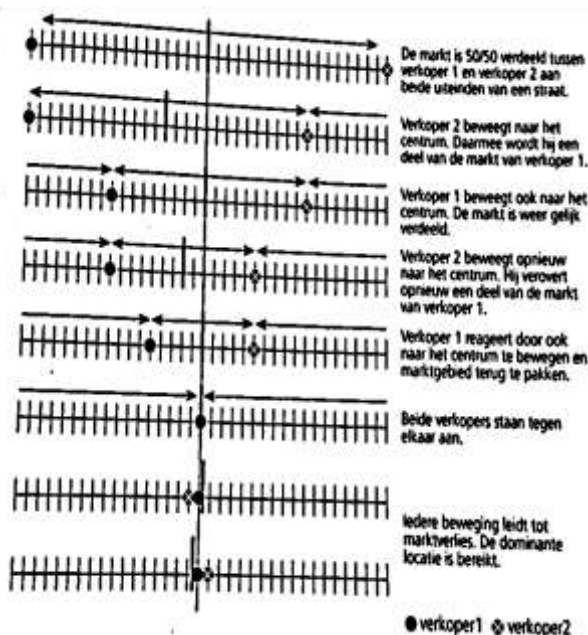
Centraleplaatsentheorie gaat onder meer over de bereikbaarheid. Bereikbaarheid is de combinatie van de hoeveelheid tijd, kosten en moeite die het kost om van de ene plek naar de andere te komen en de hoeveelheid activiteiten die op deze plek te vinden is (CROW werkgroep, 2013). Het kiezen van een snelweglocatie aan de hand van de Centraleplaatsentheorie heeft dus niet alleen te maken met de kosten en tijd maar ook met het draagvlak dat de locatie te bieden heeft.

De veronderstellingen die gemaakt worden door Christaller, kunnen niet allemaal nageleefd worden. Voorbeelden hiervan zijn:

1. Het gaat niet alleen om de centrale plaatsen, het ommeland heeft ook betrekking op bepaalde voorzieningen die niet zijn opgenomen in het model,
2. Er bestaan agglomeratievoordelen, dit heeft Nelson ook al aan het licht gebracht, consumenten zullen immers vergelijkend winkelen waardoor er juist meerdere voorzieningen van hetzelfde soort op een plek komen en
3. Transportkosten zullen lineair toe- of afnemen. Dit heeft als gevolg dat de hiërarchie van de centrale plaatsen niet altijd in praktijk opgaat (Atzema et al., 1997).

Er zijn andere denkers die net iets anders over de theorie denken of juist een toevoeging hebben. Een voorbeeld is Nelson (1958). Volgens Nelson doen consumenten aan "vergelijkend winkelen", waarbij artikelen worden vergeleken op prijs, kwaliteit en aanbieder wat weer leidt tot clustering van voorzieningen. Een snelweglocatie, zou een clustering van één type bedrijf kunnen zijn.

De Econoom Hotelling is bekend door de naar hem genoemde wet dat aanbieders in competitieve markten geneigd zijn dezelfde producten op de markt te brengen. Anders gezegd hoe meer concurrentie hoe meer homogene producten, om zo de concurrent in de gaten te houden (Atzema et al., 1997). Dit heeft Hotelling ook geïntroduceerd in de geografie. Waarbij hij locatiekeuze opvatte als een afhankelijke variabele van het concurrentiegedrag van de producten. Dit leidt ertoe dat er bij de locatiekeuze niet alleen gelet wordt op kosten en de spreiding van consumenten zoals Christaller dat doet maar dat er ook gekeken wordt naar de concurrenten. Hotelling anticipeerde op zijn waarneming dat wanneer er kostenminimalisering en winstmaximalisering plaatsvindt er een eenvormig product tot stand komt dat een zo groot mogelijk groep bevredigt (Atzema et al., 1997). Wat ertoe leidt dat er bedrijven zijn die goedkopere producten zullen maken voor armen mensen en bedrijven zijn die producten maken voor de rijkere maar het product gelijk is (Hotelling, 1929).



Figuur 10. Voorbeeld van processen die optreden bij locationale interdependentie (twee ijsverkopers).

Wanneer producenten een locatie zoeken zullen zij de concurrenten opzoeken. In figuur 10 is dit uitgelegd aan de hand van twee ijsverkopers dat bekend staat als de locationale interdependentie. Bij de eerste optie zullen beide evenveel consumenten hebben. Bij de tweede optie is één van de verkopers dicht bij de andere verkoper gaan staan. Dit heeft er toe geleid dat hij zowel zijn eigen consumenten behoudt (zoals aangegeven bij optie één) als een deel van de consumenten van de andere verkoper krijgt. Dit komt doordat deze mensen net iets minder ver hoeven te lopen. Wanneer de andere verkoper ook dicht bij de andere verkoper gaat staan zoals bij optie drie, hebben beide verkopers een gelijke verkoop. Dus wanneer de ene verkoper dicht bij de andere vestigt, kan hij meer consumenten dienen, maar zodra de andere dit ook doet is dit niet meer mogelijk en zal er *stability in competition* plaatsvinden (Atzema et al., 1997).

Nelson sprak over clustering van bedrijven. Als er naar de theorie van Hotelling gekeken wordt, zullen concurrenten elkaar opzoeken, om elkaar op deze manier in de gaten te houden. Voor een snelweglocatie zou dit betekenen dat concurrenten elkaar aantrekken op een bepaalde locatie.

In de ideeën van Lösch (1906-1945) stelde hij de marktwerking centraal, en de behaalde productie en consumptie was gelijk. Volgens Lösch was de grens van een marktgebied behaald wanneer de klant de keuze heeft tussen twee gelijk geprijsde producten. Producenten zullen door middel van prijsstelling of interne schaalvoordelen de omvang van het marktgebied vergroten (uiteindelijke doel is marktgebied te vergroten). Voor nieuwkomers betekent dit dat zij zich niet bij de bestaande producenten zullen vestigen. Dit zal immers betekenen dat zij het marktgebied (uiteindelijke omzet) zullen delen, met als gevolg dat de producenten zich zullen spreiden (Atzema, et al. 1997). Lösch aanvaardde dat de transportkosten evenredig waren met de afstand van de markt (Ferreira, et al., 2015). De Centraleplaatsentheorie zoals Lösch en Christaller deze beschrijven probeert rekening te houden met de grootte en afstand van stadfuncties in de economische processen (Webber, 1971). Als er volgens de ideeën van Lösch gehandeld is en er is gekozen voor een snelweglocatie, kan dit gezien worden als een uitbreiding van de markt. Het desbetreffende bedrijf wil immers zijn marktgebied vergroten en zal een locatie kiezen die hier aan bij kan dragen. Verder van de concurrent en op een nieuw groter marktgebied doordat deze sneller bereikbaar is door de snelweg.

Samenhang/verschillen

Binnen de neoklassieke locatietheorieën zijn verschillende benaderingen door verschillende denkers. Als er naar Christaller en Hotelling gekeken wordt is er een verschil waarneembaar hoe er naar de concurrenten gekeken wordt. Zo houdt Christaller geen rekening met de concurrenten en doet Hotelling dit wel. Wat ook anders is, is de marktsituatie. Christaller gaat uit van een volledige mededinging terwijl Hotelling het heeft over duopolistische markten en gaat het bij Lösch om de relatie tussen de producenten en consumenten. Christaller en Lösch verwachten een spreiding van producenten in plaats van clusters in het midden wat Hotelling beschrijft waarbij producenten juist naar elkaar toe trekken (Ferreira et al., 2015; Atzema et al., 1997). Lösch en Christaller gaan beide uit van de *Centraleplaatsentheorie* (Webber, 1971). De theorie van Lösch wordt vaak tegenover de theorie van Alfred Weber geplaatst. Waarbij Weber zich focust op laagste kosten en Lösch zoekt naar een locatie met de maximale opbrengst (Atzema et al., 1997).

Zowel de klassieke als de neoklassieke locatietheorieën zijn van normatieve aard. Dit wil zeggen dat zij zich bezig houden met hoe de wereld er uit zou moeten zien in plaats van wat werkelijk gebeurt (Atzema et al., 1997). De neoklassieke locatietheorie richt zich op kostenminimalisatie of winstmaximalisatie theorieën (Pellenbarg et al., 2002).

2.3 Behaviourale locatietheorieën

De klassieke en de neoklassieke locatietheorieën veronderstellen dat de economische actoren over volledige informatie beschikken en steeds rationele beslissingen nemen (Pellenbarg et al., 2002). Dit zou in het dagelijkse leven niet mogelijk zijn en daarnaast nemen actoren geen volledige rationele locatiebeslissingen. Dit leidde ertoe dat psychologen in de jaren 60 en 70 van de vorige eeuw het behaviourale mensbeeld ontwikkelden (Atzema et al., 1997). De realisatie van de complexiteit tussen de beslissing en de vrijheid van het individu heeft er toe geleid dat er gekeken wordt naar het menselijk gedrag (Hart, 1980). Dit behaviourale mensbeeld gaat er vanuit dat mensen handelen op basis van beschikbare informatie en niet altijd streven naar de meest winstgevende oplossing (Atzema et al., 1997). Behaviourale locatietheorieën gaan ervan uit dat de locatiekeuze onderdeel is van een strategische of lange termijn beslissing van investeringen, welke complex is, onzekerheid bij heerst, subjectief is, en uitgevoerd wordt door personen of groepen beslissers (Pen, 1999).

Een ander verschil tussen de neoklassieke en de behaviourale locatietheorie is dat er bij de neoklassieke theorieën vanuit het model wordt geprobeerd de werkelijkheid te begrijpen en bij de behaviourale locatietheorie individuele waarnemingen worden gebruikt om algemene geldende uitspraken te doen. Het is immers niet mogelijk dat een fabriek een locatie kiest, het is altijd de directeur, een groep managers, grootaandeelhouder en/of de ondernemingsraad die tot besluitvorming komt (Atzema et al., 1997).

Net zoals bij de klassieke en de neoklassieke locatietheorieën kent de behaviourale benadering ook verschillende denkers. Herbert Simon introduceerde in 1957 '*bounded rationality*' ofwel de begrensde rationaliteit. Volgens hem handelen mensen maar beperkt rationeel (Pellenbarg et al., 2002; Atzema et al., 1997). Volledige rationaliteit bij beslissingvraagstukken zoals locatiekeuze is niet mogelijk. Allerlei subjectieve overwegingen spelen een rol bij het maken van een beslissing, en dus ook bij een locatiebeslissing (Meester, 2004). Zo zullen alle mogelijke alternatieven doorberekend moeten worden met daarbij de verschillende effecten. Dit zal veel tijd kosten om alles te analyseren en te overleggen met anderen wat weer kosten met zich meebrengt. Een ander onderdeel in zijn theorie over de begrensde rationaliteit bij beslissingsvraagstukken is dat men al snel toestemt wanneer tevredenheid wordt bereikt en het soms niets met economische effecten te maken heeft (Atzema et al., 1997). Tevredenheid heeft hierdoor een persoonlijk aspect. De tevredenheid kan er toe leiden dat bepaalde beslissingen worden genomen. Of dit nu niets doen is, aanpassingen verrichten of verplaatsen is, het heeft allemaal te maken met de tevredenheidsaspecten.

Er zal dus geleefd moeten worden met onvolledige informatie, onzekerheid en risico. Dit leidt op economisch gebied weer tot problemen namelijk: hoe kan economische vooruitgang tot stand komen wanneer producenten en consumenten geen optimale beslissingen kunnen nemen en zij bij voorbaat niet de consequenties kunnen overzien. Simon heeft daarop als antwoord dat er de neiging is om te vertrouwen op suggesties, aanbevelingen, overtuigingen en informatie die door sociale contacten zijn gelegd en waaruit een beslissing voortvloeit (*docility*). Dit is een psychologische benadering die niet alleen door Simon is gebruikt maar die ook door anderen verder ontwikkeld is. Zoals Daniel Kahneman die samen met Amos Tversky de "prospect theory" ontwikkelt. Als iemand twee keuzemogelijkheden heeft die beide hetzelfde zijn, en de één laat winsten zien en de andere de verliezen dan zal er gekozen worden voor de eerste. Hierin is de *bounded rationality* ook terug te zien (Pellenbarg et al., 2002; Atzema et al., 1997). Het kiezen van een snelweglocatie, hoeft objectief gezien niet de beste keuze te zijn maar kan persoonlijk gezien wel de beste keuze zijn. Het is immers onmogelijk om volledig rationeel te handelen. Het zal voornamelijk gaan om de persoonlijke voorkeur van de beslissers en er zal gekozen worden wat volgens hen het meest positief is.

Allen Pred wordt gezien als de grondlegger van de behaviourale benadering bij locatievraagstukken. Hij heeft onder andere nadruk gelegd op de imperfectie van kennis en informatie die men heeft en de bekwaamheid om informatie te gebruiken (Pellenbarg et al., 2002). Hierdoor zullen er dus voorzieningen en diensten worden georganiseerd om toch aan deze kennis te komen. Dit kan zowel binnen een bedrijf bij een specifieke afdeling gebeuren die meer kennis heeft over locaties, maar ook extern door een adviesbureau of via een (bedrijf)makelaars. Dit is voornamelijk mogelijk voor grote bedrijven (Atzema et al., 1997).

De redenen van ontevredenheid en de wijze van besluitvorming bij bedrijfsverplaatsingen zijn onderzocht door Piet Pellenbarg nadat hij had ontdekt dat veel bedrijven ontevreden waren met hun locatie (Atzema et al., 1997; Pellenbarg et al., 2002). Hij kwam onder meer met het begrip *plaatsnut*, elk bedrijf kan zich hieraan koppelen. Als het plaatsnut van een locatie daalt, zullen er alternatieven gezocht worden en de verplaatsingskans neemt dan toe. Daarbij wordt er een onderscheid gemaakt in de verplaatsmotieven; push-, pull- en keepmotieven.

- Pushmotieven: zijn de vertrekmotieven die overwogen worden om te vertrekken,

- Pullmotieven: zijn de vestigingsmotieven die de voorkeur hebben bij de nieuwe vestigingslocatie en
- Keepmotieven: dit zijn de bedrijfsmotieven ofwel de argumenten die op de huidige locatie positief zijn en er toe kan leiden om zich niet te vestigen op een andere plek (Pellenbarg et al., 2002; Pellenbarg et al., 2005; Conroy et al., 2017; Atzema et al., 1997).

Als er dus via de behaviourale benadering gekeken wordt naar de locatiekeuze van bedrijven bij snelweglocaties zullen de interne persoonlijke bedrijfsfactoren een rol gaan spelen, want waar zou diegene gevestigd willen zijn? Wil diegene dicht bij zijn eigen huis werken voor bijvoorbeeld kinderen, dan zal dit in zijn overwegingen allemaal meegenomen worden. Is de snelweglocatie bijvoorbeeld in de nabijheid van zijn eigen omgeving (Sleutjes et al., 2012). Ondernemers waarderen locaties die in hun eigen omgeving zijn hoger dan andere gebieden, ook wel bekend als "neighbourhood effect" (Meester et al., 1984). De push-, pull- en keepmotieven kunnen gekoppeld worden aan de tevredenheidsaspecten die ondernemers hebben. De motieven ofwel de tevredenheidsaspecten zullen de locatievoorkeuren die bedrijven hebben qua locatie beïnvloeden.

2.4 Overige locatietheorieën benaderingen

In de vorige paragrafen zijn verschillende theorieën beschreven die steeds weer een andere invalshoek hadden. Er zijn ook andere benaderingen binnen de locatietheorieën zoals de institutionele en de evolutionaire. De volgende twee subparagrafen zullen deze beknopt beschrijven met daarbij een link naar snelweglocaties.

2.4.1 Institutionele locatie benadering

Niemand is zeker over hoe iets zal lopen, zo ook ondernemers en consumenten niet. Dit kan over de beste prijs gaan maar ook over de vraag hoe andere producenten en concurrenten zullen handelen. Er heerst altijd een mate van onzekerheid over wat risico's oplevert. Om deze risico's te verminderen zullen er regels komen. Deze hebben weer te maken met de onzekerheid of deze regels wel zullen werken (Atzema et al., 1997). De institutionele locatietheorie begint vanuit de veronderstelling dat de economische activiteit sociaal en institutioneel is, het wordt gevormd door de culturele instellingen en de waardesystemen van de samenleving, in plaats van gedrag van bedrijven (Brouwer et al., 2004; Tillema, 2007).

Ondernemers zullen voor een beetje extra zekerheid gaan werken met regels. Door dit te doen zullen transactiekosten verhoogd worden, hierbij kan gedacht worden aan contracten en controles om zo de risico's in te dekken. Instituties (of wel regels) kennen twee verschillende vormen; de informele instituties (gewoonte en normen) en de formele instituties (wetten). Waarbij er vanuit kan worden gegaan dat in een samenleving regels worden nageleefd en gehandhaafd. Dit heeft tot gevolg dat regels gepaard gaan met sancties. De discipline van de institutionele benadering ligt buiten de economie en geografie maar juist bij bedrijfskunde en sociologie. In de bedrijfskunde gaat het voornamelijk om de beslissingsregels van het management en het bedienen van de klanten. Bij de sociologie gaat het voornamelijk om de regulerende werking van normen, waarden en conventies met daarbij de manier waarop actoren met elkaar samenwerken. Economische acties volgens de institutionele benadering komen tot stand door gebeurtenissen die niet los van de context staan (Atzema et al., 1997). Overheidsmiddelen zijn bijvoorbeeld infrastructuur, subsidies en belastingen. Fiscale prikkels en subsidies kunnen de kostenpost verminderen, wat tot gevolg kan hebben dat sommige locaties wel weer winstgevend worden (Abler et al., 1971). Een voorbeeld is als bedrijven overgaan tot duurzame productie. Dit is het gevolg van sociale waarde of door prikkels die de overheid via wetgeving biedt (subsidies). Wat gezien kan worden als een inpassing die de locatiekeuze van een ondernemer beïnvloedt (Atzema et al., 1997).

In de institutionele benadering wordt de economie gezien als een spel van handelende actoren. Maximale winst of nut zijn de knikkers en de spelers zijn het gedrag van de producenten en

consumenten welke zo voordelig mogelijk omgaan met de regels van het spel. Dit is beter bekend als speltheorie, waarbij er ook weer een link gemaakt kan worden met het prisoner-dilemma. Het blijft namelijk onzeker wat een ander gaat doen (Atzema et al., 1997). Te denken aan bijvoorbeeld CO₂ uitstoot maatregelen, in China en VS. Doet de één het wel dan zal de uitstoot verminderen terwijl de ander geen extra maatregelen hoeft te nemen. Echter kunnen beide landen ook niets doen of juist beide maatregelen nemen (Atzema et al., 1997).

De institutionele benadering gaat ervan uit dat actoren rationeel handelen. De instituties helpen om zo rationeel mogelijke beslissingen te nemen. Organisatiepsycholoog Geert Hofstede liet in zijn onderzoeken zien dat instituties een rol spelen bij locatiekeuze. In zijn onderzoek werd er een landenvergelijking gemaakt met verschillende dimensies. Waarbij hij de culturen zag als een 'collectieve programmering van de geest'. Daarnaast waren er verschillen in sociale afstand, masculiniteit, onzekerheidsvermijding en individualisme. Of de samenleving daadwerkelijk de wetgeving serieus neemt is cultuurgebonden waarbij aspecten als ontwikkeld rechtssysteem en corruptie in een land een rol spelen. De organisatie van een bedrijf is dus een belangrijk aspect. Of een organisatie institutionele locatiekeuze beslissingen maakt, is afhankelijk van de organisatie zelf en waar deze opereert (Atzema et al., 1997). Over het algemeen zijn internationale organisaties vaker gebonden aan institutionele benaderingen (Meester, 2004). Afhankelijk van de strategie van een organisatie zal er een locatiekeuze tot stand komen. Dit betekent dus dat 'locatie volgt strategie' (Atzema et al., 1997). Of dit nu het naleven van regelgeving is of juist het innen van subsidies, bedrijven zullen strategieën volgen. Volgens Pen (2002) bepaalt in Nederland de overheid het aanbod van bedrijfslocaties waarbij het dan voornamelijk gaat om de vestigingsopties. Het gaat hierbij om het aanleggen van bedrijfsterreinen en het bepalen van bestemmingsplannen (Pen, 2002; Atzema et al., 1997)

2.4.2 Evolutionaire locatie benadering

Eén van de eerste namen die naar boven komen wanneer er gedacht wordt aan evolutionaire benaderingen is die van Charles Darwin. De benadering van Darwin kan echter ook gebruikt worden binnen de economie. Zijn theorie *survival of the fittest*, betekent dat in de economie, de bedrijven die zich het beste aanpassen aan de veranderende omstandigheden hebben de grootste kans om te overleven. Hierbij gaat het voornamelijk om bedrijven die inspelen op veranderende concurrentieomstandigheden en op veranderende regels. Deze bedrijven zullen de meeste kans hebben op economisch succes. Daarnaast spelen binnen deze evolutionaire benadering innovatie en imitatie een belangrijke rol. Schumpeter heeft binnen innovatie verschillende vormen aangegeven namelijk: procesinnovatie, productinnovatie, organisatie-innovatie, marktinnovatie en grondstofinnovatie (Hanappi, 2015; Atzema et al., 1997).

Een ander belangrijke rol binnen de evolutionaire benadering is overerving, overerving wil zeggen dat een bedrijf succesvol aanpassingsgedrag vastlegt in zijn routines (waardoor het een soort vanzelfsprekendheid wordt). Locatiekeuze door middel van de evolutionaire benadering wordt verklaard door aanpassing (Darwin), overerving en ook door rekening te houden met toeval (beperkte rationalisme). Het staat immers niet vast wanneer innovatieve bedrijfsactiviteiten ontstaan, deze ontstaan vaak uit toeval en borduren voort op bestaande activiteiten. Hierbij kan gedacht worden aan de ICT-cluster in Silicon Vally, die door toeval daar is gevestigd en door beconcurreren en stimuleren een heel cluster is geworden. Daarbij ontstaat het spin-off effect, een nieuw bedrijf ontstaat uit een oud bedrijf en blijft in de nabije omgeving opereren (Atzema et al., 1997).

Veranderingen blijven zich afspelen of dit nu gaat over veranderingen in de markt, over voorkeuren van consumenten, over milieuregelgeving, technische vooruitgang of iets dergelijks. Dit betekent dat bedrijven voortdurend bezig zijn met aanpassingen aan nieuwe situaties (Pellenbarg et al., 2002). Door deze veranderingen waarbij het niet uitmaakt in welk op zicht, veranderen de

locatievoorkeuren en locatie-tevredenheidsaspecten van bedrijven. Dit kan betekenen dat door veranderingen een aanpassing zoals relocatie naar een snelweglocatie tot stand kan komen.

2.5 Recent onderzoek

Maoh en Kanaroglou (2007) beschrijven dat de neoklassieke, behaviourale en de institutionele locatietheorie de achtergrond vormen om het mobiliteitsgedrag van bedrijven te verklaren. Principes uit deze theorieën gecombineerd zouden het mobiliteitsgedrag beter kunnen uitleggen. De individuele vestiging of onderneming is de beslisser en daarom is zijn mobiliteitsgedrag waarschijnlijk afhankelijk van zijn interne kenmerken. Echter kunnen andere lokale en externe factoren ook invloed uitoefenen op de mobiliteitsbeslissing. Daarom blijven externe en locatiefactoren belangrijke onderdelen en mogen ze niet uit de analyse worden gehaald bij een locatiekeuze (Maoh et al., 2007). De huidige locatie van een bedrijf kan de plaats zijn waar het bedrijf begon, maar het is ook mogelijk dat het bedrijf voorheen op een andere locatie gevestigd was. Van Dijk en Pellenbarg (2002) veronderstellen dat het bedrijf de huidige locatie heeft gekozen als de meest optimale of bevredigende locatie, met inachtneming van de beschikbare informatie op dat moment. De noodzaak om de aanwezige locatie te veranderen kan verband houden met 1. Bedrijfsinterne factoren, 2. Locatiefactoren en 3. Bedrijfsexterne factoren (Van Dijk et al., 2002). Bedrijfsinterne factoren zijn; organisatiestructuren, management, organisatiedoelen en financiële reserves. Locatiefactoren zijn; grootte van bedrijf (uitbreidingsmogelijkheden binnen bestaand gebouw), bezitskenmerken (eigendom of huur), beschikbaarheid van ruimte voor uitbreiding, toegankelijkheid/bereikbaarheid, parkeerplaatsen, kwaliteit van de openbare ruimte en afstand tot leveranciers en markten. De bedrijfsexterne factoren zijn; veranderingen in cijfers/samenstelling/locatie van leveranciers en/of zakelijke klanten, problemen op de arbeidsmarkt, overheidsbeleid wijzigingen, aanbod en beschikbaar zijn van geschikte locatieplaatsen elders en algemene economische omstandigheden (Van Dijk et al., 2002).

2.6 Hypothese

Bij de (neo) klassieke theorie gaat het om het streven naar minimalisatie van kosten en maximalisatie van nut of winst. Er zal daarom gekozen worden voor een locatie waarbij een zo groot mogelijke markt bediend kan worden. Een snelweglocatie kan een daling van transportkosten tot gevolg hebben. Daarnaast zal de bereikbaarheid vergroot worden, wat tot een groter marktaandeel kan leiden en kan leiden tot het aantrekken van beter (opgeleid) personeel. Een centrale ligging is daarom van groot belang. Daarnaast speelt het fenomeen van clusteren een rol zoals Nelson deze besprak. Op deze manier is het mogelijk om je afzetmarkt te vergroten en een locatie te kiezen die dicht bij je concurrent is.

De behaviourale benadering legt uit dat producenten en consumenten beperkt rationeel handelen, de keuzes die gemaakt worden hebben vaak persoonlijke motieven. Een snelweglocatie geeft werknemers de mogelijkheid om bijvoorbeeld snel weer thuis te zijn, wat voordelen met zich mee brengt voor werkende ouders. Dit voordeel is van persoonlijke aard. Binnen de behaviourale benadering is door Piet Pellenbarg de besluitvorming bij bedrijfsverplaatsing onderzocht. Hij maakte hierbij gebruik van het begrip "plaatsnut", waar hij drie begrippen aan verbond. Namelijk; pushmotieven ofwel de vertrekmotieven, de pullmotieven ofwel de vestigingsmotieven die bij de nieuwe vestiging positief is en de keepmotieven, de bedrijfsmotieven die bij de huidige locatie goed zijn. Al deze motieven staan in verband met de tevredenheidsaspecten van een ondernemer, doordat deze motieven er voor zorgen dat bepaalde beslissingen worden genomen. Een belangrijke aanvulling is dat de motieven door de tijd heen kunnen veranderen, vandaar dat de tevredenheidsaspecten de voorkeuren van bedrijven kunnen beïnvloeden.

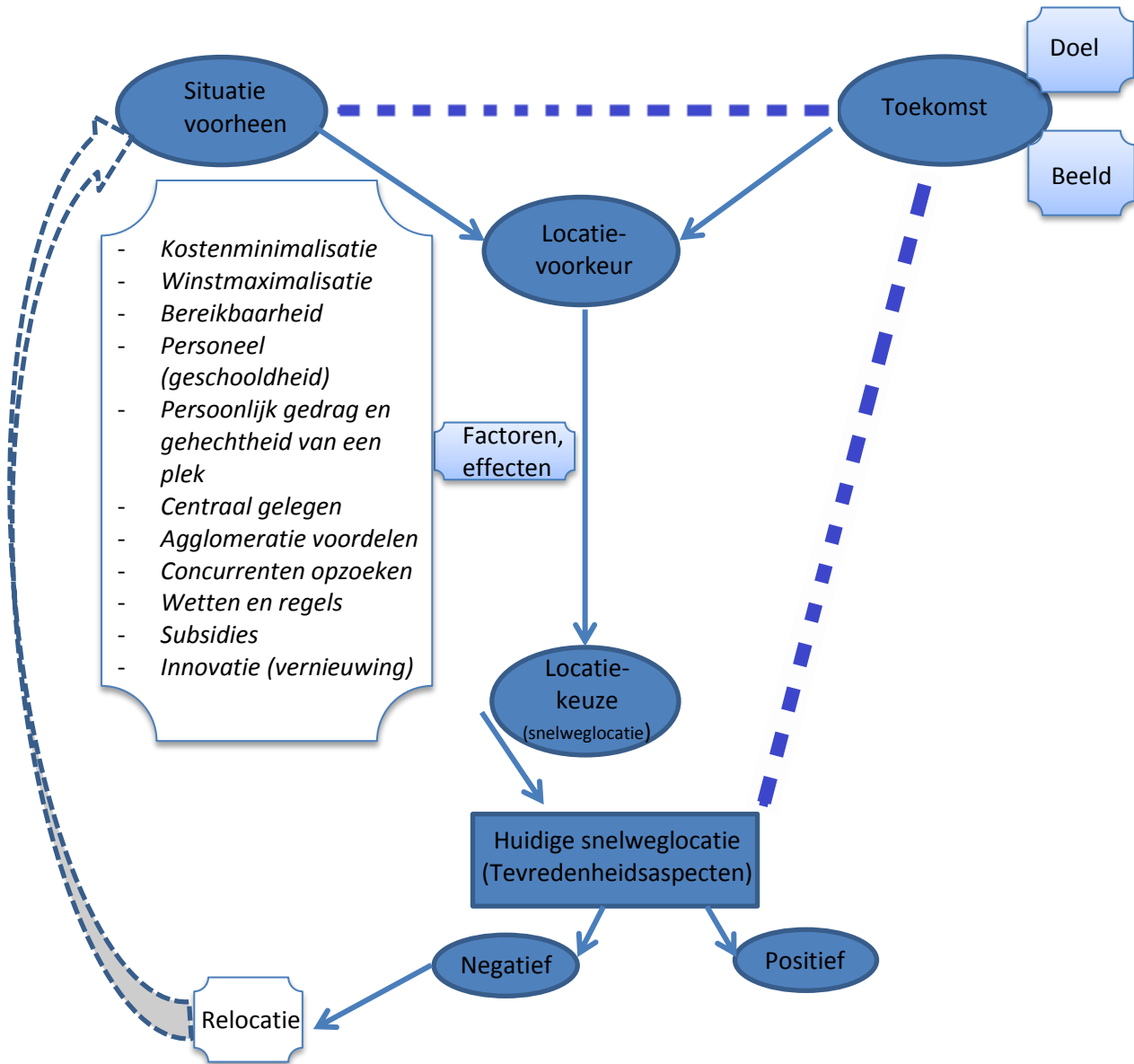
De institutionele benadering geeft aan dat steeds meer organisaties afhankelijk zijn of juist handelen volgens bepaalde regels om zo uiteindelijk een mate van zekerheid te kunnen creëren. Door bepaalde regelgeving zullen bedrijven juist kiezen voor een snelweglocatie. Mede doordat er juist een periode was waarbij veel C-locaties (snelweglocaties) werden gerealiseerd. Als laatste is er ook nog de evolutionaire benadering bij locatiekeuzes.

Bij de evolutionaire benadering zijn innovatie, imitatie en overerving belangrijke aspecten. Hierdoor zullen er andere handelingen plaatsvinden en er wellicht gedacht moeten worden aan een andere locatie om door te blijven groeien. Dit zou bijvoorbeeld ook schaalvergroting kunnen betekenen, waarbij uitbreiding wel mogelijk zou moeten zijn. Vaak is uitbreiding moeilijker in een binnenstad waardoor een snelweglocatie geschikt kan zijn. De mogelijkheid tot verandering zal zeker een factor zijn bij de locatievoorkeuren van bedrijven.

Er zijn verschillende theorieën en concepten die bijdragen aan locatievoorkeuren van bedrijven. Als er specifiek gekeken wordt naar snelweglocaties is de verwachting dat bereikbaarheid een belangrijke rol zal spelen. Of dit nu bereikbaarheid van grondstoffen is, de bereikbaarheid van werknemers of bereikbaarheid van consumenten is, zal afhankelijk zijn van het type bedrijf. Het clusteren van bedrijven (concurrenten) zal ook een bedrijfslocatievoorkeur kunnen zijn. Door op de belangrijkste locatievoorkeuren te focussen, zullen deze gebruikt kunnen worden om de locatievoorkeuren beter aan te laten sluiten op bedrijfslocaties. Naar verwachting zal de bereikbaarheid een rol spelen als locatievoorkeur en tevredenheidsaspect zoals naar voren komt in de (neo) klassieke locatietheorie. Bereikbaarheid heeft raakvlakken met winstmaximalisatie, kostenminimalisatie en het centraal gelegen aspect. Dit betekent dat het inrichten/plannen van een bedrijfsterrein in ieder geval een locatie is die goed bereikbaar is.

2.7 Conceptueel Model

Als bedrijven een locatiekeuze maken, in dit geval voor een snelweglocatie, zijn er verschillende factoren die een rol hebben gespeeld. Het is dan ook afhankelijk van het soort bedrijf en het doel van het bedrijf om een locatiekeuze te maken. De locatievoorkeuren zullen daarom ook verschillen. Aan de hand van de geanalyseerde theorieën en benaderingen kunnen factoren onderscheiden worden die de locatievoorkeuren van bedrijven beïnvloeden en kan deelvraag 1 beantwoord worden.



Model 1. Conceptueel model na analyse traditionele locatietheorieën.

In de situatie voorheen is er een toekomstperspectief. Dit is wat een bedrijf wil bereiken en waar het naar toe wil. Bij dit toekomstperspectief hoort dan ook het doel en het beeld dat het bedrijf heeft over de toekomst. Dit verschilt per bedrijf maar hierbij kan gedacht worden aan uitbreiding, grotere afzetmarkt, dichtbij je concurrenten/consumenten/familie, meer winst en het minimaliseren van de kosten. Om dit toekomstperspectief te kunnen bereiken hebben bedrijven bepaalde voorkeurslocaties.

Deze voorkeurslocaties zijn gebaseerd op factoren en effecten die voor het desbetreffende bedrijf belangrijk zijn. Factoren en effecten die een rol spelen voor een locatievoorkeur zijn:

- Kostenminimalisatie (door bijv. transportkosten verminderen)
- Winstmaximalisatie (afzetmarkt vergroten)
- Bereikbaarheid (voor consument en werknemers)
- Personeel
- Persoonlijk gedrag en gehechtheid van een plek "behaviourale benadering"
- Centraal gelegen (verdeling in de markt)
- Agglomeraties
- Concurrenten opzoeken
- Wetten en regels "institutionele benadering"
- Subsidies "institutionele benadering"
- Innovatie (vernieuwing) "evolutionaire benadering"

Er zal niet één factor/effect een rol spelen maar er zal vaak een overlap zijn van factoren en effecten. Het is niet mogelijk om volledig rationeel een keuze te maken. Hierdoor zullen bepaalde aspecten en effecten verschillen in waarden wat uiteindelijk leidt tot een locatiekeuze. Het is immers bijna onmogelijk om een locatie te vinden die aan alle voorkeuren voldoet.

Door de keuze die gemaakt is, zal vervolgens de huidige situatie tot stand komen. De huidige situatie heeft een relatie met het toekomstperspectief want dit is wat een bedrijf uiteindelijk wil bereiken. Afhankelijk van het toekomstperspectief zal een bedrijf positief of negatief zijn over zijn huidige situatie, de tevredenheidsaspecten. Wanneer een bedrijf positief is, zal het dan ook tevreden zijn over zijn locatie en geen andere plannen maken. Het kan ook voorkomen dat een bedrijf zijn locatie als negatief ervaart. Dit kan komen doordat de tevredenheid van een bedrijf veranderd is of omdat de omstandigheden op de plaats waar het bedrijf gevestigd is, zijn veranderd. Hierbij kan een link gemaakt worden met de evolutionaire locatie benadering. Door deze veranderingen en ontwikkelingen wordt de tevredenheid beïnvloed en de motieven die Pellenbarg et al. (2002 en 2005) beschrijven (push, pull en keep) hebben hierdoor invloed op de locatievoorkeuren van bedrijven. Een bedrijf kan vervolgens kiezen voor een relocatie als de pushmotieven zwaarder wegen, waarna de locatiekeuzecyclus opnieuw begint.

3. Methodologie

In dit onderzoek zal het conceptueel model getoetst worden aan de praktijk. Welke onderzoeksmethodes en welke keuzes gemaakt zijn zal in dit hoofdstuk beschreven worden. De hoofdvraag van dit onderzoek is: "Wat zijn bedrijfslocatievoorkeuren en bedrijfslocatie-tevredenheidsaspecten van bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie en wat betekent dit voor de inrichting van snelweglocaties?". Om hier antwoord op te geven is er eerst een casus gekozen, namelijk het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef in de gemeente Amersfoort. Hoe deze keuze tot stand is gekomen en een beschrijving van deze casus staat beschreven in paragraaf 3.1. In paragraaf 3.2 staat beschreven op welke wijze literatuuronderzoek is gebruikt. Om het conceptueel model dat theoretisch van aard is, te toetsen aan de praktijk is gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode. De kwalitatieve onderzoeksmethode staat beschreven in paragraaf 3.3. Op welke wijze is omgegaan met de ethische aspecten staat in paragraaf 3.4. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk is een schematisch overzicht gegeven van de onderzoeksmethode en op welke wijze de beantwoording van de hoofdvraag tot stand komt.

3.1 Casus keuze

Dit onderzoek gaat over snelweglocaties. In Nederland zijn dat er heel veel en er moest daarom een keuze gemaakt voor een bedrijfsterrein dat het best kon worden onderzocht. De geschikte casus moest aan de volgende criteria voldoen: langs een snelweg en afrit, het bedrijventerrein moest al een aantal jaren bestaan en in de omgeving moest pas geleden iets veranderd zijn of in de toekomst zouden bepaalde ontwikkelingen gaan plaatsvinden. Dat het bedrijventerrein naast een snelweg gelegen moest zijn komt doordat dit onderzoek zich richt op snelweglocaties. Een bedrijventerrein dat nog maar net opgeleverd zou zijn, heeft meestal weinig gebruikers en vragen over toekomstige voorkeuren zullen moeilijk zijn omdat deze (nog vrij nieuwe) gebruikers de keuze om zich hier te vestigen net hebben gemaakt en er niet aan denken om meteen weer te verhuizen. Dit onderzoek richt zich op de locatievoorkeuren en locatie-tevredenheidsaspecten. Ontwikkelingen die net hebben plaatsgevonden of in de toekomst gepland staan kunnen bijdragen aan de voorkeuren en tevredenheidsaspecten. Dit is de reden waarom gezocht werd naar een casus waar ontwikkelingen hebben plaatsgevonden en/of zullen plaatsvinden.

Wat er uiteindelijk toe heeft geleid om het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef te kiezen. Zoals in de inleiding staat beschreven is het bedrijventerrein gelegen tussen de snelwegen A1 en A28. De oplevering van het bedrijventerrein was in 2005 en kan dus niet gezien worden als een nieuwbouwproject. In 2016 heeft er een verandering plaatsgevonden op het terrein namelijk het veranderen van het entreegebied en vanaf 2019 zal knooppunt Hoevelaken een reconstructie ondergaan, wat wellicht invloed kan hebben op het bedrijventerrein.

In dit onderzoek is gekozen voor een casestudie en zal één casus geanalyseerd worden, namelijk het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef. Het doel van een casestudie onderzoek kan zijn uitleg/beschrijving, uitleg/causale analyse of vergelijking/generalisatie (David, 2006). In dit onderzoek is sprake van uitleg/beschrijving, waarbij er een beschrijving gegeven is van één "geval", namelijk de Wieken Vinkenhoef. Het is daardoor niet mogelijk om een hertest te doen om de betrouwbaarheid te vergroten, want de resultaten kunnen niet generaliseerd worden met een populatie. De resultaten van een casestudie zijn van kwalitatieve aard, wat waardevol en bruikbaar is voor de casus zelf of voor eventuele nieuwe cases (Verhoeven, 2010). Een casestudie is een empirisch onderzoek en is geschikt voor complexe sociale gevallen. Daarnaast zijn theoretische principes nodig om het data verzamelingsproces te leiden en het analyseren ervan (Yin, 1994). De resultaten van deze casus worden vergeleken met het conceptueel model en waar nodig aangevuld. Op deze wijze zijn de voorkeursaspecten en de tevredenheidsaspecten niet alleen uitgelicht vanuit de theorie maar ook door middel van praktijkvoorbeelden (Wieken Vinkenhoef). Door het kiezen van een casestudie is er één bedrijventerrein onderzocht wat betekent dat er geen vergelijkingsmateriaal

is. Specifieke details uit casestudies worden wel gebruikt bij vergelijkend onderzoek of als voorbeeld opgenomen in onderzoeken (David, 2006).



Het bedrijventerrein heeft verschillende soorten bedrijven, niet alleen qua werkveld maar ook qua grootte. Onderstaande afbeelding (figuur 11) laat zien op welke locaties de betrokken bedrijven gelegen zijn op het terrein.

Figuur 11. Locaties geïnterviewde bedrijven.

3.2 literatuur onderzoek

In hoofdstuk 2 is literatuur onderzoek verricht. Hierin zijn verschillende theorieën geanalyseerd, hoofdstuk 2 geeft antwoord op onderzoeksvraag 1. Wat mogelijke snelweglocatievoorkeuren zijn volgens de theorie staan in het conceptueel model beschreven.

Naast het analyseren van de theorieën zijn ook beleidstukken van de gemeente Amersfoort bestudeerd. Dit is onder meer gedaan door het bestemmingsplan van het gebied Wijken Vinkenhoef te bestuderen. Hieruit is vooral duidelijk geworden welke functies wel en niet zijn toegestaan. Daarnaast heeft de gemeente Amersfoort plannen gemaakt voor het aanpassen van het entreegebied. Deze ontwikkelingen en plannen stonden beschreven in publicaties van de gemeente over het entreegebied van de Wijken Vinkenhoef. Deze informatie kon tevens gebruikt worden ter voorbereiding voor de interviews.

Bij de interviews zijn ook vragen gesteld die specifiek over de veranderingen gingen. Deze konden alleen opgesteld worden aan de hand van beleidstukken.

Voor de interviewvragen van de gemeente Amersfoort, zijn ook andere publicaties over andere bedrijventerreinen in Amersfoort gebruikt. Om op deze manier een globaal beeld te krijgen over de bedrijventerreinen in Amersfoort met als specifiek onderdeel de Wijken Vinkenhoef.

3.3 Kwalitatieve onderzoeksmethode

Het grootste gedeelte van dit onderzoek bestaat uit een kwalitatieve onderzoeksmethode. Als er naar de motieven van de respondenten wordt gevraagd, wanneer het gevoelige onderwerpen zijn en/of als de beleving van de respondent van groot belang is, is het houden van interviews een goed middel (Verhoeven, 2010). De keuze voor een locatie heeft ook subjectieve kanten en door het houden van een interview kunnen deze duidelijk naar voren komen. Daarnaast kan er door het gebruik van interviews meer informatie verworven worden over de achterliggende gedachten, de gevoelens en meningen van de bedrijven. Het doel van het houden van interviews is om te onderzoeken welke locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten bedrijven belangrijk vinden bij het kiezen van een snelweglocatie.

Er wordt niet alleen gekeken naar de locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten van de bedrijven, maar is er ook een semigestructureerd interview gehouden met de gemeente Amersfoort. Welke stappen er zijn genomen om daadwerkelijk een interview uit te kunnen voeren, informatie te kunnen analyseren en wat uiteindelijk leidt tot een antwoord op de onderzoeksvragen, komt in de volgende paragrafen aan bod.

3.3.1 Interview bedrijven

De interviewvragen voor bedrijven (bijlage 1) zijn opgesteld aan de hand van een bepaalde volgorde. Het eerste gedeelte van de interviewvragen gaat over het bedrijf zelf. Wat voor bedrijf het is, of ze op een andere locatie gevestigd waren, hoe groot het bedrijf is en of ze zich door de tijd heen hebben ontwikkeld. Vervolgens komen de vestigingsvragen. Dit zijn vragen die gaan over de keuzes die zij gemaakt hebben om zich daadwerkelijk op de Wieken Vinkenhoef te vestigen. Hoofdonderwerp van dit stuk waren de locatievoorkeuren en eisen die zij stelden aan de locatie. Het ging dus om het "verleden". Daarna wordt er een stap gemaakt naar het "heden". Deze vragen gaan over in hoeverre de voorkeuren nu overeenkomen met de locatiekeuze, de tevredenheidsaspecten zowel positief als negatief, de relatie met de snelweg en hoe er gedacht wordt over de ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden in het entreegebied. Als laatste onderdeel van het interview wordt er een stap gemaakt naar de "toekomst". De vragen in dit onderdeel gaan onder andere over het toekomst beeld van het bedrijf en wat dit dan zou betekenen voor de locatiekeuze. Daarnaast gaat het over de ontwikkelingen rondom knooppunt Hoevelaken die in 2019 van start gaan en gaat het over aspecten die belangrijk zijn en waar rekening mee moet worden gehouden bij toekomstige snelweglocaties.

Er werd eerste een email gestuurd naar bedrijven die gevestigd zijn op de Wieken Vinkenhoef. In de mail werd gesproken over locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten. Er is specifiek gekozen om het niet toe te splitsen op snelweglocaties. Dit had als reden dat respondenten waarschijnlijk denken dat alle antwoorden hierover moeten gaan, terwijl er onderzoek gedaan wordt naar alle locatievoorkeuren. In de mail stond vermeld dat er na een week contact opgenomen zou worden met het bedrijf. Het proces om daadwerkelijk een interview te hebben verliep echter niet soepel. Vaak werd al via een email antwoord gegeven niet geïnteresseerd te zijn of werd naderhand via de telefoon medegedeeld geen interesse in dit onderzoek te hebben. Daardoor is de keuze gemaakt om meteen bedrijven te bellen en uit te leggen waar het onderzoek over gaat. Wanneer bedrijven alsnog geen interview wilden, is er geprobeerd toch nog een paar korte vragen via de telefoon te stellen om zo toch een paar locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten in kaart te brengen om dit te kunnen vergelijken met de geïnterviewde bedrijven.

In totaal zijn er dertien bedrijven geweest die hebben meegewerkt aan dit onderzoek, waarvan drie bedrijven aangaven dat ze geen tijd hadden voor een interview, maar wel een vragenlijst wilden invullen. Van deze drie is er met twee naderhand contact geweest via de telefoon om een paar aanvullende vragen te stellen. Er waren twee bedrijven bij wie het hele interview via de telefoon heeft plaatsgevonden. Nadat het inplannen van een interview bij één bedrijf niet gelukt is door drukte bij het bedrijf, was het mogelijk om via de telefoon een aantal vragen te stellen. Onderstaande tabel (tabel 1) geeft overzichtelijk de respondenten aan en hoe het interview is afgenomen. Nadat bedrijven bereid waren voor een interview werd er een dag en tijdstip afgesproken. De interviews zijn gehouden bij de bedrijven zelf.

Soort interview	Aantal bedrijven
Interview face to face	7 bedrijven
Interview via vragenlijst	3 bedrijven
Interview via vragenlijst en naderhand telefonisch contact	1 bedrijf
Interview via de telefoon (aantal vragen)	1
Interview via de telefoon (volledig)	2

Tabel 1. Overzicht aantal en soort interview

Voorafgaand aan de vragen werd algemene informatie over het onderzoek verstrekt. Daarnaast werd iets verteld over de opbouw, de hoeveelheid tijd, de vraag of hij/zij bezwaar had als het interview werd opgenomen, dat er geen namen vermeld zouden worden en of de geïnterviewde naderhand het onderzoek wilde ontvangen. Alle interviews zijn audio opgenomen, dit had als doel dat alle informatie die de respondent gaf ook daadwerkelijk gerapporteerd kunnen worden.

Nadat alle interviewvragen gesteld waren, werd de geïnterviewde ingelicht over het daadwerkelijke onderwerp namelijk snelweglocaties. Waarbij er naderhand nog werd verder gepraat over het onderzoek en wat nu het doel precies was. Tijdens dit laatste gedeelte vertelde de respondent vaak nog meer over wat andere aandachtspunten zijn. Ook werd het conceptueel model voorgelegd, waarna bleek dat sommige locatievoorkeuren juist wel een rol speelden en andere helemaal niet.

3.3.2 Interview analyse bedrijven

Nadat de interviews waren afgerond, is voor elk interview een transcript gemaakt en zijn de belangrijkste aspecten van de bedrijven opgenomen in een tabel, deze tabel is opgenomen in bijlage 2. De respondenten zijn gekoppeld aan een nummer, zodat de naam van het bedrijf niet bekend werd. Tabel 2 geeft een beknopt overzicht over welke bedrijven het gaat en op welke vlakken de bedrijven overeenstemmingen en/of verschillen hebben, de volledige tabel is beschikbaar in bijlage 2.

Respondent	Sector/ branches	Aantal medewerkers	Voorheen gevestigd	Hoelang gevestigd
1	Automotive	3	Amersfoort	Vanaf 2010
2	Projecten en advies	1 (zzp-er)	Privé adres	Vanaf 2011
3	Groothandel (distributeur)	> 10	Amersfoort (Regus gebouw)	*
4	Bemiddelen en uitvoeren drukwerk	18	Centrum Amersfoort, magazijn in Soest	Eind 2011
5	Advies en ICT	4 ft, ± 10 zzp-ers	Vanuit privé adres	Vanaf 2012
6	Bouw	± 15	Amersfoort (Oude Lageweg)	Vanaf 2007
7	Transport (kraanverhuur)	45	Hoevelaken (hebben nog meer locaties)	Vanaf 2010
8	Verhuurbedrijf (Detail)	8	Amersfoort (de Brand)	Vanaf 2008
9	Transport en logistiek	100 ft, overig is uitbesteed	Vanuit hoofdkantoor nieuwe fabriek geopend	Vanaf 2012
10	Binnensport	± 10	Amersfoort	*
11	Watersportbedrijf	1	Vanuit privé adres	Vanaf nov. 2006
12	Transport en Logistiek	15	Amersfoort (naast de Wieken Vinkenhoef)	Vanaf 2010
13	Bouw	50	Hooglanderveen	Vanaf 2010

* Gebrek aan tijd niet kunnen vragen

Tabel 2. Bedrijfskenmerken geïnterviewde bedrijven

Elk transcript is vervolgens gecodeerd. Locatievoorkeuren zijn roze gemarkeerd, positieve tevredenheidsaspecten zijn groen gemarkeerd, de negatieve tevredenheidsaspecten geel en andere belangrijke en toekomstige punten zijn grijs gemarkeerd.

Zoende kwamen er bepaalde codes uit, die bij verschillende interviews weer terug kwamen. Het begon bij het eerste interview (stel het gaat over locatievoorkeuren), als een respondent iets (voorkeur, tevredenheidsaspect of toekomstige zaken) had gezegd, werd dit in een tabel gezet. Bij het tweede interview werd gekeken of hier hetzelfde benoemd werd. Zo ja, dan werd dit bij de code erbij gezet. Als er een nieuwe voorkeur of tevredenheidsaspect aan bod kwam werd er een nieuwe code gemaakt. Op deze manier werd er dus een schema gemaakt met codes wat veel weg heeft van het sneeuwbaaleffect, waarbij een balletje gaandeweg steeds dikker wordt, zo ook het schema met de codes (Sonderen, 2002). Aan de hand van tabel 3 kan per code gekeken worden hoe vaak de codes voorkomen en welke respondent dit heeft aangeven. De bedrijven zijn genummerd en hebben hetzelfde respondentnummer als bij tabel 2. Onderstaande tabel geeft weer hoe dit eruit zag met nummering van de interviews. Op deze manier blijven de bedrijven en de desbetreffende geïnterviewde anoniem.

Voorkeuren	Kopen (1, 2, 3, 5, 7, 8, 11)	Uitstraling (1)	Nieuw (1, 8)	Ecologisch, milieubewust (1)	Hoeveelheid m ² (2, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 13)	Dichtbij huis (2)	Huur (4)	Regio / ligging (4, 5, 7, 8, 10, 12, 13)	Snelweg/ ontsluiting/ bereikbaarheid (7, 9, 12)		
Tevredenheid positief	Goed bereikbaar (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 12, 13)	Ontsluiting (9)	Genoeg parkeergelegenheid eigen terrein (2, 4, 10)	Waardevastheid (2)	Uitstraling, verzorgd (1, 4, 5, 7, 8, 9, 11)	eigen wensen, indelen (5, 8)	Rustig plekje, aangename werksfeer (6, 7)	Brede wegen (7)	Kleinschalig bedrijf (5, 10, 11)	Nieuw levendig terrein (11)	Gebied coördinator op dit bedrijventerrein (9)
Tevredenheid negatief	Spits vaststaat (1, 11)	1 ontsluiting (1, 4)	Bereikbaarheid openbaarvoer (2, 4, 5)	(Openbaar) parkeren (4, 5, 12)	Sociale controle, veiligheid (4)	Marketing uitstraling (4)	Achteraf gelegen op terrein (6)	Veel werkzaamheden afgesloten wegen (8)	Parkeren maar ligt aan onszelf (9)	Kleinschaligheid wordt steeds minder (11)	
Belangrijke aspecten	Parkeren (1, 2, 4, 5, 9, 11, 12)	Groen (1)	Netjes, verzorgd (1, 3)	Eetvoorziening (1, 5, 11)	OV voorziening (2, 5)	Ontsluiting terrein (2, 4, 7, 9, 11)	Ontsluiting snelweg (2, 4, 6, 7, 8, 9, 12)	Bereikbaarheid (3, 5, 6, 9, 10, 12, 13)	Campus idee (5)	Brede wegen (7)	

Tabel 3. Codering interview uitkomsten met nummering bedrijven

Per codering is vervolgens geanalyseerd welk achterliggende gedachte er achter zit. Waarbij er rekening is gehouden met de verschillende soorten bedrijven. Elk bedrijf heeft immers andere doelen en perspectieven voor de toekomst. Terwijl andere bedrijven juist veel op elkaar lijken en dezelfde ervaringen delen.

Tevens was het mogelijk om aan de hand van de coderingen het conceptueel model aan te passen. Wat opgemerkt kan worden is dat bepaalde voorkeuren vaak in relatie staat tot andere voorkeuren. Het één leidt tot het ander, of dit nu te maken heeft met kostenminimalisatie of bereikbaarheid, de coderingen kunnen vaak aan elkaar gekoppeld worden.

3.3.3 Interview Gemeente Amersfoort

De gemeente Amersfoort heeft een busnessteam dat een soort schakel vormt tussen de gemeente en het bedrijfsleven. Daarnaast adviseert en begeleidt het business team bedrijven die zich in Amersfoort willen vestigen. Na contact gehad te hebben met de manager van het busnessteam, ontstond al gelijk interesse in dit onderzoek en naar de uitkomsten. De manager van het busnessteam kon helaas niet alle vragen beantwoorden. Hij zou daarom binnen de gemeente Amersfoort kijken wie het beste de vragen zou kunnen beantwoorden. Na enige tijd is er een interview ingepland met twee medewerkers van de gemeente Amersfoort. Door omstandigheden kon één medewerker niet aanwezig zijn. Het interview is afgenomen bij een werknemer die al jaren werkzaam is bij de gemeente Amersfoort en als functie landschapsarchitect heeft.

Het semigestructureerde interview had verschillende onderwerpen. De onderwerpen gingen over het ontstaan van de bedrijventerreinen, het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef daarbij als focus en over stimulansen om bedrijven te trekken. Daarnaast werd er gesproken over ontwikkelingen in de buurt, zowel reeds verrichte als toekomstige aanpassingen en over het toekomstbeeld dat de

gemeente Amersfoort heeft met betrekking tot bedrijfsterreinen. Sommige interviewvragen zijn mede door de interviewuitkomsten van de bedrijven opgesteld. De uitkomsten zorgden hierdoor voor een soort input. De volledige lijst met interviewvragen voor de gemeente Amersfoort is opgenomen in bijlage 3.

Net zoals bij de interviews van de bedrijven werd er eerst algemeen verteld waar dit onderzoek precies over gaat. Daarbij werd gevraagd of de interviewer bezwaar zou hebben als het gesprek werd opgenomen ter aanvulling voor de analyse, maar dit was geen probleem.

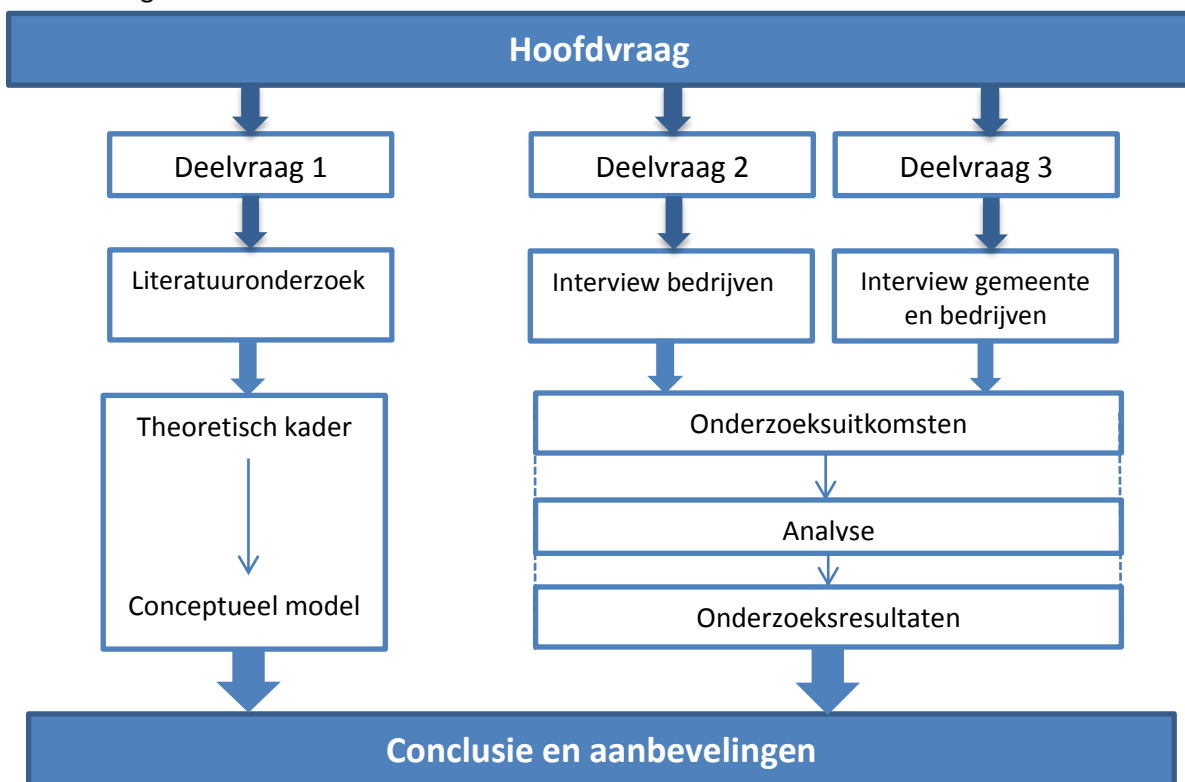
Na afloop, is het hele interview getranscribeerd, waarbij belangrijke punten grijs gemarkeerd werden. Deze punten zijn belangrijk om een goed beeld te krijgen en uiteindelijk antwoord te geven op de hoofdvraag.

3.4 Ethische aspecten

Zowel voor het interview, tijdens als na het interview is rekening gehouden met ethische aspecten van de respondent. Zo is de geïnterviewde vrij om te beslissen of hij/zij wil meewerken en werd niets opgelegd. Dat het onderzoek over locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten ging, werd meteen verteld en daarnaast ook voor welke studie het was. Om de respondent verder niet tot last te zijn en om rekening te houden met een comfortabele sfeer is gekozen om bijna alle interviews bij het bedrijf van de respondenten te houden. Tijdens het interview kreeg de respondent de gelegenheid om zijn eigen ervaringen en voorbeelden over te brengen. Hier had de respondent genoeg ruimte voor. De vragen die werden gesteld waren relevant en de respondenten konden hier antwoord op geven. De ethische aspecten houden echter niet op na het interview. Tijdens het verwerken en analyseren van de gegevens zijn de namen en bedrijfsnamen van de respondenten achterwegen gelaten in verband met privacy. Wanneer respondenten interesse hadden in het transcribeerde verslag is dit naderhand toegestuurd. Het eindrapport wordt na het afronden opgestuurd zodat de respondenten de resultaten van dit onderzoek kunnen inzien.

3.5 Schematische weergave onderzoeksmethode

Onderstaand schema laat zien hoe de onderzoeksmethodes vertaald zijn in het onderzoek. Met behulp van welke methode is welk deelvraag beantwoord en uiteindelijk uitkomt tot de conclusie en aanbevelingen.



Figuur 12. Schematische weergave onderzoeksmethode.

4. Resultaten

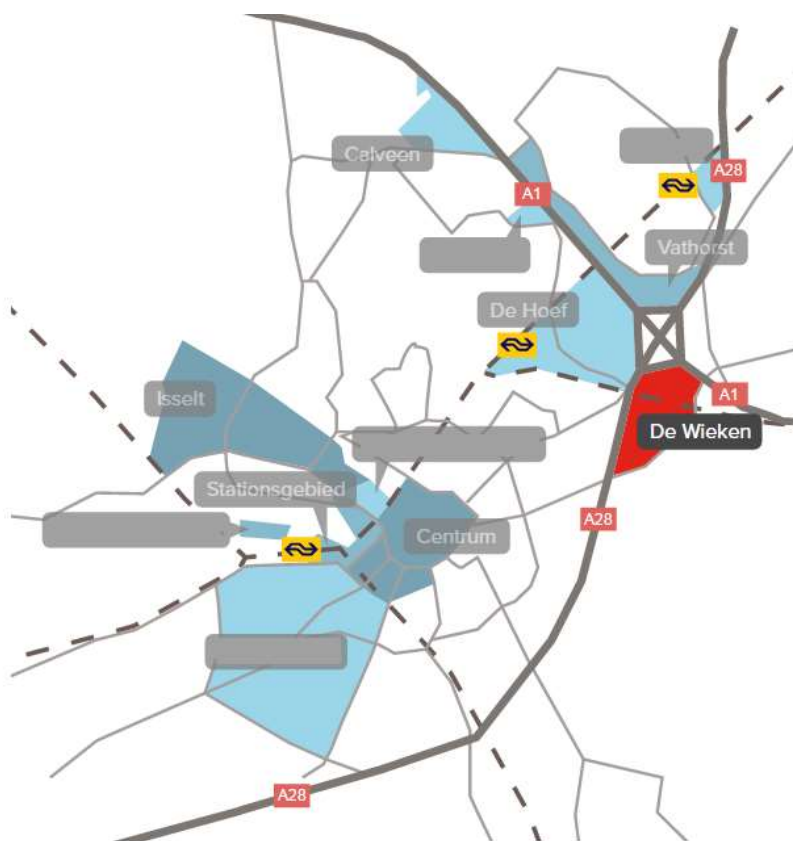
In dit hoofdstuk worden de resultaten beschreven aan de hand van de analyse en beschrijving van de interviews. Het gaat hierbij om het interview dat gehouden is bij de Gemeente Amersfoort en de interviews bij de bedrijven die gevestigd zijn op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef in Amersfoort.

4.1 Gemeente Amersfoort

In deze paragraaf worden de antwoorden die de gemeente Amersfoort gaf geanalyseerd. De vertegenwoordiger van de gemeente Amersfoort is al jaren werkzaam binnen de gemeente en is landschapsarchitect. Zoals in bijlagen 3 te lezen is gaat het om verschillende onderwerpen. Zoals het ontstaan van bedrijfsterrinen, eisen die de gemeente Amersfoort stelt, stimuleren van bedrijven om zich te vestigen, ontwikkelingen in de omgeving en het toekomstbeeld.

4.1.1 Ontstaan bedrijventerrinen

In 1870 is het treinstation in Amersfoort gekomen. Vanaf dat moment kwamen de eerste bedrijven naar Amersfoort. Deze bedrijven vestigden zich bij de Eem en dat is dan ook één van de eerste bedrijfsterrinen in Amersfoort. Het bedrijventerrein langs de Eem bestaat nog steeds en je kunt er nu wonen en werken. Daarnaast heeft Amersfoort nog meer bedrijfsterrinen ontwikkeld zoals De Hoef in de jaren 80. De Hoef was voornamelijk voor kantoren en distributie, maar omdat de kantoren leeg stonden is het gedeeltelijk wonen geworden. In de jaren 90 werd het bedrijventerrein Calveen ontwikkeld. Een ander belangrijk bedrijventerrein is Vathorst, Vathorst is ontwikkeld in de jaren 2000. Vathorst doet aan parkmanagement, wat een samenwerkingsverband is tussen de gemeente en de bedrijven. De bedrijven die gevestigd zijn op het bedrijventerrein Vathorst dienen een bijdrage hiervoor te betalen. Dit heeft het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef niet. Net als het bedrijventerrein Vathorst is Wieken Vinkenhoef ontwikkeld in de jaren 2000.



Figuur 12. Situering Wieken Vinkenhoef in Amersfoort.

Amersfoort heeft verschillende plekken waar bedrijvigheid is. Als er alleen gekeken wordt naar bedrijfsterrinen en de dienstverlenende sectoren buiten beschouwing wordt gelaten zijn er vijf bedrijfsterrinen. Van oudsher zijn alle bedrijventerreinen geplande bedrijfsterrinen. De terreinen die niet gepland zijn en die van nature zijn ontwikkeld zoals langs de kades zijn op dit moment geen bedrijfsterrinen meer en bestaan niet meer. Dit komt mede door de groei in het stadshart en er dus ruimte vrijgemaakt moest worden. Oude plekken, waar voorheen fabrieken en grote werkgevers van het spoor waren gevestigd zijn allemaal plekken geworden voor woningbouw of toekomstige woningbouwplekken.

Als er specifiek gekeken wordt naar de randen van de stad, zijn er andere ontwikkelingen gaande. Aan de randen van de stad zijn voornamelijk agrarische bedrijven gevestigd. Deze bedrijven zijn in de loop van de tijd veranderd, met name in het Gelderse Vallei is dit het geval. Boeren in schuren zijn bijvoorbeeld andere bedrijfsvoeringen gaan voeren. Dit leidt vervolgens weer tot het zoeken van een nieuwe plek waar de Wieken Vinkenhoef een goede optie voor bleek te zijn.

“En de categorie die in de Wieken zit is veel meer vanuit de regio, vanuit een impuls. Die grote jongens weten ook van te voren of ze ergens willen zitten of niet. En de bedrijven die op de Wieken zitten zijn over het algemeen uit de regio, vanuit de gunstige functie van Amersfoort, het wegennet. De bedrijven zijn wat impulsiever misschien zeg maar. Of door horen en zeggen hier komen te zitten”.

-- Gemeente Amersfoort (2017) --

Dat de bedrijfsterreinen in Amersfoort gepland zijn is op een andere manier te verklaren. Als een stad wil groeien, betekent dit ook dat zij moeten denken aan werkgelegenheid. Hierdoor zullen er dus bedrijfslocaties ontwikkeld of wel gepland moeten worden. Daarnaast is de keuze waar een bedrijfsterrein komt vaak een praktische keuze. Door een bedrijfsterrein langs een snelweg te ontwikkelen wordt er geluid geweerd voor woningen. Een bedrijfsterrein naast een snelweg kan gezien worden als het optimaliseren van de ruimte, bedrijven kunnen namelijk dichter bij een snelweg ontwikkeld worden dan woningen. Zodoende gaat er geen ruimte verloren, want er is op deze manier geen lege kloof tussen de woningen en snelwegen maar juist bedrijven.

4.1.2 Eisen Wieken Vinkenhoef

De gemeente Amersfoort heeft vijf sectoren die zich mogen vestigen op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef; transport, bouw, ICT, technische dienstverlening en retail. Daarnaast hanteert de gemeente nog specifieke eisen omtrent het vestigen. Namelijk de bedrijfszoneringsplan, welke zwaarte van bedrijven willen ze hebben. Dit is voornamelijk bestemmingsplan technisch en milieutechnisch. Andere eisen die de gemeente stelt zijn opgenomen in het beeldkwaliteitsplan. Middels het beeldkwaliteitsplan is de gemeente helder wat zij nu wel en niet willen. Een aandachtspuntje is nog wel dat niet alle gronden van het bedrijventerrein de Wieken Vinkenhoef in eigendom zijn van de gemeente Amersfoort. Dit betekent dat het niet altijd mogelijk is om alle eisen die in het beeldkwaliteitsplan staan direct af te dwingen aan de nieuwe gebruikers. Dit is wel mogelijk wanneer het om gronden gaat die wel van de gemeente zijn, want dan worden er bepaalde clausules in het contract verwerkt. Zowel op het bedrijventerrein Vathorst als de Wieken Vinkenhoef wil de gemeente dat er rekening wordt gehouden met de identiteit van de plek.

Tijdens een interview met een groot distributiebedrijf werd aangegeven dat de gemeente wel bepaalde eisen had waardoor de constructie en indeling van het pand veranderd zijn. Dat de gemeente Amersfoort dus bepaalde eisen stelt komt terug in de interviews van de bedrijven.

4.1.3 Stimuleren van bedrijven om zich te vestigen

Om bedrijven te stimuleren is promotie van groot belang. De gemeente Amersfoort doet dit onder ander bij economische zaken waarbij er casemanagers zijn die zich voornamelijk richten op public relations. Op deze wijze probeert de gemeente Amersfoort bedrijven te verleiden om zich te vestigen in Amersfoort. Daarnaast zijn er ook bedrijfsdagen en beurzen waar de gemeente heen gaat om zichzelf te promoten. De gemeente heeft een website waar belangstellenden naar toe kunnen gaan om alle nodige informatie tot zich te nemen. Daar is te lezen dat er een businessteam is, dat gereed staat om belanghebbenden verder te helpen en te begeleiden. Voor elk terrein is er vaak een andere contactpersoon. Op deze wijze is er veel expertise van de contactpersoon doordat ze niet op alle gebieden worden ingezet maar zich focussen op één gebied. Grote bedrijven krijgen daarnaast vaak een soort voorkeursbehandeling waarbij het personeel wordt uitgenodigd naar de stad. Op deze manier krijgen ze een rondleiding en probeert de gemeente het desbetreffende bedrijf ook echt naar Amersfoort te krijgen.

Een ander stimulans van de gemeente Amersfoort is dat Amersfoort veel te bieden heeft. Er zijn verschillende soorten bedrijfsterreinen met elk zijn eigen eisen. Het is dus bedrijfsafhankelijk op welk terrein je komt. Daarnaast bieden de bedrijventerreinen en zo ook de Wieken Vinkenhoef de mogelijkheid om zowel kleine als grote ondernemingen te faciliteren. Hierdoor is de gemeente flexibel in het aanbod dat zij te bieden heeft en niet gebonden aan één soort bedrijf.



Figuur 13. Reclamebord, Wieken Vinkenhoef.

4.1.4 Ontwikkelingen in de omgeving

De ontwikkelingen rond het entreegebied op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef waren allemaal al van te voren ontwikkeld en gepland. Dit zou met de afronding van het project aangepast worden. Bedrijven onderling hebben hier geen invloed op gehad, want dit was al gefaseerd en bedacht.

Naast de ontwikkelingen die plaats hebben gevonden op het entreegebied, namelijk het realiseren van een rotonde, zijn er ook toekomstige ontwikkelingen zoals het aanpassen van het knooppunt Hoevelaken. De gemeente Amersfoort heeft rekening gehouden met het bedrijventerrein. De gemeente wist al lang dat Rijkswaterstaat van plan was dit aan te passen. Het plan is daarom integraal ontwikkeld. Bepaalde wegen zijn al aangepast op de plannen en de werkzaamheden. Zo komt er bijvoorbeeld ook een verbinding tussen bedrijventerreinen de Wieken Vinkenhoef en de Hoef en de Hoef met Vathorst, wat allemaal in het kader van het kruispunt Hoevelaken valt.

“Ze worden er alleen maar beter van”.
-- Gemeente Amersfoort (2017) --

Wanneer het gaat om het betrekken van de bedrijven bij de plannen is het al vaak te laat. Want het moment dat deze plannen gemaakt werden waren er helemaal geen bedrijven, laat staan bedrijven die je in het plan kon betrekken. Het belangrijkste wat er over de plannen in de omgeving gezegd kan worden volgens de gemeente Amersfoort is dat deze al vaak integraal in het hele plan zijn meegenomen en al jaren geleden zijn vastgesteld.

“Maar het is echt super integraal ontwikkeld”.
-- Gemeente Amersfoort (2017) --

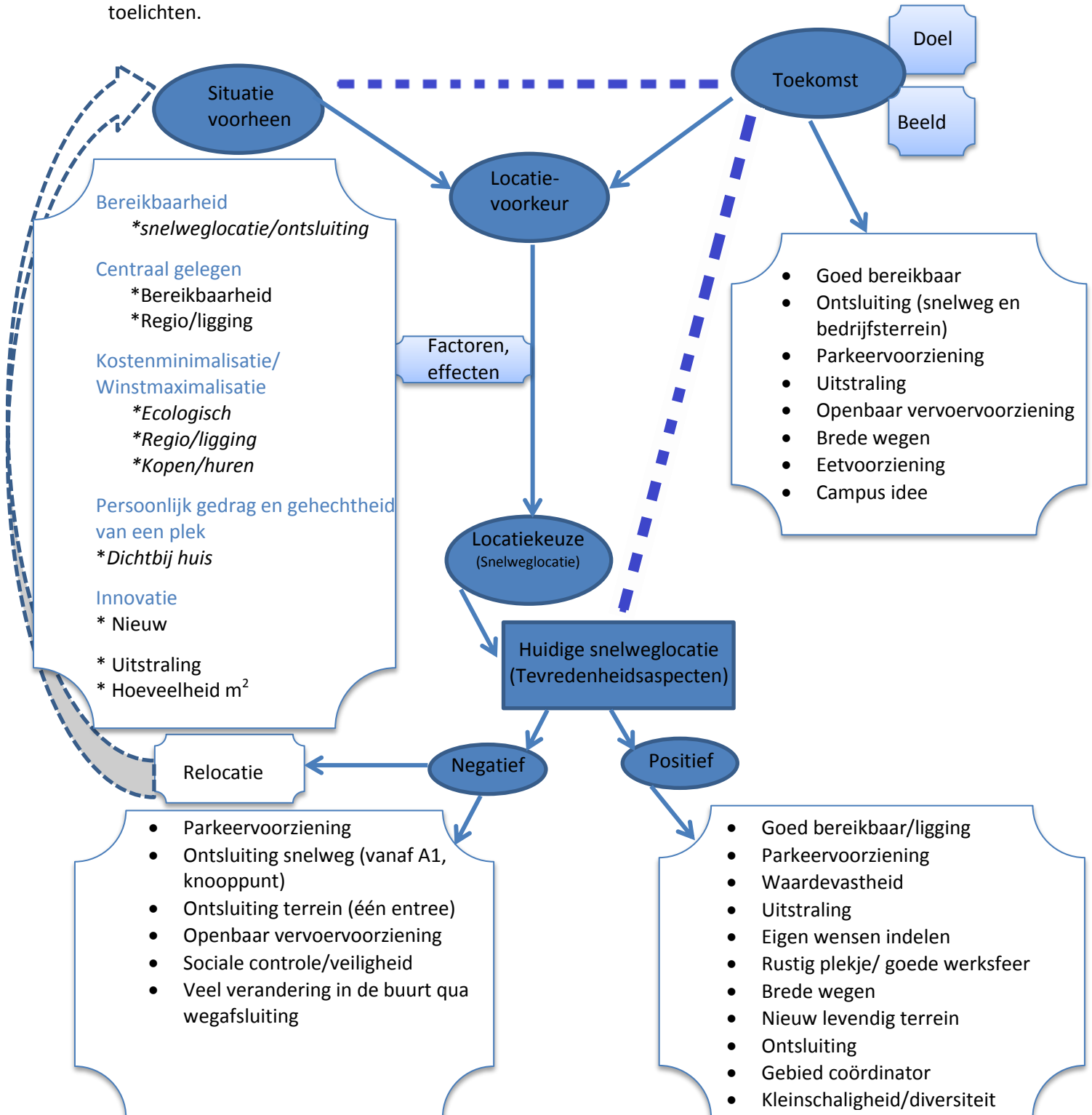
4.1.5 Toekomstbeeld en tevredenheidsaspecten

De gemeente Amersfoort gaf aan dat het na de crisis nu beter gaat, dat is niet alleen terug te zien in de groei in het Stadshart maar ook bij de rest. Dit zal dus ook effect hebben op de hoeveelheid vraag naar bedrijfsterreinen. Als het mogelijk is om te intensifiëren in woningbouw zou dit ook moeten bij bedrijfsterreinen vindt geïnterviewde van de gemeente. Op verschillende plekken komt ook ruimte vrij, of dit nu komt doordat kantoren leeg staan of dat bedrijven verhuizen, hergebruik van terreinen moet mogelijk blijven en daar zit dan ook de groei in. Amersfoort heeft nog plek voor ongeveer tien jaar groei, maar daarna zal toch aan andere manieren gedacht moeten worden. Waarschijnlijk zal dan meer in de hoek van intensivering gedacht worden. Het is nu voornamelijk plat en simpel en het zou best wat meer de hoogte in mogen, volgens de vertegenwoordiger van de gemeente.

Om het bedrijventerrein zo aantrekkelijk mogelijk te houden blijft de gemeente de openbare ruimte beheren. Dit zorgt voor een veilig en goed ingericht terrein. Daarnaast is de gemeente streng omtrent reclame maken in de openbare ruimtes of als het gaat om parkeren in de groene bermen. Zo blijft het terrein er verzorgd uitzien. Dit tevredenheidsaspect dat het er goed en verzorgd uitziet is zowel voor de gebruikers als toekomstige gebruikers positief. Een tevredenheidsaspect dat bij veel gebruikers een rol speelt is het parkeren. De gemeente heeft specifieke en strenge parkeernormen opgesteld die voor de gebruikers niet altijd even goed uitpakken. De gemeente heeft hier verder niks mee te maken. Bedrijven zullen zelf rekening dienen te houden op welke wijze er geparkeerd wordt op hun eigen terrein. Op deze wijze voorkomt de gemeente dat er verloedering plaatsvindt op het terrein zelf.

4.2 Geïnterviewde bedrijven Wijken Vinkenhoef

In deze paragraaf worden de antwoorden die de bedrijven gaven geanalyseerd. Zoals in bijlage 2 te lezen is gaat het om verschillende onderwerpen. Namelijk de voorkeuren die een rol hebben gespeeld bij de locatiekeuze, tevredenheidsaspecten van de bedrijven, mogelijke locatievoorkeuren voor de toekomst en wat dit zou kunnen betekenen voor nieuwe plannen. In hoofdstuk twee is een conceptueel model gepresenteerd dat voortvloeide uit de traditionele locatietheorieën. Onderstaand is een nieuw conceptueel model weergegeven (model 2), met daarbij de toevoegingen die de bedrijven gaven. De volgende paragrafen zullen per onderdeel het vernieuwde conceptueel model toelichten.



Model 2. Vernieuwde conceptueel model

4.2.1 Locatievoorkeuren

Het vernieuwde conceptueel model geeft verschillende locatievoorkeuren aan. Hierbij zijn bepaalde locatievoorkeuren weggelaten en bijgevoegd. Wat opgemerkt kan worden is dat er soms een overkoepelende voorkeur is die weer te maken heeft met andere locatievoorkeuren. De blauwe locatievoorkeuren zijn de voorkeuren die ook uit de theorie naar voren kwamen. Dit onderzoek gaat over snelweglocaties en er werd dan ook verwacht dat de snelweg vrijwel bij elk bedrijf als een voorkeur eruit zou komen. Dit blijkt echter niet het geval, onderstaand staan de voorkeuren die naar voren kwamen uit de interviews waarbij een link gemaakt is met de theorie.

Bereikbaarheid/snelweg/ontsluiting

Respondenten 7, 9 en 12 benoemden expliciet de snelweg met daarbij de ontsluiting en het hebben van een goede bereikbaarheid als locatievoorkeur. Als er naar de achtergronden van deze bedrijven gekeken wordt zijn dit organisaties die werkzaam zijn binnen de sectoren transport en logistiek. Deze bedrijven zijn afhankelijk van een goede verbinding waardoor zij dit ook als locatievoorkeur hebben. Wanneer bedrijven minder gericht zijn op transport en logistiek is de locatievoorkeur ook meteen anders. Voor de respondenten 7, 9 en 12 die dit als locatievoorkeur hadden is een snelweglocatie een goede optie. De bereikbaarheid is ook een voorkeur die terug komt in de theorie. Door bereikbaarheid kan kostenminimalisatie en winstmaximalisatie behaald worden wat terug te vinden is in de klassieke- en neoklassieke locatietheorie, de transportkosten zullen hierdoor kunnen dalen (Atzema et al., 1997). Om dit te bereiken zal dus een snelweglocatie als voorkeur worden gekozen, waarbij de ontsluiting vanaf de snelweg optimaal moeten zijn.

Regio/licging

De helft van de bedrijven gaf aan dat de regio ofwel de ligging een voorkeur had. Het zijn allemaal bedrijven die voorheen ook in dezelfde regio gevestigd waren. Dit betekent dat het personeel dan ook uit dezelfde regio kwam. Als er een nieuwe locatie gekozen moet worden is het van groot belang om daarom in de regio te blijven. In de regio blijven heeft niet alleen betrekking op het personeel maar ook voor de afzetmarkt (klanten). Daarnaast is de ligging ook van groot belang, als het om de strategische ligging gaat. De mogelijkheid om alle kanten van het land snel en eenvoudig te bereiken is hierbij belangrijk. Doordat Amersfoort in het midden van het Nederland ligt, is de ligging positief. Bedrijven die de ligging als locatievoorkeur gaven zijn onder ander bedrijven die veel te maken hebben met klanten of die vaak ergens heen moeten (klanten, transport, verhuur). Locatievoorkeur regio/licging kan dan ook op twee manieren geïnterpreteerd worden, namelijk door de centrale ligging maar ook in verband met kostenminimalisatie/winstmaximalisatie zoals in de (neo)klassieke locatietheorie naar voren kwam.

Kosten

Door vernieuwde bedrijfspanden is het ook mogelijk om geld te besparen. Zo geeft respondent 1 aan dat het nieuwe pand waar ze in gevestigd zijn ecologische voordelen met zich meebrengt. Door betere isolatie hebben zij minder energiekosten vergeleken met het oude bedrijfspand. Het vernieuwen en verbeteren van een pand kan ook te maken hebben met innovatie en past hierdoor bij de evolutionaire benadering (Hanappi, 2015; Atzema et al., 1997). Daarnaast kan het vernieuwen en verbeteren van een pand leiden tot kostenminimalisatie. Kostenminimalisatie door vernieuwing is wel een andere soort kostenminimalisatie dan die Von Thünen in zijn klassieke locatietheorie benoemde, maar blijft wel een locatievoorkeur die bedrijven hebben.

De helft van de ondervraagde bedrijven gaf aan dat de voorkeur had om iets te kopen. Hierbij ging het voornamelijk om familiebedrijven, kleine ondernemingen of ZZP-ers. Met het aankopen van een pand kan immers een vermogen worden opgebouwd. Wat in het vernieuwde conceptueel model onder kostenminimalisatie/winstmaximalisatie valt. Respondent 4 gaf expliciet aan alleen bereid te zijn om te huren. Hierdoor is het bedrijf minder gebonden aan een pand en kan er snel ingespeeld worden op ontwikkelingen (groei of krimp).

Dichtbij huis

Respondent 2 gaf aan dat een bedrijfslocatie dicht bij zijn eigen woning een locatievoorkeur was. In de behaviourale locatietheorie kwam dit direct terug. Een ondernemer waardeert een locatie die dicht bij zijn eigen omgeving is hoger (Meester et al., 1984). De gehechtheid aan je plek komt dan ook terug in het oude en nieuwe conceptuele model bij persoonlijk gedrag en gehechtheid van een plek. De locatievoorkeur om dichtbij huis een locatie te hebben kan ook gekoppeld worden aan kostenminimalisatie, de ondernemer zal hierdoor geen hoge reiskosten hebben.

Uitstraling en nieuw

Dat het bedrijventerrein nieuw was heeft invloed gehad op de uitstraling van het terrein. Doordat de vorige locatie niet nieuw was, was dit een voorkeur voor twee bedrijven. Nieuw als voorkeur kan op twee manieren geïnterpreteerd worden, namelijk nieuw bedrijfsterrein (verbetering uitstraling) en nieuwe pand. Door een nieuwe pand konden de gebruikers het pand volkomen naar eigen wensen inrichten en ontwerpen. Door deze keuze was het mogelijk om aan procesinnovatie te doen. Dit komt terug in de evolutionaire benadering en kan dan ook gezien worden als een locatievoorkeur van bedrijven (Hanappi, 2015; Atzema et al., 1997). De twee bedrijven (respondenten 1 en 8) die dit aangaven waren van middel grootte. De locatievoorkeur "uitstraling" komt in de traditionele locatietheorieën niet terug.

Hoeveelheid vierkante meters

Als ondernemer heb je bepaalde eisen. Deze eisen komen direct terug in het aantal benodigde vierkante meters. Aan de hand van de hoeveelheid vierkante meters die de onderneming nodig heeft zal gezocht worden naar een bedrijfspand. De respondenten (2, 4, 5, 6, 7, 8, 11, en 14) die de hoeveelheid vierkante meters als locatievoorkeur gaven, waren allemaal bedrijven die niet tevreden waren met hun vorige locatie door de hoeveelheid vierkante meters. Reden waarom meer dan de helft van de respondenten op zoek ging naar een pand heeft te maken met de verandering binnen de organisatie zelf (groei). Qua bedrijfstype kan hier weinig over gezegd worden omdat het om verschillende soorten bedrijven gaat en van verschillende groottes. Uit de theorie is de benodigde vierkante meters niet naar voren gekomen. Het verband dat de tevredenheid en de locatievoorkeur beïnvloedt, (Meester, 2004) komt in de hoeveelheid m² terug. Doordat bedrijven ontevreden waren over de grootte van het bedrijfspand, is dit direct zichtbaar in de locatievoorkeur van de respondenten.

4.2.2 Positieve tevredenheidsaspecten

Het vernieuwde conceptueel model geeft positieve tevredenheidsaspecten weer. Onderstaand worden de tevredenheidsaspecten nader toegelicht.

Goed bereikbaar

Vrijwel alle bedrijven zijn tevreden over de bereikbaarheid. Door de strategische ligging tussen twee snelwegen is het verplaatsen naar en het verwelkomen van klanten gemakkelijk. Ook al werd dit niet door alle bedrijven als een locatievoorkeur aangedragen, het beïnvloedt wel de tevredenheid in positieve zin.

In het entreegebied is een rotonde gerealiseerd. Dit heeft bij bijna alle bedrijven een positieve invloed gehad op de tevredenheid van de locatie. Voorheen was er een kruispunt waar het in de ochtend en avondspits heel druk was.

Genoeg parkeerplaats

De gemeente heeft parkeernormen opgesteld. Bedrijven dienen zelf parkeerplekken op hun eigen terrein te realiseren. Als bedrijven dit goed doen en hier genoeg plek voor reserveren is er geen parkeerprobleem. Respondenten 2, 4 en 10 geven expliciet aan tevreden te zijn over hun

parkeervoorziening. Respondent 1 is zzp-er en werkt alleen, bij zijn bedrijf heeft hij vijf parkeerplaatsen tot zijn beschikking wat dus voldoende is. Bij respondent 4 gaat het om een huurpand waar twee grote complexen worden gehuurd. Hierdoor heeft dit bedrijf ook genoeg parkeerplaatsen. Als een bedrijf zelf goed rekening houdt met hoeveel parkeerplekken zij nodig hebben zal er geen probleem ontstaan, ditzelfde geldt dan ook bij respondent 10. Als een bedrijf geen rekening houdt met grote groeiscenario's waardoor er meer personeel nodig is zal er een tekort ontstaan qua parkeerplaatsen. Zolang een bedrijf dit goed voorelkaar heeft is het parkeren op de Wieken Vinkenhoef naar hun inzicht positief.

Waardevastheid

Respondent 2 die aangaf dat kopen een locatievoorkeur was, is zeer te spreken over de waardevastheid. Achterliggende gedachte om een pand te kopen was namelijk ook het eigenvermogen op te bouwen. Als de waarde dan ook nog eens gunstig is, is dit een positief tevredenheidsaspect. Dit tevredenheidsaspect heeft dan ook direct een link met de locatievoorkeur om een bedrijfspand te kopen.

Uitstraling/verzorgd

De uitstraling en dat de Wieken Vinkenhoef er verzorgd uitziet draagt tevens bij aan de tevredenheid van het terrein. Doordat de uitstraling van het terrein er verzorgd uitziet ziet het er ook aantrekkelijk uit. De uitstraling en dat het terrein er verzorgd uitziet, komt bij de helft van de geïnterviewde naar voren. De bedrijven die aangeven dat dit de tevredenheid beïnvloed hebben niets met elkaar gemeen. Zowel het type bedrijf als de grootte van bedrijf zijn verschillend. De uitstraling en het verzorgd uitzien van een bedrijventerrein is dan ook niet bedrijfsgebonden, een ieder wil dat dit goed is.

Eigen wensen indelen

De respondenten 5 en 8 gaven aan dat ze zeer tevreden waren dat ze hun pand zelf mochten indelen. Dit betekende dat alles naar eigen wensen is vervuld en er een meest optimale indeling is gekozen. Een voorbeeld dat dit extra bijdraagt aan de tevredenheid kwam direct terug bij respondent 8. Het bedrijf heeft bepaalde processen in zijn werkzaamheden. Dit betekent dat bepaalde producten voorheen steeds door het hele pand werden verplaatst. Maar door het pand nu zelf in te delen, was het mogelijk om de meest praktische indeling te kiezen. Dit draagt vervolgens ook bij aan de kostenminimalisatie doordat het werkproces verkort werd. De mogelijkheid om alles naar eigen wensen in te delen draagt ook bij aan de tevredenheid. Gebruikers zijn hierdoor niet beperkt in hun doen en laten. Respondent 5 geeft daarbij aan de ruimte waarin gewerkt wordt zelf de meest optimale invulling te hebben kunnen geven, door te kiezen voor multifunctioneel meubilair en apparatuur.

Rustig plekje, aangename werksfeer

Twee bedrijven (6 en 7) gaven aan dat de Wieken Vinkenhoef een rustig plekje is en het een aangename werksfeer heeft om te werken. Dit was geen voorkeur bij het kiezen van een locatie, maar éénmaal op het terrein is "een rustig plekje" wel positief aan het bedrijventerrein.

Brede wegen

Een verhuurbedrijf van zware materialen (respondent 7) was zeer tevreden dat de Wieken Vinkenhoef brede wegen heeft. Dit creëert meer veiligheid omdat het meer overzicht geeft voor de bestuurders en de chauffeurs de bochten beter kunnen maken. Dat dit de tevredenheid in positieve zin beïnvloedt komt ook doordat dit bedrijf hier ook veel baat bij heeft. Als er gedacht wordt aan een eenmanszaak die al zijn werkzaamheden via zijn kantoor verricht zal dit niet veel uit maken en zal dit ook niet de tevredenheid beïnvloeden.

Nieuw levendig terrein

Respondent 11 is tevreden over het terrein omdat het een nieuw levendig terrein is. Er gebeurt veel, maar het ziet er absoluut niet verpauperd uit. Alles wordt netjes gehouden en alle gebruikers doen hier aan mee waardoor het terrein er verzorgd uitziet.

Ontsluiting

Respondent 9 gaf expliciet aan tevreden te zijn met de ontsluiting. Dit bedrijf gaf aan dat een goede ontsluiting ook een locatievoorkeur is. Gezien de bedrijfsvoering van dit bedrijf en het feit dat er de hele dag vrachtwagens aan het rijden zijn, is dit ook logisch. Als zij niet meteen een goede ontsluiting hadden vanaf de snelweg en door woonwijken moesten rijden, zouden zij wellicht geluidsoverlast veroorzaken voor de bewoners. Dit is nu niet het geval waardoor de ontsluiting gezien kan worden als een zeer positief tevredenheidsaspect voor dit bedrijf. Daarnaast is de ontsluiting naar het gebied veranderd door het aanpassen van het entreegebied. De veiligheid is verbeterd, doordat het overzichtelijk is en er nu maar één in- en uitgang is naar het bedrijventerrein.

Gebiedscoördinator

Er is door de gemeente Amersfoort een gebiedscoördinator aangewezen, die functioneert als een soort tussenpersoon en er is dus één aanspreekpunt, dit wordt ook ervaren als positief. Door de periode heen zijn er werkzaamheden verricht in de omgeving. Of dit nu ingrijpend was of klein onderhoud was, de bedrijven werden altijd goed op de hoogte gehouden en daarnaast zijn er ook bewegwijzeringen. Dit is iets positiefs aan het bedrijventerrein.

Doordat de ontwikkelingen omtrent knooppunt Hoevelaken nog ver weg lijken, zeggen de respondenten hier nog bijna niets over. Volgens de gemeente Amersfoort zullen de bedrijven goed geïnformeert blijven en zullen zij zo minimaal mogelijk gestoord worden op het terrein. Dit komt doordat de rondwegen om het bedrijventerrein allemaal al opgeleverd zijn. Wat waarschijnlijk de tevredenheid positief zal beïnvloeden.

Kleinschalig bedrijf

Het bedrijventerrein biedt de mogelijkheid om als kleinschalig bedrijf te kunnen werken. Kleinschalige bedrijven ervaren dit als prettig, zodat zij niet alleen omringd zijn met grote bedrijven en vinden dit prettig omdat zij op deze locatie een kans krijgen om zich te vestigen. De respondenten 5, 10 en 11 die dit aangaven als tevredenheidsaspect zijn kleinschalige bedrijven.

4.2.3 Negatieve tevredenheidsaspecten

Naast de positieve tevredenheidsaspecten gaven bedrijven ook negatieve aspecten aan. Bij het realiseren van een snelweglocatie kan dit ten koste gaan van een natuurgebied. Daarnaast spelen negatieve effecten als geluids- en luchtvervuiling ook een rol bij snelwegen (Ali et al., 2008; Levkovick, 2016). Verwacht werd dat de respondenten geluidsoverlast zouden ervaren doordat zij naast een snelweg gelegen zijn maar dit kwam bij geen enkel interview naar voren. De respondenten gaven aan dat zij zelf soms nog meer geluid produceren, of dat het nu eenmaal bij een bedrijvenpark hoort. Zij hebben er geen last van en sommige bedrijven helemaal niet omdat zij veel verder van de snelweg gelegen waren. Geluidsoverlast speelt absoluut geen rol bij de respondenten. Wel zal opgemerkt moeten worden dat de tevredenheidsaspecten bij ieder bedrijf anders zijn. Wat het ene bedrijf als positief ervaart, ervaart de ander weer als negatief. Bij een aantal negatieve tevredenheidsaspecten hieronder zal dit naar voren komen.

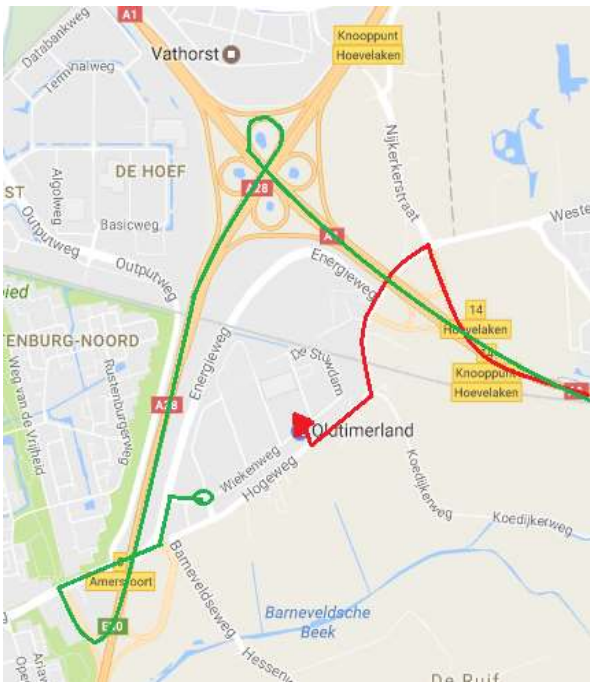
In de spits stil staan

Terwijl de meeste bedrijven het realiseren van een rotonde zien als positief, doordat je minder lang stil staat. Ervaart respondent 1 en 11 filevorming, wat voornamelijk in de ochtend- en avondspits optreedt.

Ontsluiting

Voordat het entreegebied aangepast werd, was het mogelijk om via de Hogeweg het terrein op te komen. Hierdoor was het mogelijk om direct het oosten van het terrein te bereiken. Deze weg is nu afgesloten en het is nu één doorgang. Terwijl sommige respondenten één ontsluiting om op het terrein te komen als positief ervaren zijn er ook respondenten die dit als negatief ervaren. De bedrijven die dit hebben aangegeven hebben geen verband met elkaar zijn niet even groot en zijn ook verspreid over het bedrijfsterrain dus het maakt niet uit waar ze op het terrein gevestigd zijn.

Naast de ontsluiting naar het terrein is er ook wat veranderd om vanaf de snelweg de afrit te nemen. Voorheen was het mogelijk om vanaf de A1 als er vanuit Apeldoorn naar Amersfoort wordt gereden de afrit te nemen. Tijdens het afnemen van de interviews was deze route niet mogelijk. Als men via de A1 vanuit Apeldoorn naar de Wieken Vinkenhoef wil komen zal men eerst de afrit naar de A28 moeten nemen. Waarna meteen de afrit genomen kan worden die vrijwel meteen op de rotonde uitkomt.



De plattegrond hiernaast (figuur 14) laat met de rode pijl zien hoe het terrein voor het afnemen van de interviews bereikbaar was vanaf de richting van Apeldoorn via de A1, de Hogeweg op en dan naar het bedrijventerrein. De groene pijl laat zien welke route genomen moest worden tijdens het afnemen van de interviews als men via de A1 vanuit de richting van Apeldoorn het bedrijventerrein wilde betreden.

Figuur 14. Verandering bereikbaarheid Wieken Vinkenhoef vanaf Apeldoorn A1 (tijdens het afnemen van de interviews).



De situatie is echter ondertussen veranderd en de groene route zoals die in figuur 14 is aangegeven, is niet meer nodig. Er is immers een rondweg langs het bedrijventerrein gerealiseerd. Door gebruik te maken van deze rondweg zullen gebruikers niet eerst via de A1 naar de A28 hoeven te gaan. Figuur 15 laat met de groene pijl zien welke route nu genomen kan worden om het terrein via de A1 te bereiken. Er moet nog wel opgemerkt worden dat de gebruikers tevreden waren met de eerste route (rode pijl van figuur 14) voordat alle ontwikkelingen plaatsgevonden hadden.

Figuur 15. Verandering bereikbaarheid Wieken Vinkenhoef vanaf Apeldoorn A1 (na het afnemen van de interviews).

Door veranderingen in de ontsluiting vanaf de snelweg gaan de gebruikers nu wel anders nadenken over de manier waarop alles is geregeld. Ontwikkelingen in de omgeving die direct invloed hebben op de gebruikers hebben dan ook daadwerkelijk invloed op de tevredenheid.

Bereikbaarheid openbaarvervoer

Ondanks dat het bedrijventerrein goed bereikbaar is via de weg, mist het bedrijventerrein de mogelijkheid om via openbaarvervoer het terrein te bereiken. Door de tijd heen zijn er wel bushaltes geweest, maar deze werden steeds weer verplaatst of hielden op met bestaan. Zo gaf één bedrijf aan dat hij klanten wel eens ophaalt op het station omdat zij zelf het terrein niet kunnen bereiken met openbaarvervoer. Vrijwel iedereen komt dan met de auto, een enkeling woont in de buurt waardoor het mogelijk is om met de fiets te komen.

(Openbaar) parkeren

Bedrijven dienen zelf hun eigen terrein parkeergelegenheid te creëren. Hierdoor is het bedrijf zelf verantwoordelijk voor parkeerplekken. Het kan voorkomen dat er een tekort ontstaat. Dit betekent dat bepaalde bedrijven auto's niet kunnen plaatsen op hun eigen terrein. Dat het verboden is om in het openbaar te parkeren wordt door drie respondenten als negatief ervaren, ook al hebben niet alle drie de respondenten te maken met parkeerproblemen.

Sociale controle, veiligheid

Dat de sociale controle mist op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef gaf respondent 4 aan tijdens het interview. Voorheen zat het bedrijf in de binnenstad en er was dan ook altijd iemand op straat. Na kantooruren is het bedrijventerrein vrijwel stil, waardoor er geen sociale controle is en dit het veiligheidsgevoel beïnvloedt. Daarnaast heeft dit bedrijf twee keer te maken gehad met een inbraak vandaar dat dit bedrijf de veiligheid op het terrein als negatief ervaart.

Marketing uitstraling mist

Afhankelijk van de vorige locatie van bedrijven kan het zo zijn dat het imago/uitstraling verandert door op een andere plek te zitten. Wanneer een bedrijf zich op een bedrijventerrein vestigt in plaats van een stadsvilla in een stad, kan dit het beeld dat mensen hebben veranderen. Dit geldt vooral voor bedrijven waarbij de marketing van groot belang is, dit is van toepassing bij respondent 4. Het imago van een bedrijf verandert doordat respondent 4 op het bedrijventerrein niet hetzelfde aanzicht heeft dan in de binnenstad.

Achteraf gelegen op het terrein

Doordat niet iedereen op dezelfde plek gevestigd is zullen er ook bedrijven zijn die wat achteraf gevestigd zijn. Dat is soms lastig voor klanten en leveranciers om het bedrijf te vinden. Dit werd echter ook weer gekoppeld aan een positief tevredenheidsaspect, namelijk dat het een rustig plekje is, waardoor het soms een tevredenheidsaspect is.

Veel werkzaamheden, steeds weer wegen afgesloten

Doordat het terrein niet meteen in één keer is opgeleverd, zijn er dus nog vaak werkzaamheden geweest. Dit betekent dat er geregeld wegen afgesloten waren wat de toegankelijkheid niet bevorderde. Dit werd door één bedrijf ervaren als negatief, echter kan wel opgemerkt worden dat dit nu niet meer van toepassing is.

Kleinschaligheid van bedrijven wordt steeds minder

De Wieken Vinkenhoef heeft verschillende kantoorverzamelgebouwen. Het zijn voornamelijk kleine organisaties die units van een gebouw huren of verkopen. Maar door ontwikkelingen van de desbetreffende bedrijven kan het zo zijn dat zij meerdere units of hele gebouwen kopen/huren. De kleinschaligheid van bedrijven wordt hierdoor steeds minder. Als kleine onderneming wordt dit als negatief ervaren. De respondent die dit aangaf is zelf ook een kleinschalig bedrijf en het idee dat er

meer kleinschalige bedrijven op het terrein zijn in plaats van alleen maar grote bedrijven voelde goed.

4.2.4 Toekomstige locatievoorkeuren en nieuwe bedrijfsterreinen

Tijdens het interview werd gevraagd naar toekomstige locatievoorkeuren en waar (nieuwe/andere) bedrijfsterreinen volgens de respondenten aan zou moeten voldoen.

Bereikbaarheid

Doordat men goede bereikbaarheid ervaart hecht men ook meer waarde aan de bereikbaarheid. Als toekomstige locatievoorkeur van bedrijven is vrijwel bij iedereen de bereikbaarheid een belangrijke factor. Bereikbaarheid dat ze gemakkelijk te bereiken zijn, want een goede bereikbaarheid hoeft geen snelweglocatie te beteken. Dus voor nieuwe bedrijfsterreinen is het dus voornamelijk belangrijk dat het terrein goed bereikbaar is qua ligging en regio. Daarnaast dient het ook gemakkelijk te vinden te zijn.

Ontsluiting (snelweg en bedrijfsterrein)

De ontsluiting vanaf de snelweg en naar een bedrijfsterrein is van groot belang voor toekomstige bedrijfsterreinen volgens de gebruikers. Bij een enkeling waar de snelweg van belang is voor het bedrijfsproces zal een goede ontsluiting een locatievoorkeur zijn. Maar voor bedrijven die dat niet hebben, vinden de ontsluiting een aandachtspuntje (transportbedrijven vinden het immers belangrijker). Voor toekomstige bedrijfsterreinen zal hier wel goed over nagedacht moeten worden. Zodoende zal volgens de respondenten een nieuw bedrijfsterrein beter aansluiten op wensen en aspecten die de tevredenheid beïnvloeden. Dit komt dan ook terug in de tevredenheidsaspecten in de vorige paragrafen, want door de ontwikkelingen waardoor het terrein anders bereikbaar was wordt de tevredenheid beïnvloed. Dit uit zich meteen in de toekomstige voorkeuren waarbij gebruikers het liefst willen dat de ontsluiting zo optimaal mogelijk geregeld is. De ontsluiting werd namelijk door zoveel respondenten benoemd bij de locatievoorkeuren, maar pas bij de toekomstige locatievoorkeuren komen deze voorkeuren aanbod.

Parkeren

Zoals bij de tevredenheidsaspecten naar voren kwam was er altijd iets te zeggen over het parkeren, zowel positief als negatief. Bij het ontwikkelen van een nieuw bedrijfsterrein zouden ontwikkelaars rekening moeten houden met parkeren. Desnoods de mogelijkheid om op een andere plek te parkeren. Meer dan de helft van de respondenten gaf aan dat dit een aandachtspuntje was. Wanneer zij weer zouden verhuizen, zou er zeker naar de parkeervoorzieningen gekeken worden.

Uitstraling (netjes, verzorgt en groen)

De tevredenheid over de uitstraling van de Wieken Vinkenhoef was positief. De gebruikers vinden dit dan ook belangrijk. Als er een nieuwe bedrijfslocatie ontworpen/ontwikkeld gaat worden zal hier wel aan gedacht moeten worden om de tevredenheid van de gebruikers te vergroten. Bedrijven vinden de uitstraling belangrijk, maar zal voor een enkeling een locatievoorkeur zijn. De uitstraling zal voornamelijk gunstig zijn voor het verkopen en verhuren van panden doordat gebruikers zich daar graag willen vestigen.

OV voorzieningen

Zoals uit de negatieve tevredenheidsaspecten naar voren kwam, zijn de openbare vervoervoorzieningen op de Wieken Vinkenhoef niet goed. Openbaar vervoer is volgens de respondenten dan ook een faciliteit die bedrijfsterreinen moeten hebben. Dit zal extra waarde geven aan het terrein waardoor het terrein niet alleen bereikbaar zal zijn met eigen vervoer.

Brede wegen

Respondent 7 gaf aan blij te zijn dat de wegen breed zijn op het terrein. Dit was geen locatievoorkeur maar door de tevredenheid van hem zal dit wel een locatievoorkeur zijn voor in de toekomst. Nieuwe bedrijfsterreinen zouden daarom ook kunnen anticiperen op bredere wegen voor bedrijven die met zware machines over de weg moeten. Het hebben van brede wegen is niet alleen voor de bestuurders goed maar maakt het terrein ook overzichtelijk en zal de veiligheid dan ook vergroten.

Eetvoorzieningen

Pas wanneer de respondenten over mogelijke faciliteiten voor nieuwe terreinen gingen nadenken kwamen drie bedrijven (respondent 1, 5, en 11) bij eetvoorzieningen. De mogelijkheid om even snel wat eten te halen, ontbreekt op het terrein van de Wieken Vinkenhoef. Dit kwam bij de vragen van de negatieve aspecten niet naar voren maar zouden zij wel op prijs stellen. De bedrijven hadden ook wel ideeën over zaken die mogelijk zouden werken zoals een viskraam, snackkraam of een broodjeskraam. Dit zou ook saamhorigheid van de bedrijven opleveren. Qua bedrijfsgrootte gaat het om kleinschalige bedrijven met weinig werknemers. Grotere bedrijven zullen immers zelf voor een soort kantine/restaurant zorgen, iets wat kleinschalige bedrijven vaak niet hebben. Hierdoor zouden zij eetvoorzieningen als een goede toevoeging op een bedrijventerrein zien.

Campus idee

Respondent 5 gaf aan een bedrijfsterrein zoals een campus zeer geschikt te vinden. Op deze manier zouden er ook eetvoorzieningen aanwezig zijn en zal het meer een levendig gebied worden. Opgemerkt kan worden dat respondent 5 ook aangaf dat eetvoorzieningen een goede toevoeging van een bedrijventerrein zouden zijn.

“Ik vind de campus in Eindhoven, van de TU in Eindhoven, de voormalig Philips best wel leuk. Als je daar bent dan hebben ze in het midden een Albert Hein, een La Place en ze hebben een cafeetje, daar trekken dan mensen in de middag naar toe. Ja dat vind ik echt wel een plus vergeleken hier... ”.

5. Conclusie

De hoofdvraag van dit onderzoek is: *“Wat zijn bedrijfslocatievoorkeuren en bedrijfslocatie-tevredenheidsaspecten van bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie en wat betekent dit voor de inrichting van snelweglocaties?”*. Verwacht werd dat de bereikbaarheid de hoofdvoorkeur is voor bedrijven. Daarbij heeft de bereikbaarheid raakvlakken met voorkeuren als winstmaximalisatie, kostenminimalisatie en het centraal gelegen aspect. Hypothese voor dit onderzoek was dat het inrichten/plannen van een bedrijfsterrein in ieder geval een locatie moest zijn die goed bereikbaar is om zo de hoofdlocatievoorkeur te kunnen bereiken. De hoofdvraag zal beantwoord worden in de paragrafen 5.1 en 5.2. Paragraaf 5.1 gaat over de locatievoorkeuren en de tevredenheid van bedrijven op snelweglocaties. Waarna paragraaf 5.2 in gaat op de beleidsimplicaties. Aanbevelingen voor vervolgonderzoek komen aanbod in paragraaf 5.3. Ter afsluiting van dit onderzoek is er een reflectie in paragraaf 5.4.

5.1 Locatievoorkeuren en tevredenheid van bedrijven op snelweglocaties

Uit het theoretisch kader kwamen factoren die de locatievoorkeuren beïnvloeden voor snelweglocaties naar voren. Uit de interviews bleek dat er ook andere locatievoorkeuren een rol hebben gespeeld bij de locatiekeuze. Een belangrijk onderscheid dat gemaakt kan worden tussen de voorkeuren is dat een deel gekoppeld kan worden aan de locatie en een ander deel aan het pand. Meer dan de helft van de respondenten gaf aan dat de hoeveelheid vierkante meters die zij nodig hadden een locatievoorkeur was. Uit de traditionele locatietheorieën kwam het aantal vierkante meters niet naar voren. De tweede vaakst voorkomende locatievoorkeur bij de respondenten was de regio/licging. De bedrijven die dit aangaven waren bedrijven die al bekend waren in deze regio en voorheen ook in dezelfde regio werkzaam waren. In dezelfde regio blijven kan daarnaast ook gekoppeld worden aan de behaviourale locatietheorie, waarbij een locatie in de nabijheid van zijn eigen omgeving hoger gewaardeerd wordt. Hieruit blijkt dat de regio/licging dan ook een belangrijke locatievoorkeur is, mede doordat er veel waarde aan de eigen regio wordt gehecht (Meester et al., 1984; Sleutjes et al., 2012). Overeenkomend met de theorie en de hypothese bleek dat drie bedrijven de bereikbaarheid als locatievoorkeur hadden. Hierbij ging het om bedrijven die veel te maken hebben met transport. Meer dan de helft gaf meteen aan of de wens om te kopen of te huren een locatievoorkeur was. Dit had onder meer te maken met het soort bedrijfsvoering dat het bedrijf voerde. In de traditionele locatietheorieën is hier niet expliciet over geschreven. Het willen kopen van een bedrijfspand kan ook gekoppeld worden aan kostenminimalisatie en winstmaximalisatie. Een andere voorkeur had te maken met een nieuw pand dat ecologisch en milieubewust ontworpen was. Hierdoor konden bedrijven zelf kiezen hoe zij een pand inrichtten naar eigen wensen en hoe er geld bespaard kon worden. De besparing van geld kan zowel komen door snellere bedrijfsprocessen als door een betere logistiek in een nieuw pand. Procesinnovatie, zoals deze in de evolutionaire benadering aan bod komt (Hanappi, 2015; Atzema et al., 1997). Daarnaast kunnen door innovatievere isolatie de stookkosten worden verlaagd. Dit heeft te maken met kostenminimalisatie.

De locatievoorkeuren die de bedrijven aandroegen zijn allemaal verwezenlijkt in de huidige locatie. Geen enkel bedrijf heeft compromissen hoeven te sluiten of tussen twee locaties moeten kiezen, waar gekozen moest worden tussen locatievoorkeuren. Er kan dan ook gesteld worden dat de respondenten zeer positief zijn over het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef.

Positieve punten van bedrijven zijn: goede bereikbaarheid, genoeg parkeergelegenheid op eigen terrein, waardevastheid, uitstraling, mogelijkheid om naar eigen wensen in te delen, rustig plekje met aangename werksfeer, brede wegen, de ontsluiting, dat er een gebiedscoördinator is, mogelijkheden voor kleinschalige bedrijven en dat het een nieuw levendig terrein is.

Negatieve punten die benoemd werden over het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef waren: in de spits vaststaan, de ontsluiting (vanaf het de A1 en naar het terrein zelf toe), de bereikbaarheid met

openbaarvervoer, (openbaar) parkeren, sociale controle/ veiligheid, het missen van een marketing uitstraling, achteraf ligging op het terrein, door werkzaamheden vaak afgesloten wegen en dat de kleinschaligheid van bedrijven steeds minder wordt. Deze negatieve punten zijn niet belangrijk genoeg om ze als pushmotieven te benoemen (Pellenbarg et al., 2002; Pellenbarg, 2005; Conroy et al., 2017; Atzema et al., 1997).

De voorkeuren van de bedrijven zijn niet zo zeer veranderd, ze zijn namelijk allemaal tevreden over de huidige locatie en denken dan ook niet aan relocatie. De ontwikkeling die al heeft plaats gevonden, namelijk het veranderen van het entreegebied, heeft geen verandering gebracht in de locatievoorkeuren. Wel gaven bedrijven aan dat ze bij een nieuwe locatiekeuze wat andere voorkeuren zouden hebben gebaseerd zijn op de tevredenheidsaspecten van dit bedrijventerrein. Door veranderingen zoals het afsluiten van een ontsluitingsweg vanaf de snelweg, blijken wel impact te hebben op bepaalde respondenten. Zij gaven namelijk aan dat dit wel een aandachtspunt zou moeten zijn voor toekomstige bedrijfsterreinen, om een terrein zo optimaal te maken. Dit kan dan ook gezien worden als een pullmotief "vestigingsmotieven die de voorkeur hebben bij de nieuwe vestigingslocatie" (Pellenbarg et al., 2002; Pellenbarg, 2005; Conroy et al., 2017; Atzema et al., 1997).

De toekomstige veranderingen, namelijk het aanpassen van knooppunt Hoevelaken, staan voor de meeste respondenten nog ver van hun af. Het duurt nog even voordat het proces op gang komt en het bedrijventerrein heeft hier niet direct last van. Zodoende hebben de bedrijven hier geen uitgesproken mening over en wachten geduldig af wat er zal gebeuren. Volgens de gemeente Amersfoort zal op de lange termijn deze ontwikkeling alleen maar voordelen met zich meebrengen voor de bedrijven die gevestigd zijn op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef.

Dat ontwikkelingen invloed hebben op de tevredenheid van de respondenten blijkt ook uit het voorbeeld van het entreegebied dat veranderd is. Het entreegebied heeft nu een rotonde wat de doorstroom heeft verbeterd. Een paar bedrijven vinden het veranderen van het entreegebied niet optimaal. Dit komt mede doordat er een andere toegang naar het bedrijventerrein is gesloten. Er is nu maar één doorgang om het terrein te betreden en te verlaten wat soms voor filevorming zorgt op het entreegebied. Daarnaast ervaren bedrijven ook veranderingen qua invulling van verzamelgebouwen. Bedrijven die een groei ervaren, en meer ruimte nodig hebben zullen dit opkopen of bij huren, hierdoor valt het idee van kleinschaligheid weg. Deze verandering beïnvloedt de tevredenheid.

Er is veel beschreven over locatietheorieën. De meeste theorieën zoals in het theoretisch kader naar voren komt zijn gedateerd. Door dit onderzoek worden deze locatievoorkeuren aangevuld door empirisch onderzoek in een specifieke context. Zo komt naar voren dat het aantal vierkante meters en de uitstraling van een terrein ook een locatievoorkeur kan bepalen. Het conceptueel model in het theoretisch kader is niet alleen aangevuld door middel van locatievoorkeuren maar geeft ook inzicht in locatie-tevredenheidsaspecten. Middels dit onderzoek is vernieuwd en aanvullend inzicht gegeven binnen het vakgebied van de planologie wanneer het gaat om snelweglocaties.

5.2 Beleidsimplicaties

De locatievoorkeuren en locatie-tevredenheidsaspecten van bedrijven zijn bedrijfsafhankelijk. Het is niet mogelijk om een bedrijfsterrein te ontwikkelen dat aan ieders wens voldoet. Wel kunnen de meest voorkomende voorkeuren en tevredenheidsaspecten meegenomen worden. De belangrijkste locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten gaan over de bereikbaarheid, waarbij bereikbaarheid een overkoepelend begrip is en waar veel punten aan gekoppeld kunnen worden. Namelijk de bereikbaarheid dat het op gemakkelijk manier bereikbaar is. Bedrijven maar ook klanten willen snel en eenvoudig gevonden worden. Daarnaast heeft bereikbaarheid ook te maken met de ligging, deze zal dus optimaal moeten zijn. Naast de ligging speelt ook de ontsluiting een grote rol. Een bedrijfsterrein kan bijvoorbeeld wel een snelweglocatie zijn, maar er zal ook gedacht moeten worden

aan een op- en afrit vanaf de snelweg. Zodat het bedrijf goed toegankelijk is. Om beter in te spelen op het overkoepelend begrip van bereikbaarheid zouden gemeenten hier al in een vroeg stadium mee om moeten gaan. Gemeenten en provincies zullen al in een vroeg stadium geschikte gebieden moeten aanwijzen die kunnen functioneren als bedrijfsterreinen, zodat de meest geschikte locaties geen andere bestemming krijgen. Daarbij zal dus gedacht moeten worden dat het een strategische ligging is en dat het terrein snel bereikbaar is via de weg (en desnoods spoor). Daarnaast zullen zij ook meteen naar de mogelijkheden moeten kijken of een ontsluiting mogelijk is in samenwerking met Rijkswaterstaat. Als de plannen omtrent het aanwijzen van bedrijfsgebieden op een hoger niveau al goed geregeld is, zal dit bij de uitvoering ook goed van pas komen. In de bestemmingsplannen van de gemeente zullen dan de meest geschikte plekken gereserveerd zijn voor bedrijven.

Bereikbaarheid met de auto is belangrijk maar gebruikers hechten ook waarde aan bereikbaarheid met openbaarvervoer. Voor openbaarvervoer, zal de gemeente moeten inventariseren hoeveel vraag er daadwerkelijk is. Op deze wijze kunnen zij dit doorgeven aan de vervoersbedrijven en zal dit de tevredenheid van een bedrijfsterrein positief beïnvloeden. Gemeente Amersfoort besteedt de routes namelijk uit aan de vervoersbedrijven.

Voor snelweglocaties maar ook voor alle bedrijfsterreinen zal goed nagedacht moeten worden over het parkeerbeleid. Bedrijven vinden parkeren een belangrijk onderdeel. Gemeenten hanteren nu al een parkeerbeleid, deze kan aangescherpt worden, waardoor bedrijven bij veranderingen in het bedrijf geen parkeerproblemen krijgen.

De uitstraling en de verzorgdheid van een bedrijfsterrein kan zowel een voorkeur zijn als een tevredenheidsaspect. Om dit niet alleen de eerste jaren van oplevering in stand te houden maar voor altijd zouden er afspraken gemaakt moeten worden. Het is immers niet alleen een taak van de gemeente maar ook van de gebruikers om een bedrijfsterrein aantrekkelijk te houden. De uitstraling van een bedrijventerrein kan mede geregeld worden aan de hand van de richtlijnen die een gemeente voorschrijft bijvoorbeeld door een beeldkwaliteitsplan. De verzorgdheid kan gewaarborgd worden door onderhoud van de gemeente maar ook door de gebruikers. Daarnaast kan de verzorgdheid in tact blijven als er ook sancties zijn bij het niet naleven van regels van de gebruikers.

Door de locatievoorkeuren en tevredenheidsaspecten van bedrijven in kaart te brengen, kunnen bedrijfsterreinen hier op anticiperen. Op deze wijze kunnen ontwikkelaars er voor zorgen dat bedrijfsterreinen nog beter aansluiten op de wensen van gebruikers. De relevantie van de uitkomsten komen dan ook ten gunste van de gebruikers maar ook bij de ontwikkelaars. Zij zorgen er immers voor dat de bedrijventerreinen voldoen aan de eisen en wensen. Zodoende zal vraag en aanbod beter op elkaar worden afgestemd.

5.3 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek is gericht op de locatievoorkeuren en locatietevredenheid van bedrijven die kiezen voor een snelweglocatie. Tijdens dit onderzoek is één case namelijk het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef onderzocht wat ook een snelweglocatie is. Uit de resultaten blijkt dat de meeste respondenten geen direct band hebben tussen de snelweg en de locatievoorkeur. De eerste aanbeveling is daarom om onderzoek te verrichten bij bedrijven die gevestigd zijn op bedrijfsterreinen die geen snelweglocatie zijn, wat zijn dan de overwegingen en zouden zij op een snelweglocatie willen vestigen?

De tweede aanbeveling is om dit onderzoek nogmaals uit te voeren, waarbij weer een snelweglocatie wordt onderzocht. Op deze wijze is het mogelijk om de resultaten te vergelijken met andere gebieden. Het zou mogelijk zijn dat de resultaten uit de interviews plaatsgebonden zijn. Ook komt er meer inzicht over het proces van de gemeenten. Er is in dit onderzoek alleen gekeken hoe de

gemeente Amersfoort omgaat met bedrijfsterreinen. Wellicht hanteren andere gemeenten andere beleidskaders waar van geleerd kan worden.

Bedrijventerreinen worden voornamelijk ontwikkeld door gemeenten. Er zijn ook projecten op bedrijfsterreinen die gefaciliteerd zijn door projectontwikkelaars en deze later doorverkopen of doorverhuren. Als aanvulling zou de projectontwikkelaar, die actief was op het bedrijventerrein, benaderd kunnen worden, om te onderzoeken op welke wijze zij inspelen op de locatievoorkeuren en locatie-tevredenheidsaspecten van gebruikers.

De laatste aanbeveling aan de hand van de resultaten is om dit onderzoek na vijf à zeven jaar te herhalen. Op deze wijze kan er gekeken worden of de voorkeuren en de tevredenheid van de bedrijven zijn veranderd. Daarnaast kan er geanticipeerd worden op de ontwikkelingen in de omgeving. De veranderingen van het knooppunt Hoevelaken zullen in die periode gerealiseerd zijn, waardoor bedrijven tegen die tijd een terugblik kunnen geven op de aanpassingen die verricht zijn.

5.4 Reflectie

Dit onderzoek is binnen een periode van ander half jaar uitgevoerd. Het eerste half jaar was voornamelijk het onderwerp scherp krijgen en algemene informatie vinden. Het tweede half jaar was veldonderzoek en de analyse hiervan. In deze periode zijn dan ook de interviews afgenomen. Het laatste half jaar was het schrijven van dit onderzoeksrapport.

Terugkijkende naar het eerste gedeelte, was het onderwerp heel breed. Er waren verschillende onderwerpen waar dit onderzoek over zou kunnen gaan. Het was belangrijk om het onderwerp af te bakenen. Het was immers niet mogelijk om heel veel verschillende onderdelen te onderzoeken en het is beter om één onderwerp goed te belichten. Dit proces heeft aardig wat tijd gekost, doordat ik niet meteen een keuze kon maken welk onderwerp ik het interessantst vond, alles leek interessant en goed om te onderzoeken. Uiteindelijk is toch de keuze gevallen om het over snelweglocaties te doen. Hierna literatuuronderzoek verricht kon worden. In dit gedeelte werd veel informatie gezocht over locatietheorieën van verschillende bedenkers. Hier is veel over geschreven maar niet alles is meteen terug te koppelen aan snelweglocaties. Dit was dan ook een groot struikelblok doordat ik op een gegeven moment zo veel informatie had van allemaal verschillende aspecten dat het hoofdonderwerp "snelweglocaties" soms wegviel. Het is dan ook moeilijk om keuzes te maken ten aanzien van datgene wat bruikbaar is. Het lijkt erop dat alle informatie een bepaalde toevoeging geeft terwijl het soms overbodig is. Pas na het schrijven van mijn theoretisch kader kwam het onderwerp goed in beeld, op dat moment wordt het onderwerp ook daadwerkelijk afgebakend. Mijn inleiding en onderzoeksvragen zijn daarom ook in het proces van het onderzoek gewijzigd.

De referenties die gebruikt werden in het theoretisch kader waren vrijwel hetzelfde. Het was daarom nodig om andere/meer literatuur te zoeken. Na de meeste zoektermen gebruikt te hebben, ben ik ook gaan kijken naar de referenties die in de reeks gebruikte bronnen beschreven waren. Hieruit kwamen al snel andere auteurs naar voren wat een goede bijdrage heeft geleverd aan dit onderzoek. In het vervolg zal ik dit dan ook meteen toepassen, om dit proces sneller te laten verlopen.

Er is gekozen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode in dit onderzoek. Dit onderzoek had één casus namelijk het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef. De doelgroep die benaderd werd waren de bedrijven die zich op dit terrein hadden gevestigd. De bedrijven werden eerst via de mail benaderd en zouden vervolgens via de telefoon benaderd worden om eventueel een gesprek in te plannen. Het bleek al snel dat de meeste bedrijven niet wilden meewerken aan dit onderzoek. Voordat er na een paar dagen gebeld werd om te vragen of het e-mailtje ontvangen was en er interesse was, hadden de meeste al teruggemailed met de mededeling dat er geen interesse was in dit onderzoek en zij niet wilden meewerken. Er is daarom gekozen om de bedrijven direct te bellen en voor te leggen wat het doel nu precies was. Hieruit bleek dat de bedrijven dan vaak wel meegaand waren. Na het

telefoongesprek werd via de mail nog informatie verstrekt zodat ze dit alsnog wel hadden. Als er een soortgelijk onderzoek verricht zal worden, zou ik meteen beginnen met bellen in plaats van eerst een email te sturen. Ik heb gemerkt dat de bereidheid van de bedrijven om mee te werken stijgt als je het onderzoek via de telefoon al kan toelichten. Wellicht zou er sprake zijn van een grotere respons van bedrijven die gevestigd zijn op het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef.

Een ander punt dat ook anders zou moeten was het transcriberen van de interviews. De eerste interviews werden meteen dezelfde dag getranscribeerd. Maar daarna werden ze opgestapeld, dit betekende dat het proces langer duurder omdat het gesprek al een tijdje geleden had plaatsgevonden. Dit heeft dus meer tijd gevergd dan nodig zou zijn.

Aan de hand van de onderzoeksresultaten konden de onderzoeksvragen en hoofdvraag beantwoord worden. Als onderwerp van dit onderzoek, snelweglocaties, zou te verwachten zijn dat de snelweg een grote rol zou spelen. Dit blijkt echter niet als een voorkeur naar voren te komen maar wel als een tevredenheidsaspect. Zo blijkt dat wat verondersteld wordt in de praktijk niet altijd het geval hoeft te zijn. Om tot de totstandkoming te komen van de conclusies is zowel gebruik gemaakt van de theorie als van de praktijk. Dit is schematisch te zien in het vernieuwde conceptueel model in hoofdstuk 4. De locatievoorkeuren die uit de theorie komen en de locatievoorkeuren uit de praktijk zijn hierin verwerkt. Voorkeuren die niet van toepassing waren zijn eruit gefilterd. Een aandachtspuntje hierbij is dat het alleen maar gaat om de locatievoorkeuren van bedrijven die gevestigd zijn op de Wieken Vinkenhoef. Voor een volledig beeld wat de bedrijfslocatievoorkeuren betreft van bedrijven die zich vestigen op snelweglocaties zal dus ook gekeken moeten worden naar andere snelweglocaties. Het is immers ook bedrijfs- en plaatsgebonden wat de voorkeuren bepaalt. Op andere snelweglocaties zouden agglomeratievoordelen, het opzoeken van concurrenten of het vestigen door bepaalde wetten en regels misschien wel als locatievoorkeur naar voren komen. Vandaar dat dit ook een aanbeveling is, zodat je zeker weet dat er geen eenduidig beeld geschetst wordt en wellicht met elkaar vergeleken kan worden.

Na ongeveer anderhalf jaar kijk ik terug op een periode waarin ik veel geleerd heb en hoe ik het beste een onderzoek kan verrichten. Hierbij is het van groot belang om goede keuzes te maken, daar begint het immers mee. Welk onderwerp, wat zullen de onderzoeksmethodes zijn, op welke wijze ga ik alle informatie analyseren en op welke wijze zullen de resultaten uiteindelijk gepresenteerd worden in mijn onderzoeksrapport. Daarnaast heb ik door middel van dit onderzoek geleerd, dat je verwachting (mijn hypothese), ook al ligt deze voor de hand, in werkelijkheid niet uit hoeft te komen.

Referenties

- Abler, R., Adams, J.S., Gould, P., (1971), *Spatial organization: the geographer's view of the world*. Prentice-hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Ali, M., Athar, M., (2008), Air pollution due to traffic, air quality monitoring along three sections of National Highway N-5, Pakistan, *Environ Monit Assess.* 136, pp. 219 – 226.
- Asbeek Brusse, W., Dalen, H. van, Wissink, B., (2002), *Stad en land in een nieuwe geografie. Maatschappelijke veranderingen en ruimtelijke dynamiek*. WRR-rapport. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Atzema, O., Rietbergen, T. van, Lambooy, J., Hoof, S. van, (2014), *Dynamics in Economic Geography, Changing views on industrial location and regional development*. First English edition. Bussum, uitgeverij Coutinho.
- Atzema, O., Rietbergen, T. van, Lambooy, J., Hoof, S. van, (1997). *Ruimtelijke Economische Dynamiek, Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling* (derde, herziende druk 2012, tweede oplage 2015). Uitgeverij Coutinho, Bussum.
- Beckmann, M., (1968), *Location Theory*. Random house, New York.
- Bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef, *Bedrijvenpark*. Geraadpleegd op 19 december 2016 via www.wiekenvinkenhoef.nl.
- Bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef, *Parkmanagement*. Geraadpleegd op 30 januari 2017 via <http://wiekenvinkenhoef.nl/park/parkmanagement/>.
- Brouwer, A.E., Mariotti, I., Ommeren, J. N. van, (2004), The firm relocation decision: An empirical investigation. *The Annals of Regional Science.* 38; pp. 335 – 347.
- CBR (25 februari 2016), *Bodemgebruik; uitgebreide gebruiksvorm, per gemeente*. Via Statline.
- Conroy, T., Deller, S., Tsvetkova, A., (2017), Interstate Relocation of Manufacturers and Business Climate, *Review of Urban & Regional Development Studies*. Volume 29, Issue 1, pp 18–45.
- CROW (werkgroep), (2013), *Mobiliteit en Ruimte, de wisselwerking tussen mobiliteit en ruimte in de stedelijke regio*. Publicatie 326, juni 2013.
- David, M., (2006), *Case Study Research, Sage Benchmarks in Social Research Methods*. Volume 2, SAGE Publications, Londen · Thousand Oaks · New Delhi.
- Dijk, van J., Pellenburg, P.H., (2002), Firm relocation decisions in The Netherlands: an ordered logit approach. *The Journal of Regional Science Association International*. Volume 79, issue 2. Pp. 191 – 219.
- Ferreira, J.J.M., Fernandes, C.I., Raposo, M.L., (2015), The Effects of Location on Firm Innovation Capacity. *M.L. J Knowl Econ* (2017), Number 8, pp. 77 – 96.
- Gemeente Amersfoort in cijfers (2016), *Bevolking → Inwoners*. Geraadpleegd op 19 december 2016 via <https://amersfoort.buurtmonitor.nl/>.

Gemeente Amersfoort (2013), *Bestemmingsplan: ABC cluster Liendert e.o.*, Toelichting → Hoofdstuk 2 Beleidskaders → 2.2 Structuurvisie 2030. Geraadpleegd via https://www.amersfoort.nl/online/NL.IMRO.0307.BP00084-0301/t_NL.IMRO.0307.BP00084-0301_2.2.html .

Gemeente Amersfoort (2014), *Bestemmingsplan: Bedrijventerreinen e.o. en snelwegen*, Vastgesteld op 12 december 2014. Geraadpleegd via http://www.ruimtelijkeplannen.nl/documents/NL.IMRO.0307.BP00070-0303/t_NL.IMRO.0307.BP00070-0303_2.2.html .

Gemeente Amersfoort (2017), *Gebiedsontwikkeling De Wieken Vinkenhoef*. Geraadpleegd op 30 januari 2016 via <https://www.amersfoort.nl/project/gebiedsontwikkeling-de-wieken-vinkenhoef.htm>.

Ghani, E., Goswami, A.G., Kerr, W.R., (2012), Highway to Success: The impact of the Golden Quadrilateral project for the location and performance of Indian manufacturing. *National Bureau of Economic Research*. November 2012.

Greenhut, M.L., (1995), *Location Economics*. Edward Elgar, Aldershot, UK. Pagina 43.

Hanappi, H., (2015), Schumpeter and Goodwin. *Journal of Evolutionary Economics*. Volume 25, Issue 1, pp. 277 – 291.

Hamers, D., Nabielek, K., (2006), Bloeiende bermen: Verstedelijking langs de weg, *NAi Uitgevers Rotterdam*, Ruimtelijk Planbureau – Den Haag.

Hamersma, M., Tillema, T., Sussman, J., Arts, J., (2014), Residential satisfaction close to highways: The impact of accessibility, nuisances and highway adjustment projects, *Transportation Research Part A* 59, (2014) pp. 106–12.

Harms, L., (2015), Trends in Mobiliteit, *Kennisinstituut voor Mobiliteitsbeleid*, Ministerie van Infrastructuur en Milieu (2 december 2015).

Hart, P.W.E., (1980), Problems and Potentialities of the Behavioural Approach to Agricultural Location, *Geografiska Annaler*, serie B (vol. 62 nr. 2), pp. 99-107.

Hotelling, H., (1929), Stability in Competition, *The Economic Journal*. Vol. 39, No. 153, (March 1929), pp. 41-57.

Hurst, M.E.E., (1972). *A geography of economic behavior*. Duxbury Press.

Krabbenborg, L., Daalhuizen, F., (2016), De geografie van het werken in Nederland verandert, *@PBL Planbureau voor de leefomgeving*, publicatienummer: 2263, 22 april 2016.

Levkovich, O., Rouwendal, J., van Marwijk, R., (2016), The Effects of highway development housing prices, *Transportation*. Volume 43, Issue 2, pp. 379 – 405.

Louw, E., Bontekoning, Y., (2007), Planning of Industrial land in the Netherlands: its Rationales and Consequences. *Journal of Economic and Social Geography*. Volume 98, Issue 1, pp. 121 – 129.

Maoh, H.; Kanaroglou, P., (2007). Business establishment mobility behavior in urban areas: a microanalytical model for the City of Hamilton in Ontario, Canada. *Journal of Geograph Systems*, Volume 9, Issue 3, pp: 229 – 252.

Meester, W.J., (2004), Location Preferences of Entrepreneurs. *Stated preferences in the Netherlands and Germany*. Physica-Verlag, A Springer-Verlag Company, Berlin Heidelberg.

Meester, W.J., Pellenbarg, P.H., (1984), Vestigingsvoorkeuren van Nederlandse ondernemers, Verkenning van een waarderingslandschap. *Serie onderzoeksverslagen no. 2 (Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen, vakgroep Sociale en Economische Geografie)*.

PBL (2012), Steeds meer wonen en werken rond snelwegen, *Planbureau voor de leefomgeving*, Infographic, 18-12-2012.

Pellenbarg, P. H., Wissen, L. J. G. V., Dijk, J. V. van, (2002), Firm Relocation: State of the Art and Research Prospects. University of Groningen, Research Institute SOM (Systems, Organisations and Management). Groningen, The Netherlands.

Pellenbarg, P., Steen, van P., Wissen, van L., (2005), Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendynamiek in Nederland. Koninklijke van Gorcum.

Pen, C.J., (1999), Improving the behavioural location theory; *preliminary results of a written questionnaire about strategic decision-making on firm relocations*. European RSA Congress, Dublin; 23-27 August 1999.

Pen, C.J., (2002), Wat beweegt bedrijven? *Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.

Rephann, T. J., (1993), Highway Investments an Regional Economic Development: Decision Making and Empirical Foundation, *Urban Studies*. Vol. 30, No. 2, pp. 437–450.

Rijkswaterstaat (2016), Bereikbaarheid. Geraadpleegd op 19 juni 2016 via <http://www.rijkswaterstaat.nl/over-ons/onze-organisatie/onze-missie/bereikbaarheid.aspx>.

Rijkswaterstaat (2016), Projectenoverzicht (wegen). Geraadpleegd op 19 juni 2016 via <http://www.rijkswaterstaat.nl/wegen/projectenoverzicht#Wegen,1>.

Ruimtelijke Plannen (2017), Geldende plannen: bedrijventerreinen e.o. en snelwegen.

Sleutjes, B. and Völker, B., (2012), The Role Of The Neighbourhood For Firm Relocation. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, Volume 103, Issue 2, April 2012. Pp. 240–249.

Sonderen, P., (2002), 1. Wetenschappelijk onderzoek. juni 2002. Geraadpleegd op 11 mei 2017 via http://cf.hum.uva.nl/nhl/academische%20vaardigheden/wetenschappelijk_onderzoek.htm

Stephandes, Y.J., Eagle, D., (1987), Highway Impacts on Regional Employment, *Journal of Advanced Transportation*. Vol. 21, Spring 1987, pp. 67 – 79.

Tillema, T., (2007), Road pricing: a transport geographical perspective, *Geographical accessibility and short and long-term behavioural effects*. Proefschrift.

Verhoeven, N., (2010), Wat is onderzoek? *Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. Derde, herziene druk, Boom onderwijs – Den Haag.

Webber, M.J., (1971), Empirical Verifiability of Classical Central Place Theory, *Geographical Analysis*. Vol. 3, Issue 1, pp. 15-28.

Wegenwiki (2016), Lijst van wegenprojecten in Nederland. Geraadpleegd op 19 juni 2016 via https://www.wegenwiki.nl/Lijst_van_wegenprojecten_in_Nederland.

Wheeler, J.O., Muller, P.O., Thrall, G.I., Fik, T.J., (1998), *Economic Geography*. Derde druk. New York: John Wiley & Sons.

Written questionnaire about strategic decision-making on firm relocations. European RSA Congress. Groningen: Rijksuniversiteit Groningen.

Yin, R. K., (1994), *Case Study Research. Design and Methods*. Second edition. Thousand Oaks: Sage. (Summary: <https://fba.aiub.edu/Files/Uploads/OPM110045.pdf>).

Bijlage 1 – Interviewvragen bedrijven

Vragenlijst interview

Geïnterviewde:

Functie:

Organisatie:

Adres:

Tel:

E-mail:

Interviewer:

Datum:

Plaats: Van: _____ uur tot _____ uur

Uitleg vooraf

- Doel van het interview en onderzoek.
- Relevantie.
- Opbouw van het interview en onderwerpen die behandeld worden.
- Aangeven van de duur van het interview.
- Afspraken over vertrouwelijk verwerken en opnemen van het interview.
- Eventuele vragen van geïnterviewde?
- Het bedrijf krijgt na het onderzoek inzage in de onderzoeksresultaten.

Vragenlijst

Wat is de corebusiness van het bedrijf?

.....

.....

Hoelang is het bedrijf gevestigd op deze locatie? En was er hiervoor een andere locatie?

.....

.....

Wat zijn de vijf grootste concurrenten van het bedrijf?

.....

.....

Onderscheidt het bedrijf zich ook van deze bedrijven?

Zo ja, hoe?

.....

.....

Hoeveel medewerkers zijn er wereldwijd werkzaam voor het bedrijf?

.....

.....

Hoeveel medewerkers zijn hiervan werkzaam in Nederland? (wanneer u begon en op dit moment)

.....

.....

Hoe heeft het bedrijf zich de afgelopen 5 (of 10) jaar ontwikkeld?

Sterke groei

Lichte groei

Stabiel

Lichte krimp

Sterke krimp

Vestigingsvragen

- Wat is de reden dat u opzoek bent gegaan naar een bedrijfspand?
- Had u meerdere locaties op het oog?
- Wat waren de eisen die u stelde aan uw bedrijfspand/locatie?
- Heeft de snelweg invloed gehad op uw locatiekeuze?

Uw locatie

- In hoeverre komen de eisen die u had over uw bedrijfspand/locatie overeen met deze locatie?
- Wat zijn de positieve aspecten aan uw huidige locatie?
- Welke negatieve aspecten ervaart u aan uw huidige locatie?
- Hoe zit dit in relatie tot de snelweg?
- Op welke wijze hebben de ontwikkelingen in de omgeving een rol gespeeld in de tevredenheid van uw locatie op dit moment?
- Zijn uw eisen omtrent locatievoorkeuren veranderd in loop van tijd?

Toekomst

- Wat zijn de verwachtingen voor de komende 5 jaar?
 - O Sterke groei
 - O Lichte groei
 - O Stabiel
 - O Lichte krimp
 - O Sterke krimp
- Heeft u verhuismotieven?
Zo ja, waar zijn deze op gebaseerd?
- Wat zou volgens u kunnen bijdragen aan een betere bedrijfslocatie?
- Welke locatievoorkeuren zullen een rol spelen in de toekomst?
- Denkende aan de toekomstige ontwikkelingen in de omgeving (ligt er aan welke locatie het is en wat er veranderd wordt), ervaart u dit als positief of negatief?
- Zal een snelweglocatie een voorkeur zijn voor u in de toekomst?
- Waar zal volgens u aan gedacht moeten worden bij het ontwikkelen van bedrijfslocaties?

Bijlage 2 – Belangrijkste aspecten bij de interviews van bedrijven

Respondent	Soort bedrijf	Voorkeuren/eisen	Positief	Negatief	Snelweg	Toekomst, nieuwe bedrijfslocaties
1	Reparaties van oldtimers (automotive)	Had een oud huur pand. Koop. Wilde betere uitstraling, nieuw, geïsoleerd, ecologisch	Goed bereikbaar, mooie uitstraling van bedrijfslocatie	In de spits naar huis, sta je vast. De ontsluiting is niet goed	Geen invloed gehad, maar is wel een positieve toevoeging van deze locatie	Goede bereikbaarheid, mooie uitstraling, genoeg ruimte voor parkeren en groenvoorzieningen
2	Projecten en advies met relatie tot onderwijs en techniek	Bepaalde hoeveelheid oppervlakte, wilde perse kopen. En moest dicht in de buurt zijn	Bereikbaarheid, hij heeft wel voldoende parkeergelegenheid, maar andere niet	Niet zo veel	Nee, heeft geen invloed gehad, hij komt zelf met de fiets (1km van zijn huis). Maar heeft wel positief invloed op bereikbaarheid	Voldoende parkeergelegenheid. OV zal ook van groot belang zijn (hij heeft al een paar keer mensen moeten ophalen van het station). Ontsluiting
3	Distributeur die de sales, marketing en distributie verzorgt van huishoudelijke reinigingsproducten en producten voor de persoonlijke verzorging.	Wilde kopen, en dit project was praktisch klaar. Als er iets anders dan waren we daar heen gegaan. Hiervoor zaten we al in Amersfoort dus dit is prima, bekende buurt	Makkelijk bereikbaar	Zijn er al bijna uitgegroeid	Geen enkele rol gespeeld	Bereikbaarheid, netjes (fatsoenlijk bedrijventerrein), omgeving er verzorgd uitzien.
4	Bemiddelen in drukwerk (design)	2 bedrijven dicht bij elkaar. Wilde een hoeveelheid m2. In de regio blijven. Wilde huren	Uitstraling, bereikbaarheid, parkeergelegenheid en ruimte	Sociale controle (al 2 keer ingebroken). Uitstraling zou ook een nadeel kunnen zijn voorheen een stadvilla	Geen rol gespeeld	Parkeerplaatsen, goede ontsluiting (afslag vanaf A1 is er nu niet, voorheen wel)

5	HRM advies en een Cloud (advies, registratie, verzuim en begeleiding)	Kopen, kleine units, centraal gelegen (heeft veel zzp-ers overal)	Ligging, nieuwbouw, (eigen wensen in vervullen),	Parkeervoorziening en ov voorziening "absoluut niet perfect"	Niet bepalend maar wel fijn	Campus idee, kleinschaligheid (mis je nu een beetje), dus dat het er gezelliger eruit ziet. Parkeer en bereikbaarheid door ov.
6		Koop, vorige was te klein. Zelf gebouwd en ontworpen.	Rustig gelegen. Bereikbaarheid vanaf snelweg is goed	Beetje achteraf gelegen waardoor soms moeilijk te vinden voor leveranciers	Nee, maar is wel een geschikte locatie wat bereikbaarheid vanaf de snelweg betreft.	Goede bereikbaarheid via snelweg is belangrijk.
7	Kraanverhuur, hijskranen	Plek, grootte had een aantal m2 nodig voor opslag van alle kranen en het parkeren	Strategische plek, mooi verzorgt industrieterrein. Binnen uur bij je klant	Niks alles is goed	Ja, het gaat om zwaar materiaal, elk op onthoud kost geld. Dus wil absoluut niet ergens afgelegen zijn of niet goed bereikbaar is.	Ontsluiting, brede wegen voor betere veiligheid.
8	Verhuur horeca servies en party verhuur	Wilde het zelf inrichten, waarbij de laad en los aan dezelfde kant is van de spoelkeuken zodat dit meteen afgehandeld kan worden. Wilde in dezelfde regio blijven waar voorheen ook zaten (vorige was te	Ligging en indeling binnen het bedrijf zelf hoe zij het hebben ingedeeld	Wegennet hierom heen veranderd	Ja, de ligging was hierdoor beter. Maar was niet perse het belangrijkste de vorige locatie was misschien een paar minuten verder. Dat maakt voor hun business niet veel uit	Uitstraling en parkeergelegenheid.

	klein)					
9	Pakketten depot (verzameling en verspreiding)	Logistiek was belangrijk, goede ontsluiting, dichtbij klant (transport kosten laag houden)	Ontsluiting, indeling binnenkant (alle fabrieken zijn identiek het zelfde)	Nee	JA, goed bereikbaar.	Bereikbaarheid, toegankelijkheid, parkeervoorziening, goede infrastructuur.
10	Indoor skibaan, voor lessen	Genoeg parkeerplaats en moet goed bereikbaar zijn	Ligging, kleinschalig en goed bereikbaar	Nee, was helemaal tevreden	Ja, snelweg was positief voor de bereikbaarheid.	Goede ontsluiting en parkeermogelijkheden voor klanten.
11	Watersportbedrijf	100m2 en wilde kopen (voorheen in huis maar werd te klein)	Nieuw industrieterrein, levendig en netjes	Ja, zijn gelegen op een gebied waar alleen maar kleine units waren, nu kopen ze alles op. Alles wordt iets grootschaliger.	Nee, heeft geen invloed gehad op locatiekeuze	Restaurantje/snackbar (horeca) zou best wel mogen. Denk dat vele mensen wel tussen de middag een rondje lopen(viskraam). Ontsluiting. Stukje handhaving op parkeergelegenheid
12	Transport opslag en truck wasstraat	Bereikbaarheid moest goed zijn	Ruimte eromheen en de bereikbaarheid	Te weinig parkeerplekken	Ja, zaten voorheen een paar honderd meter verderop. Maar was daar te weinig plek	Goede parkeerplekken, dicht bij snelwegen, ontsluitingen
13	Bouw	Ruimte & bereikbaarheid	Locatie/ruimte		Gemak, maar speelt geen rol	Ruimte en bereikbaarheid

Bijlage 3 – Interviewvragen gemeente Amersfoort

Vragenlijst

Uitleg vooraf

- Het doel van mijn onderzoek is inzicht te verwerven in factoren die belangrijk zijn in de locatievoorkeuren van verschillende bedrijven en welke aspecten de locatietevredenheid van bedrijven in positieve en negatieve zin beïnvloeden.
- Hoeveel tijd heeft u ingepland voor dit gesprek, hier kan ik rekening mee houden bij het stellen en doorvragen van bepaalde vragen.
- Heeft u bezwaar als ik het interview opneem, zodat ik dit interview altijd weer opnieuw kan beluisteren
- Na afronding van mijn scriptie zult u deze digitaal ontvangen.
- Eventuele vragen van geïnterviewde?

Gemeente Amersfoort

Geïnterviewde:

Adres: Stadhuisplein 1, 3811 LM Amersfoort

Tel:

E-mail:

Interviewer: Veena Ramlal

Datum: 31 januari 2017

Plaats: Amersfoort

Van: 15.00 uur tot

uur

-
1. Hoeveel bedrijventerreinen heeft de gemeente Amersfoort?
 2. Wat waren de eerste bedrijventerreinen in Amersfoort?
 3. Zijn alle bedrijventerreinen ontwikkeld vanuit een structuurvisie of zijn deze door de tijd ontwikkeld (vraag en aanbod)?
 4. Hoe heeft het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef zich ontwikkeld?
 - Waren er rond deze locatie al meerdere bedrijven?
 - Was deze locatie al aangewezen/gereserveerd voor bedrijvigheid (door wie)?
 - Heeft de snelweg hier en rol bij gespeeld?
 5. Hoeveel m2 is er nu voor bedrijvigheid beschikbaar en hoeveel is dit voor het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef (lege kavels)?
 6. Is het terrein Wieken Vinkenhoef in trek en waarom wel of niet?
 7. Stelt de gemeente specifieke eisen/voorwaarden voor bedrijven die zich hier vestigen? (5 sectoren: transport, bouw, ICT, technische dienstverlening, retail)
 8. Wordt vestiging op het bedrijventerrein door de gemeente op bepaalde manier gestimuleerd en waarom wel/niet?

9. Hoe wordt getracht het bedrijventerrein zo aantrekkelijk mogelijk te houden voor bedrijven? (Parkmanagement/ontsluiting/ negatieve effecten snelweg/leefbaarheid)
10. Hoe denkt de gemeente over de toekomst van bedrijven in Amersfoort (prognose voor de toekomst)?
11. Zijn er uitbreidingsmogelijkheden voor het bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef, of ergens anders?
 - Zal de snelweg hierbij een rol spelen (om weer dicht bij een ontsluiting te ontwikkelen)
12. Entree gebied (rotonde) van bedrijventerrein Wieken Vinkenhoef is vorig jaar aangepast. Hoe hebben deze ontwikkelingen plaats gevonden. Bijvoorbeeld uit initiatief van bedrijven?
 - Op welke wijze wordt er nu gecommuniceerd met bedrijven (Initiatieven van ondernemers)?
 - Er is een vereniging, heeft dit een positieve werking op de communicatie tussen de bedrijven en de gemeente? Hebben andere bedrijventerreinen ook een vereniging en zal hoe kijkt de gemeente tegen soort gelijke verenigingen aan?
13. Wat zullen de effecten zijn van de plannen rondom knooppunt Hoevelaken? Is hier rekening mee gehouden met bedrijventerreinen daar omheen?
14. Hoe worden bedrijven betrokken bij deze ontwikkelingen? Is er volgens u interesse vanuit bedrijven voor betrokkenheid hierbij?
15. Uit mijn onderzoeksresultaten heb ik de volgende voorkeuren naar voren gekregen en dit zijn de tevredenheidsaspecten. Op welke wijze denkt u dat een gemeente in kan spelen op deze factoren?