

Het aantrekken van foreign direct investment door de overheid: Noord-Nederland



Jacob Heuker
November 2010

Foreign direct investment aantrekken door de overheid: Noord-Nederland

Colofoon

Masterthesis Economische Geografie
Rijksuniversiteit Groningen
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen
Postbus 800
9700 AV Groningen
Begeleider: drs. P.J.M. van Steen
Jacob Heuker - 1479741
Fivelstraat 9a
9715 BD Groningen
November 2010



Bron afbeelding titelpagina: <http://www.thehindubusinessline.com>

Samenvatting

Deze scriptie behandelt wat overheden doen om foreign direct investment (FDI) aan te trekken en hoe effectief dit beleid is. Dit onderzoek richt zich hierbij op Noord-Nederland. Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van wetenschappelijke literatuur en interviews met bedrijven en overheden. FDI of buitenlandse investeringen zijn nieuwe vestigingen, joint ventures of deelnemingen van tien procent of meer in het buitenland door multinationale ondernemingen. Buitenlandse activiteiten van multinationale ondernemingen (MNO's) ontstaan omdat verschillen op allerlei niveaus kansen met zich mee brengen waaraan MNO's geld kunnen en willen verdienen. Het is aantrekkelijk voor overheden om FDI aan te trekken omdat het diverse effecten met zich mee brengt die een positieve invloed op de economie kunnen hebben. FDI kan ook negatieve effecten hebben. In de hele wereld houden overheden zich bezig met FDI. Dit doen ze door voorwaarden en eisen te stellen aan bedrijven of investeringen die het land binnen komen om op deze manier ongewenste investeringen buiten te houden. Daarnaast proberen de overheden door prikkels buitenlandse bedrijven aan te trekken. Ook zijn overheden actief in accountmanagement, dit helpt om reeds gevestigde bedrijven te behouden. In Nederland is het Ministerie van Economische Zaken verantwoordelijk voor buitenlandse bedrijven. Hiervoor hebben ze een Investment Promotion Agency (IPA) de Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) opgericht. Deze houdt zich bezig met het aantrekken van nieuwe bedrijven en het onderhouden van contacten met de bestaande bedrijvigheid. In het Noorden van Nederland is het de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM) die dit doet. De NOM wordt hierbij ondersteund door gemeenten en provincies. In buitenlandse bedrijven zoekt de NOM bedrijven die passen bij het Noorden. De buitenlandse bedrijven in het Noorden zien de lage kosten als een sterk punt. Daarnaast zijn ze hier vaak terecht gekomen omdat ze hier onder andere subsidie voor kregen. De meeste bedrijven onderhouden ook contact met de NOM, ook houden ze contact met de gemeente en provincie voor vergunningen en voor andere zaken. Het effect dat het beleid heeft is niet makkelijk waar te nemen. Het is vaak de vraag hoe groot de rol van de overheid was bij het vestigen, uitbreiden of blijven van een buitenlands bedrijf. Het is wel zo dat veel bedrijven onder andere naar het Noorden zijn gekomen vanwege subsidies. Het onderhouden van contacten met bedrijven door de overheden kan ervoor zorgen dat de bedrijven beter verankerd raken en langer blijven.

Voorwoord

Deze scriptie over *Foreign direct investment aantrekken door de overheid*, is het laatste loodje van mijn studiejaren. Mijn studie begon in 2004 nadat ik het VWO had afgerond aan het Stellingwerf College te Oosterwolde. Ik begon aan de Rijksuniversiteit Groningen aan de bachelor Sociale Geografie & Planologie. De keuze viel op deze studie omdat ik altijd al een fascinatie voor kaarten en atlassen heb gehad en daarnaast volgde ik met grote interesse het vak Aardrijkskunde. Na het afronden van de bachelor moest een keuze worden gemaakt voor de master. Dit werd Economische Geografie en ook deze keuze was redelijk gemakkelijk omdat ik dit vanaf het begin van de studie de meest interessante richting vond.

Tijdens de master moest er een onderwerp voor een afstudeerscriptie worden gekozen. Deze keuze bleek lastiger. Onderwerpen met betrekking tot internationale bedrijven en locatievraagstukken spraken mij wel aan. Nadat ik eerst een andere keuze had gemaakt kwam ik vervolgens uit bij het huidige onderwerp: *Foreign direct investment aantrekken door de overheid*. Dit onderwerp sprak mij aan omdat het over internationale bedrijven ging. Maar ook omdat er rondom het onderwerp een spanningsveld hangt vanwege de belangen die de overheden hebben bij het aantrekken van FDI. Vervolgens ben ik met dit onderwerp aan de slag gegaan. Hoewel dit niet altijd even gemakkelijk ging hoop ik toch dat deze scriptie de lezer zal boeien.

Tot slot wil ik graag alle mensen die me hebben gesteund tijdens mijn studietijd, bedanken. Hierbij horen de mensen die mij hebben geholpen met het schrijven van deze scriptie, maar ook de mensen die mij de nodige en onnodige afleiding hebben bezorgd tijdens mijn studie.

Groningen, 3 november 2010

Inhoudopgave

Colofoon	1
Samenvatting	2
Voorwoord	3
Inhoudopgave	4
1. Inleiding	6
1.1 Aanleiding voor het onderzoek	6
1.2 Doel- en vraagstelling	7
1.3 Verloop van het onderzoek	8
1.4 Leeswijzer	8
2. Foreign direct investment	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Foreign direct investment in de theorie	10
2.2.1 Inleiding	10
2.2.2 Theorie uit de jaren '60 en '70.....	11
2.2.3 Theorie van na de jaren '70	12
2.3 Multinationale onderneming	14
2.4 Motieven van Multinationale ondernemingen voor foreign direct investment.....	15
2.5 Belangrijke kenmerken van de gastregio	16
2.5.1 Inleiding	16
2.5.2 Internationale kenmerken.....	16
2.5.3 Nationale kenmerken	17
3. Effecten van foreign direct investment op de omgeving	20
3.1 Inleiding	20
3.2 Directe effecten	20
3.3 Indirecte effecten	21
3.3.1 Inleiding	21
3.3.2 Linkages	22
3.3.3 Spillovers	23
3.3.4 Agglomeratievoordelen	23
3.4 Verankering	23
3.5 Effecten verschil regio's	24
4. Beleid voor foreign direct investment	26
4.1 Inleiding	26
4.2 Overheidsmaatregelen	26
4.2.1 Inleiding	26
4.2.2 Voorwaarden en eisen voor buitenlandse investeerders	27
4.2.3 Prikkels voor buitenlandse investeerders en handelsbeleid	28
4.2.4 Nederland: Ministerie van Economische Zaken	28
4.3 Lokaal economisch beleid.....	29
4.3.1 Theorie	29
4.3.2 Provincie Groningen	30
4.3.3 Gemeente Groningen	30
4.4 Investment Promotion Agencies(IPA)	31
4.4.1 Theorie	31
4.4.2 Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA)	32
4.4.3 Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM)j.....	33
5. Methodologie interviews	35
5.1 Inleiding	35
5.2 Doelgroepen	35
5.3 Vragenlijsten.....	36
5.4 Thema's: Overheid	36

5.4.1 Spanningsveld tussen nieuwe investeringen of herinvesteringen.....	36
5.4.2 Kwalitatieve of kwantitatieve investeringen?	37
5.4.3 Regio van belang voor het bedrijf.....	38
5.4.4 Rol van de overheid of een IPA voor de investering?.....	38
5.4.5 Rol van de overheid of een IPA na de investering.....	39
5.5 Thema's: Bedrijven.....	40
5.5.1 Keuze land van investeren.....	40
5.5.2 Keuze regio van investeren.....	41
5.5.3 Regio van belang voor het bedrijf.....	41
5.5.4 Rol van de overheid of een IPA voor de investering.....	42
5.5.5 Rol van de overheid of een IPA na de investering.....	43
6. Resultaten interviews.....	44
6.1 Inleiding.....	44
6.2 Overheid.....	44
6.2.1 Gemeente Groningen	44
6.2.2 Provincie Groningen	46
6.2.3 Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij(NOM).....	47
6.3 Bedrijven	49
6.3.1 SCA Hygiene Products te Hoogezand	49
6.3.2 Transcom te Groningen	50
6.3.3 Honeywell te Emmen.....	52
6.3.4 Neopost Technologies te Drachten.....	53
7. Conclusie.....	55
7.1 Inleiding.....	55
7.2 Het aantrekken van FDI door de overheid	55
7.2.1 Nationale overheid.....	55
7.2.2 Regionale overheden.....	56
7.2.3 Investment Promotion Agencies(IPA's).....	57
7.3 Het effect van het aantrekken van FDI.....	58
7.3.1 Nationale overheid.....	58
7.3.2 Regionale overheden.....	59
7.3.3 Investment Promotion Agencies(IPA's).....	60
7.4 Conclusie.....	60
7.5 Aanbevelingen.....	61
8. Bronnenlijst	62
8.1 Literatuur	62
8.2 Websites.....	64
8.3 Interviews	65
Bijlage A.....	66
Bijlage B.....	67

1. Inleiding

1.1 Aanleiding voor het onderzoek

In de wereld waarin wij leven, is op elke hoek van de straat een fastfoodrestaurant uit de Verenigde Staten, zit iedereen op meubels uit Zweden en worden overal computerspellen gespeeld uit Japan. Kortom veel elementen uit onze directe omgeving zijn afkomstig uit andere landen. Landen, organisaties en vooral bedrijven hebben hun focus meer op een wereldwijde schaal. Dit doet zich vooral gelden op economisch gebied. Bedrijven hebben meer verschillende activiteiten verspreid over verschillende landen. Er vindt een steeds verdergaande globalisatie plaats, waarbij producten en diensten die worden aangeboden, wereldwijd steeds meer gelijkenissen gaan vertonen.

Deze verspreiding over de wereld van verschillende economische activiteiten kan door handel tussen verschillende landen maar ook door investeringen in het buitenland plaatsvinden. De buitenlandse investeringen zijn er in twee vormen namelijk portfolio investeringen en foreign direct investment (FDI). Bij portfolio investeringen is het behalen van rendement het meest belangrijk en wordt geen verdere waarde gehecht aan controle over hetgeen waarin geïnvesteerd wordt. Bij FDI wordt de investering in het buitenland gepleegd om direct invloed te kunnen uitoefenen op het buitenlandse bedrijf of vestiging. Een bedrijf dat FDI pleegt heeft met een buitenlandse investering naast het behalen van winst vaak een bepaald doel voor ogen, bijvoorbeeld toegang verkrijgen tot nieuwe grondstoffen of markten (OECD, 2008).

Naast de gevolgen die FDI heeft voor het bedrijf zelf, heeft het in de meeste gevallen ook gevolgen voor de regio die de FDI ontvangt. De gevolgen voor de ontvangende regio kunnen zowel positief als negatief zijn. Maar de effecten van FDI worden vaak vooral als positief gezien omdat het meestal direct meer werkgelegenheid op levert en het kapitaal in de regio doet toenemen. Daarnaast kunnen investeringen indirect werkgelegenheid en ook de innovatie doen toenemen. Negatieve gevolgen van FDI kunnen er zijn voor het milieu, ook kan de concurrentie voor binnenlandse bedrijven toenemen. Maar FDI en de effecten ervan worden overwegend geassocieerd met economische ontwikkeling van de ontvangende regio (Dunning & Lundan, 2008).

Overheden zijn constant bezig om in hun land of regio economische ontwikkeling te bewerkstelligen. Dit maakt het interessant voor verschillende overheden om FDI aan te trekken in de hoop dat dit de nationale of regionale economie zal stimuleren. Bepaalde maatregelen van overheden kunnen leiden tot FDI. Een sterke en stabiele economie maakt een land aantrekkelijker voor buitenlandse investeringen. Door te zorgen voor uiteenlopend beleid zoals eigendomsrecht, onderwijs en infrastructuur kan een overheid een bijdrage

leveren aan deze sterke en stabiele economie. Wat een land extra interessant kan maken ten opzichte van andere landen is een gunstiger belastingklimaat, dit middel wordt veelal ingezet om investeringen aan te trekken. Ook kan een overheid haar land of een regio onder de aandacht van bedrijven en andere instellingen proberen te brengen door middel van een investment promotion agency (IPA) (UNCTAD, 2006).

Nederland heeft een economie die op vele manieren verbonden is met het buitenland. Er wordt in Nederland veel geïmporteerd en geëxporteerd. Daarnaast investeert het Nederlandse bedrijfsleven in het buitenland en komen er ook investeringen uit het buitenland naar Nederland. In Nederland was in 2007 de inkomende stroom FDI 99.438 miljoen dollar en de uitgaande stroom FDI 31.162 miljoen dollar (UNCTAD, 2008). Vaak zijn de Nederlandse uitgaande FDI stromen groter dan de inkomende FDI stromen, doordat Nederland erg internationaal is georiënteerd. Een verklaring voor het hoger uitgevallen van de inkomende FDI stromen in 2007 zouden de overnames van Corus en voornamelijk ABN-AMRO kunnen zijn.

In Nederland is vanuit de nationale overheid het ministerie van Economische Zaken actief om buitenlandse investeringen aan te trekken. Veelal maakt Economische Zaken hierbij gebruik van het Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA), een IPA met vele vestingen over de wereld. Belangrijke kenmerken die Nederland heeft die het voor buitenlandse investeerders aantrekkelijk maakt zich hier te vestigen zijn onder andere goede infrastructuur, hoogopgeleide bevolking en gunstig belastingklimaat.

In de drie noordelijke provincies (Groningen, Drenthe en Friesland) heeft de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM) een belangrijke rol in het aantrekken van bedrijven. Van deze organisatie zijn de provincies Groningen, Drenthe en Friesland en het ministerie van Economische Zaken medeaandeelhouders. Doel van deze organisatie is het stimuleren van de economie in het noorden.

Binnen de drie noordelijke provincies is de gemeente Groningen de grootste. Naar binnenlandse of buitenlandse bedrijven toe wil de gemeente zich presenteren als gemeente met veel kennis, lage kosten en voldoende bedrijfsruimte.

1.2 Doel- en vraagstelling

Doel van dit onderzoek is om er achter te komen wat overheden doen om FDI naar Noord-Nederland te halen en of hetgeen de overheid doet effect heeft. Met overheden wordt bedoeld: de nationale overheid waarbij vooral Ministerie van Economische Zaken en Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) belangrijk zijn, op regionaal niveau zijn er de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM), de gemeenten en provincies. Het beleid van de overheid heeft effect als er meer hoogwaardigere FDI komt welke meer positieve effecten oplevert voor de omgeving komt dan zonder de bemoeienis van de verschillende overheden.

In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van de volgende deelvragen.

- 1. Wat is FDI en het economische belang van inkomende FDI stromen?*
- 2. Wat is in de literatuur bekend over het lokale/regionale belang van het aantrekken van FDI?*
- 3. Op welke manieren proberen overheden buitenlandse bedrijven over te halen om zich te vestigen in hun land? Overheden het algemeen en Nederlandse overheden in het bijzonder.*
- 4. Welke buitenlandse investeerders zijn recentelijk in Noord-Nederland terecht gekomen? En op wat voor manier?*

1.3 Verloop van het onderzoek

De bovenstaande vragen zullen worden beantwoord met behulp van verschillende data. Allereerst literatuuronderzoek; er is in de internationale wetenschappelijke literatuur veel te vinden over FDI. Met de literatuur zullen de eerste drie deelvragen grotendeels kunnen worden beantwoord. Verder worden er bij twee verschillende groepen interviews afgenomen. De eerste groep zijn de verschillende regionale overheden. Dit zijn: de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij, de gemeente Groningen en de provincie Groningen. In de interviews wordt ingegaan op de wijze waarop deze overheden buitenlandse bedrijven aantrekken. Ook is er de vraag of er voor lokale overheden verschillen zijn in de aanpak van het aantrekken van een buitenlands bedrijf en op wat voor manier de verschillende overheden zich ten opzichte elkaar gedragen. De tweede groep die zal worden geïnterviewd, zijn buitenlandse bedrijven in de gemeente Groningen en de rest van Noord-Nederland. Wat voor rol heeft de overheid gespeeld in de vestiging in het Noorden? Welke overheden waren dat en wat was de rol van de overheden, ondersteunend of misschien doorslaggevend? Met behulp van de interviews zal worden geprobeerd de laatste twee deelvragen te beantwoorden om vervolgens een conclusie te kunnen trekken uit het geheel. In deze conclusie zal in worden gegaan op het doel van het onderzoek zoals deze in de vorige alinea is beschreven.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 komen verschillende theorieën uit de wetenschappelijke literatuur met betrekking tot FDI onder de aandacht. Hoofdstuk 3 behandelt de effecten die FDI met zich mee brengt. De theorie over de overheden en de verschillende beleidstukken van de diverse overheden komen aan het licht in hoofdstuk 4. De methodologie van de interviews wordt behandeld in hoofdstuk 5, deze zal worden toegelicht aan de hand van thema's. In hoofdstuk 6 worden de resultaten van de interviews behandeld om tot een conclusie te komen in hoofdstuk 7.

2. Foreign direct investment

2.1 Inleiding

Bedrijven ondernemen steeds meer activiteiten over de landsgrenzen. Vanwege uiteenlopende redenen verspreiden ze zich steeds verder over de wereld. Een bedrijf kan activiteiten in het buitenland ontplooiën, door er een nieuwe vestiging te openen, een joint venture aan te gaan, een bedrijf over te nemen of door een substantiële hoeveelheid aandelen te kopen in een lokaal bedrijf. Doel hiervan moet wel zijn om op lange termijn invloed uit te willen oefenen op het desbetreffende bedrijf. Deze vormen van investeren in het buitenland wordt Foreign Direct Investment (FDI) genoemd (Dunning & Lundan, 2008).

De definitie van FDI van de Organization of Economic Cooperation and Development (OECD):

'Foreign direct investment (FDI) is a category of investment that reflects the objective of establishing a lasting interest by a resident enterprise in one economy (direct investor) in an enterprise (direct investment enterprise) that is resident in an economy other than that of the direct investor. The lasting interest implies the existence of a long-term relationship between the direct investor and the direct investment enterprise and a significant degree of influence on the management of the enterprise. The direct or indirect ownership of 10% or more of the voting power of an enterprise resident in one economy by an investor resident in another economy is evidence of such a relationship. Some compilers may argue that in some cases an ownership of as little as 10% of the voting power may not lead to the exercise of any significant influence while on the other hand, an investor may own less than 10% but have an effective voice in the management. Nevertheless, the recommended methodology does not allow any qualification of the 10% threshold and recommends its strict application to ensure statistical consistency across countries(OECD, 2008).'

De definitie van FDI van de OECD die hierboven wordt geciteerd zal worden gehanteerd in dit onderzoek.

Buitenlandse investeringen kunnen worden opgedeeld in stromen en voorraden; daarnaast kan er ook onderscheid worden gemaakt tussen ingaande en uitgaande FDI. Een uitwerking van deze vormen is te zien in Figuur 2.1 hieronder. In dit onderzoek wordt er vooral gekeken naar de ontvanger en daarom zijn vooral ingaande buitenlandse investeringen, zowel stromen als voorraden, van belang.

In het vervolg van dit hoofdstuk wordt er in paragraaf 2.2 een overzicht gegeven van literatuur die beschikbaar is over FDI. De theorieën zorgen voor een beter begrip van FDI en aangrenzende gebieden. Paragraaf 2.3 geeft een definitie en verdere uitleg van het begrip multinationale onderneming (MNO), dit is van belang omdat het deze ondernemingen zijn die

Figuur 2.1 Vormen van FDI

<i>FDI</i>	<i>Stromen</i>	<i>Vorraden</i>
<i>Ingaande</i>	Het verstrekken van leningen, aankopen van aandelen of investeringen door het moederbedrijf in een buitenlands dochterbedrijf welke vanuit het buitenland in het desbetreffende land worden gedaan.	Waarde van het aandeel in kapitaal en reserves van het moederbedrijf met daarbij de schulden van de dochterbedrijf bij het moederbedrijf in het thuisland afkomstig uit het buitenland.
<i>Uitgaande</i>	Het verstrekken van leningen, aankopen van aandelen of investeringen door het moederbedrijf in een buitenlands dochterbedrijf welke vanuit het thuisland in het buitenland gedaan.	Waarde van het aandeel in kapitaal en reserves van het moederbedrijf met daarbij de schulden van de dochterbedrijf bij het moederbedrijf in het buitenland afkomstig uit het thuisland.

Bron: OECD 2009 (eigen bewerking)

buitenlandse investeringen doen. Vervolgens behandelt paragraaf 2.4 de verschillende motieven die bedrijven hebben om over te gaan tot een investering in het buitenland. In paragraaf 2.5 worden kenmerken beschreven die de regio aantrekkelijk maken voor een buitenlandse investeerder.

2.2 Foreign direct investment in de theorie

2.2.1 Inleiding

De literatuur die het begrip FDI beschrijft komt uit allerlei verschillende wetenschappelijke disciplines. Veel van de literatuur die zich bezig houdt met multinationale ondernemingen (MNO) komt voort uit International Business (IB). MNO's staan dan ook centraal in de IB. In IB komen verschillende disciplines aan de orde, dit zijn onder ander economie, bedrijfskunde, sociologie, politieke wetenschappen en economische geografie. Doordat er in de IB vanuit zoveel disciplines wordt gewerkt zijn er ook verschillende uitgangspunten, die elk op hun eigen manier tegen verschijnselen in de globale economie aankijken. IB is opgekomen vanaf de jaren '60, maar sinds de jaren dat het bestaat is er al veel veranderd. Dit omdat de wereld waarin IB zich afspeelt verandert. De eerste belangrijke bijdragen in de IB komen van onder andere Vernon uit 1966, Hymer uit 1960 en Dunning uit de jaren '80; deze zullen in de rest van de paragraaf worden toegelicht. Vervolgens zal ook Porter(1990) aan bod komen over concurrentiepositie.

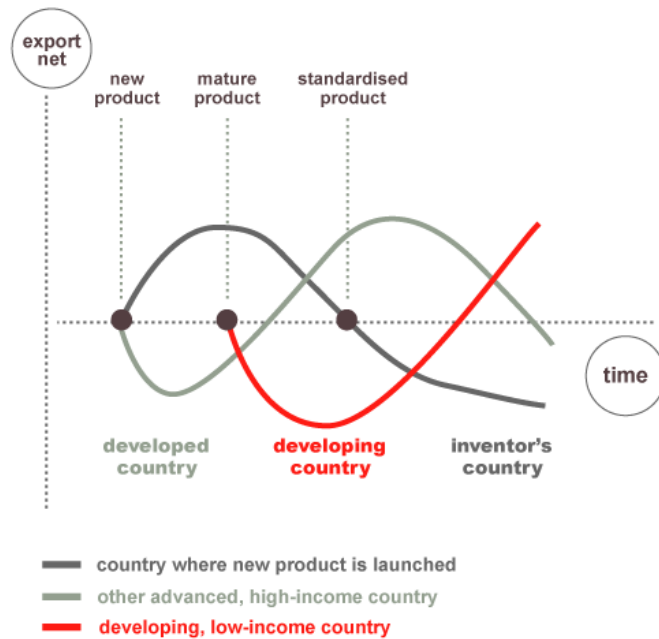
2.2.2 Theorie uit de jaren '60 en '70

Voor de jaren '60 werden er verschillende onderzoeken gedaan naar MNO's waarbij gebruik werd gemaakt van klassieke economische theorie. In deze theorieën staan vraag en aanbod centraal en die bepalen de verdeling van productie en inkomen. Deze klassieke theorieën zijn nu minder relevant. Verandering in de jaren '60 kwam onder andere tot stand door een bijdrage van Stephen Hymer die MNO's behandelde. Deze bijdrage werd geschreven in 1960 en verscheen in 1976. Het eerste probleem dat Hymer had met de toenmalige theorieën was dat de klassieke theorieën er vanuit gingen dat er verklaringen werden gezocht aan de hand van berekeningen met wisselkoersen, rentes en risico's. Dit was volgens Hymer omdat er geen rekening werd gehouden met marktimperfecties en het feit dat niet alles ging volgens rationele beredenering. Het tweede probleem was dat er bij vestiging van bedrijven in een ander land niet alleen kapitaal werd verplaatst, maar ook andere zaken. Bedrijven namen naast het kapitaal ook technologie, ondernemerschap etc., mee naar het buitenland. Het derde probleem met de toenmalige theorieën dat Hymer had, was dat deze niet spraken over een verandering van eigendom van zaken zoals hierboven genoemd. Hymer stelde dat de internationale uitbreiding zich voor zou doen onder drie omstandigheden: Ten eerste wil een bedrijf de controle over een buitenlandse vestiging. Ten tweede heeft een bedrijf voordelen in het bedrijf ten opzichte van de andere bedrijven in het buitenland welke het uitbuiten wil (Dunning & Lundan, 2008). Ten derde zullen MNO's over gaan tot buitenlandse investeringen om de risico's te spreiden. Er zullen volgens Hymer geen buitenlandse investeringen worden gedaan wanneer deze drie voorwaarden zich niet voordoen (Matthyssens & Pauwels, 1998).

Een andere belangrijke bijdrage werd in 1966 geleverd door Raymond Vernon in een artikel waarin hij de buitenlandse activiteiten van Amerikaanse MNO's verklaart door middel van de product cyclus (zie figuur 2.2). De theorie gaat als het volgt: in eerste instantie wordt een nieuw product in het thuisland geconsumeerd en ook geproduceerd. In de volgende stap wordt het door de voordelen die het thuisland heeft interessant om het product te gaan exporteren naar andere landen. Als de groei van de verkoop vervolgens afneemt komen er concurrenten die hetzelfde type product kunnen maken. Het productieproces is inmiddels verder gestandaardiseerd en arbeidskosten maken een groot deel uit van de productiekosten. Buitenlandse markten beginnen een interessante kans te vormen voor het product. Als gevolg hiervan verhuist de productie van het product naar een land waar nieuwe kansen liggen en de lonen lager zijn. Uiteindelijk kan het zo zijn dat de productie van het product volledig wordt overgenomen door het land met de lagere lonen (Vernon, 1966). Voordelen die de landen in deze theorie bieden zijn specifiek voor deze landen. Van belang in deze theorie zijn de motieven voor het doen van buitenlandse investeringen onder deze specifieke omstandigheden (Dunning & Lundan, 2008). Naast voordelen worden er door

auteurs ook nadelen genoemd, zo is de theorie volgens Melin (1992) en Vernon (1979) zelf maar beperkt toe te passen. Dit onder andere omdat het niet specifiek genoeg is maar algemeenheden beschrijft. Daarnaast is door de toename en groei van MNO's en verandering van de strategieën ervan in de praktijk de manier van verspreiding van MNO's over de wereld anders dan in de theorie.

Figuur 2.2 Internationale product life cycle



Bron: www.provenmodels.com

De internalisatietheorie is onafhankelijk van elkaar ontwikkeld door Zweedse, Canadese, Britse en Amerikaanse wetenschappers. Buckley en Casson hebben de internalisatietheorie in 1976 beschreven. Deze houdt in dat MNO's ontstaan omdat de markt niet altijd optimaal werkt vanwege hoge transactiekosten, waardoor toegevoegde waarde activiteiten anders zullen worden verdeeld. Bedrijven gaan activiteiten internaliseren wanneer dit ondanks de kosten een nettovoordeel oplevert ten opzichte van externe oplossingen (markt). Dit kan zijn in de vorm van FDI. Beperking van deze theorie is dat het niet naar de organisatie en locatie voordelen kijkt (Dunning & Lundan, 2008). Kritiek op deze theorie komt onder andere van Buckley (1988) zelf, die stelt dat de theorie moeilijk toetsbaar is, onder andere omdat transactiekosten heel erg lastig te berekenen zijn. Verder wordt in de internalisatietheorie niet naar de interne transactiekosten van een bedrijf gekeken terwijl deze in grote bedrijven met een bepaalde hiërarchie een belangrijke rol kunnen gaan spelen (Matthyssens & Pauwels, 1998).

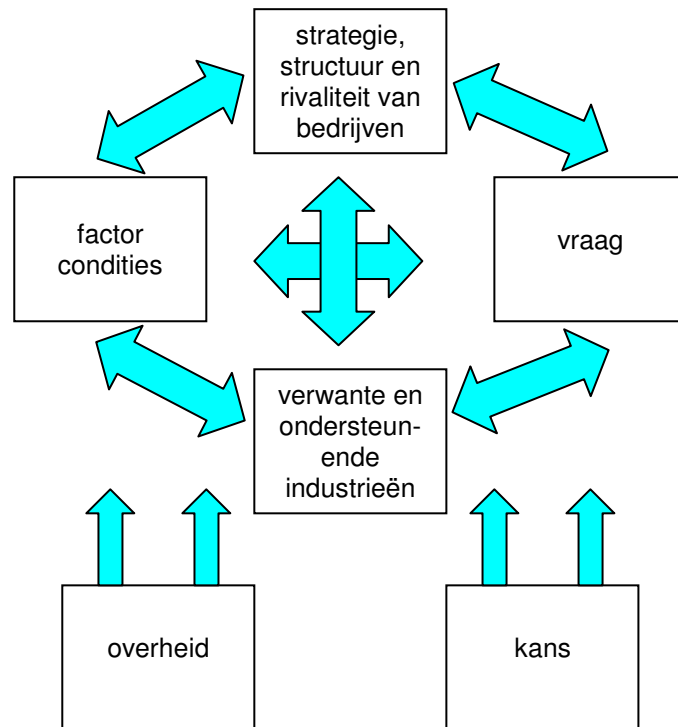
2.2.3 Theorie van na de jaren '70

De voorwaarden voor het investeren in het buitenland door een bedrijf worden in het OLI-paradigma door Dunning voor het eerst in de jaren '80 beschreven. Dit paradigma deelt

de voorwaarden op in eigendom specifieke voordelen (O), locatie specifieke voordelen (L) en internalisering specifieke voordelen (I). Eigendom specifieke voordelen zijn voordelen die bedrijven hebben ten opzichte van andere bedrijven. Enkele voorbeelden hiervan zijn productinnovaties, structuur van een bedrijf of instituties. Locatie specifieke voordelen zijn de voordelen die bepaalde landen hebben over andere landen. Hierbij kan worden gedacht aan: infrastructuur, rechtssysteem of cultuur. Internalisering specifieke voordelen zijn de manieren waarop de eigendom specifieke voordelen worden ingezet door de bedrijven, om toegevoegde waarde te creëren. Het proces van de beslissing om een investering in het buitenland te doen wordt door Dunning met behulp van het OLI-paradigma, als volgt uitgelegd. Bedrijven zullen eerst naar de mogelijkheden binnen het bedrijf kijken (O). Wanneer hier de mogelijkheden voldoende zijn, zal worden gekeken hoe de bedrijven deze in hun voordeel kunnen gebruiken (I). In het geval dat ook hier aan wordt voldaan, zal worden gekeken welke landen de specifieke voordelen (L) bezitten. Als er aan deze drie voorwaarden is voldaan en deze zijn in overeenstemming te brengen met de lange termijn doelen van het bedrijf, zal het bedrijf eventueel overgaan tot investeren (Dunning & Lundan, 2008). Net als eerder genoemd de internalisatietheorie, is ook het OLI-paradigma zeer lastig te toetsen aan de werkelijkheid (Itaki, 1991). Andere kritiek die Itaki heeft op het OLI-paradigma is dat O-voordelen overbodig zouden zijn omdat het zaken binnen het bedrijf betreft en dus zijn geïnternaliseerd en het dus een I-voordeel is. Ook zijn volgens Itaki O-voordelen niet los te zien van de locatie (L) dit omdat de locatie bepaalt wat de waarde van de O specifieke voordelen zijn.

De begrippen FDI en in het bijzonder de locatie specifieke voordelen (L) zijn nauw verbonden met het begrip concurrentiepositie. Hoe beter deze is binnen de regio, of zelfs in de wereld, hoe groter de kans is dat er stromen FDI naar het desbetreffende land zullen komen. In het diamant model van Porter (1990) is te zien dat er vier zaken een rol spelen met betrekking tot de concurrentiepositie. Namelijk de strategie, structuur en rivaliteit van bedrijven; de vraag; de verwante en ondersteunende industrieën; en de factor condities. Deze worden alle vier beïnvloed door kans en door de overheid. De overheid is volgens Porter dus niet direct van invloed, maar indirect heeft de overheid invloed op alle factoren. De overheid zal volgens Porter moeten zorgen dat bedrijven weten waar de kansen liggen en dat er genoeg concurrentie ontstaat die het economische klimaat versterkt (Porter, 1990).

Figuur 2.3 Diamant model van Porter



Bron: Porter(1990) eigen bewerking

2.3 Multinationale onderneming

De multinationale onderneming (MNO) staat centraal in dit onderzoek. Engelse termen die worden gebruikt voor multinationale onderneming (MNO) zijn onder andere: transnational cooperation (TNC) en multinational enterprise (MNE). In de verschillende literatuur wordt een MNO omschreven als een bedrijf dat in meerdere landen activiteiten die waarde toevoegen bezit of controleert. Hieronder staat de definitie voor TNC's van United Nations Conference of Trade and Development.

'Transnational corporations (TNCs) are incorporated or unincorporated enterprises comprising parent enterprises and their foreign affiliates. A parent enterprise is defined as an enterprise that controls assets of other entities in countries other than its home country, usually by owning a certain equity capital stake. An equity capital stake of 10 per cent or more of the ordinary shares or voting power for an incorporated enterprise, or its equivalent for an unincorporated enterprise, is normally considered as a threshold for the control of assets (...). A foreign affiliate is an incorporated or unincorporated enterprise in which an investor, who is resident in another economy, owns a stake that permits a lasting interest in the management of that enterprise (an equity stake of 10 per cent for an incorporated enterprise or its equivalent for an unincorporated enterprise) (UNCTAD, 2009).'

Wanneer er in het vervolg van de scriptie wordt gesproken over multinationale ondernemingen, wordt de bovenstaande definitie is wat bedoeld. De helderheid hiervan is voor het onderzoek van belang omdat de MNO's zijn verantwoordelijk zijn voor het plegen van buitenlandse investeringen of FDI.

2.4 Motieven van Multinationale ondernemingen voor foreign direct investment

Wat zijn de motieven voor een MNO om zich te vestigen buiten de landsgrenzen van het thuisland? Elk bedrijf heeft niet dezelfde motieven om over te gaan tot FDI. Bedrijven zijn op zoek naar locatie voordelen (L) in andere landen die het thuisland niet biedt. In een indeling die vaak wordt gemaakt worden vestigende bedrijven ingedeeld in: natural resource seekers, market seekers, efficiency seekers en strategic asset seekers. Deze indeling is in 1993 voor het eerst gebruikt door John H. Dunning en gebaseerd op eerder werk van Jack Behrman uit 1972.

- *Natural resource seekers*: MNO's die op zoek zijn naar grondstoffen. Deze zijn in het thuisland niet voorradig of duurder. Doel van de investering is het omlaag brengen van de kosten en zo de winst te doen stijgen. Het kan hier gaan om bedrijven die zoeken naar natuurlijke grondstoffen, ongeschoolde en/of laaggeschoolde arbeid en hoogwaardige eigenschappen zoals technologie of management, die in het eigen land niet beschikbaar zijn (Dunning & Lundan, 2008). Vaak zorgt een investering van deze aard ervoor dat de locatie voordelen in het thuisland ook toenemen omdat daar de kosten afnemen en/of de kwaliteit beter wordt (Rugman & Verbeke, 2001).

- *Market seekers*: MNO's die investeren in landen om daar de markt te bedienen. Vaak wordt er voor deze investering al geëxporteerd naar dit land, maar is het goedkoper om zich daar te vestigen. Vervolgens noemen Dunning & Lundan nog vier redenen om over te gaan tot deze vorm van FDI. De eerste is het achter klanten of leveranciers aan verhuizen om zo te kunnen blijven afnemen/leveren bij deze partij. Ten tweede kan een vestiging in de markt regionale trends in de gaten houden en de producten hierop aanpassen. Een derde reden kan zijn dat de productie en/of transactiekosten vanuit een locatie dichterbij de markt goedkoper is. Een laatste reden is dat vanwege de wereldwijde strategie een bedrijf in bepaalde markten min of meer een vestiging moet hebben (Dunning & Lundan, 2008).

- *Efficiency seekers*: MNO's die bovenstaande investeringen al hebben gedaan in het verleden. Maar door extra investeringen proberen alle buitenlandse activiteiten als geheel in het voordeel te laten werken van het bedrijf. Dit gebeurt op twee verschillende manieren, door schaalvoordelen te creëren en door risico's te diversificeren. Dit wordt wel gedaan met als oogpunt het reduceren van de kosten en het verhogen van de winst (Dunning & Lundan, 2008). Voor een verbeterde efficiëntie zijn MNO's op zoek naar plekken die locatie specifieke

voordelen (L) hebben die complementair zijn aan hun eigen eigendom specifieke voordelen (O) (Cantwell, 1995).

- *Strategic asset seekers*: MNO's die willen investeren in specifieke bedrijven, vestigingen en landen. Dit niet direct om winst te behalen, maar om de concurrentiepositie binnen de globale economie op lange of korte termijn te versterken of die van de concurrent te verzwakken. Een land kan zich in de toekomst ontwikkelen tot een belangrijke markt of een bedrijf vestigt zich in een regio die uniek is voor een bepaalde sector (Dunning & Lundan, 2008). Bedrijven vestigen zich in een regio waar veel technologische ontwikkelingen plaatsvinden in de hoop er in de vorm van spillovers of andere effecten hiervan mee te profiteren (Kogut & Chang, 1991).

2.5 Belangrijke kenmerken van de gastregio

2.5.1 Inleiding

Welke eigenschappen van een land zijn belangrijk voor een bedrijf dat zich in een ander land wil gaan vestigen? Het is voor overheden belangrijk om te weten waar MNO's naar kijken als zij een investeringsbeslissing maken. Er zijn wereldwijd vele onderzoeken geweest die uit proberen te vinden welke eigenschappen van landen er voor zorgen dat buitenlandse bedrijven zich willen vestigen in een land. Zo zijn deze eigenschappen op verschillende manieren door diverse onderzoekers ingedeeld, een aantal hiervan komt in deze paragraaf aan bod.

2.5.2 Internationale kenmerken

De UNCTAD heeft in het World Investment Report 1998 een hoofdstuk gewijd aan wat een land aantrekkelijk maakt voor MNO's om zich er te vestigen. Het rapport noemt drie groepen eigenschappen die van invloed zijn op de aantrekkingskracht van een land, te weten: beleidskader voor FDI, economische determinanten en zakelijke facilitering. Het beleidskader voor FDI wordt gezien als alles vanuit de overheid waarmee de MNO mee te maken heeft voor, tijdens en na de vestiging. Hierbij wordt genoemd dat een liberaal FDI beleid een positieve invloed kan hebben op FDI maar dat dit niet zo hoeft te zijn. Gevolg hiervan is dat veel landen een liberaler beleid voeren dat steeds meer op elkaar lijkt. Hierdoor kijken bedrijven steeds minder naar specifiek het FDI beleid maar juist ook naar ander gevoerd beleid. Het is hierbij belangrijk te weten wat de MNO's precies willen (UNCTAD, 1998).

De economische determinanten zijn volgens het UNCTAD de belangrijkste determinanten voor FDI maar deze zijn afhankelijk van motief van de MNO om over te gaan tot FDI. Zo zijn belangrijke factoren voor resource-seekers onder andere grondstoffen en arbeid. Market-seekers vinden onder andere de grootte en de groei van de markt belangrijke

determinanten. Efficiency-seekers kijken naar uiteenlopende determinanten wanneer deze zich gaan vestigen in het buitenland. En de strategic-asset-seekers kijken onder andere naar de positie die het vestigingsland in neemt op bepaalde gebieden zoals technologie. Wat in dit rapport van het UNCTAD benadrukt wordt is dat overheden een belangrijke rol kunnen spelen bij deze economische determinanten (UNCTAD, 1998).

Zakelijke facilitering bestaat uit activiteiten van de overheid voor het aantrekken van FDI. Dit onderdeel bestaat uit de promotie van het land, financiële prikkels en andere zaken waarmee MNO's mee kunnen worden aangetrokken. De zakelijke facilitering is minder belangrijk voor MNO's dan het beleidskader voor FDI en de economische determinanten maar kan in sommige gevallen toch een doorslaggevende rol spelen (UNCTAD, 1998).

Chakrabarti geeft in 2001 een overzicht van de verschillende onderzoeken naar de determinanten van FDI. De potentiële determinanten die Chakrabarti onderzoekt zijn: de grootte van de markt, arbeidskosten, handelsbarrières, de groei van de economie, openheid, belastingen, handelstekort, wisselkoersen en belastingen. Vervolgens onderzoekt hij door statistisch onderzoek of deze determinanten significant zijn. De eerste conclusie die wordt getrokken is dat de grootte van de markt een sterke positieve invloed heeft op de hoeveelheid FDI. Deze conclusie wordt ook door vele andere auteurs bevestigd (Lim, 2001; Friedman et al., 1992; Kolstad & Villanger, 2008). Een andere conclusie is dat de andere zeven determinanten erg gevoelig zijn voor veranderingen in de dataset. De laatste en erg voorzichtige conclusie is dat openheid voor handel een positief effect zou kunnen hebben op de hoeveelheid FDI (Chakrabarti, 2001).

Biswas komt in 2002 na onderzoek met andere conclusies. Vanuit theorie over de vestigingsfactoren van FDI noteert hij dat de landen met goede infrastructuur, lage lonen, lang zittend politiek regime en respect voor contracten en bezit worden gezien als belangrijke determinanten voor FDI. Deze determinanten, behalve loonkosten, worden ook bevestigd na een empirische analyse. In deze studie is aangetoond dat een stabiel politiek klimaat ook van positieve invloed is op inkomende FDI (Biswas, 2002).

2.5.3 Nationale kenmerken

Hogenbirk heeft onderzoek gedaan naar welke determinanten bepalend zijn voor de keuze van bedrijven voor Nederland. Hogenbirk heeft vanuit verschillende studies variabelen gevonden die bepalend zouden zijn voor de keuze voor een bepaald land. Deze variabelen zijn handelsrelaties, markt- en vraagvariabelen, politiek/economisch klimaat, afstand variabelen en kosten variabelen (Hogenbirk, 2002). Aan de hand van de variabelen heeft Hogenbirk hypothesen opgesteld die voor vestiging in Nederland zijn getoetst aan de hand van data. Bij de hypothese voor de handelsrelaties bleek dat de bestaande handel met het desbetreffende thuisland een positieve uitwerking heeft op FDI. Bij de markt- en

vraagvariabelen werd aangetoond dat hoe groter het BNP van het thuisland, des te groter de FDI stroom was en dat een grote populatie van het thuisland een negatieve invloed heeft op FDI stroom naar Nederland. Een positief verschil in de groei van het BNP van Nederland ten opzichte van het thuisland bleek geen significant positieve invloed te hebben. Bij de afstand variabelen blijkt dat geografische afstand geen significante relatie, maar culturele afstand wel een negatief significante relatie heeft met de binnenkomende stroom FDI. Voor de kosten variabelen was het verrassend dat loonkosten een positieve relatie opleverden ten opzichte van binnenkomende FDI, waar een negatieve relatie werd verwacht. (Hogenbirk, 2002).

In hetzelfde onderzoek van Hogenbirk werd ook gekeken naar de regionale schaal binnen Nederland. Deze locatiedeterminanten hebben dus geen betrekking op de gehele economie, maar op de keuze van de regio binnen het land waarin een bedrijf zich wil investeren. Ook hiervoor heeft Hogenbirk aan de hand van andere onderzoeken variabelen gevonden. Dit zijn de volgende variabelen: agglomeratie variabelen, markt variabelen, arbeid variabelen, overheidsbeleid, infrastructuur variabelen en geografische variabelen (Hogenbirk, 2002). Van deze variabelen zijn weer hypothesen afgeleid en deze zijn getest voor de Randstad en voor de provincies in Nederland afzonderlijk. Er worden hier de hypothesen voor de afzonderlijke provincies besproken, deze zijn van belang voor het onderzoek. Bij de keuze tussen de provincies afzonderlijk levert dit slechts twee maal een significante relatie op. Van de agglomeratie variabelen levert de eerste hypothese een significant positieve relatie op, de aanwezigheid van buitenlandse bedrijven levert meer buitenlandse investeringen in de regio. De tweede, de aanwezigheid van lokale bedrijven in de twaalf provincies heeft een negatieve, maar niet significante relatie met investeringen. De hypothese bij de marktvariabele, de grootte van de regionale markt, heeft een positieve relatie met investeringen, maar ook niet significant. Bij de arbeid variabelen is naar de werkloosheid gekeken. Werkloosheid blijkt in zowel positieve als negatieve zin niet significant te zijn. Bij de overheidsvariabele wordt gekeken naar belastingsverschillen in Nederland tussen de provincies. Deze zijn niet erg groot, vandaar dat dit geen verband heeft met investeringen. Infrastructuur heeft voor de afzonderlijke provincies geen significante invloed op buitenlandse investeringen. Voor de geografische variabelen was de eerste hypothese, de hoeveelheid beschikbare grond, ook niet significant voor buitenlandse investeringen. De tweede relatie die wordt bevestigd is dat landen die grenzen aan Nederland meer geneigd zijn te zich te vestigen in de regio's die grenzen aan het thuisland (Hogenbirk, 2002).

De conclusie die kan worden getrokken is dat de verscheidene onderzoeken verschillende determinanten testen en vaak ook met verschillende resultaten komen. Hierbij komt de grootte van de markt vaak in relatie met inkomende FD naar boven. Wat ook een belangrijke conclusie is, is dat een politiek stabiel klimaat ook van groot belang is voor de

economie en dus voor inkomende FDI (Biswas, 2002). Uit onderzoek van Hogenbirk (2002) bleek dat de determinanten voor vestiging in Nederland vooral bestaande handelsrelaties met het thuisland, culturele nabijheid en hoogte van de loonkosten zijn. Voor de vestiging binnen Nederland heeft de aanwezigheid van andere buitenlandse bedrijven een positieve invloed en bedrijven uit buurlanden zijn meer geneigd zich in grensregio's te vestigen.

3. Effecten van foreign direct investment op de omgeving

3.1 Inleiding

Een investering door een MNO kan invloed hebben op de economie van de ontvangende regio. Er worden in de literatuur zowel positieve als negatieve effecten genoemd. Een voorbeeld van een negatief effect dat een buitenlands bedrijf op de gastregio heeft, is extreme vervuiling. Dit komt voor in landen welke minder strenge milieuregelgeving hebben. Aan de ander kant is er FDI die een positieve invloed kan hebben op de ontvangende regio, het levert bijvoorbeeld werkgelegenheid op. In de rest van dit hoofdstuk wordt gekeken naar in hoeverre en op welke wijze FDI zorgt voor het stimuleren van de economie.

Voor alle effecten zijn een aantal eigenschappen van de investering van belang. Zo het van belang wat de positie van de vestiging is binnen het moederbedrijf. Ook is de vorm van de investering, overname, fusie, greenfield investering of joint venture van belang. Hiernaastj kan worden gekeken naar welke functies er plaatsvinden, of er alleen geproduceerd wordt en of er ook onderzoek plaatsvindt (Wintjens, 2001).

De effecten die een MNO heeft op zijn omgeving kunnen worden ingedeeld in directe effecten en indirecte effecten. Directe effecten worden behandeld in paragraaf 3.2, de indirecte effecten in paragraaf 3.3. Ook van belang is de verankering van het bedrijf in de regio waar het terecht komt, dit wordt besproken in paragraaf 3.4. Het verschil tussen de strategie van MNO's in perifere en centrum regio's wordt besproken in paragraaf 3.5.

3.2 Directe effecten

Directe effecten vinden plaats als gevolg van een investering van een MNO. Deze hebben dus een directe invloed op de omgeving van het ontvangende land. De effecten die door Dunning en Lundan (2008) worden genoemd zijn als volgt: betalingsbalans effecten, competitie effecten, arbeidsmarkt effecten, technologie overdracht en institutionele overdracht. Deze effecten kunnen ook optreden als indirecte effecten, afhankelijk van hoe deze ontstaan.

- *Betalingsbalans effect*: Een investering door een buitenlands bedrijf in een andere economie heeft een directe invloed op de betalingsbalans van de ontvangende economie, dit is een betalingsbalans effect. De waarde die wordt gehecht aan de betalingsbalans verschilt per land en politiek bewind. Een open economie streeft naar een andere betalingsbalans dan een meer gesloten economie (Dunning & Lundan, 2008).

- *Concurrentie effect*: Een investering door een MNO kan er voor zorgen dat de concurrentie toeneemt en de marktstructuur verandert in het ontvangende land, dit worden

concurrentie effecten genoemd. De economie kan sterker of zwakker worden door de intrede van een buitenlands bedrijf (Dunning & Lundan, 2008; Wintjens, 2001). Omdat buitenlandse bedrijven in de meeste gevallen een hogere productiviteit zullen hebben zal de totale productiviteit in de ontvangende regio toenemen. Meestal is deze hogere productiviteit een gevolg van een hogere kapitaal intensiteit en/ of grotere schaal (Lipsey, 2002).

- *Arbeidsmarkteffecten*: De directe effecten op de arbeidsmarkt als gevolg van een investering van een MNO zijn arbeidsmarkteffecten. Voorbeelden zijn de toename van arbeidsplaatsen, een andere manier van belonen en andere eisen aan de opleiding (Dunning & Lundan, 2008). Er zijn bijna geen gevallen bekend waarin buitenlandse bedrijven minder betalen dan de binnenlandse bedrijven. Er wordt bijna altijd gemiddeld of meer betaald. Dit is soms omdat deze bedrijven in sectoren actief zijn waar meer wordt betaald, maar ook binnen deze sectoren betalen deze bedrijven vaak gemiddeld of boven gemiddeld. Wel wordt er bij buitenlandse bedrijven vaak een hogere kwaliteit arbeid geleverd in de vorm van hogere productiviteit (Lipsey, 2002).

- *Technologisch effect*: Dit effect vindt plaats doordat er binnen de investerende MNO zich technologie bevindt die in de regio nog niet aanwezig was (Dunning & Lundan, 2008). In de vorm van technologische spillovers (zie 3.3.3) dat een indirect effect is, wordt dit effect gezien van groot belang voor economische ontwikkelingen.

- *Institutioneel effect*: Voor dit effect geldt hetzelfde, de investerende MNO heeft nieuwe instituties die in de gastregio nog niet aanwezig waren. Dit kunnen zowel formele als informele instituties zijn (Dunning & Lundan, 2008).

3.3 Indirecte effecten

3.3.1 Inleiding

Indirecte effecten zijn het gevolg van de aanwezigheid van een MNO. De hierboven genoemde directe effecten kunnen zich ook als indirect effect voordoen. Een indirect arbeidsmarkt effect is bijvoorbeeld, dat een leverancier van halffabrikaten extra personeel moet aannemen dankzij extra orders van de nieuwe MNO.

Indirecte effecten hoeven zich niet altijd voor te doen. Als een bedrijf weinig interactie heeft met de omgeving, is de kans op indirecte effecten kleiner. Een voorbeeld hiervan is dat als het moederbedrijf in het buitenland zit, het bedrijf gebruik kan blijven maken van het netwerk van klanten en leveranciers die het al had. Er zullen dan in de regio geen of minder indirecte effecten optreden als gevolg van de buitenlandse investering. Het is dus niet vanzelfsprekend dat bij de aanwezigheid van een buitenlands bedrijf indirecte effecten zullen optreden (Wintjens, 2001).

3.3.2 Linkages

De indirecte effecten bestaan onder andere uit linkages, deze ontstaan als gevolg van een bewuste relatie van een MNO. Linkages kunnen worden opgedeeld in backward linkages en forward linkages. Backward linkages zijn relaties met bedrijven die diensten of goederen leveren, forward linkages zijn de bedrijven die goederen of diensten afnemen. Dit kan met strategische partners, joint venture partners, klanten en/of leveranciers zijn (Dunning & Lundan, 2008).

Backward linkages ontstaan doordat een bedrijf een keuze maakt om bepaalde diensten en/of goederen in te kopen en deze niet zelf te maken. Dit is van belang voor de economie van de gastregio. Er ontstaat een positief effect in de gastregio als dit lokaal gebeurt. Of dit uiteindelijk gebeurt, heeft deels te maken met de eigenschappen van het bedrijf en de eisen die het stelt voor de goederen en of de beste mogelijkheid hiervoor binnen de gastregio voorhanden is (Dunning & Lundan, 2008; Blomstrom & Kokko, 1998). Backward linkages kunnen binnen een lokaal bedrijf leiden tot hogere productiviteit en/of efficiency. Dit komt bijvoorbeeld doordat een MNO helpt bij het opzetten van een benodigde productielijn om de goederen aan de MNO te leveren (Lall, 1980).

Banden welke een MNO heeft met zijn klanten zijn forward linkages. Hier kunnen op verschillende manieren voordelen uit worden gehaald door de omgeving. De afgenomen producten kunnen verder worden verwerkt om extra toegevoegde waarde te creëren. Bij afname van hoogwaardige producten kunnen linkages ontstaan, doordat er een langdurige relatie ontstaat met betrekking tot het onderhoud. Dit levert een meerwaarde op voor de klant. Daarnaast kan er ook tijdens de verkoop zelf grondige informatie aan de klant worden verstrekt. Wat geldt voor deze forward linkages is niet specifiek voor buitenlandse bedrijven (Dunning & Lundan, 2008).

Bij het ontstaan van linkages spelen verschillende zaken een belangrijke rol. De strategie of het motief van de MNO en de rol van de vestiging binnen de MNO zijn van belang. Wanneer een buitenlandse vestiging slechts dient voor opslag van geïmporteerde goederen, zullen minder snel linkages ontstaan dan bij een vestiging dat aan research en development (r&d) doet en meer relaties onderhoudt met de omgeving. Het is dus ook van belang voor de functie die er wordt uitgevoerd op de vestiging (Dicken, 1994).

Ook de omgeving is van invloed op het ontstaan van linkages, een goede omgeving kan de vorming van linkages stimuleren. In regio's of landen met een gunstig vestigingsklimaat zoals hoog inkomen, hoog opleidingsniveau, openheid en infrastructuur is de kans groter dat economische groei ontstaat vanuit FDI (Nunnenkamp & Spatz, 2004). Verder is tijd een factor in het ontstaan van linkages. Als een bedrijf langer gevestigd zit in een regio zal het de markt beter kennen. Het kan zijn dat er hierdoor extra linkages ontstaan of juist verdwijnen (Dicken, 1994).

3.3.3 Spillovers

De effecten die niet bewust plaatsvinden waarbij bijvoorbeeld kennis, arbeid of institutie overdracht plaatsvindt, worden spillovers genoemd. Spillovers zijn de effecten die min of meer toevallig ontstaan, doordat bijvoorbeeld personeel van het ene naar het andere bedrijf gaat. De kans van overbrengen van kennis is groter bij relaties (linkages) dan bij onbedoeld contact. De kans op spillovers neemt toe als de eigenschappen van de gastregio, zoals bedrijvigheid innovatie en de markt, aansluiten op wat de MNO gewend is. Vervolgens is het belang dat de MNO eigendom (O) specifieke voordelen bezit die van waarde kunnen zijn voor bedrijven in de gastregio (Dunning & Lundan, 2008). Regionale economie kan voordeel hebben bij spillovers, het is echter wel van belang dat bedrijven in de gastregio hier gebruik van maken wanneer een kans zich voor doet en dat de MNO van toegevoegde waarde is (Blomstrom,2003).

Een andere invloed op het plaatsvinden van spillovers is het verschil in technologie tussen de MNO en de ontvangende regio. Hierover zijn niet alle wetenschappers het eens. Zo beweert Findlay (1978) dat hoe groter het technologische verschil is, des te makkelijker deze technologie wordt over gebracht van MNO naar de omliggende omgeving, in de vorm van bijvoorbeeld spillovers. Lipsey (2002) bespreekt dit onderwerp en geeft een overzicht van verschillende auteurs waaronder: Blomstrom & Kokko (1998) en Girma & Wakelin (2000). Deze beweren dat juist een kleiner technologisch verschil er voor zorgt dat de kans op spillovers groter wordt. Vervolgens komt Lipsey tot de conclusie dat een kleiner technologisch verschil tussen MNO en gastregio een grotere kans op spillovers oplevert. Wat weer voordelig kan zijn voor de gastregio.

3.3.4 Agglomeratievoordelen

In regio's waar zich een geconcentreerde hoeveelheid bedrijven bevindt die van elkaars aanwezigheid en andere regionale omstandigheden profiteren, wordt gesproken over clusters. De voordelen die bedrijven van elkaars aanwezigheid ondervinden worden agglomeratievoordelen genoemd. MNO's worden naar deze locatie toe getrokken en helpen ook bij het vormen van deze locaties (Dunning & Lundan, 2008). Deze verschijnselen hangen nauw samen met de verankering van bedrijven in regio's dat in de volgende paragraaf wordt besproken.

3.4 Verankering

Voor het ontstaan van de bovenstaande indirecte effecten is de aanwezigheid van het buitenlandse bedrijf niet voldoende. Wanneer een buitenlands bedrijf alleen samenwerkt met andere delen van het eigen bedrijf of andere buitenlandse bedrijven, dan voegt dit bedrijf naast de directe effecten niet veel toe aan de regionale economie. De verankering of

embeddedness in een gastregio gaan hand in hand met het plaatsvinden van indirecte effecten (Wintjens, 2001). Wanneer een bedrijf relaties aangaat met andere bedrijven raakt het meer verankerd en kunnen er weer effecten optreden.

Ten eerste kan deze verankering plaatsvinden door investeringen en herinvesteringen in de vestiging. Aan een investering zit altijd een mate van verankering vast, omdat deze over langere tijd moet worden terugverdiend en het geld kost om te vertrekken. Wanneer een bedrijf ergens langer gevestigd is, is de kans groter dat er meer is geïnvesteerd in de vorm van herinvesteringen. Hierdoor zal het bedrijf minder snel geneigd zijn om te verhuizen of vertrekken (Wintjens, 2001). Uit onderzoek naar herinvesteringen van Lundan (2006) is gebleken dat herinvesteringen vooral optreden als de buitenlandse vestiging voldoende inkomen genereert.

Brouwer (2005) stelt dat oudere bedrijven minder snel verhuizen, meer verankerd zijn en waarde hechten aan de locatie. Dit betekent dus dat de kans op verankering voor een vestiging door de jaren heen toeneemt. Verregaande verankering is niet altijd een positieve eigenschap. Volgens Pellenbarg et al. (2005) zou dit kunnen leiden tot een gebrek aan dynamiek.

Ten tweede kan er een verdere verankering plaatsvinden door de klant- of leveranciers relaties (linkages). In de gastregio zal het bedrijf steeds meer in het lokale netwerk terecht komen wanneer het met lokale bedrijven zaken doet. Dit kan weer leiden tot uitwisseling van kennis tussen de bedrijven, zoals in de vorige paragraaf beschreven is. Lokale verankering is van belang, omdat sommige kennis vooral lokaal kan worden overgebracht. Deze kennis wordt in de literatuur ook wel 'tacit knowledge' genoemd, dit kan alleen worden overgebracht door middel van persoonlijk contact. Dit in tegenstelling tot 'codified knowledge', wat makkelijker te verspreiden is (Wintjens, 2001). Florida (1997) geeft aan dat gebleken is dat er steeds meer innovatie plaatsvindt in buitenlandse vestigingen van MNO's. Deze innovatie vindt onder andere lokaal plaats omdat de 'tacit knowledge' niet over grotere afstand is over te brengen.

Verankering hangt nauw samen met de verspreiding van kennis. Een goed verankerde MNO zal daarom eerder regionale ontwikkeling opleveren dan een minder verankerde MNO.

3.5 Effecten verschil regio's

De strategie waarmee MNO's hun eigendom specifieke voordelen (zoals genoemd in 2.2.2) inzetten, hangt samen met de omgeving. Het onderscheid tussen periferie en centrum regio's uit zich ook in het verschillend inzetten van de eigendom voordelen. Zo zullen bedrijven in de periferie gebruik maken van gestandaardiseerde productie, wat een voordeel

oplevert ten opzichte van de concurrentie. Een andere strategie is dat ze de markt proberen te veroveren met high-tech producten die er nog niet waren of waarvan er nog niet veel zijn. De eigendom voordelen worden in centrumgebieden op een andere manier ingezet. Zo kan de markt bediend worden met hoogwaardige en op maat gemaakte producten. Of er zal geïnvesteerd worden in centrum regio's om te proberen de concurrentiepositie te behouden of te versterken op de globale markt voor high-tech producten (Dicken, 1994).

Ook passen bedrijven hun strategie aan op de locatie voordelen (zoals genoemd in 2.2.2) van regio's. Zo zoeken MNO's in perifere regio's vooral naar: relatief lage loonkosten, lage grondstofprijzen en snel winst halen uit nog niet geëxploiteerde delen van de economie. In de centrum regio's proberen de MNO's vooral te profiteren van zowel: de hoge kwaliteit werknemers, hoog technologisch niveau en voordeel van aanwezigheid in een dynamische regio. Ook de vorm van FDI verschilt, zo zijn bedrijven in perifere regio's eerder geneigd om over te gaan tot internalisatie. Dit in tegenstelling tot centrum regio's waar er een mix is van internalisatie en externalisatie (Dicken, 1994).

4. Beleid voor foreign direct investment

4.1 Inleiding

In de vorige hoofdstukken is beschreven wat FDI inhoudt en wat voor invloed het heeft op de omgeving. Dat FDI invloed heeft op de omgeving, zowel positief als negatief, zorgt ervoor dat de overheid FDI wil reguleren. De overheid zal een concurrent voor een staatsbedrijf welke monopolist is in de energiesector wellicht niet toelaten. Terwijl een innovatief bedrijf in de IT-sector wellicht wordt gestimuleerd door de overheid om zich te vestigen in het land. De overheid neemt deze maatregelen omdat ze bij beide vestigingen bepaalde verwachtingen heeft die positieve of negatieve gevolgen voor het land kunnen hebben. Namens de rijksoverheid is het vooral het Ministerie van Economische Zaken dat hier bij betrokken is.

Er zijn naast de nationale overheden ook andere overheden die invloed zouden kunnen uitoefenen op de FDI in het land of regio. Zo zijn er regionale overheden zoals gemeenten en provincies die via hun economisch beleid bedrijven naar zich toe proberen te trekken. Daarnaast worden er door de verschillende overheden ook alleen of in samenwerking met elkaar Investment Promotion Agencies (IPA's) activiteiten ondernomen om hun land of regio onder de aandacht te brengen bij bedrijven.

Paragraaf 4.2 zal overheidsmaatregelen ten aanzien van FDI behandelen welke vooral nationale overheden betreft. Daarnaast zal het beleid van onze nationale overheid ten aanzien van FDI aan het licht komen. Het lokaal economisch beleid vooral met betrekking tot het aantrekken van bedrijven zal worden behandeld in paragraaf 4.3. Hierin wordt ook ingegaan op de regionale overheden namelijk de gemeente en de provincie Groningen. In paragraaf 4.4 komen de Investment Promotion Agencies aan bod. Deze worden aangevuld met relevante voorbeelden namelijk: De Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM) en de Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA).

4.2 Overheidsmaatregelen

4.2.1 Inleiding

Overheden hebben een belang bij het aantrekken van buitenlandse investeringen, deze worden namelijk geacht economische ontwikkeling tot stand te brengen zoals is te lezen in hoofdstuk 3. Er kunnen natuurlijk ook negatieve effecten optreden. Zo kunnen bedrijven in het thuisland het door concurrentie met buitenlandse bedrijven lastiger krijgen. Vaak voert de gedachte dat er economische ontwikkelingen zullen plaatsvinden na vestigingen van MNO's wel de boventoon. Het is dan ook logisch dat overheden speciaal beleid voeren voor het binnenhalen van FDI. In eerste instantie dient men zich wel te

realiseren dat MNO's zich vestigen voor eigen economisch gewin en nooit primair vanwege het beleid dat er door een overheid wordt gevoerd. Wel kan het overheidsbeleid MNO's verhinderen, voorkomen en stimuleren over te gaan tot FDI (UNCTAD, 1996). In Nederland is het Ministerie van Economische Zaken hiervoor verantwoordelijk.

4.2.2 Voorwaarden en eisen voor buitenlandse investeerders

De Conferentie voor Handel en Ontwikkeling van de Verenigde Naties (UNCTAD) maakt in het World Investment Report van 1996 een indeling in investeringsmaatregelen die invloed hebben op de komst en het functioneren van buitenlandse bedrijven. Zo kan de overheid voorwaarden stellen aan de toelating en vestiging, eisen stellen aan eigendom en controle, eisen stellen aan het opereren van de buitenlandse bedrijven, prikkels in het leven roepen die buitenlandse bedrijven juist moeten overhalen tot vestiging en handelsbeleid voeren dat bedoeld of onbedoeld FDI kan beïnvloeden. Veel van de genoemde maatregelen worden ook door Dicken in 1994 beknopt behandeld.

De overheid kan voorwaarden stellen aan een buitenlands bedrijf wanneer deze zich wil vestigen en dus toegang tot de markt wil (Dicken, 1994). Hierbij valt te denken aan extra belastingen die worden geheven, minimale hoeveelheid investeringskapitaal of uitsluiting van bepaalde sectoren (UNCTAD, 1996).

Hiernaast worden ook eisen gesteld aan eigendom en controle van buitenlandse bedrijven (Dicken, 1994). Voorbeelden hiervan zijn eisen over hoe groot het belang in een binnenlands bedrijf van een buitenlands bedrijf minimaal/maximaal mag zijn, verplichte joint ventures met lokale partijen en overheden die controle blijven uitoefenen op bedrijven, bijvoorbeeld door middel van een gouden aandeel. Deze maatregelen worden vooral ingezet in specifieke sectoren die door de overheid belangrijk worden geacht, zoals delfstofwinning, maar ook in bepaalde industrieën en diensten (UNCTAD, 1996).

Ook kunnen er eisen worden gesteld aan de operationele kant van buitenlandse bedrijven (Dicken, 1994). Belang hiervan kan zijn dat belangrijke sectoren zoals energievoorziening liever niet of niet geheel in buitenlandse handen worden gezien. Hoewel deze operationele beperkingen niet altijd positieve invloed hebben is het wel een gemakkelijke manier voor overheden om controle uit te oefenen. Er is echter internationaal afgesproken dat deze beperkingen moeten worden terug gebracht (UNCTAD, 1996).

De bovenstaande maatregelen vallend onder de drie bovengenoemde groepen kunnen samenvallen of er kan zich een mate van overlap voordoen. Deze beperkende maatregelen moeten ervoor zorgen dat bedrijven die niet gewenst zijn in het land of in de regio worden tegengehouden of worden gedwongen zich aan te passen.

4.2.3 Prikkels voor buitenlandse investeerders en handelsbeleid

Ook zijn er overheden die in hun beleid prikkels hebben om het buitenlandse bedrijf naar hun land te trekken (Dicken, 1994). UNCTAD deelt deze in drie soorten in, namelijk: fiscale prikkels, financiële prikkels en overige prikkels. Voorbeelden zijn belastingvakanties, subsidies per in dienst genomen werknemer en speciale infrastructuur voor de MNO. Deze prikkels zijn nooit bepalend voor FDI maar kunnen een rol spelen in de locatiekeuze. Deze maatregelen kosten veel kapitaal en hebben ook niet altijd de gewenste gevolgen. Het kan zelfs zo zijn dat er marktverstoringen optreden als gevolg van deze maatregelen (UNCTAD, 1996). Ook Oman (2000) noemt dat prikkels niet altijd het gewenste effect hebben, omdat deze niet het soort investeerders aantrekt wat goed is voor de regio of het land. Daarnaast noemt Oman (2000) dat van een strijd tussen overheden om het aantrekken van FDI niet echt sprake is. Dit doet zich alleen voor bij bepaalde erg grote investeringen zoals een grote fabriek van de auto-industrie.

Het handelsbeleid van de overheid kan ook bedoelde of onbedoelde invloed hebben op het aantrekken van FDI. Een voorbeeld hiervan is het creëren van een vrijhandelszone tussen verschillende landen wat er voor kan zorgen dat investeringen tussen de landen toenemen (UNCTAD, 1996).

4.2.4 Nederland: Ministerie van Economische Zaken

Namens de rijksoverheid zet het ministerie van Economische Zaken zich in voor de bevordering van de buitenlandse investeringen. Volgens het ministerie van Economische Zaken zijn buitenlandse investeringen in Nederland *'een belangrijke motor voor economische groei'* (www.ez.nl). Voor het aantrekken van deze investeringen heeft het ministerie een IPA, namelijk het Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA), opgericht. Deze moet Nederland in het buitenland op de kaart zetten en investeringen aantrekken. Het NFIA zal verder worden besproken in paragraaf 4.4.3 De strategie staat geformuleerd in 'In actie voor acquisitie: Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen' van het ministerie van Economische Zaken. Kernpunten hieruit zullen in de rest van de paragraaf worden toegelicht.

Volgens het beleid van het ministerie zal bij de werving van buitenlandse bedrijven, Nederland zich in moeten zetten op de sterke punten die het heeft. Deze zijn: de goede geografische ligging, de goede infrastructuur, het zakenklimaat, het opleidingsniveau en het aangename leefklimaat. De omstandigheden die Nederland biedt dienen zo goed mogelijk overeen te komen met de wensen die buitenlandse investeerders hebben. De meningen van buitenlandse bedrijven en andere internationale contacten die worden opgedaan tijdens werving kunnen helpen Nederland aantrekkelijker te maken. Voor kansrijke sectoren en regio's zullen duidelijke informatiepakketten worden opgesteld en verspreid onder de

buitenlandse bedrijven die hierop aansluiten (Ministerie van Economische Zaken, 2006). Deze sectoren en regio's worden genoemd in Pieken in de Delta van het Ministerie van Economische Zaken uit 2004. Voor het Noorden wordt hierin Goningen-Assen als het economisch kerngebied genoemd; de kansrijke sectoren voor Noord-Nederland zijn water, energie en sensortechnologie (Ministerie van Economische Zaken, 2004).

Volgens het ministerie trekt Nederland te weinig R&D activiteiten aan en hier zal verandering in moeten komen. Dit zal moeten gebeuren door tijdens de werving de buitenlandse bedrijven een beter inzicht te geven in de innovatiemogelijkheden van Nederland. Verder zal bij de werving gebruik worden gemaakt van de dienst technologische matchmaking (TMS). Deze dienst kan eventuele Nederlandse technologische partners inzichtelijk maken. Dit kan leiden tot nieuwe samenwerking en vestiging (Ministerie van Economische Zaken, 2006).

Volgens het ministerie zijn de huidige buitenlandse bedrijven in Nederland ook van belang. Dit omdat herinvesteringen steeds belangrijker worden en omdat drie van de tien bedrijven na vijf jaar alweer vertrokken zijn. In samenwerking met de lokale en regionale acquisitiepartners wil het ministerie goed contact houden met de bedrijven in de vorm van accountmanagement. Hierbij is het doel bedrijven beter te verankeren in de Nederlandse economie door ze bijvoorbeeld in contact te brengen met strategische partijen. Dit kunnen andere bedrijven zijn, maar ook overheden en kennisinstellingen die elkaar kunnen ondersteunen. Dit beleid zal met name worden gericht op bedrijven met grote vestigingen uit de traditionele economieën, omdat deze eerder geneigd zijn tot herinvesteringen. Ook zal dit beleid zich richten op de bedrijven die actief zijn in voor Nederland kansrijke sectoren. (Ministerie van Economische Zaken, 2006)

4.3 Lokaal economisch beleid

4.3.1 Theorie

Lokaal economisch beleid wordt gevoerd door lokale overheden zoals gemeentes en provincies. Volgens Boekema et al. (1996) is de reden om lokaal economisch beleid te voeren uiteindelijk het zorgen voor voldoende werkgelegenheid in de eigen gemeente of provincie. Omdat er ook vanuit de centrale overheid economisch beleid wordt gevoerd is het niet altijd even duidelijk waar nationaal beleid stopt en lokaal beleid het overneemt. Boekema et al. (1996) geeft ook een definitie van lokaal economisch beleid:

'Het gestructureerd handelen van een gemeentebestuur gericht op het scheppen van voorwaarden die leiden tot het creëren en handhaven van een niet-gesubsidieerde werkgelegenheid'

Porter (1995) stelt dat beleid van de grote steden vooral doet aan symptoombestrijding en te gefragmenteerd is. Beter lokaal economisch beleid zou volgens

Porter tot stand kunnen komen door het richten op sterke punten en zo de concurrentiekracht te vergroten, nadelen te neutraliseren en clustervorming van sterke sectoren te stimuleren.

Beleid van het verleden richtte zich vooral op de ruimte voor bedrijvigheid en bereikbaarheid. Hierbij werd er te weinig gekeken naar kennisintensieve bedrijvigheid. Het op elkaar aan laten sluiten van verschillende beleidsterreinen kan voordelen opleveren. Ook in lokaal economisch beleid zal de nadruk steeds meer komen te liggen op de kwaliteit van de bedrijvigheid. Ook zal er meer naar de bedrijvigheid die al aanwezig is, worden gekeken (Boekema, 2001).

4.3.2 Provincie Groningen

De provincie Groningen heeft andere taken ten aanzien van economisch beleid dan de rijksoverheid en de gemeenten. De provincie voert beleid waarbij het promoot om bedrijven en toeristen aan te trekken. Verder is het economische beleid van de provincie gericht op de arbeidsmarkt, landbouw en toerisme. De provincie voert zelf geen beleid ten aanzien van het aantrekken van buitenlandse investeerders. Wel is het medeaandeelhouder van een IPA namelijk de NOM. Deze moet zorgen voor economische ontwikkeling in Noord-Nederland en is ook betrokken bij het aantrekken van investeringen. De NOM zal verderop in dit hoofdstuk (zie 4.4.3) worden behandeld.

De promotionele activiteiten van de provincie zijn er op gericht bekendheid van Groningen in Nederland te doen toenemen. Deze campagne wordt gevoerd in samenwerking met VVV Groningen en de gemeente Groningen, met als slagzin: *'Er gaat niet boven Groningen'*. Uit 'Effectmeting 2002: Er gaat niets boven Groningen' (Meester et al., 2003) blijkt dat de waardering voor Groningen in het algemeen is toegenomen door deze campagne. Deze campagne vindt echter plaats op nationale schaal en zal dus weinig effect hebben op de buitenlandse investeringen van bedrijven die hier nog niet zijn gevestigd.

De provincie Groningen probeert de arbeidsmarkt in de provincie te versterken. Dit met als doel kwalitatief betere arbeid, ondernemerschap, arbeidsparticipatie en een betere aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt te bevorderen. Dit wil de provincie doen door het initiëren van en deel te nemen in projecten die dit te weeg kunnen brengen (Provincie Groningen, 2008). Wanneer de provincie er in slaagt de arbeidsmarkt in Groningen sterker te maken wordt Groningen aantrekkelijker voor buitenlandse investeerders.

4.3.3 Gemeente Groningen

Het economisch beleid van de gemeente Groningen staat beschreven in het rapport: 'G-kracht beleidskader economisch meerjarenprogramma 2010-2014'. Door middel van dit rapport wil de gemeente zowel publieke als private partijen direct en indirect stimuleren met als doel 135.000 arbeidsplaatsen extra aan het einde van 2014. Dit doel komt overeen met

de definitie van Boekema (1996), genoemd in 4.3.1. Het beleid van de gemeente focust zich op kennisclusters, faciliteren van bestaande bedrijven en instellingen en op het aantrekken van bezoekers (Groningen, 2009).

De focus op kennisclusters van de gemeente Groningen heeft vooral betrekking tot (groene) energie en gezond oud worden. De gemeente hoopt deze op te zetten of verder door te ontwikkelen. Dit met behulp van de al aanwezige kennisinstellingen en bedrijven in Groningen. In de hoop dat het werkgelegenheid en bedrijvigheid als gevolg heeft (Groningen, 2009). Het inzetten op de sterktes en vormen van clusters door de gemeente is goed lokaal economisch beleid volgens de eerder aangehaalde (zie 4.3.1) Porter (1995).

Voor bestaande bedrijven acht de gemeente het van belang om voldoende bedrijfsruimte beschikbaar te hebben, dit kan gaan om een kavel op een industrieterrein, een kantoorlocatie of een winkelruimte. Ook wenst de gemeente starters op verschillende manieren te helpen. De gemeente wil door actief accountmanagement goed in kunnen springen op wensen van bedrijven wanneer deze bijvoorbeeld een locatie zoeken, personeel te kort komen of een vergunning willen aanvragen (Groningen, 2009). Het laatste punt over accountmanagement komt grotendeels overeen met het nationale beleid zoals eerder behandeld in 4.2.4.

Het aantrekken van bezoekers en toeristen wil de gemeente doen door middel van een aantrekkelijke binnenstad. Het onder de aandacht brengen van Groningen vindt plaats vooral door de campagne *'Er gaat niets boven Groningen'* eerder genoemd in 4.3.2. Voor het aantrekken van nieuwe inwoners richt de gemeente zich vooral op talentvolle mensen die iets kunnen betekenen voor de stad. Naast het aantrekkelijk houden van de stad probeert de gemeente deze mensen aan te trekken door belemmeringen voor ze te verminderen (Groningen, 2009).

Bij de acquisitie van bedrijven is de rol van de gemeente relatief bescheiden. De gemeente werkt hierin samen met andere partijen, met als belangrijkste partij de NOM. Deze relatie wordt verder toegelicht in 4.4.3 (Boekema et al., 1996).

4.4 Investment Promotion Agencies(IPA)

4.4.1 Theorie

Om er voor te zorgen dat er zoveel mogelijk FDI een land of regio binnenkomt worden door overheden Investment Promotion Agencies (IPA's) opgericht. In de meeste gevallen hebben deze agentschappen een band met de overheid. Op wat voor manier de IPA's te werk gaan en of dit ook effect heeft zal in de rest van de paragraaf worden toegelicht.

IPA's zijn er overal ter wereld zowel in ontwikkelde als minder ontwikkelde landen. Vaak vallen ze onder de nationale regering. Het komt voor dat onder het nationale

agentschap een aantal regionale agentschappen vallen. Een voorbeeld hiervan is Nederland, nationaal is er de NFIA (zie 4.4.2) en daaronder vallen een aantal Regionale Ontwikkelingsmaatschappijen (ROM's), zoals de NOM (zie 4.4.3) in Noord-Nederland. Deze verdeling wordt vaak gemaakt om bedrijven zo goed mogelijk te kunnen helpen en zo specifiek mogelijke informatie te kunnen geven over de eventuele vestigingsregio (UNCTAD, 2001).

De meeste IPA's nemen geen genoegen met kwantiteit, dus meer investeringen. Ze willen investeringen aantrekken uit bepaalde landen, van bepaalde bedrijven of bepaalde sectoren. Deze sluiten vaak aan bij de eigenschappen of sterke punten van het land of de regio zelf, dit sluit ook aan bij wat Porter (1995) beschreef. De IPA's hebben om de investeringen uit belangrijke plaatsen aan te trekken ook vestigingen in deze landen of regio's (UNCTAD, 2001). Omdat IPA's zich steeds meer richten op kwalitatief betere investeerders verandert de strategie. Om kennisintensieve bedrijven aan te trekken zal er samenhang moeten zijn tussen het beleid van een IPA en het innovatiebeleid van het land of de regio. Om kwalitatief betere bedrijven binnen te halen zal het ook hoger opgeleide mensen moeten aannemen (Filippov & Guimon, 2009).

Verder doen de IPA's veel aan promotie van hun land of regio. Dit kan via een website, posters of folders maar belangrijker is de promotie op een persoonlijke manier. Dit kan door te netwerken op bijeenkomsten, vakbeurzen en congressen en hier in contact te komen met potentiële investeerders (UNCTAD, 2001).

Naast het aantrekken van nieuwe investeringen wordt het contact onderhouden met al gevestigde bedrijven als een van de belangrijkste taken van de IPA's gezien (UNCTAD, 2001). Veel IPA's proberen de buitenlandse bedrijven zowel voor als na vestiging in contact te brengen met binnenlandse bedrijven. Dit kan extra werkgelegenheid opleveren alsook spillovers (zie 3.3.3). Daarnaast kan het de MNO(Multinationale onderneming) ervan overtuigen om zich in een bepaald land te vestigen (UNCTAD, 2006).

Uit onderzoek van Morisset (2003) is gebleken dat des te groter de investeringspromotie des te meer FDI er binnen komt, dit eveneens na correctie van marktgrootheid en investeringsklimaat. Vervolgens bleek dat IPA's in landen met een goed investeringsklimaat veel meer FDI binnen halen dan IPA's in landen waar het investeringsklimaat minder goed is. Hier kunnen de inspanningen van IPA's zelfs averechts werken. Dit bleek ook uit vervolgonderzoek van Morisset en Andrews-Johnson uit 2004.

4.4.2 Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA)

Het Ministerie van Economische Zaken heeft om Nederland in het buitenland de aandacht te brengen en buitenlandse investeringen aan te trekken het Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) in het leven geroepen: dit is een IPA. Het NFIA heeft in

meerdere landen kantoren om zo contacten te kunnen onderhouden. Omdat de wereld verandert en er steeds meer landen zijn die een belangrijke rol gaan spelen in de globale economie zal het aantal buitenlandse kantoren van de NFIA worden uitgebreid. Deze uitbreiding vindt al plaats in China en India. Onderzocht wordt of ook nieuwe kantoren in Azië, het Midden-Oosten en Rusland wenselijk zijn (Ministerie van Economische Zaken, 2006).

Het beeld dat het buitenland heeft over Nederland is nog altijd overwegend positief aldus de werkgroep economische beeldvorming Nederland. Het is wel van belang dat Nederland als één naar buiten treedt. Dit probeert de NFIA te bewerkstelligen door samenwerking aan te gaan met lokale en regionale organisaties zoals de Regionale Ontwikkelingsmaatschappijen (ROM's), waaronder de NOM (zie 4.4.3), en de grote gemeenten (Ministerie van Economische Zaken, 2006).

Bij het beleid van het Ministerie van Economische Zaken speelt de NFIA een belangrijke rol. In de vestigingen in het buitenland kunnen ze worden benaderd door een bedrijf uit dat land of uit die regio. Ook neemt het NFIA zelf initiatief in het leggen van contact. Hierbij wordt informatie over Nederland verstrekt over bijvoorbeeld wetgeving, bedrijfsruimte en subsidies. Wanneer hieruit concrete interesse ontstaat kan worden geholpen bij de vestiging. Hierbij valt te denken aan contact leggen met ROM's of lokale overheden. Maar ook het zoeken naar bedrijven die eventueel als partner kunnen optreden voor het bedrijf. In 2008 haalde het NFIA 182 projecten binnen, waarvan er 101 nieuwe vestigingen waren. Ondanks de economische crisis waren dit er meer dan in 2006 en in 2007. Deze 182 projecten hadden een waarde van 667 miljoen euro en zorgden voor 3.300 banen. In 67 van de 182 projecten betrof het bedrijven in marketing en sales en in slechts 13 gevallen ging het om research en development (NFIA, 2008).

4.4.3 Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM)

De Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM) is een organisatie waarvan de drie noordelijke provincies Friesland, Groningen en Drenthe en het Ministerie van Economische Zaken aandeelhouder zijn, maar die naar eigen zeggen zelfstandig opereert. De NOM heeft als doel het ontwikkelen van de economie in Noord-Nederland. Dit doet het onder andere door duurzame en innovatieve plannen van reeds in Noord-Nederland gevestigde bedrijven te stimuleren en er in te participeren. Een andere manier waarop de NOM de noordelijke economie stimuleert is door het aantrekken van investeringen waaronder ook buitenlandse investeringen. De NOM werkt samen met de NFIA wanneer er interesse is van buitenlandse bedrijven voor Noord-Nederland.

De NOM is dus bezig met het halen van investeringen naar Noord-Nederland. Binnen dit beleid probeert de NOM goede contacten te onderhouden met de bedrijven, zodat de

bedrijven verankeren in de regio en eventueel meer investeringen doen. De NOM verschaft buitenlandse bedrijven van de juiste informatie om de acquisitie te bevorderen. Daarnaast zet de NOM Noord-Nederland onder de aandacht door bijeenkomsten te organiseren en op beurzen te staan (NOM, 2008).

In 2008 had de NOM 16 projecten met betrekking tot investeringen. Hiervan waren er acht buitenlandse investeringen, waarvan vijf herinvesteringen (NOM, 2008). Deze acht is maar een klein aantal als er door de NFIA 162 buitenlandse projecten worden aangetrokken. Er zijn dus niet veel nieuwe buitenlandse bedrijven die jaarlijks naar het Noorden trekken.

5. Methodologie interviews

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt een verbinding gemaakt tussen de theorie in de voorgaande hoofdstukken en de vragen die gesteld worden in de interviews. Er is gekozen voor interviews, omdat er waarschijnlijk niet veel respondenten zouden worden gevonden voor deelname aan het onderzoek. In dat geval is het beter kwalitatief onderzoek te doen dan kwantitatief onderzoek. In deze scriptie is er voor gekozen om interviews af te nemen, omdat het een goede manier is om kwalitatieve informatie te verkrijgen. Door een verwachte lagere hoeveelheid respondenten kan door het afnemen van interviews en daarmee het vergaren van kwalitatieve informatie, voldoende data worden verzameld voor deze scriptie. De overheden en bedrijven die geïnterviewd zijn, vormen geen representatieve weergave van de werkelijkheid, maar kunnen wel een goed beeld geven van de gang van zaken. In het geval van de bedrijven zijn alleen bedrijven geïnterviewd die in het Noorden zitten en geen bedrijven die niet zijn gekomen of weg zijn gegaan.

De rest van het hoofdstuk zal gaan over voorbereidingen voor de interviews en alles wat daarmee samenhangt. In 5.2 worden de doelgroepen voor de interviews besproken. Vervolgens zal in 5.3 worden ingegaan op de vragenlijsten. De thema's die ten grondslag liggen aan de vragenlijst van de overheid komen aan bod in 5.4. Tot slot worden in 5.5 de thema's besproken die ten grondslag liggen aan de vragenlijst van de bedrijven.

5.2 Doelgroepen

Om het vraagstuk in dit onderzoek van meerdere kanten te belichten is er gekozen om twee belangrijke groepen te interviewen, namelijk: overheden en bedrijven. Omdat het belangrijk was voor dit onderzoek om meer te weten te komen over wat de regionale overheden doen ten aanzien van FDI, is er voor gekozen om één gemeente, één provincie en één IPA te interviewen. Dit waren de gemeente Groningen, de provincie Groningen en de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM). Dit drietal is gekozen om te weten te komen wat het beleid is dat wordt gevoerd en of er samenhang is tussen het gevoerde beleid van de drie instanties.

Daarnaast zijn er voor dit onderzoek buitenlandse bedrijven geïnterviewd. Deze zijn gevonden op het Engelse deel van de website van de NOM, waar alle bedrijven staan die voor meer dan vijftig procent in bezit zijn van buitenlandse partijen of een buitenlandse registratie hebben bij de Kamer van Koophandel (www.nom.nl). Uit dit bestand zijn vooral grotere ondernemingen, welke meer dan vijftig werknemers hebben in het Noorden van Nederland benaderd. De keuze voor de grotere vestigingen is te verklaren doordat de kans

hier goede informatie te kunnen krijgen groter werd geacht. Uit de gemeenten Groningen, Delfzijl en Hoogezand-Sappemeer van de provincie Groningen zijn bedrijven benaderd. In Friesland zijn bedrijven benaderd uit de gemeenten Heerenveen, Drachten en Leeuwarden. De Drentse gemeentes waaruit bedrijven zijn benaderd, zijn Emmen, Tynaarlo en Assen. Hiervoor is gekozen zodat er uit elke provincie bedrijven zijn geïnterviewd.

5.3 Vragenlijsten

Voor beide doelgroepen zijn verschillende vragenlijsten opgesteld: één vragenlijst voor de overheden (zie bijlage A) en één vragenlijst voor de bedrijven (zie bijlage B). De vragen uit de vragenlijsten zijn ontstaan uit verschillende thema's. Uit deze thema's zijn verschillende vragen voort gekomen. De vragen voor de verschillende thema's zijn samengevoegd en daaruit zijn de vragenlijsten ontstaan. Een aantal vragen staat onder meerdere thema's omdat deze vragen op meerdere thema's toepasbaar zijn. De resultaten in het volgende hoofdstuk zullen ook per geïnterviewde aan de hand van de thema's worden uitgewerkt. Per thema, zoals die hieronder staan, staat beschreven wat het thema inhoudt. Daarnaast wordt een koppeling gemaakt met de theorie van de hoofdstukken twee, drie en vier. Verder wordt uitgelegd wat het belang is van het thema voor de scriptie. Ten slotte zijn de vragen genoteerd die bij het thema aansluiten.

5.4 Thema's: Overheid

5.4.1 Spanningsveld tussen nieuwe investeringen of herinvesteringen

Wat is de beste manier om FDI aan te trekken: nieuwe bedrijven aantrekken of bij bestaande bedrijven herinvesteringen stimuleren? Hoe verdelen de overheden hun aandacht tussen de potentiële nieuwe investeerders en de huidige bedrijven? De beschikbare middelen van de overheid kunnen immers maar één keer worden ingezet.

Investeringen van nieuwe en bestaande bedrijven kunnen zowel directe als indirecte effecten opleveren voor de lokale en/of nationale economie. Deze effecten die investeringen met zich mee brengen staan verder beschreven in hoofdstuk 3. Bij elke investering vindt een bepaalde mate van verankering plaats. Voor elke herinvestering zal deze verankering verder toenemen (Wintjens,2001) in 3.4. De meeste overheden proberen beide vormen van investeringen aan te trekken. Het zoeken naar nieuwe potentiële bedrijven die nog niet bekend zijn met de regio is vaak een kostbare en risicovolle bezigheid (Morisset & Andrews-Johnson,2004). Het blijkt vaak relatief makkelijker om door contact met bestaande bedrijven (accountmanagement) herinvesteringen aan te trekken.

Voor dit onderzoek is het van belang om erachter te komen op wat voor manier de overheid haar aandacht verdeelt tussen nieuwe investeringen en herinvesteringen. Dit om

erachter te komen op wat voor manier de overheid investeringen van buitenlandse bedrijven probeert binnen te halen en hoe effectief dit is.

Vragen:

- Wat is het belang voor u als overheid om nieuwe investeringen van nieuwe bedrijven aan te trekken?
- Wat is het belang voor u als overheid om contact te houden met bedrijven (accountmanagement) en zo herinvesteringen te stimuleren?
- Hoe is de balans tussen het aantrekken van nieuwe investeringen en het contact houden met bestaande bedrijvigheid?
- Botsen buitenlandse investeringen wel eens met de belangen van bestaande bedrijven?
- Wat voor middelen worden hierbij ingezet?

5.4.2 Kwalitatieve of kwantitatieve investeringen?

Wat is het doel van het beleid of wat zou het doel moeten zijn: Zoveel mogelijk FDI binnen halen of FDI binnen halen waarbij de economie gebaat is? In de cijfers die over FDI zijn te lezen gaat het vaak over de hoeveelheid geld er is geïnvesteerd of de hoeveelheid werkgelegenheid de investering oplevert. Wat acht de overheid belangrijker kwalitatieve investeringen of kwantitatieve investeringen.

FDI levert een aantal directe effecten (zie 3.2) op zoals werkgelegenheid en binnenkomende geldstromen. Deze directe effecten zijn relatief gemakkelijk meetbaar. Daarnaast kunnen er bij FDI ook indirecte effecten (zie 3.3) optreden zoals linkages en spillovers, deze zijn lastiger meetbaar. Gebleken is dat deze effecten onder de juiste omstandigheden veel op kunnen leveren voor de economie. Deze indirecte effecten zullen zich eerder voor doen en meer voordeel opleveren voor de economie wanneer de investeringen een eigenschap met zich mee brengen die nog niet aanwezig is in de regio, dit kan een technologie zijn of een bepaalde productiewijze. Kwalitatieve investeringen voegen dus iets extra's toe. Kwalitatieve FDI is bijvoorbeeld: research and development (R&D), hoofdkantoor en hoogwaardige industrie (Dunning & Lundan 2008, Blomstrom 2003).

Om erachter te komen op wat voor manier de verschillende overheden FDI naar de regio proberen te halen is het belangrijk om te weten of de overheden ook onderscheid maken tussen kwantiteit en kwaliteit. Of wellicht is er een ander onderscheid wat de overheden tussen verschillende bedrijven maken bij het aantrekken van investeringen.

Vragen:

- Wat is volgens u als overheid de toegevoegde waarde van buitenlandse bedrijven aan de lokale economie?
- Wordt beleid door u gevoerd als overheid afgestemd op bepaalde bedrijvigheid?

Zo ja, naar welke bedrijfseigenschappen (sector, activiteit, grootte bedrijf, grootte investering, land van herkomst) wordt gekeken bij het aantrekken van (her)investeringen?

Zo, nee, waarom gebeurt dit niet?

- Worden er wel eens bedrijven geweerd uit de regio door u als overheid?

5.4.3 Regio van belang voor het bedrijf

Wat zijn de sterke punten van de regio en hoe kunnen deze in het voordeel werken van het bedrijf? Welke sterke punten heeft een regio waar een buitenlands bedrijf voordeel uit kan halen? Wat doet de overheid met deze sterke punten om bedrijven over te halen tot investeren? Wat ziet de overheid als de sterke punten van de regio?

Volgens het OLI-paradigma (zie 2.2.2) gaat een bedrijf wanneer het bereid is over te gaan tot FDI, dus na de eerste twee stappen, op zoek naar een land/regio met L-specifieke voordelen. Dit zijn de voordelen die een land/regio heeft ten opzichte van andere landen/regio's (Dunning en Lundan,2008), feitelijk de concurrentiepositie. Volgens het diamant model (zie 2.2.3) van Porter (1990) wordt deze concurrentiepositie bepaald door vier factoren namelijk: strategie, structuur en rivaliteit van bedrijven, vraag en factor condities. Volgens Porter (1990) is de overheid van invloed op deze factoren en heeft dus indirect invloed op de concurrentiepositie. De overheid kan de concurrentiepositie verbeteren door in te zetten op de sterke punten van de regio en deze te benadrukken.

De sterke punten die een land of regio heeft kunnen worden ingezet om bedrijven en investeringen aan te trekken. Deze sterke punten kunnen invloed hebben op de manier waarop bedrijven worden aangetrokken en de effectiviteit hiervan.

Vragen:

- Wat zijn volgens u als overheid de sterke punten van de regio/het land t.o.v. buurregio's/landen?

- Wat doet u als overheid met de sterke punten van de regio/het land met betrekking tot aantrekken van bedrijvigheid?

- Vindt er overleg plaats met andere regio's over het aantrekken van buitenlandse investeringen?

5.4.4 Rol van de overheid of een IPA voor de investering?

Wat doet de overheid om er voor te zorgen dat een bedrijf over gaat tot het doen van een nieuwe investering? Doet de overheid aan promotie? Wat is de manier van contact leggen? Wat doet de overheid om het bedrijf over te halen te komen? Worden er bijvoorbeeld bepaalde prikkels gebruikt? Hoe ziet de overheid dat zelf?

De overheid kan gebruik maken van maatregelen die eisen stellen aan de bedrijven die zich willen gaan vestigen, zodat bedrijven die misschien minder gewenst zijn niet zullen komen of zodat die bedrijven zich zullen aanpassen. De overheid kan daarnaast gebruik maken van bepaalde prikkels als financiële, fiscale of overige prikkels (UNCTAD, 1996). In 1996 wijst Charles Oman erop dat prikkels niet altijd het gewenste effect hebben en de verkeerde bedrijven kunnen aantrekken. Het voorgaande staat ook beschreven in 4.2. Een Investment Promotion Agency (IPA) kan ervoor zorgen dat er verschillende contacten worden gelegd met potentiële investeerders. In een land/regio met een goed investeringsklimaat is het werk van een IPA van positieve invloed op de binnenkomende FDI (Morisset, 2003). Wel is het binnen halen van nieuwe bedrijven en het daar op richten door IPA's, een risicovolle activiteit en relatief de minst effectieve activiteit. Andere activiteiten, zoals het verbeteren van de concurrentiepositie en beleid, zijn minder risicovol en vaak effectiever (Morisset & Andrews-Johnson, 2004). De theorie over IPA's staat beschreven in 4.4.1.

Dit onderzoek probeert onder andere erachter te komen wat overheden doen om FDI aan te trekken en hoe effectief dit beleid is. Dan is het van belang de overheden te vragen hoe zij hier zelf tegenaan kijken.

Vragen:

- Wat doet u als overheid om investeringen aan te trekken?
- Hoe is de samenwerking met betrekking tot het aantrekken van nieuwe investeringen tussen u als overheid en de IPA?
- Hoe effectief is het beleid dat u als overheid voert?

5.4.5 Rol van de overheid of een IPA na de investering

Wat doet de overheid nadat er is geïnvesteerd? Is er sprake van accountmanagement waarbij de overheid helpt bij eventuele herinvesteringen? Probeert de overheid verankering van bedrijven in de regio te bewerkstelligen? Hoe ziet de overheid dit?

Na de vestiging kan de overheid of IPA contact houden door middel van accountmanagement. Hierdoor kan een bedrijf eerder geneigd zijn in een land/regio te blijven en eventueel over te gaan tot herinvesteringen (UNCTAD, 2001). Overheden of IPA's kunnen het ontstaan van linkages en spillovers bevorderen door bedrijven in de regio met elkaar in contact te brengen (UNCTAD, 2006). Zowel accountmanagement als het contact leggen tussen bedrijven kan ervoor zorgen dat een bedrijf verder verankerd raakt in de economie (Wintjens, 2001). Bovenstaande is uitgebreider beschreven in 4.4.1.

Deze scriptie onderzoekt onder andere wat overheden doen om buitenlandse bedrijven te behouden en hoe effectief dit beleid is. Dan is het belangrijk de overheden zelf te vragen hoe zij dit zien.

Vragen:

- Wat doet de overheid met de bedrijven die al aanwezig zijn in de regio?
- Hoe is de samenwerking met betrekking tot het contact met bestaande bedrijven tussen u als overheid en de IPA?
- Hoe effectief is het beleid dat u als overheid voert?

5.5 Thema's: Bedrijven

5.5.1 Keuze land van investeren

Wat zijn de redenen dat het bedrijf overgaat tot FDI en uiteindelijk voor Nederland heeft gekozen? Welke criteria zijn belangrijk voor bedrijven die uiteindelijk wel of juist voor Nederland kiezen?

De vier motieven (zie 2.4), door de theorie genoemd, voor bedrijven om over te gaan tot FDI zijn: natural resource seekers, market seekers, efficiency seekers en strategic asset seekers. De natural resource seekers zijn op zoek naar grondstoffen, de market seekers zoeken nieuwe afzetmarkten, efficiency seekers proberen door investeringen in het buitenland het bedrijf als geheel beter te laten functioneren en strategic asset seekers zijn opzoek naar specifieke landen en/of bedrijven om in te investeren die nu of later van strategisch belang kunnen zijn (Dunning & Lundan, 2008). De belangrijke kenmerken volgens de MNO's van het vestigingsland zijn in de meeste gevallen de grootte van de markt (Chakrabarti, 2001), een politiek stabiel klimaat, de infrastructuur en lage lonen (Biswas, 2002). Kenmerken die voor Nederland vaak genoemd worden zijn de goede locatie in Europa, de infrastructuur, het opleidingsniveau en het belastingsniveau (zie 2.5).

Het is voor de overheid van belang om te weten wat de redenen zijn bedrijven die in Nederland investeren, om in Nederland te investeren. Het kan zijn dat de overheid hierin een rol heeft gespeeld, waaruit zou kunnen blijken dat het beleid effectief is. Ook kan de overheid haar beleid aanpassen op deze redenen.

Vragen:

- Wat is de reden dat uw bedrijf is gaan investeren in het buitenland?
- Hoe is voor uw bedrijf de keuze voor Nederland als vestigingsland tot stand gekomen? Wat zijn criteria, wat zijn alternatieven etc.?
- Wat is voor uw bedrijf de uiteindelijke reden om voor Nederland te kiezen?

5.5.2 Keuze regio van investeren

Hoe komt het dat een buitenlands bedrijf overgaat tot FDI en vervolgens binnen Nederland voor Noord-Nederland heeft gekozen? Wat zijn de criteria die belangrijk zijn voor bedrijven die wel of niet in Nederland investeren?

Als reden om over te gaan tot FDI worden door de theorie vier motieven (zie 2.4) gegeven dit zijn: natural resource seekers, market seekers, efficiency seekers en strategic asset seekers. De natural resource seekers zijn op zoek naar grondstoffen, de market seekers zoeken nieuwe afzetmarkten, efficiency seeker proberen door investeringen in het buitenland het bedrijf als geheel beter te laten functioneren en strategic asset seekers zijn op zoek naar specifieke landen en/of bedrijven om in te investeren die nu of later van strategisch belang kunnen zijn (Dunning & Lundan, 2008). Kenmerken die voor Noord-Nederland vaak genoemd worden zijn de rust, de ruimte en goedkoper dan de rest van Nederland. Binnen Nederland is Noord-Nederland een perifeer gebied; Dicken (1994) stelt dat bedrijven perifere gebieden gebruiken om voordeel te halen uit de lagere loonkosten, grondstofkosten en winst te halen uit niet eerder geëxploiteerde delen van de economie (zie 3.5).

Wat is de reden dat de bedrijven die vanuit het buitenland naar Noord-Nederland komen overgaan tot investeren? Het kan zijn dat de overheid hierin een rol heeft gespeeld, wat van belang is voor dit onderzoek. Daarnaast kan de overheid haar beleid aanpassen op deze redenen.

Vragen:

- Wat is de reden dat uw bedrijf is gaan investeren in het buitenland?
- Hoe is voor uw bedrijf de keuze voor Groningen als vestigingsregio tot stand gekomen? Wat zijn criteria, wat zijn alternatieven etc.?
- Wat is voor uw bedrijf de uiteindelijke reden om voor Groningen/regio Groningen te kiezen? en speelden de eigenschappen van een perifeer gebied hierbij een rol?

5.5.3 Regio van belang voor het bedrijf

Wat zijn de sterke punten van de regio en hoe kunnen deze in het voordeel werken van het bedrijf? Welke sterke punten heeft een regio waar het bedrijf, dat wil of gaat investeren, voordeel uit kan halen? Wat doet het bedrijf met deze sterke punten? Wat ziet het bedrijf als de sterke punten van de regio?

Volgens het OLI-paradigma (zie 2.2.2) gaat een bedrijf wanneer het bereid is over te gaan tot FDI, dus na de eerste twee stappen, op zoek naar een land/regio met L-specifieke voordelen. Dit zijn de voordelen die een land/regio heeft ten opzichte van andere landen/regio's (Dunning en Lundan, 2008), feitelijk de concurrentiepositie. Volgens het

diamant model (zie 2.2.3) van Porter (1990) wordt deze concurrentiepositie bepaald door vier factoren, namelijk: strategie, structuur en rivaliteit van bedrijven, vraag en factor condities. Volgens Porter (1990) is de overheid van invloed op deze factoren en heeft dus indirect invloed op de concurrentiepositie. De overheid kan de concurrentiepositie verbeteren door in te zetten op de sterke punten van de regio en deze te benadrukken.

De sterke punten die een land of regio heeft kunnen worden ingezet om bedrijven en investeringen aan te trekken. Deze sterke punten kunnen invloed hebben op het feit of de bedrijven beslissen naar de regio te vertrekken en blijven.

Vragen:

- Wat zijn voor uw bedrijf de voordelen van de regio Groningen en hoe maakt uw bedrijf hier gebruik van?
- Wat maakt uw bedrijf anders dan andere bedrijven uit deze regio?

5.5.4 Rol van de overheid of een IPA voor de investering

Wat doet de overheid om er voor te zorgen dat een bedrijf over gaat tot het doen van een nieuwe investering? Op welke manier is het bedrijf voor de vestiging in contact gekomen met de overheid? Dit kan door bijvoorbeeld promotie. Ook kan het zijn dat er eisen zijn gesteld door de overheid of dat het bedrijf is gestimuleerd door de overheid. Op wat voor manier ervaart het bedrijf het contact met de overheid voor de investering?

De overheid kan gebruik maken van maatregelen die eisen stellen aan de bedrijven die zich willen gaan vestigen, zodat bedrijven die misschien minder gewenst zijn niet zullen komen of zich zullen aanpassen. De overheid kan daarnaast gebruik maken van bepaalde prikkels als financiële, fiscale of overige prikkels (UNCTAD, 1996). In 1996 wijst Charles Oman erop dat prikkels niet altijd het gewenste effect hebben en de verkeerde bedrijven kunnen aantrekken. Het voorgaande staat ook beschreven in 4.2. Een investment promotion agency(IPA) kan ervoor zorgen dat er verschillende contacten worden gelegd met potentiële investeerders. In een land/regio met goed investeringsklimaat is het werk van een IPA van positieve invloed op de binnenkomende FDI (Morisset,2003). Wel is binnenhalen van nieuwe bedrijven en het daar op richten door IPA's, een risicovolle activiteit en relatief de minst effectieve activiteit. Andere activiteiten zoals verbeteren van de concurrentiepositie en beleid, zijn minder risicovol en vaak effectiever (Morisset & Andrews-Johnson, 2004). De theorie over IPA's staat beschreven in 4.4.1.

Dit onderzoek probeert onder andere erachter te komen wat overheden doen om FDI aan te trekken en hoe effectief dit beleid is. Dan is het van belang de bedrijven te vragen hoe zij hier zelf tegenaan kijken.

Vragen:

- Wat was de rol en/of betrokkenheid van de verschillende overheden bij de vestiging of laatste grote investering in deze vestiging van uw bedrijf? Dit kunnen verschillende overheden zijn: gemeente, provincie, ministerie of semioverheid:NOM.
- Hoe belangrijk was die rol van de overheid bij de uiteindelijke keuze voor deze vestiging van uw bedrijf?

5.5.5 Rol van de overheid of een IPA na de investering

Wat doet de overheid nadat er is geïnvesteerd. Is er sprake van accountmanagement? Helpt het bij eventuele herinvesteringen? Probeert de overheid verankering van bedrijven in de regio te bewerkstelligen? Heeft het bedrijf veel contact met de overheid? Gebeurt dit frequent en hoe wordt dit gewaardeerd door bedrijven?

Na de vestiging kan de overheid of IPA contact houden door middel van accountmanagement, waardoor een bedrijf eerder geneigd kan zijn in een land/regio te blijven en eventueel over te gaan tot herinvesteringen (UNCTAD, 2001). Overheden of IPA's kunnen het ontstaan van linkages en spillovers bevorderen door bedrijven in de regio met elkaar in contact te brengen (UNCTAD, 2006). Zowel accountmanagement als het contact leggen tussen bedrijven kan ervoor zorgen dat een bedrijf verder verankerd raakt in de economie (Wintjens, 2001). Bovenstaande is uitgebreider beschreven in 4.4.1.

Deze scriptie onderzoekt onder andere wat overheden doen om buitenlandse bedrijven te behouden en hoe effectief dit beleid is. Dan is het belangrijk om bedrijven te vragen hoe zij dit zien.

Vragen:

- Wat is de rol en/of betrokkenheid van de overheden bij uw bedrijf sinds de vestiging in Groningen?
- Heeft de overheid een rol gespeeld bij het blijven of uitbreiden binnen deze regio?
- Kan de overheid een rol spelen in de toekomst van uw bedrijf in deze regio?

6. Resultaten interviews

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zullen per thema, die genoemd zijn in het vorige hoofdstuk, de resultaten van de interviews weergegeven. In 6.2 zullen de geïnterviewde overheden, de gemeente Groningen, de provincie Groningen en de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij(NOM) aan bod komen. Vervolgens komen in 6.3 de geïnterviewde bedrijven, SCA, Transcom, Honeywell en Neopost Technologies aan het licht.

6.2 Overheid

6.2.1 Gemeente Groningen

inwoners:	190.000
arbeidsplaatsen:	132.000

Figuur 6.1: Gemeente Groningen



Bron: www.plaatsen-gids.nl

Geïnterviewde:	dhr. J. Ebbink
Functie:	Buitenland Medewerker RO/EZ
Datum interview:	23 april 2010

Spanningsveld tussen nieuwe investeringen of herinvesteringen

Het aantrekken van nieuwe investeringen en dus vaak ook nieuwe arbeidsplaatsen vindt de gemeente belangrijk. Het maakt de gemeente echter niet uit of deze investeringen nationaal of internationaal zijn. Bij het aantrekken wordt samengewerkt met de NOM en er kan gebruik worden gemaakt van de investeringspremie regeling(IPR). De gemeente heeft min of meer een faciliterende rol, het snel afgeven van vergunningen is hiervan een voorbeeld. De gemeente Groningen is erg actief op zakelijk gebied om in contact te blijven met bedrijven

die hier zijn gevestigd om zo eventuele kansen of bedreigingen te signaleren. Dit gebeurt ook door de NOM. Op sociaal vlak en andere randverschijnselen, zoals huisvesting, wordt wel te kort geschoten volgens de gemeente. Daarom is hiervoor een stichting opgericht, namelijk: stichting Connect International. Bij de gemeente houdt 90% van het personeel zich bezig met reeds gevestigde bedrijven en 10% met nieuwe bedrijven, omdat bestaande bedrijven de motor van de economie zijn.

Kwalitatieve of kwantitatieve investeringen

Niet alle contacten met nieuwe bedrijven zijn gericht op bepaalde sectoren of landen. Sommige ontstaan ook per toeval. Verder probeert de gemeente de sterke punten van Groningen te promoten, wat met name betrekking heeft op life science. De gemeente richt zich ook wel bewust op bepaalde regio's omdat ze zich niet overal op kan richten. Bedrijven die naar Groningen komen zullen niet snel worden geweigerd, maar het kan wel gebeuren dat een bedrijf beter past bij een andere stad in de provincie. Dit is bijvoorbeeld gebeurd bij een chemie bedrijf dat in Delfzijl wordt geplaatst.

Regio van belang voor het bedrijf

Sterke punten van de gemeente Groningen zijn onder andere energie, life science en sensortechnologie. De gemeente ziet andere plaatsen in het Noorden niet echt als concurrent. Er zal samen moeten worden opgetrokken om goede bedrijven aan te trekken, daarbij gebruikmakend van de diverse sterke punten in de verschillende steden. Binnen het Noorden richt Groningen zich met name op zakelijke dienstverlening en hoofdkantoren, omdat het toch de belangrijkste stad is in het Noorden. Daarnaast richt ze zich dus op life science.

Rol van de overheid of een IPA voor de investering

Door middel van eigen contacten en contacten van de NOM, probeert de gemeente bedrijven aan te trekken. Hierin heeft de gemeente met name een faciliterende rol. Acquisitie gebeurt door of in samenwerking met de NOM. Indien noodzakelijk worden er naast de NOM ook andere overheden betrokken bij de acquisitie. Daarbij kan ook de NFIA nog worden ingeschakeld. Er moet wel worden opgepast dat er niet teveel mensen worden betrokken bij het proces: hierdoor zijn in het verleden bedrijven weg gebleven. Dit mede omdat de verschillende overheden in Noord-Nederland niet alleen partners zijn, maar ook concurrenten. Dit is niet altijd even effectief.

Rol van de overheid of een IPA na de investering

De gemeente heeft mensen die dagelijks bij bedrijven komen en op de hoogte blijven van de ontwikkelingen binnen het bedrijf. De NOM doet dit ook. Zo proberen de gemeente en de NOM de bedrijven te ondersteunen en op deze manier te behouden. De bedrijven kunnen ook ondersteund worden bij inkrimping of uitbreiding.

6.2.2 Provincie Groningen

inwoners: 577.000

arbeidsplaatsen: 272.000

Figuur 6.2: Provincie Groningen



Bron: www.provinciegroningen.nl

Geïnterviewde: drs. Reering

Functie: Senior Beleidsmedewerker Economische Zaken

Datum interview: 8 april 2010

Spanningsveld tussen nieuwe investeringen of herinvesteringen

Het is voor de provincie van belang dat er bedrijven komen die aansluiten bij de sectoren die belangrijk zijn voor het Noorden, namelijk: energie, water, sensortechnologie, agribusiness en scheepsbouw/metaal. Voor de provincie maakt het niet zoveel uit of deze uit het buitenland komen of niet. Bij de vestiging van een nieuw bedrijf kan de provincie worden geraadpleegd door de NOM of een gemeente. Hiervoor zijn geen speciale middelen beschikbaar. Vaak wordt de provincie geraadpleegd over zaken met betrekking tot vergunningen en ruimte op bedrijventerreinen. Na de vestiging houdt de provincie niet veel contact met de bedrijven. De contacten die er zijn hebben betrekking tot milieu en vergunningen. Andere contacten worden overgelaten aan de NOM en/of de gemeente.

Kwalitatieve of kwantitatieve investeringen

Beleid van de provincie is niet afgestemd op bepaalde bedrijven: er wordt geen onderscheid gemaakt tussen bedrijven. Er kan hooguit en lichte voorkeur uitgaan naar bedrijven uit de eerder genoemde sectoren. Het kan zo zijn dat bedrijven vanwege regels geweerd worden, maar vaak wordt hier een andere oplossing voor gezocht.

Regio van belang voor het bedrijf

In de provincie Groningen liggen de kosten laag en daarbij zijn Groningers harde werkers. Internationale bedrijven zijn erg te spreken over de verlenging van de landingsbaan van vliegveld Eelde.

Rol van de overheid of een IPA voor de investering

Binnen de provincie wordt er als er een bedrijf wil komen welke ze graag in de provincie zien een groep samengesteld met mensen van allerlei afdelingen. Op deze wijze kunnen er zo veel mogelijk verschillende zaken worden geregeld, zoals vergunningen. Bij elk bedrijf probeert de provincie maatwerk te leveren door in te spelen op de wensen van het bedrijf. Dit gebeurt in samenwerking met de desbetreffende gemeente en de NOM. Daarnaast proberen ze de bedrijven zich gewaardeerd te laten voelen door bij ontvangst hoogwaardigheidsbekleders uit te nodigen. De provincie kan niet zeggen of hetgeen ze doen voor buitenlandse ondernemingen daadwerkelijk helpt.

Rol van de overheid of een IPA na de investering

Na de vestiging is er slechts sprake van beperkt contact, veelal over vergunningen. Deze contacten worden onderhouden door de NOM en/of de gemeenten.

6.2.3 Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij(NOM)

inwoners: 1.714.000

Figuur 6.3: Noord-Nederland(Groningen, Drenthe en Friesland)



Bron: www.rug.nl

Geïnterviewde: ir. S. Oosterhof

Functie: Manager Investeringsbevordering

Datum interview: 27 april 2010

Spanningsveld tussen nieuwe investeringen of herinvesteringen

Buitenlandse bedrijven zijn volgens de NOM van grote toegevoegde waarde. Allereerst omdat ze een belangrijke schakel kunnen vormen in de productieketen. Ten tweede omdat ze technologie meebrengen die in het Noorden niet aanwezig is. Ten slotte omdat de productiviteit in deze bedrijven hoog is. De NOM is actief in contact met buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland dit vanuit het international development programma van het Ministerie van Economische Zaken. Hierbij wordt gekeken naar de vraagstukken die er binnen een bedrijf leven. De verhouding tussen nieuwe investeringen en herinvesteringen verandert door de tijd. Als het op economisch gebied beter gaat, is de NOM relatief iets meer bezig met de nieuwe investeringen, als deze minder is richt de NOM zich meer op reeds gevestigde bedrijven.

Kwalitatieve of kwantitatieve investeringen

De NOM heeft een sterke focus op bepaalde sectoren. Dit zijn de energie, life science, chemie en voedingsmiddelen sector. De NOM richt zich ook op callcenters en datacenters, omdat Noord-Nederland hier erg geschikt voor is. De NOM focust zich niet op bepaalde landen en ook niet op grote of kleine bedrijven. Het is vooral belangrijk dat bedrijven in het Noorden passen en dat ze eerlijk worden geïnformeerd.

Regio van belang voor het bedrijf

Sterke sectoren binnen het Noorden zijn de energie, life science, chemie en voedingsmiddelen sector. Het Noorden is ook erg geschikt voor callcenters en datacenters. Dit vanwege goedkope arbeid, de trans-Atlantische kabel en de grote hoeveelheid energie door de centrales in Delfzijl. Elke provincie heeft ook weer zijn sterke punten. Zo heeft Friesland watertechnologie, Drenthe sensortechnologie en Groningen heeft een chemiepark in Delfzijl. Het is de bedoeling van de NOM investeringen te laten aansluiten bij de bedrijven die er al zijn. Dus bijvoorbeeld bepaalde chemie bedrijven naar Delfzijl te halen. Het is volgens de NOM belangrijk zo vroeg en zo veel mogelijk andere overheden bij het proces te betrekken zodat zaken als vergunningen zo snel mogelijk zijn geregeld.

Rol van de overheid of een IPA voor de investering

De NOM krijgt uit eigen contacten of via de NFIA leads over mogelijke bedrijven welke zich willen vestigen. Deze worden een prekwificatie gestuurd met informatie over het Noorden en waarom het Noorden geschikt is. Als bedrijven op basis hiervan nog steeds in zee willen met de NOM wordt het een salesproces. Hierbij laat de NOM de klant geschikte locaties zien en legt het contacten met andere overheden. De communicatie met andere overheden binnen Noord-Nederland kan lastig zijn. Het bedrijf kan dan ook nog opties buiten Noord-Nederland hebben. Er komen niet veel bedrijven naar Noord-Nederland omdat de omstandigheden op andere plekken beter zijn. Als er eenmaal contacten lopen tussen de

NOM en potentiële bedrijven, heeft de NOM echter een grote kans dat de bedrijven komen. Dit is te danken aan de professionele aanpak van de NOM.

Rol van de overheid of een IPA na de investering

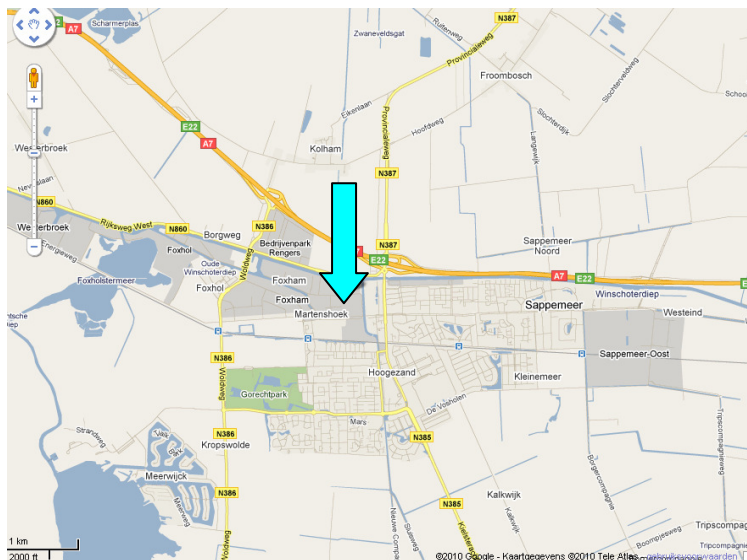
De NOM houdt contacten met buitenlandse bedrijven. Dit kan ervoor zorgen dat een bedrijf behouden blijft voor het Noorden of meer investeringen doet.

6.3 Bedrijven

6.3.1 SCA Hygiene Products te Hoogezand

Moederbedrijf:	Svenka Cellulosa AB SCA
Land moederbedrijf:	Zweden
Sector:	Hygiëne en papier
Werknemers moederbedrijf:	ongeveer 45.000
Werknemers vestiging:	839

Figuur 6.4: Locatie SCA Hygiene Products Hoogezand bv



Bron <http://maps.google.com> (eigen bewerking)

Geïnterviewde:	Dhr. E. Veenstra
Functie:	Controller
Datum interview:	19 juli 2010

Keuze land van investeren

In Hoogezand is een vestiging aanwezig waar voor heel Europa geproduceerd wordt. Belangrijk was dat heel Europa te bereiken was en het maakte niet zo heel veel uit waar vandaan dat ging. Dit bedrijf is 40 jaar geleden naar Nederland gekomen.

Keuze regio van investeren

Eén van de redenen om voor Hoogezand te kiezen was destijds de gunstige Investeringspremie regeling (IPR). De keuze voor Hoogezand is waarschijnlijk te verklaren door de toenmalige burgemeester die goede banden had met Zweden. Er hebben zich in die tijd meerdere Zweedse bedrijven in Hoogezand gevestigd.

Regio van belang voor het bedrijf

Er zijn naast de vroegere IPR nog steeds subsidies zoals de BSRI waar SCA gebruik van maakt. Deze subsidies zijn gericht op Noord-Nederland. Verder worden er producten en diensten afgenomen bij lokale bedrijven. Dat is goed voor de regio en SCA.

Rol van de overheid of een IPA voor de investering

De rol van de IPR en ook die van de toenmalige burgemeester waren belangrijk voor de vestiging van SCA. Welke lagen van de diverse overheden er in die tijd bij betrokken waren en hoe het proces exact is verlopen is niet geheel duidelijk.

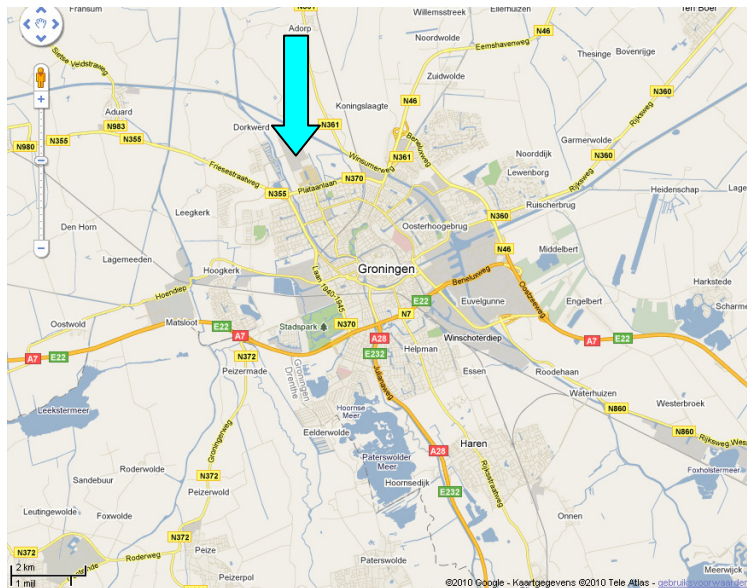
Rol van de overheid of een IPA na de investering

Op dit moment maakt SCA gebruik van de BSRI, een subsidie op uitbreidingsinvesteringen. Hierover is contact met het Ministerie van Economische Zaken. Over vergunningen is ook contact met de gemeenten. De overheid wil SCA als groot buitenlands bedrijf erg graag helpen, maar de regelgeving laat niet toe dat dit meer is dan bij andere bedrijven.

6.3.2 Transcom te Groningen

Moederbedrijf:	Transcom Worldwide SA, deel van de Kinnevik Groep
Land moederbedrijf:	Luxemburg
Sector:	Zakelijke dienstverlening
Werknemers moederbedrijf:	24.500
Werknemers vestiging:	500
Geïnterviewde:	Dhr. J. Koekkoek
Functie:	Callcenter Manager
Datum interview:	20 juli 2010

Figuur 6.5: Locatie Transcom Worldwide BV te Groningen



Bron <http://maps.google.com> (eigen bewerking)

Keuze land van investeren

Transcom is van origine Zweeds en maakt deel uit van dezelfde investeringmaatschappij als Tele2. Wanneer Tele2 naar het buitenland gaat volgt eigenlijk altijd Transcom om daar Tele2 te voorzien van callcenter diensten. Zo was het ook in Nederland. Tele2 kwam midden jaren '90 naar Nederland en in 1998 vestigde Transcom zich in Nederland.

Keuze regio van investeren

Binnen Nederland is Transcom begonnen in Amsterdam en is in 2000 in Groningen gestart. Dit vanwege de arbeidsmarkt.

Regio van belang voor het bedrijf

Transcom is naar Groningen gekomen vanwege de gunstige arbeidsmarkt. Er is in Groningen meer werkloosheid en er zijn veel studenten. Dit betekent dat er veel goedkope arbeid aanwezig is. Er is in Groningen contact met andere callcenters, onder andere via Callcenter Platform Noord-Nederland.

Rol van de overheid of een IPA voor de investering

De NOM heeft een erg belangrijke rol gespeeld in de vestiging van Transcom in Groningen. Deze gaf subsidie aan Transcom per aangenomen werknemer, dit vanwege de toenmalige werkloosheid. Dit was van groot belang bij de keuze voor Groningen.

Rol van de overheid of een IPA na de investering

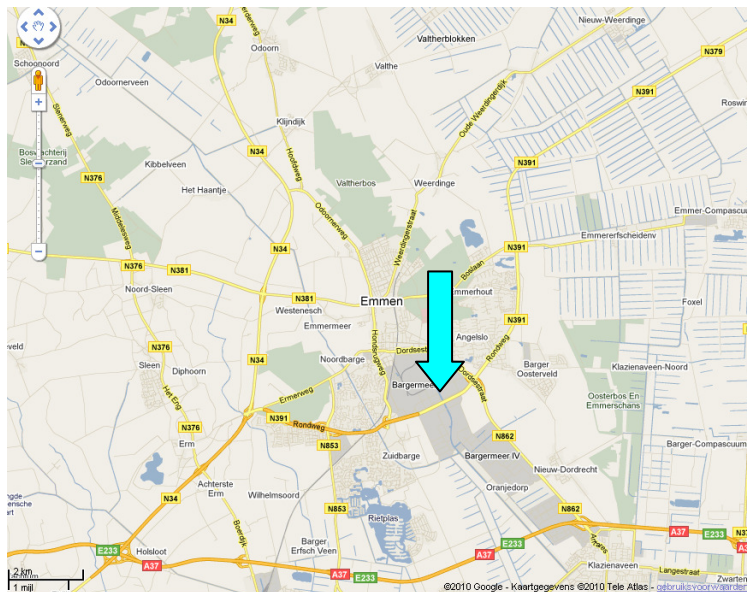
Ook bij een uitbreiding in Groningen en later in Emmen heeft de NOM een belangrijke rol gehad. Hierbij werden ook subsidies verstrekt. Verder is er met de NOM geregeld goed contact. Bij de uitbreiding naar Emmen was er contact met de gemeente. Met de gemeente

Groningen is geen contact. Dat is een beetje vreemd aangezien ze toch een grote werkgever in de gemeente zijn, aldus Transcom.

6.3.3 Honeywell te Emmen

Moederbedrijf:	Honeywell International Inc.
Land moederbedrijf:	Verenigde Staten
Sector:	Industrie
Werknemers moederbedrijf:	122.000
Werknemers vestiging:	147

Figuur 6.6: Locatie Honeywell bv te Emmen



Bron <http://maps.google.com> (eigen bewerking)

Geïnterviewde:	Mevr. A. Fransen
Functie:	Human Resource Generalist
Datum interview:	2 augustus 2010

Keuze land van investeren

Honeywell Nederland in Amsterdam was de eerste buitenlandse vestiging van Honeywell. Dit was omdat Honeywell ook naar Europa wilde en Nederland zag als land om de gemakkelijkste start te maken in Europa.

Keuze regio van investeren

De reden dat de productie 45 jaar geleden is verplaatst, was omdat de vestiging in Amsterdam te klein was en er weinig uitbreidingsmogelijkheden waren. De reden dat er voor Emmen is gekozen was omdat de overheid bedrijven naar het Noorden probeerde te krijgen met de IPR, zo ook Honeywell.

Regio van belang voor het bedrijf

Naast de IPR was van belang dat er in Emmen genoeg ruimte was voor de vestiging.

Rol van de overheid of IPA voor de investering

Het was voor Honeywell erg belangrijk dat de IPR er was op het moment van vestiging.

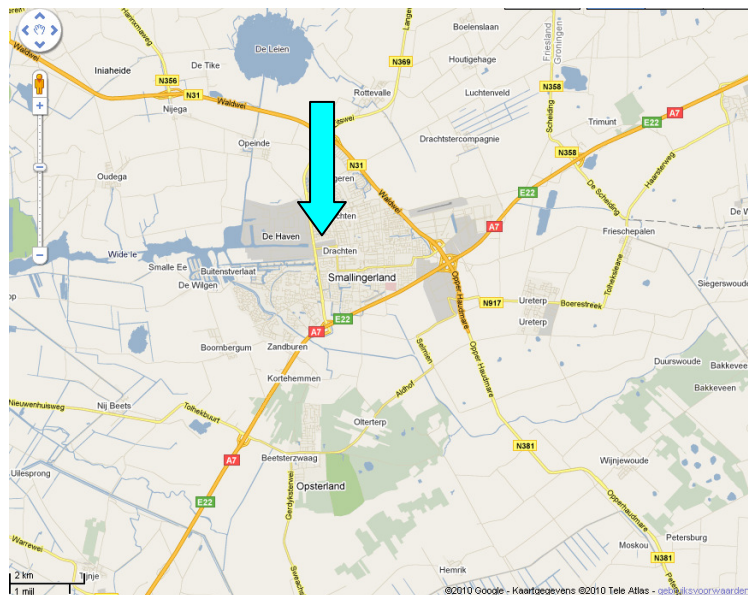
Rol van de overheid of IPA na de investering

Voor de contacten met de overheden in het heden ligt de focus niet op subsidies maar op het gebied van vergunningen. Hierover is contact met de provincie en gemeente. Er zijn daarnaast ook contacten met de NOM. Er is ook subsidie ontvangen om het niveau van de werknemers op een hoger peil te brengen.

6.3.4 Neopost Technologies te Drachten

Moederbedrijf:	Neopost Groep
Land moederbedrijf:	Frankrijk
Sector:	Industrie
Werknemers moederbedrijf:	55.000
Werknemers vestiging:	170

Figuur 6.7: Locatie Neopost Technologies te Drachten



Bron <http://maps.google.com> (eigen bewerking)

Geïnterviewde:	Dhr. P. Fellingner
Functie:	Purchasing Director
Datum interview:	27 oktober 2010

Keuze land van investeren

Neopost Technologies is begonnen als HaDeWe, waaruit doormiddel van overnames en een latere afscheiding, Neopost Technologies is ontstaan. De keuze voor Nederland is niet vanwege de locatie maar vanwege het feit dat het bedrijf daar al gevestigd was. Op dit

moment zijn de producten en de activiteiten van een eventuele overnamekandidaat belangrijker voor Neopost dan de omgeving waarin het is gevestigd.

Keuze regio van investeren

Het bedrijf was al in Drachten gevestigd ten tijde van de eerste overname, er is dus geen sprake van een bewuste keuze voor Drachten. Het bedrijf zit in Drachten omdat de nodige specifieke kennis bij de huidige werknemers aanwezig is en het lastig is over te brengen naar andere plaatsen of mensen.

Regio van belang voor het bedrijf

Voordelen van Drachten voor Neopost zijn de leefkwaliteit en de lage loonkosten. In het Noorden zijn samenwerkingsverbanden met andere bedrijven en de NOM om het noordelijke bedrijfsleven verder te helpen. Voordelen van het feit dat Neopost in Nederland is gevestigd zijn er niet voor Neopost, het bedrijf had ook in België, Duitsland of Frankrijk kunnen staan.

Rol van de overheid of IPA voor de investering

De overheid heeft geen rol gehad bij de overnames uit het verleden die bij Neopost hebben plaats gevonden.

Rol van de overheid of IPA na de investering

Neopost is niet tevreden over het feit dat vanuit het Ministerie van Economische Zaken, door de nota 'Pieken in de Delta', de industrie in het Noorden geen ondersteuning meer krijgt. Vanuit de provincie wordt in meerdere mate naar Leeuwarden gekeken dan naar andere steden. Met de gemeente Smallingerland heeft Neopost een uitstekende relatie, ook omdat het één van de grotere werkgevers is. Met de NOM werkt Neopost samen aan eerder genoemde activiteiten, maar het ontvangt geen ondersteuning vanwege de nota Pieken in de Delta. Volgens Neopost zijn er te veel bestuurslagen en te veel mensen bezig met het toekennen van subsidies en daar wordt het Noorden niet beter van. Dit zou in de toekomst beter kunnen.

7. Conclusie

7.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden, aan de hand van de resultaten van het literatuuronderzoek en de interviews, conclusies getrokken met betrekking tot de doelstelling van dit onderzoek (zie 1.2). In deze doelstelling zijn twee belangrijke zaken genoemd die in dit onderzoek worden onderzocht. Ten eerste is het van belang wat de overheden doen om FDI aan te trekken, dit zal aan bod komen in paragraaf 7.2. Ten tweede is belangrijk wat het effect hiervan is, dit zal worden behandeld in paragraaf 7.3. Paragraaf 7.4 zal een algehele conclusie bevatten en in paragraaf 7.5 zullen nog enkele aanbevelingen worden gedaan.

7.2 Het aantrekken van FDI door de overheid

7.2.1 Nationale overheid

In de theorie komt aan de orde dat nationale overheden werken door middel van het stellen van voorwaarden en eisen aan buitenlandse investeringen, het gebruik maken van prikkels om deze investeringen aan te trekken en het voeren van algemeen handelsbeleid. De voorwaarden en eisen die door overheden gesteld worden moeten er voor zorgen dat bedrijven, die passen bij het land volgens de doelstellingen van de overheid, naar het land komen. Prikkels worden in het leven geroepen om deze bedrijven hiervoor te interesseren. Het voeren van handelsbeleid kan er bedoeld of onbedoeld voor zorgen dat een land aantrekkelijker wordt om te investeren (UNCTAD, 1996; Dicken, 1994).

Volgens het Ministerie van Economische Zaken is de reden dat er beleid is dat buitenlandse bedrijven 'een belangrijke motor van de economie zijn' (www.ez.nl). Dit is een goede reden gezien naar de mogelijke positieve effecten die kunnen optreden als het gevolg van FDI, maar er kunnen zich ook negatieve effecten voordoen (zie hoofdstuk 3). Het beleid van het Ministerie van Economische Zaken (2006) heeft met name betrekking op manieren waarop bedrijven aangetrokken kunnen worden. Dit in tegenstelling tot wat UNCTAD (1996) en Dicken (1994) noemen, zij noemen juist de eisen en voorwaarden die er aan buitenlandse bedrijven worden gesteld. Dit is waarschijnlijk zo omdat deze, eisen en voorwaarden, al in de reguliere wetgeving zijn verwerkt. Bij het stimuleren van buitenlandse investeringen wil het Ministerie van Economische Zaken inzetten op de sterke punten, wat ook door Porter (1995) wordt geadviseerd. Daarnaast wil de overheid meer R&D aantrekken en door technologische matchmaking (zie 4.2.4), wil de overheid partijen met elkaar in contact brengen, omdat dit zou kunnen leiden tot spillovers (Dunning & Lundan, 2008; Blomstrom, 2003) en verankering (Wintjens, 2001). Deze verankering wil men ook versterken door actief accountmanagement, wat zal moeten leiden tot herinvesteringen. Accountmanagement kan dus verankering

(Wintjens, 2001) als gevolg hebben en wordt uitgevoerd door de NFIA, de gemeente Groningen en de NOM. Bij de acquisitie maakt het Ministerie van Economische Zaken gebruik van het Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA); dit is een Investment Promotion Agency (IPA) van het ministerie.

7.2.2 Regionale overheden

Lokaal economisch beleid is volgens Boekema et al. (1996) lokaal beleid, dat gericht is op het zorgen voor voldoende werkgelegenheid. Overheden zouden volgens Porter (1995) de concurrentiekracht van hun land kunnen verbeteren door in te zetten op de sterke punten, de zwaktes te neutraliseren en clustervorming in sterke sectoren te stimuleren. Dit sluit aan bij wat er in 3.3.4 is verteld over agglomeratievoordelen. Volgens Boekema (2001) is het belangrijk dat overheden zich richten op kennisintensieve bedrijven en bedrijven die goed passen bij de bestaande bedrijvigheid. Zoals ook Porter (1995) dat stelt.

Uit beleidstukken blijkt dat het beleid van de provincie Groningen niet heel specifiek op bedrijvigheid of buitenlandse bedrijvigheid is gericht, de focus is meer op de promotie van Groningen en het versterken van de arbeidsmarkt gericht. Dit laatste komt overeen met wat lokaal economisch beleid inhoudt volgens Boekema et al. (1996). Uit het gesprek met de provincie Groningen bleek dat de provincie geen voorkeur heeft voor bedrijven uit het buitenland maar wel voor bedrijven uit de sectoren die voor het Noorden belangrijk zijn of moeten worden. Dit zijn de sectoren: water, energie en sensortechnologie, deze worden ook genoemd door het Ministerie van Economische Zaken (2006). De provincie richt zich dus op haar sterke punten en sectoren en dit komt overeen met wat Porter (1995) en Boekema (2001) beschrijven. Het zet echter niet specifiek in op kennisintensieve bedrijvigheid wat volgens Boekema (2001) ook belangrijk is in lokaal economisch beleid. Bij het aantrekken van bedrijven werkt de provincie veel samen met gemeenten en de NOM. Daarbij heeft de provincie vooral een faciliterende rol, waaronder het verstrekken van vergunningen valt. Dit probeert de provincie zo snel mogelijk te doen door hiervoor een groep mensen van verschillende afdelingen samen te stellen. Contacten na de vestiging van bedrijven gaan ook veelal over vergunningen. Accountmanagement wordt niet uitgevoerd door de provincie, maar wel door de gemeenten en de NOM.

Het beleid van de gemeente Groningen heeft als doel het creëren van meer arbeidsplaatsen, wat overeen komt met Boekema et al. (1996). Dit wil men bewerkstelligen door in te zetten op de sterke punten van de gemeente en het creëren van clusters, wat volgens Porter (1995) zal leiden tot een betere concurrentiepositie. De sterke punten die de gemeente noemt zijn kantoren en zakelijke dienstverlening. Daarnaast doet de gemeente Groningen aan accountmanagement, wat ook uit het interview met de gemeente naar voren kwam. Het accountmanagement zoals genoemd in het beleid van het Ministerie van

Economische Zaken (2006). De gemeente zet 90% van het personeel in op bestaande bedrijven en 10% wordt ingezet op nieuwe bedrijven. Dit gedaan omdat de bestaande bedrijvigheid de motor van de economie is, aldus de gemeente. Daarnaast kunnen nieuwe bedrijven leiden tot effecten, of spillovers, die in andere gevallen niet waren opgetreden (Dunning & Lundan, 2008). Volgens de gemeente is het belangrijk dat er niet te veel partijen betrokken raken bij het aantrekken van bedrijven, aangezien het hierdoor ingewikkelder wordt. Ook is het volgens de gemeente Groningen belangrijk dat de gemeenten en provincies in het Noorden niet te veel met elkaar concurreren maar juist met elkaar optrekken.

7.2.3 Investment Promotion Agencies (IPA's)

Een IPA is er op gericht zoveel mogelijk investeringen naar een regio of land te krijgen en heeft vaak een band met de overheid. IPA's hebben vaak vestigingen in plaatsen waar vandaan ze investeringen aantrekken. Hiernaast zijn IPA's doorgaans verantwoordelijk voor de promotie van een land of een regio en het onderhouden van contact met eerdere buitenlandse investeringen (accountmanagement) (UNCTAD, 2001). Om kennisintensieve bedrijven aan te trekken is het van belang dat er samenhang is tussen het innovatiebeleid van een land of regio en het beleid van een IPA (Filippov & Guimon, 2009). Uit onderzoek van Morisset (2003) is gebleken dat hoe groter de investeringspromotie des te meer FDI er binnen komt.

De Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) is een Investment Promotion Agency (IPA) die buitenlandse bedrijven probeert te interesseren voor vestiging in Nederland. De NFIA voert het beleid van het Ministerie van Economische Zaken (2006) uit. De NFIA trekt nieuwe investeringen aan en houdt contact met oude investeringen. Het is belangrijk om contact te houden met bedrijven en accountmanagement te voeren, omdat dit zal leiden tot een verdere verankering van het bedrijf (Wintjens, 2001), zoals eerder genoemd. Hiervoor zet het NFIA de kantoren in die het wereldwijd heeft. Dit is de manier waarop de meeste IPA's werken wereldwijd (UNCTAD, 2001). De NFIA werkt ook samen met de Regionale Ontwikkelingmaatschappijen (ROM's) waaronder de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM). Het beleid dat het NFIA voert is opgenomen in het beleid van het Ministerie van Economische Zaken, hierdoor kunnen kennisintensieve bedrijven beter worden aangetrokken aldus Filippov en Guimon (2009).

Net als de NFIA en andere IPA's wereldwijd zet de NOM in op acquisitie en op behoud van bedrijven door middel van accountmanagement. De internationale contacten van de NOM worden vooral gedaan door of met de NFIA, wat ook naar voren kwam uit het gesprek met de NOM. In dit gesprek gaf de NOM aan dat buitenlandse bedrijven van grote toegevoegde waarde kunnen zijn voor het Noorden. Buitenlandse bedrijven kunnen vele

positieve maar ook negatieve effecten opleveren zoals te lezen in hoofdstuk 3. Bij de NOM verandert de verhouding tussen nieuwe investeringen en herinvesteringen op de volgende manier: in economisch betere tijden richten ze zich meer op nieuwe investeringen en in mindere tijden richten ze zich meer op bestaande bedrijvigheid. De NOM richt zich op sectoren waarin het Noorden concurrerend is, te weten: energie, life science, chemie en voedingsmiddelen. Ook is het Noorden erg geschikt voor datacenters en callcenters. Het is goed zich te richten op de sterke punten van een regio volgens Porter (1995), zoals door de NOM gebeurt. Voor de NOM is het belangrijk om bedrijven aan te trekken die goed passen bij de plaats waar ze zich gaan vestigen, zodat ze voor langere tijd zullen blijven. Volgens Boekema (2001) is het goed om zich nieuwe bedrijven te richten die aansluiten bij de bestaande bedrijven. De NOM trekt bedrijven aan door leads die ze krijgen van het NFIA en eigen contacten. De NOM maakt naar eigen zeggen een goede kans op bepaalde investeringen, door het hanteren van een professionele aanpak.

7.3 Het effect van het aantrekken van FDI

7.3.1 Nationale overheid

Zoals in 7.2.1 genoemd heeft het beleid dat het Ministerie van Economische Zaken voert een aantal eigenschappen die er volgens de theorie voor zorgen dat het beleid effect heeft. Deze eigenschappen zijn: Inzetten sterktes (Porter, 1995), inzetten IPA's (UNCTAD, 2001) en technologische matchmaking (Dunning & Lundan, 2008; Blomstrom 2003). Het feit dat alle overheden inzetten op de zelfde sterktes kan komen doordat dit vanuit het Ministerie wordt opgedragen, dit zorgt voor een effectieve acquisitie (Filippov & Guimon, 2009). Er worden door het Ministerie van Economische Zaken geen specifieke voorwaarden en eisen gesteld aan buitenlandse bedrijven (Dicken, 1994; UNCTAD, 1996). Dit zou er toe kunnen leiden dat buitenlandse bedrijven die niet of minder gewenst zijn toch naar Nederland komen.

Vanuit de interviews met de bedrijven kwam een vrij neutraal standpunt naar voren ten opzichte van het Ministerie van Economische Zaken. Wel maakten de meeste bedrijven gebruik van subsidie regelingen van het ministerie, het gaat hier niet om regelingen specifiek voor buitenlandse bedrijven maar vaak wel om regelingen specifiek voor het Noorden. Een vroegere regeling waar veel bedrijven bij de vestiging in Noord-Nederland gebruik van maakten is de Investerings Premie Regeling (IPR) Hier kan uit op worden gemaakt dat het Ministerie van Economische Zaken een bijdrage levert aan het behoud van deze bedrijven in Noord-Nederland. Er werd door een bedrijf nog wel genoemd dat door de nota 'Pieken in de Delta' van het ministerie de industrie in het Noorden geen ondersteuning meer krijgt. Dit zou als gevolg kunnen hebben dat er steeds meer industrie uit het Noorden verdwijnt.

7.3.2 Regionale overheden

Het beleid van de provincie Groningen richt zich op de sterke punten van de provincie. Net als Porter (1995) die aangeeft dat het goed zich te richten op de sterktes van een regio. Dit zal er niet direct voor zorgen dat er meer buitenlandse bedrijven naar de provincie komen aangezien het niet de provincie is die zelfstandig aan acquisitie doet. Het behoort ook niet tot de doelstelling van de provincie om zelf bedrijven aan te trekken. De provincie probeert vooral de NOM en de desbetreffende gemeente te faciliteren door vergunningen zo snel mogelijk in orde te maken. Tijdens dit proces probeert de provincie wel zoveel mogelijk partijen te betrekken en daarbij ook hoogwaardigheidsbekleders. Contact na vestiging zal veelal over vergunningen gaan. Hoewel verder contact volgens Wintjens (2001) verankering kan veroorzaken wordt dit niet gedaan. Dit wordt overgelaten aan de NOM en de gemeenten.

De geïnterviewde bedrijven gaven aan dat er geen sprake is van een grote invloed van de provincie op hun aanwezigheid in het Noorden. De provincie is wel verantwoordelijk voor de vergunningen van de bedrijven.

Ook de gemeente Groningen zet net als de eerder genoemde overheden in op haar sterke punten, zoals Porter (1995) dit adviseert. Daarnaast doet de gemeente veel aan accountmanagement wat volgens Wintjens (2001) uiteindelijk verankering veroorzaakt. Dit zijn twee argumenten waarom het beleid van de gemeente effectief zou kunnen zijn. Bij de acquisitie wordt vooral nauw samengewerkt met NOM waarbij de gemeente een faciliterende rol heeft. Over de manier waarop dit moet worden gedaan zit men niet op één lijn zo wil de NOM net als de provincie zoveel mogelijk partijen betrekken. De gemeente wil juist zo weinig mogelijk partijen betrekken uit angst dat de investeringen weg blijven uit het Noorden van Nederland. Het feit dat hierover geen overeenstemming is kan in geen geval leiden tot een betere acquisitie van buitenlandse investeringen.

De bedrijven geven in de meeste gevallen aan dat er met de desbetreffende gemeente goed wordt samengewerkt, er is onder andere contact over vergunningen. De bedrijven voelen zich in de meeste gevallen gewaardeerd. Dit gevoel, dat ontstaat uit het contact, kan bijdragen aan het feit dat een bedrijf langer gevestigd zal blijven in de gemeente en een verdere verankering veroorzaken. Slechts een van de geïnterviewde bedrijven komt uit Groningen, deze was echt minder tevreden over de gemeente: het bedrijf zou als grote werkgever in Groningen toch wel iets meer van de gemeente willen horen. Het is belangrijk goed contact met de bedrijven te onderhouden zodat er kan worden ingegrepen wanneer zich kansen of bedreigingen voordoen.

7.3.3 Investment Promotion Agencies(IPA's)

De NFIA zet in op de sterke punten zoals die vanuit het Ministerie van Economische Zaken zijn opgedragen. Het benadrukken van de sterke punten wordt door Porter (1995) gezien als goed beleid. Al het beleid dat het NFIA voert wordt opgedragen vanuit het ministerie. Samenhang over het beleid over innovatie zou ervoor moeten zorgen dat er meer kennisintensieve bedrijven naar Nederland komen, aldus Filippov & Guimon (2009). Het gevoerde accountmanagement zal ervoor moeten zorgen dat er wordt ingesprongen op kansen en bedreigingen bij buitenlandse bedrijven zodat ze langer blijven en meer en meer verankerd raken. De geïnterviewde bedrijven hadden geen contacten met het NFIA.

In het Noorden is de NOM actief. Deze werkt samen het NFIA om contact te maken met buitenlandse bedrijven. Dit is verstandig aangezien Noord-Nederland alleen niet zo tot de verbeelding spreekt in het buitenland. Bij zijn werkzaamheden maakt de NOM gebruik van de sterke punten van het Noorden en proberen ze aan te sluiten bij de aanwezige bedrijvigheid. Volgens Boekema (2001) en Porter (1995) is dit goed beleid en de kans is dus zeer aanwezig dat dit effectief zal zijn. Wanneer de NOM naar eigen zeggen werk maakt van een bedrijf is de kans groot dat deze naar het Noorden komt.

De bedrijven die zijn geïnterviewd geven aan dat er veelal goed contact is met de NOM. De NOM is ook de overheid waar de bedrijven het meeste contact mee hebben. Op deze manier probeert de NOM deze bedrijven te behouden voor het Noorden en eventueel uit te breiden. Bij de communicatie tussen de verschillende lagen kan het wel beter. Zoals eerder opgemerkt zitten alle overheden niet op een lijn over het betrekken van meerdere overheden bij de acquisitie.

7.4 Conclusie

De verschillende overheden (gemeentes, provincies en de NOM) houden zich allemaal op hun eigen manier bezig met buitenlandse bedrijven. Het beleid van de gemeente en provincie is echter niet specifiek op buitenlandse bedrijven gericht. Het beleid van het Ministerie van Economische Zaken is in het beleid van de provincie, de gemeente en de NOM terug te zien. Het feit dat er een lijn zit in het beleid zorgt ervoor dat het meer effect heeft. Op het gebied van de acquisitie is de NOM het meest actief. Met behulp van contacten of leads van de NFIA zoekt de NOM naar bedrijven die passen bij Noord-Nederland. Het is voor de overheden lastig bedrijven te vinden die naar het Noorden willen. Wanneer de NOM iets vindt wat bij het Noorden of een plaats in het Noorden past, schakelen ze de desbetreffende gemeente en provincie in. Deze hebben daarbij vooral een faciliterende rol en zorgen dat de randvoorwaarden rondom de vestiging worden ingevuld. Communicatie tussen de verschillende overheden is belangrijk aldus de overheden zelf. Opvallend om te zien is dat de NOM tijdens het aantrekken van een bedrijf het liefst zoveel mogelijk partijen

betreft. De provincie betreft in dit proces ook verschillende hoogwaardigheidsbekleders. Dit in tegenstelling tot de gemeente Groningen die aangeeft dat het aantrekken van een bedrijf beter gaat wanneer er minder partijen bij betrokken zijn. Hierover zitten de diverse overheden niet op één lijn. Dit zal geen positieve bijdrage leveren bij het aantrekken van buitenlandse bedrijven. De NOM en de gemeente doen actief aan accountmanagement om zo op de hoogte te blijven van wat speelt bij bedrijven. Op deze manieren kunnen ze ontwikkelingen in de gaten houden zodat er kan worden ingespeeld op vertrek, inkrimping of uitbreiding van de bedrijven. Op deze manier proberen ze ervoor te zorgen dat bedrijven beter verankerd raken in de Noordelijke economie. Het contact de overheden en de bedrijven kunnen de reden zijn dat de bedrijven in het Noorden blijven, omdat dit contact en met name die met de NOM erg gewaardeerd worden. Wat voor effecten de inspanningen van de overheden hebben is moeilijk te zeggen. Het is wel zo dat de reden dat veel bedrijven hier zijn gekomen is omdat er subsidies waren zoals de IPR. Deze zijn niet specifiek voor buitenlandse bedrijven, maar wel specifiek voor het Noorden. En deze subsidies leveren dus wel werkgelegenheid op voor het Noorden welke er anders misschien niet was geweest.

7.5 Aanbevelingen

De verschillende overheden zijn grotendeels tevreden over de samenwerking met de andere overheden. Uit de interviews bleek echter dat ze met name wat betreft het betrekken van andere partijen of overheden bij de acquisitie van buitenlandse bedrijven niet op één lijn zitten. Dit komt waarschijnlijk door de verschillende belangen die de overheden hebben. De NOM, de leidende overheid bij de acquisitie, zal hierover duidelijkheid moeten verschaffen. De NOM heeft het meeste contact met het desbetreffende bedrijf en bepaalt, als het bedrijf bij het Noorden past, wat de beste manier is om deze in Noord-Nederland te krijgen. De NOM zal er dus voor moeten waken niet te veel overheden te betrekken bij de acquisitie om het voor betrokken overheden en potentiële investeerders overzichtelijk blijft.

Verder onderzoek zou kunnen worden gedaan over wat bij de acquisitie de rol is van de centrale overheid, in dit geval het Ministerie van Economische Zaken en het NFIA, ten opzichte van de regionale overheden, in dit geval gemeente Groningen, provincie Groningen en de NOM met daarnaast nog de Europese Unie (EU). De EU is verantwoordelijk voor subsidieregelingen en regelgeving maar is in dit onderzoek niet mee genomen. Er zijn vanuit dit onderzoek veel overeenkomsten te ontdekken tussen het gevoerde beleid, dit omdat dit vanuit het ministerie wordt opgedragen. De rol de Europa hierin in heeft is niet duidelijk. Maar het zou wel interessant zijn om te weten te komen wat de machtsverhoudingen tussen de nationale overheid en de regionale overheden. De NOM is voor zijn contacten met het buitenland bijvoorbeeld gedeeltelijk afhankelijk van het NFIA en de noordelijke overheden zijn voor subsidieregelingen afhankelijk vanuit het ministerie en Europa.

8. Bronnenlijst

8.1 Literatuur

- Biswas, R. (2002). Determinants of Foreign Direct Investment. *Review of Development Economics*, vol. 6, no.3 ,p. 492–504.
- Blomstrom, M., Kokko, A. (1998). Multinational corporations and spillovers. *Journal of Economic Surveys* Vol. 12, No. 2.
- Blomstrom, M., Kokko, A. (2003) *The economics of foreign direct incentives*. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
- Boekema, F. (2001). *Spatial policy some critical reflections from Dutch and Belgium perspective*. Maastricht: Shaker Publishing.
- Boekema, F., Kamann, D.F., De Graaf, W. (1996). Lokaal economisch beleid: Nieuwe ideeën in Nederlands ruimtelijk onderzoek. Groningen: Geo Pers .
- Brewer, T.L. (1993). Government Policies, Market Imperfections and Foreign Direct Investment. *Journal of International Business Studies* vol. 24 no. 1 pp. 101-120.
- Brouwer, A.E. (2005). *Old firms in the Netherlands: The long-term spatial impact of firms's identities and embeddeness*. Utrecht/Groningen: Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap.
- Buckley, P. (1988). The limits of explanation: testing the internationalisation theory of the multinational enterprise. *Journal of Business Studies* vol.19 no. 2 p.181-193 .
- Cantwell, J. (1995). The globalisation of technology: what remains of the product cycle model? *Cambridge Journal of Economics*, vol.19 no.1 p.155.
- Chakrabarti, A. (2001). *The Determinants of Foreign Direct Investment: Sensitivity Analyses of Cross-Country Regressions*. *KYKLOS*, vol. 54 no. 1, p. 89–114.
- Dicken, P., Quévit, M. (1994). *Transnational corporations and European regional restructuring*. Utrecht: Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap.
- Dunning, J.H., Lundan, S.M. (2008). *Multinational enterprises and the global economy*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Filippov, S., Guimón, J. (2009). *From Quantity to quality: Challenges for Investment Promotion Agencies*. Maastricht: UNU-MERIT.
- Florida, R.L. (1997). The globalization of R & D: Results of a survey of foreign-affiliated R&D laboratories in the USA. *Research Policy* vol. 26 no. 1 p. 85-10.
- Friedman, J., Gerlowski, D.A., Silberman, J. (1992). What attracts foreign multinational corporations? Evidence from branch plant location in the United States. *Journal of regional science*, vol. 32, no. 4, p. 403-418.

- Gemeente Groningen (2009). *G-Kracht : beleidskader economisch meerjarenprogramma 2010-2014*.
- Girma, S., Wakelin, K. (2000). 'Are there regional spillovers from FDI in the UK?' Research paper 2000/16. Centre Research on Globalisation and Labour Markets, School of economics Nottingham.
- Hogenbirk, A.E. (2002). *Determinants of foreign direct investment: The case of the Netherlands*. Maastricht: Datawyse.
- Itaki, M. (1991). A critical assesment of the eclectic theory of the multinatioanl enterprise. *Journal of Business Studies* vol.22 no. 3 p.445-460.
- Kolstad, I., Villanger, E. (2008). Determinants of foreign direct investment in services. *European Journal of Political Economy* vol. 24 p. 518–533.
- Kogut, B., Chang, S.J. (1991). Technological Capabilities and Japanese Foreign Direct Investment in the United States. *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 73, No. 3 p. 401-413.
- Lall, S. (1980). Vertical inter-frim linkages in LDC's: an empirical study. *Oxford Bulletin of Economics & Statistics* vol. 42 no. 3 p. 203-226.
- Lim, E.G. (2001). *Determinants of, and relation between, foreign direct investment and growth: A summary of recent literature*. Washinton D.C.:International Monetary Fund.
- Lipsey, R.E. (2002). *Home and Host country effect of FDI*. Cambridge MA: National bureau of economic research.
- Lundan, S.M. (2006). Reinvested earnings as a component of FDI: an analytical review of the determinants of reinvestment. *Transnational Corporations*, Vol. 15, No. 3.
- Matthyssens, P., Pauwels, P. (1998). *Dogmas and paradoxes in internationalisation and globalisation theories: a portfolio perspective*. Diepenbeek: Limburg University.
- Meester, W.J., Pellenbarg, P.H., De Graaf, P.J., Kiel, W.F.H., Osinga, R.L., De Vries, B.A., (2003). *Effectmeting 2002 Er gaat niets boven Groningen; onderzoek bevolking Nederland*. Provincie Groningen/RUGroningen Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen.
- Ministerie van Economische Zaken (2004). *Pieken in de Delta*.
- Ministerie van Economische Zaken (2006). *In actie voor acquisitie: Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen*.
- Morisset, J. (2003). *Does a country need a promotion agency tot attract foreign direct investment*. Washington: World Bank.
- Morisset, J., Andrews-Johnson, K. (2004). *The effectiveness of promotion agencies at attracting foreign direct investment*. Washington: World Bank.
- NFIA (2008) *Jaaverslag 2008*.
- NOM (2008) *Jaarverslag 2008*.

- Nunnenkamp, P., Spatz, J. (2004). FDI and economic growth in developing economies: how relevant are host-economy and industry characteristics. *Transnational Corporations vol. 13 no. 3 p. 54-86.*
- OECD (2008). *OECD Benchmark definition of foreign direct investment, 4th edition.*
- Oman, C. (2000). *Policy competition for foreign direct investment: A study of competition among government to attract FDI.* Parijs: OECD.
- Pellebarg, P.H., Van Steen, P.J.M., Van Wissen, L.J.G. (2005). *Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendynamiek in Nederland.* Assen: Koninklijke Van Gorcum.
- Porter, M.E. (1990). *The competitive advantages of nations.* New York, NY: The Free press.
- Porter, M.E. (1995). The competitive advantages of the innercity. *Harvard Business Review Vol. 73 No. 3, p55-71.*
- Provincie Groningen (2008). *Actieprogramma arbeidsmarkt provincie Groningen 2008-2012.*
- Rugman, A.M., Verbeke, A. (2001). Location, competitiveness, and the multinational enterprise. *The Oxford handbook of international business*, eds. Rugman A.M., Brewer T.L. New York: Oxford University press.
- UNCTAD (1996). *World Investment Report 1996: Investment, Trade and International Policy Arrangements.* United Nations, New York and Geneva,
- UNCTAD (1998). *World investment Report 1998.* United Nations, New York and Geneva.
- UNCTAD (2001). *The world of investment promotion at a glance..* United Nations, New York and Geneva.
- UNCTAD (2006). *A survey of support by investment promotion agencies to linkages.* United Nations, New York and Geneva.
- UNCTAD (2008). *World investment Report 2008.* United Nations, New York and Geneva
- Vernon, R. (1966) International investment and international trade in the product cycle. *The Quarterly Journal of Economics, 80(2), p. 190-207.*
- Wintjes, R. (2001). *Regionaal economische effecten van buitenlandse bedrijven: Een onderzoek naar de verankering van Amerikaanse en Japanse bedrijven in Nederlandse regio's.* Utrecht: Koninklijk Nederlands Aardrijkskundig Genootschap.

8.2 Websites

- www.ez.nl, bezocht op 24 februari 2010
- <http://gemeente.groningen.nl>, bezocht op 15 november 2009
- www.honeywell.com, bezocht op 5 juli 2010
- <http://maps.google.com>, bezocht op 25 oktober 2010
- www.nber.org, bezocht op 5 november 2009

- www.neopost.com, bezocht op 20 september 2010
- www.nfia.nl, bezocht op 12 februari
- www.nom.nl, bezocht op 19 februari 2009
- www.oecd.org, bezocht op bezocht op 1 november 2009
- www.plaatsen-gids.nl, bezocht op 25 oktober 2010
- www.provenmodels.com, bezocht op 21 oktober 2010
- www.provinciegroningen.nl, bezocht op 25 november 2010
- www.rug.nl, bezocht op 25 oktober 2010
- www.sca.com, bezocht op 30 juni 2010
- <http://www.thehindubusinessline.com>, bezocht op 12 oktober 2010
- www.transcom.com, bezocht op 9 juli 2010
- www.unctad.org, bezocht op 2 november 2009

8.3 Interviews

- Dhr. J. Ebbink, Buitenland Medewerker bij Ruimtelijke Ordening en Economische Zaken, Gemeente Groningen op 23 april 2010.
- Dhr. P. Fellingier, Purchasing Director bij Neopost Technologies op 27 oktober 2010.
- Mevr. A. Fransen Human Resource Generalist bij Honeywell op 2 augustus 2010.
- Dhr. J. Koekkoek, Callcenter Manager bij Transcom op 20 juli 2010.
- ir. S. Oosterhof, Manager Investeringsbevordering bij Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij(NOM) op 27 april 2010.
- Drs. Reering, Senior Beleidsmedewerker Economische Zaken bij de Provincie Groningen op 8 april 2010.
- Dhr. E. Veenstra, Controller bij SCA Hygiene Products op 19 juli 2010.

Bijlage A

Vragenlijst overheid

1. Wat zijn volgens u als overheid de sterke punten van de regio/het land ten opzichte van buurregio's/buurlanden voor buitenlandse bedrijven?
2. Op wat voor manier brengt u als overheid de sterke punten van de regio/land onder de aandacht van buitenlandse bedrijvigheid?
3. Wat is volgens u als overheid de toegevoegde waarde van buitenlandse bedrijven aan de lokale economie?
4. Botsen buitenlandse investeringen wel eens met de belangen van bestaande bedrijven?
5. Worden er wel eens bedrijven geweerd uit de regio door u als overheid?
6. Wat doet u als de overheid om nieuwe investeringen/bedrijvigheid aan te trekken? En wat voor middelen zijn hiervoor beschikbaar?
7. Wat doet u als overheid om contact te onderhouden met bedrijven(accountmanagement) om herinvesteringen te stimuleren en wat voor middelen zijn hiervoor beschikbaar?
8. Hoe is de balans tussen het aantrekken van nieuwe investeringen en het contact onderhouden met bestaande bedrijvigheid?
9. Wordt het beleid, wat door u als overheid wordt gevoerd, afgestemd op bepaalde bedrijvigheid/bedrijfseigenschappen?
 - a. Zo ja, naar welke bedrijfseigenschappen(sector, grootte bedrijf, grootte investering, land van herkomst) wordt gekeken bij het aantrekken van (her)investeringen?
 - b. Zo nee, waarom gebeurt dit niet.
10. Hoe effectief is het beleid dat u als overheid voert volgens u?
11. Hoe is de samenwerking tussen u als overheid, andere overheden en de NOM?

Bijlage B

Vragenlijst bedrijven

1. Wat is de reden dat uw bedrijf is gaan investeren in het buitenland?
2. Wat zijn voor uw bedrijf de voordelen van Noord-Nederland en hoe maakt uw bedrijf hier gebruik van?
3. Hoe is voor uw bedrijf de keuze voor Nederland als vestigingsland tot stand gekomen? Wat zijn criteria, wat zijn alternatieven etc...
4. Wat is voor uw bedrijf de uiteindelijke reden om voor Nederland te kiezen?
5. Hoe is voor uw bedrijf de keuze voor Noord-Nederland als vestigingsregio tot stand gekomen? Wat zijn criteria, wat zijn alternatieven etc...
6. Wat is voor uw bedrijf de uiteindelijke reden om voor Noord-Nederland te kiezen? Speelde den eigenschappen van een perifeer gebied hierbij een rol?
7. Wat maakt uw bedrijf anders dan andere bedrijven uit deze regio?
8. Wat was de rol en/of betrokkenheid van de verschillende overheden bij de vestiging of laatste grote investering in deze vestiging van uw bedrijf? Dit kunnen verschillende overheden zijn: gemeente, provincie, ministerie en semi-overheid:NOM
9. Hoe belangrijk was die rol van de overheid bij de uiteindelijke keuze voor deze vestiging van uw bedrijf?
10. Wat is de rol en/of betrokkenheid van de overheden bij uw bedrijf sinds de vestiging in Groningen?
11. Heeft de overheid een rol gespeeld bij het blijven of uitbreiden binnen deze regio?
12. Kan de overheid een rol spelen in de toekomst van uw bedrijf in deze regio?

