

Hoe vergaat het buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland?

MASTER THESIS
ECONOMISCHE GEOGRAFIE

M. Benali

“The most important is the abandonment of the traditional practice of couching theory in terms of the search for some optimum course of action based on the maximization of financial profits, in favour of an approach which stresses the economic limitations imposed on the freedom of locational choice” (Smith, 1971, p.178)



**rijksuniversiteit
 groningen**

**faculteit ruimtelijke
 wetenschappen**

Auteur:	Mimoent Benali
Studentnummer:	2056828
Instelling:	Rijksuniversiteit Groningen
Begeleider:	drs. P.J.M. van Steen
Tweede oordeel:	dr. A.E. Brouwer
Datum:	29 augustus 2013
Plaats:	Groningen
Versie:	Definitief

Samenvatting

De basis van directe buitenlandse investeringen ligt bij de grondleggers van de locatietheorie. Deze kunnen onderscheiden worden in klassieke theorieën die zich richten op kostenminimalisatie en neoklassieke theorieën die meer aandacht hebben voor de marktwerking en ruimtelijke patronen van dorpen en steden. De belangrijkste onderzoeken naar de motivatie die ten grondslag ligt aan directe buitenlandse investeringen zijn ontwikkeld door Hymer, Dunning en Vernon. Hymer (1960) verklaart dat directe buitenlandse investeringen het gevolg zijn van marktonvolkomenheden. Dunning ontwikkelde het OLI-paradigma. Dunning stelt dat een onderneming aan drie aspecten dient te voldoen om een multinational te vormen, gebaseerd op drie kernconcepten: eigendomsvoordelen, locatievoordelen en internalisatievoordelen.

Voor een regio is het van economisch belang om bedrijven aan te trekken. Bedrijven kunnen een impuls geven aan de regio. In het huidige tijdperk lijkt het erop dat de grenzen vervagen. Het is voor buitenlandse bedrijven eenvoudig zich te vestigen in een ander land. Het gaat veelal om een samenloop van omstandigheden. Er kan gekozen worden voor een ruimtelijk geconcentreerd gebied, om dicht bij de markt te zitten, of juist voor een minder centraal gelegen gebied, om zo de kosten te kunnen drukken.

Elke noordelijke provincie heeft zijn eigen sterkte. Voor de provincie Groningen ligt de sterkte in de energie en life science sector. Friesland onderscheidt zich, ten opzichte van de drie noordelijke provincies, met het water als regionale sterkte. De regionale sterkte van Drenthe is de sensortechnologie. Er kan gesteld worden dat Noord-Nederland een aantrekkelijke regio is voor buitenlandse bedrijven, vanwege de goedkope bedrijfslocatie. Dit levert concurrentievoordeel op. De huurprijzen in Noord-Nederland liggen circa 30% lager dan in de rest van Nederland. Groningen kent het grootste aantal buitenlandse bedrijven, gevolgd door Friesland en Drenthe.

Noord-Nederland kent in 2013 circa 780 buitenlandse ondernemingen (NOM, 2013), hetgeen een aanzienlijke groei betekent ten opzichte van een eerdere publicatie van het NOM in 2005. Volgens deze publicatie waren er in 2005 slechts 264 buitenlandse bedrijven gevestigd, die zorgden voor meer dan 27.000 banen. Het is echter wel zo dat veel bedrijven boekhoudkundig gevestigd zijn in Noord-Nederland, maar dat in de praktijk geen fysieke vestiging van het bedrijf aanwezig is. Voornamelijk in de provincie Groningen is het aantal buitenlandse bedrijven toegenomen. De groei van het aantal buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland is gelijkelijk verdeeld over de drie provincies. Drenthe kent het kleinste aantal buitenlandse bedrijven. Het aantal buitenlandse bedrijven per provincie lag in 2005 nog dicht bij elkaar. In 2013 zijn de verschillen beter zichtbaar geworden.

Verschillende aspecten van buitenlandse bedrijven zijn bekeken, vanuit de theorie en vanuit de praktijk. Met behulp van de zes uitgelichte bedrijfsprofielen en interviews is gezocht naar een verklaring voor de dynamiek van buitenlandse bedrijven. In het theoretisch kader zijn verschillende theorieën besproken; hieruit is een aantal hypothesen voortgekomen. Er kan gesteld worden dat buitenlandse bedrijven vooral investeren in Noord-Nederland als gevolg van overnames. Toevalligerwijs zat het bedrijf al op de huidige locatie en het verplaatsen van het bedrijf zou niet rendabel zijn. De locatiekeuze is destijds gemaakt op basis van de aanwezige grondstoffen en andere economische aspecten in de omgeving, zoals een goede infrastructuur of clustering van soortgelijke activiteiten. Deze aspecten hebben ook een rol gespeeld bij de beslissingen van FDI om een onderneming in Noord-Nederland over te nemen. Regionale kenmerken zijn van toegevoerde waarde voor de ondernemingen. Daarnaast zijn de opgebouwde relaties van groot belang.

Dankwoord

Met trots en tevredenheid kan ik u mijn master thesis voorleggen. Met deze thesis sluit ik mijn masteropleiding Economische Geografie aan de Rijksuniversiteit Groningen af. Tijdens het schrijven van dit laatste onderdeel van mijn thesis realiseer ik me dat dit het einde is van mijn studieperiode. Een periode waarin ik veel heb meegemaakt en vanzelfsprekend tegen obstakels aangelopen ben. Daarbij heb ik steeds kunnen rekenen op de praktische en morele steun van velen. Een dankwoord is hier dus zeker op zijn plaats.

Een aantal mensen wil ik in het bijzonder bedanken voor de verkregen hulp en inspiratie. Als eerste wil ik de heer dr. W.J. Meester bedanken voor zijn inspiratie tijdens mijn schakelprogramma. Zijn strenge doch rechtvaardige houding is voor mij een grote inspiratiebron geweest. Daarnaast wil ik de heer drs. N.I.C. Rambags bedanken voor zijn studieadviezen, die ik heb verkregen op momenten dat ik vastliep. Zijn enthousiasme en nuchterheid zorgden voor een realistische aanpak.

Bij het kiezen van het onderwerp voor deze master thesis ben ik ondersteund door de heer drs. P.J.M. van Steen. Graag wil ik de heer drs. P.J.M. van Steen bedanken voor zijn betrokkenheid, zijn aangedragen ideeën en nuttige adviezen. Tevens wil ik Sander Oosterhof en Cees Verhagen van het NOM bedanken voor hun tijd, advies en het leveren van de databestanden die gebruikt zijn in dit onderzoek.

Uiteraard wil ik mijn familie bedanken voor de mogelijkheden en steun die zij mij de afgelopen jaren hebben gegeven, waardoor ik deze universitaire studie heb kunnen voltooien.

Ik wens u veel leesplezier.

Met vriendelijke groet,

Mimoent Benali

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	0
Dankwoord.....	2
Lijst met figuren en tabellen	5
1. Achtergrond en onderzoeksopzet.....	6
Inleiding.....	6
1.1 Hoofdvraag.....	7
1.2 Deelvragen	7
1.3 Methodologie.....	7
2. Theoretisch kader.....	9
2.1 Achtergrond.....	9
2.2 Eclectic paradigm van Dunning.....	15
2.3 Vernon: product life cycle.....	17
2.4 Globalisering.....	18
2.5 Lokalisering	20
2.6 Locatiefactoren push en pull.....	20
2.7 Belang van FDI voor de regionale economie.....	21
2.8 Hypothesen	22
3. Economische context en ruimtelijke spreiding.....	24
3.1 Ruimtelijke spreiding	24
3.2 Economie van Noord-Nederland.....	25
3.3. Het aantrekken van buitenlandse bedrijven.....	28
4. Data-omschrijving	29
4.1 Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland 2005.....	29
4.2 Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland 2009.....	31
4.3 Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland 2013.....	33
4.4 Data-analyse	34
5. Bedrijfsprofielen en resultaten interviews	38
5.1 Remmers Bouwchemie B.V.	38
5.2 Iams Procter & Gamble	40
5.3 AMO Groningen BV	43

5.4 British American Tobacco Niemeyer	46
5.5 Smurfit Kappa Solid Board	48
5.6 Advanced Instruments	50
6. Conclusie.....	53
6.1 Hypothesen.....	53
6.2 Theoretische terugkoppeling	54
6.3 Noord-Nederland.....	55
6.4 Regionale sterkten	56
Literatuurlijst.....	57
Bijlagen	61
Bijlage 1. Respondenten	62
Bijlage 2. Vragenlijst interviews.....	63
Bijlage 3. Gebruikte databestanden	64

Lijst met figuren en tabellen

Figuren

Figuur 1 Grondstoffen	11
Figuur 2 Isodapane	11
Figuur 3 Transport media	13
Figuur 4 Product life cycle Vernon	18
Figuur 5 Porter's Diamond Model	19
Figuur 6 Kernzones van Noord-Nederland	24
Figuur 7 Beroepsbevolking en werkloosheid	26
Figuur 8 Besteedbaar inkomen	27
Figuur 9 Aantal bedrijfsoprichtingen	27
Figuur 10 FDI in Noord-Nederland 2005	29
Figuur 11 Werknemers FDI 2005	30
Figuur 12 FDI per provincie 2005	30
Figuur 13 FDI per provincie 2009	31
Figuur 14 Werknemers per provincie 2009	31
Figuur 15 Aantal buitenlandse bedrijven en werknemers per provincie 2013	33
Figuur 16 Definitie bedrijf	35
Figuur 17 Data-analyse	36

Tabellen

Tabel 1 Economische cijfers	26
Tabel 2 Land van herkomst en werknemers 2005	31
Tabel 3 Land van herkomst en werknemers 2009	32
Tabel 4 Land van herkomst en werknemers 2013	34
Tabel 5 Data-analyse 2013	35
Tabel 6 Hypothesetoetsing Remmers Bouwchemie B.V.	40
Tabel 7 Hypothesetoetsing Iams Procter & Gamble	43
Tabel 8 Hypothesetoetsing AMO Groningen B.V.	45
Tabel 9 Hypothesetoetsing British American Tobacco Niemeyer	47
Tabel 10 Hypothesetoetsing Smurfit Kappa	50
Tabel 11 Hypothesetoetsing Advanced Instruments	52

Tabellen in de bijlagen:

Tabel 12 Respondenten interviews	62
----------------------------------	----

1. Achtergrond en onderzoeksopzet

Inleiding

In het huidige economische perspectief kan de economie van een regio niet los gezien worden van de wereldeconomie. Steeds meer bedrijven opereren in een internationale omgeving. De Netherlands Foreign Investment Agency (hierna NFIA) is onderdeel van NL EVD Internationaal. Dit is een divisie van Agentschap NL, de uitvoeringsorganisatie van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. De NFIA geeft aan dat buitenlandse investeringen in 2011 de komende drie jaar voor ruim 4.300 banen zullen zorgen. In 2011 ondersteunde de NFIA 193 buitenlandse investeringsprojecten met een totale investeringswaarde van € 1,47 miljard. Deze projecten zullen op termijn 3.530 nieuwe directe arbeidsplaatsen opleveren. Bij 13 projecten was er sprake van behoud van arbeidsplaatsen: in totaal 828. Hiermee komt het totale aantal arbeidsplaatsen voor 2011 uit op 4.358 (NFIA, 2011). De meeste banen zullen gecreëerd worden in de volgende vijf sectoren: ICT, consumentengoederen, creatieve industrie, elektronica en de gezondheidszorg.

Het Internationaal Monetair Fonds (IMF) beschrijft Foreign Direct Investment (hierna FDI) als een internationale investering door een rechtspersoon gevestigd in een bepaalde economie, die investeert in een andere economie met als doel een duurzaam belang te verkrijgen. Het duurzaam belang impliceert een langetermijnrelatie tussen de directe investeerder en de onderneming. De investeerder heeft een significante invloed op het beheer van de onderneming (IFM, 2003). De Nederlandse term voor FDI is DBI, wat staat voor Directe Buitenlandse Investing. Een bedrijf is een belangrijke institutionele instelling en kan zorgen voor economische ontwikkeling en verbetering van het huidige economisch klimaat in een bepaalde regio. Gemeenten en provincies zijn geneigd om verschillende maatregelen te treffen om ondernemingen naar hun regio te trekken.

Een van de belangrijkste organisaties in Noord-Nederland voor het aantrekken van buitenlandse investeringen is de NOM, gevestigd in de stad Groningen. Eind 2005 waren er in totaal 264 buitenlandse bedrijven in de drie Noordelijke provincies gevestigd, zo bleek uit de NOM publicatie "Foreign companies in the Northern Netherlands". Vanuit het perspectief van de economische geografie, waar recentelijk meer aandacht is voor de processen van groei, krimp, oprichting, sluiting en verplaatsing van bedrijven, is het interessant om na te gaan hoe het nu, begin 2013, met deze groep van 264 buitenlandse bedrijven is gesteld. Hoe is het deze groep vergaan? Hebben deze bedrijven een sterke werkgelegenheidsgroei doorgemaakt of zijn ze juist, omdat ze in buitenlandse handen zijn, 'kwetsbaarder' en treffen we relatief meer naar elders verplaatste of zelfs gesloten bedrijven aan?

1.1 Hoofdvraag

Hoe staat het, in 2013, met de populatie buitenlandse bedrijven die zijn gevestigd in Noord-Nederland in het jaar 2005 volgens de publicatie "Foreign companies in the Northern Netherlands" van de NOM?

1.2 Deelvragen

- 1a. Welke verklaringen worden gegeven vanuit de literatuur voor de vestigingsplaatskeuze van buitenlandse bedrijven?
- 1b. Wat is volgens de literatuur de betekenis van buitenlandse bedrijven voor een regionale economie?
2. Waarom was en is Noord-Nederland een aantrekkelijke vestigingslocatie voor buitenlandse bedrijven?
- 3a. Wat is er gebeurd met de populatie buitenlandse bedrijven die in Noord-Nederland zijn gevestigd in het jaar 2005, volgens de publicatie "Foreign companies in the Northern Netherlands" van het NOM?
- 3b. Hoe sterk zijn buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland verankerd?

1.3 Methodologie

In het onderzoek wordt ingegaan op de dynamiek van de groep buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland en wordt gezocht naar verklaringen voor de gevonden vormen van dynamiek. Om antwoorden op de gestelde hoofd- en deelvragen te kunnen formuleren is het noodzakelijk om verschillende methoden van onderzoek toe te passen. Dit wordt gedaan door middel van theoretisch onderzoek en empirisch onderzoek. Ten behoeve van het empirisch onderzoek is de populatie van in 2005 gevestigde bedrijven, voor wat betreft hun aanwezigheid, locatie en omvang in 2013, in kaart gebracht. Vervolgens zijn medewerkers van een selectie van de getraceerde bedrijven geïnterviewd in een poging de waargenomen veranderingen te verklaren.

In dit verband zijn er gegevens over buitenlandse bedrijven verkregen via de NOM. 'De NOM, Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland, is een onafhankelijke NV die middels financiering, acquisitie en als aanjager van projecten de noordelijke economie versterkt. De NOM is een NV, waarvan de aandelen berusten bij het ministerie van Economische Zaken, Landbouw & Innovatie en de provincies Groningen, Friesland en Drenthe' (NOM, 2012b).

In het algemeen kan gesteld worden dat een schriftelijke vragenlijst geschikt is om in een korte tijd veel mensen te ondervragen. Echter biedt een dergelijke vragenlijst geen ruimte om dieper op de

materie in te gaan. Wanneer er meer informatie en achterliggende gedachten over het betreffende onderwerp achterhaald dienen te worden is een interview effectiever. Gedurende een interview kunnen onduidelijkheden toegelicht worden. Eventueel kan er ingesprongen worden op onderwerpen die de respondent aandraagt. Daarnaast is er persoonlijk contact tussen de interviewer en de respondent. Het interview heeft niet alleen voordelen. Het proces van interviewen vereist veel tijd en is erg arbeidsintensief, waardoor het hoge kosten met zich meebrengt (Sillius, 2007). Tevens kunnen er geen uitspraken gedaan worden over een doelgroep, omdat de ondervraagde populatie vaak te klein is om een uitspraak te doen over een gehele doelgroep. Verder ligt er het gevaar dat de interviewer onbewust de geïnterviewde beïnvloedt (Van der Zee, 2004).

De gesprekken zijn gericht op het achterhalen van motivaties en gedachten over een onderwerp. Deze methode is, gezien de hoofdvraag, effectief om antwoord te krijgen op deze vraag. Bij onduidelijkheden kan men doorvragen om de situatie te verduidelijken. De respondent krijgt de kans om zijn verhaal te doen en dit toe te lichten. De methode "interviewen" kan goed in combinatie met andere methoden gebruikt worden. De antwoorden op de verschillende vragen zullen op verschillende wijzen verkregen worden.

1.4 Leeswijzer

In dit onderzoek wordt eerst op basis van de theorie naar verklaringen gezocht voor de dynamiek van buitenlandse bedrijven. Op basis van deze theorie is een aantal hypothesen geformuleerd. Vervolgens is de economische situatie in Noord-Nederland onder de loep genomen. Er is gekeken naar de economische activiteiten in de verschillende regio's. Daarna is de verkregen data omschreven en geanalyseerd en op basis hiervan is een aantal bedrijven uitgelicht. Tot slot worden in het laatste hoofdstuk conclusies getrokken en wordt er een terugkoppeling gemaakt naar de theorie.

2. Theoretisch kader

Eén van de kennisgebieden die horen bij dit onderzoek is de demografie van bedrijven. De demografie van bedrijven beschrijft populaties van de actoren in de economie, naar analogie van de bevolkingsdemografie. Bij de bevolkingsdemografie zijn de actoren van nature gegeven; binnen de economische demografie is dat minder het geval. Bedrijven zijn moeilijker te identificeren en te volgen dan personen (CBS, 2011). Relevant zijn ook de verschillende locatietheorieën en het kennisgebied dat zich bezighoudt met directe buitenlandse investeringen. Daarnaast zijn het Diamond Model van Michael Porter en de paradox globaal-lokaal van toepassing.

2.1 Achtergrond

In deze paragraaf wordt een omschrijving gegeven van de relevante locatietheorieën die de basis zijn voor de locatiekeuze van FDI.

2.1.1 Locatietheorieën

Om bij de basis te beginnen volgt eerst een korte introductie van de locatietheorie. Er zijn verschillende locatietheorieën te onderscheiden, waarvan de eerste omstreeks 1826 werd gepubliceerd. Daarbij kan onderscheid gemaakt worden tussen klassieke en neoklassieke theorieën. Klassieke theorieën richten zich op kostenminimalisatie. Voorbeelden van klassieke theorieën zijn de theorieën van Von Thünen en Weber. De locatietheorie van Von Thünen is gericht op agrarisch grondgebruik. Von Thünen vroeg zich af waarom er grote verschillen bestonden in agrarisch grondgebruik. De basis voor zijn theorie is zijn ontdekking van de grote verschillen in agrarisch grondverbruik, naarmate de afstand tot de marktcentra toenam (Von Thünen, 1826). Weber's locatietheorie is gericht op industriële ondernemingen. De theorie van Weber stelt dat industriebedrijven streven naar zo laag mogelijke transportkosten. Met deze theorie wilde Weber de meest wezenlijke factoren voor de vestigingsplaatskeuze van industriële bedrijven achterhalen (Weber, 1909). Voor FDI gelden in principe dezelfde factoren: er wordt altijd gekeken naar kostenreductie en winstmaximalisatie.

2.1.1.1 Locatietheorie van Von Thünen

De grondleggers van de klassieke locatietheorie zijn Von Thünen (1826) en Weber (1909). De theorieën zijn gericht op minimale transportkosten. Von Thünen ontwikkelde zijn theorie door te kijken naar agrarisch grondgebruik. Hij constateerde dat er verschillen zaten in het gebruik van grond naarmate men dicht bij de markt kwam. Volgens de theorie van Von Thünen zullen bedrijven zich zo dicht mogelijk bij de markt gaan vestigen om de transportkosten zo laag mogelijk te houden. Er wordt rekening gehouden met het landgebruik. Voor het ene product is het

aantrekkelijker om dichterbij de markt te gaan zitten; voor het andere product juist niet. Bedrijven zullen zich vestigen op de locatie waar de productiekosten en de transportkosten naar de markt het laagst zijn en tegelijkertijd ook de grondprijs het aantrekkelijkst is. Een ondernemer wil volgens Von Thünen maximale winst behalen. Om de maximale winst te berekenen worden **de productie- en transportkosten van de marktprijs afgetrokken**.

Hieruit vloeit de volgende formule voort:

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

W: Winstmaximalisatie

VM: Marktprijs

P: Productiekosten

T: Transportkosten

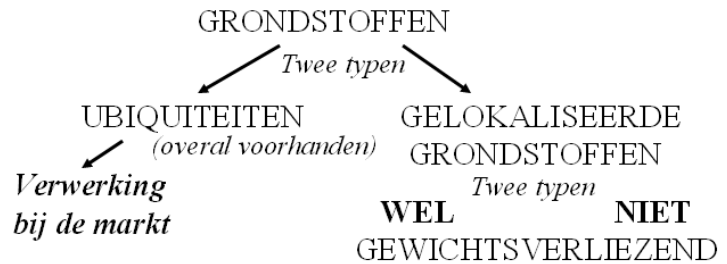
Zo is het begrip “economic rent” ontstaan. Hieronder wordt de netto opbrengst van de grond verstaan. Verder stelt Von Thünen dat in dichtbevolkte gebieden de inzet in de landbouw van de productiefactoren kapitaal en arbeid per eenheid grond het hoogst is. Naarmate een bedrijf verder van de markt af ligt verandert het grondgebruik. Hoe verder de vestigingsplaats van het bedrijf van de markt verwijderd is, hoe hoger de transportkosten. De grond in de buurt van de markt is hierdoor duurder. Op deze locaties worden vaak dan ook andere producten verbouwd. Volgens de theorie van Von Thünen zullen bedrijven zo dicht mogelijk bij de markt gaan zitten om de transportkosten zo laag mogelijk te houden. Er wordt wel rekening gehouden met het landgebruik. Voor het ene product is het aantrekkelijker om dicht bij de markt te gaan zitten dan voor het andere product. De ideale vestigingslocatie ligt op het punt waar de productiekosten en de transportkosten naar de markt het laagst zijn en waar tegelijkertijd ook de grondprijs het aantrekkelijkst is.

2.1.1.2 Locatietheorie van Weber

De theorie van Weber stelt dat industriebedrijven streven naar zo laag mogelijke transportkosten. De theorie houdt rekening met ruimtelijke verschillen in arbeidskosten en agglomeratievoordelen. In eerste instantie waren de transportkosten bepalend in de theorie van Weber. Hij baseerde zich op de theorie van Von Thünen, die stelde dat de industrie wordt aangetrokken door grondstoffen. Weber vroeg zich af waar er het goedkoopst geproduceerd kon worden en wat de meest wezenlijke factoren voor de vestigingsplaatskeuze van een industrieel bedrijf zouden zijn. Deze factoren noemde hij “Standartfactoren” (Atzema, et al., 2009). Deze factoren verdeelde hij in drie groepen: algemene (transportkosten van grondstoffen en eindproducten), natuurlijk-technische (arbeidskosten) en regionaliserende (agglomeratievoordelen) factoren. Verder maakt Weber onderscheid in grondstoffen. Hij onderscheidt ubiquiteiten (deze grondstoffen zijn overal voorhanden) en gelokaliseerde grondstoffen. Smith (1971) ging hier in zijn onderzoek verder op in. Smith onderzocht in hoeverre gewichtverliezende materialen gebonden zijn aan de lokale

grondstoffen.

Weber ontwikkelde een materiaalindex. Met deze index kan worden berekend waar een bedrijf zich moet plaatsen: bij de markt, bij de energiebron of bij de ruwe grondstoffen. De materiaalindex, ook wel aangeduid als MI, wordt berekend door het gewicht van de gelokaliseerde grondstoffen die gebruikt worden in de industrie te delen door het gewicht van het product. Een materiaalindex van 1 duidt op een tendens om dicht bij de grondstof te vestigen. Bij een materiaalindex van minder dan 1 vestigt een bedrijf zich bij de markt.



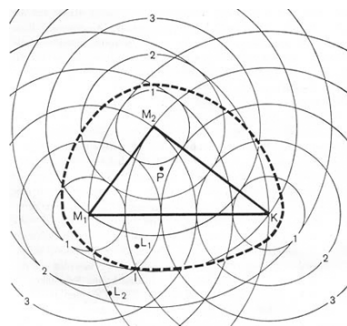
Figuur 1 Grondstoffen (Weber, 1909/ bewerking: onbekend)

Verschillende wetenschappers onderstreepten de revelatie van deze materiaalindex. Zo stelt Webber het volgende:

“In an economic system in which the intercity movement of goods by rail or water was cheap compared to the intracity movement of goods, such industries had to minimize the costs of assembling input commodities and established themselves near the transport terminals which were the effective location of imported materials. Such industries became concentrated near transport nodes and formed the early manufacturing heart of 19th century cities.” (Webber, 1982 p.205)

Het werk van Weber laat zien hoe het bestaan van lokale materialen invloed kan hebben op de productieplaats van een industrie.

Wanneer er geen gewichtsverlies optreedt tijdens de werking van de grondstoffen maakt het, wat betreft de transportkosten, niet uit waar de fabriek wordt gevestigd. Ingewikkelder wordt het als er meerdere gewichtverliezende grondstoffen zijn.



Figuur 2 Isodapane (Weber, 1909)

Een isodapane is een lijn die punten verbindt waar de *totale* transportkosten gelijk zijn. Binnen de isodapane met de laagste waarde ligt het transportkosten-minimaalpunt. De zogeheten kritische isodapane is de lijn waar de lagere kosten van de ene factor precies opwegen tegen de hogere kosten van de andere factor. Rond de markt en de grondstofvindplaatsen worden “isovectoren” omcirkeld; dat zijn afstanden tot waar men bepaalde gewichtshoeveelheden grondstof of product vervoeren kan voor een bepaalde prijs.

Walter Isard (1956) verbeterde de toepasbaarheid en flexibiliteit van de theorie van Weber sterk, door het in het kader van een substitutieanalyse te plaatsen. Hoewel hij slechts kleine toevoegingen

deed, werd het model er wel krachtiger door.

Het totale kosten-minimaalpunt wordt gevonden door het identificeren van het punt waarop het totaal aantal gereden kilometers het laagst is voor elk van de drie afzonderlijke reeksen van transformaties. In feite vormt het aantal kilometers-minimaalpunt voor elk paar van transformaties een gedeeltelijke oplossing. De gedeeltelijke oplossingen worden gebruikt als "kapstok" bij het vinden van de optimale (of transportkosten-minimaalpunt) locatie (Dicken & Lloyd, 1990).

Waar een bedrijf zich volgens de theorie van Weber dient te vestigen hangt af van de materiaalindex voor een bepaald product. Een bedrijf kan zich vestigen bij de markt, bij de energiebron of bij de ruwe grondstoffen. Er wordt ook onderscheid gemaakt in het soort grondstof dat nodig is.

2.1.2 Neoklassieke theorieën

Neoklassieke theorieën hebben meer aandacht voor de werking van de markt. Voorbeelden van neoklassieke theorieën zijn de theorieën van Christaller, Lösch, Hotelling en Hoover. Christallers theorie kijkt naar de relatie tussen de marktfunctie van plaatsen en het ruimtelijk patroon van dorpen en steden. Christaller is gericht op landbouw en industrie. De theorie van Lösch lijkt sterk op die van Christaller. Lösch heeft zijn focus gelegd op de dienstensector. De bereikbaarheid van de consument staat centraal; niet de transportkosten. Verder kijkt Lösch in zijn theorie naar de omvang, het aantal nederzettingen en de ruimtelijke spreiding, alle te verklaren op basis van hun verzorgingsgebied. Het ruimtelijk duopolieprincipe van Hotelling gaat ervan uit dat ondernemers rekening houden met (ruimtelijk) gedrag van hun concurrenten. Hoovers theorie is gericht op schaalvoordelen en heeft een sterke aansluiting met de theorie van Weber (Atzema et al., 1997). Verschillende factoren hebben invloed op de vestigingsplaatskeuze van een onderneming.

2.1.2.1 Locatietheorie van Smith

De basis van de methode van Smith (1955) is de isodapane-techniek van Weber (1909). Smith (1955) kijkt naar de waarschijnlijke impact van de vraag van het bedrijfsleven naar lokale grondstoffen. Hoofdzakelijk keek hij naar de impact van twee factoren: de kosten van arbeid en het minimaliseren van de transportkosten (Dicken & Lloyd, 1990). De beschikbaarheid van de productiefactoren (arbeid, kapitaal en hulpbronnen) is bepalend voor de productiemogelijkheden van het bedrijfsleven (Atzema et al. 2009).

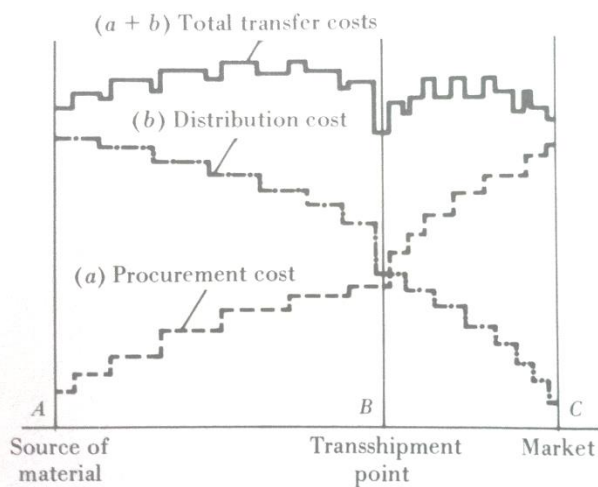
Industriële grondstoffen zijn geografisch gezien niet gelijkelijk verdeeld over de omgeving. In sommige gevallen zal er een trek zijn naar een locatie in de buurt van bestaande centrale plaatsen. Bij het bepalen van een locatie is de effectiviteit van deze trek afhankelijk van het totale gewicht in de kostenstructuur. Industrieën die een groot deel van hun totale kosten besteden aan het verwerven van gelocaliseerde grondstoffen zullen worden aangetrokken tot "resource sites".

Industrieën die halffabricaten verwerken, of waar het aandeel van ruwe grondstoffen in de kostenstructuur relatief klein is, kiezen er eerder voor om dicht bij de markt te vestigen (Dicken & Lloyd, 1990).

Industrieën waarbij een groot deel van de totale kosten besteed wordt aan het verwerken van ruwe gelokaliseerde grondstoffen zullen bij de bron gaan zitten. Bedrijven die halffabricaten verwerken of waar het aandeel van ruwe grondstoffen in de kostenstructuur relatief klein is, zullen zich vestigen bij de markt.

2.1.2.2 Locatietheorie van Hoover

De theorie van Hoover heeft veel aandacht voor het ruimtelijk aspect van zowel vraag als aanbod (Hoover, 1937, 1948). Deze theorie heeft een sterke aansluiting met de theorie van Weber (1909). Hoover (1937) kijkt naar verschillende schaalvoordelen die gepaard gaan met hoge transportkosten. Indien deze hoge transportkosten kunnen worden gecompenseerd door lagere productiekosten is markttuitbreiding aantrekkelijk. De maximale afstand die men bereid is af te leggen om een product of dienst te halen/kopen is groot. Volgens deze theorie vestigen bedrijven zich bij elkaar om meer van elkaar te kunnen profiteren.



Figuur 3 Transport media (Hoover, 1937)

Figuur 3 laat zien hoe de transportkosten en inkoopkosten verdeeld zijn ten opzichte van het transportmiddel dat gebruikt wordt en de totale transactiekosten.

Tussen A en B wordt het product over zee vervoerd. Op punt B is overgegaan op een ander transportmiddel; in dit geval de trein. Bij het overgaan op een ander transportmiddel komen er overslagkosten bij.

Intermediaire locatie. Met taps toenemende transportkosten zijn bedrijven geneigd om een locatie bij de

markt te kiezen, in plaats van een locatie bij de materiële bronnen of daar ergens tussenin. Er zijn twee situaties waarin een intermediaire locatie toch voordelig kan zijn. De eerste en meest belangrijke is de situatie waarin verschillende vervoerssystemen samenkomen en de goederen moeten worden overgeladen van het ene type vervoermiddel naar het andere. Er is hier geen mogelijkheid om de goederen rechtstreeks te vervoeren. Hier komen extra kosten bij kijken, zoals de kosten voor het overladen. Deze extra kosten kunnen worden vermeden door gebruik te maken van het "break-of-bulk point". Dit is het punt waarop een lading wordt gelost en opgesplitst in kleinere eenheden, voorafgaand aan de levering. Dit gebeurt vaak op watergebonden

terreinen waar de invoer dikwijls wordt verwerkt om kosten te besparen (Atzema et al. 2009).

De tweede situatie waarin een intermediaire locatie toch voordelig kan zijn, wordt veroorzaakt door het verstrekken van “in-transit” privileges door transportinstanties. In-transit houdt in dat wanneer goederen de haven verlaten, deze langs de meest gebruikelijke route naar de haven of plaats van bestemming zullen worden getransporteerd, zonder onnodige vertragingen of oponthoud. Het doel van de in-transit privileges is het verwijderen van het nadeel van intermediaire locaties. Door gebruik te maken van deze manier kan het materiaal worden verzonden vanaf de bron tot een tussenliggend punt en vervolgens verwerkt en verscheept worden naar de markt of eindbestemming.

De verschillen tussen typen transportmiddelen zijn van belang; of het vervoer via de weg, per spoor of via binnenvaart plaatsvindt hangt af van de gebondenheid aan een locatie en de af te leggen afstand. Bedrijven met taps toenemende transportkosten zijn geneigd om een locatie bij de markt te kiezen, in plaats van een locatie in de nabijheid van materiële bronnen of daar ergens tussenin. Bedrijven die een geografisch omvangrijke markt hebben worden aangetrokken tot strategische locaties, zoals knooppunten op de snelweg. Bedrijven met een lokale markt zullen zich minder snel op dit soort locaties vestigen (Atzema et al. 2009).

2.1.3 Theoretische achtergrond buitenlandse investeringen

Het is door de jaren heen eenvoudiger geworden om producten en diensten te verhandelen buiten de landsgrenzen. Er kan geëxporteerd worden naar het buitenland maar omgekeerd kan er ook ingekocht worden vanuit het buitenland. Deze producten kunnen dan ingevoerd worden. Voor bedrijven kan het aantrekkelijker zijn om zich dicht bij de markt te gaan vestigen of een ander samenwerkingsverband aan te gaan om zich dicht bij de markt te bevinden. Dit komt overeen met bovenstaande theorie. Er kan ook voor gekozen worden om de productieafdeling te verplaatsen naar lagelonenlanden. Er zijn verschillende theorieën die directe buitenlandse investeringen verklaren. Tot in de jaren '50 werden directe buitenlandse investeringen volledig verklaard binnen de traditionele theorie van het internationale kapitaalverkeer. Hymer was de eerste die de tekortkomingen van deze theorie blootstelde. Het belangrijkste onderzoek naar de motivaties die ten grondslag liggen aan FDI werd uitgevoerd door Hymer, Dunning en Vernon.

Hymer (1960) verklaart dat directe buitenlandse investeringen het gevolg zijn van marktonvolkomenheden. Dit doet hij aan de hand van twee factoren. Als eerste factor noemt hij het verminderen of wegnemen van de internationale concurrentie tussen ondernemingen. Ten tweede spreekt Hymer van het streven naar winstmaximalisatie, door gebruik te maken van de voordelen van het land waarin geïnvesteerd wordt. De theorie van Hymer kan in twee categorieën ingedeeld worden. De eerste theorie is de theorie van multinationale ondernemingen. De tweede categorie is de politieke economie van multinationalaal maatschappelijk kapitaal. Hymer (1960) was de eerste die gebreken zag in de theoretische verklaring van FDI. Directe buitenlandse investeringen werden op dezelfde manier behandeld als het effectenverkeer (Hennart, 1994). Hymer merkte op dat

directe investeringen voornamelijk door bedrijven in de productie werden uitgevoerd, terwijl er een overwicht is van financiële organisaties die betrokken zijn bij het effectenverkeer. Hymer begint zijn theorie met de constatering dat er toetredingsdrempels zijn voor bedrijven die productieondernemingen in het buitenland willen opzetten. Dit zijn drempels in de vorm van onzekerheid, nationalisme van het gastland en de bijkomende risico's. Een belangrijke motivatie voor relocatie is de omvang van het gemiddelde inkomen; dit resulteert in een economisch klimaat waar nieuwe producten worden aangeboden om te voldoen aan de behoeften van de consument. Dit kan tot hoge arbeidskosten leiden, wat betekent dat bedrijven op zoek gaan naar plaatsen waar de arbeidskosten tot een minimum beperkt kunnen blijven.

2.2 Eclectic paradigm van Dunning

Dunning ontwikkelde in 1977 het OLI-paradigma. OLI staat voor Ownership, Location en Internalization. Dunning stelt dat een onderneming aan drie aspecten dient te voldoen om een multinational te vormen, gebaseerd op drie kernconcepten: eigendomsvoordelen, locatievoordelen en internalisatievoordelen. Deze drie voordelen zullen hiernavolgend worden besproken.

2.2.1 Ownership advantages (eigendomsvoordelen)

Ten eerste zijn er de eigendomsvoordelen van een onderneming. Deze zijn meestal van immateriële aard en kunnen worden overgedragen tegen lage kosten binnen de multinationale onderneming. Voorbeelden van eigendomsvoordelen zijn technologie, merknaam en schaalvoordelen. Deze voordelen hebben betrekking op immateriële vaste activa, die op zijn minst voor een tijdje in exclusief bezit van het bedrijf zijn en kunnen worden overgedragen binnen transnationale ondernemingen tegen lage kosten; dit leidt tot een hoger inkomen of een verlaging van de kosten (Dunning, 1973, 1980, 1988).

Internationale bedrijven die opereren in verschillende landen lopen tegen een aantal bijkomende kosten aan. Om deze reden dient een onderneming, om een buitenlandse markt succesvol te kunnen betreden, te voldoen aan bepaalde kenmerken. Hierdoor kunnen de operationele kosten van een buitenlandse markt gereduceerd worden. Om van deze voordelen te kunnen profiteren dient de onderneming in bezit te zijn van specifieke voordelen en te beschikken over een monopoliepositie. Het gebruikmaken van de monopoliepositie op het gebied van de specifieke voordelen zal leiden tot een hogere marginale rentabiliteit of tot lagere marginale kosten ten opzichte van concurrenten (Dunning, 1973, 1980, 1988).

Er zijn drie typen specifieke voordelen:

1. monopolievoordelen;
2. technologie en innovatie-activiteiten;
3. economische schaalvoordelen en een betere toegang tot het financiële kapitaal.

2.2.2 Location advantages (locatievoordelen)

Het tweede voordeel valt te behalen op het gebied van locatie. Bij locatievoordelen gaat het over voordelen die de keuze van de locatie verklaren. Hier valt te denken aan bijvoorbeeld de aanwezigheid van productiefactoren en overheidsbemoeienis. Deze locatievoordelen dienen te leiden tot internationalisatievoordelen. Locatievoordelen van de verschillende landen zijn de belangrijkste factoren om te bepalen welk land het gastland zal worden voor de activiteiten van de internationale onderneming. De specifieke voordelen van elk land kunnen worden onderverdeeld in drie categorieën (Dunning, 1973, 1980, 1988):

1. De economische baten die bestaan uit kwantitatieve en kwalitatieve factoren van productie, transportkosten, telecommunicatie en de omvang van de markt.
2. Politieke voordelen: gemeenschappelijk en specifiek overheidsbeleid dat stromen FDI beïnvloedt.
3. Sociale voordelen: omvat de afstand tussen de woning en de landen van herkomst, culturele diversiteit en houding ten opzichte van onbekenden.

2.2.3 Internalisation advantages (internalisatievoordelen)

Het derde kenmerk van het eclecticische OLI- paradigma biedt een kader voor de beoordeling van de verschillende manieren waarop het bedrijf zijn krachten zal benutten voor de verkoop van goederen en diensten en de diverse overeenkomsten die gesloten kunnen worden tussen de bedrijven.

Als in een grensoverschrijdende markt de internationale voordelen hoog zijn, zal het bedrijf zich des te meer willen bezighouden met buitenlandse productie in plaats van met het aanbieden van het recht om gebruik te maken van een licentie of franchise.

Het eclectic paradigm OLI laat zien dat de OLI-parameters verschillen van bedrijf tot bedrijf en afhankelijk zijn van de context en de economische, politieke en sociale kenmerken van het gastland. Daarom zullen de doelstellingen, strategieën, de omvang en het patroon van de productie afhankelijk zijn van de uitdagingen en kansen die aangeboden worden door de verschillende landen. Een onderneming zal kiezen voor een land waar de markt nog niet bestaat of slecht functioneert en waar voldoende productiefactoren aanwezig zijn, zodat er voordeel behaald kan worden (Castro, 2000).

2.3 Vernon: product life cycle

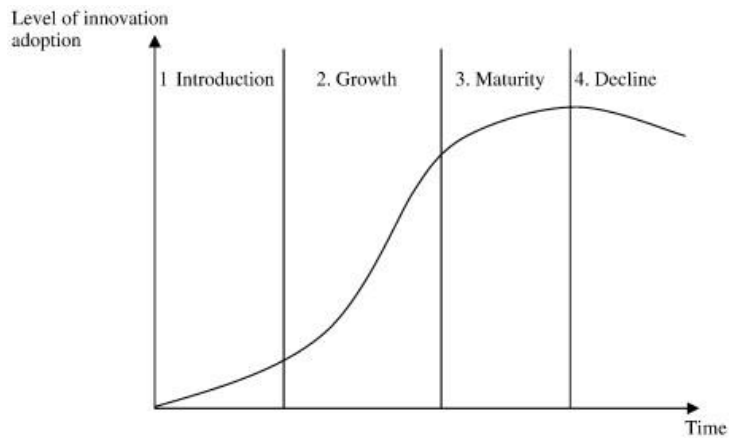
Vernon ontwikkelde in 1966 de productlevenscyclus van consumentengoederen. Deze levenscyclus blijkt ook toepasbaar te zijn op FDI. Vernon verklaart met zijn theorie waarom Amerikaanse fabrikanten verschuiven van export naar buitenlandse directe investeringen. Vernon (1966) ziet buitenlandse investeringen als het gevolg van multinationale ondernemingen die de marktpositie verdedigen of de winst willen maximaliseren en hiervoor expansiemogelijkheden zoeken, in zowel binnen- als buitenland.

De product life cycle toegepast op FDI ontstond door de verkregen inzichten over het gedrag van multinationale ondernemingen. Kindleberger (1969) en Dunning (1958) probeerden de onregelmatigheden in het gedrag van multinationale ondernemingen te verklaren. De product life cycle theorie suggereert dat bedrijven die in het thuisland een pionierspositie hebben en experimenteren met het product, ook zullen produceren om buitenlandse markten te kunnen bedienen. Volgens de theorie van Vernon zullen bedrijven investeren in geïndustrialiseerde landen als de vraag in die landen voldoende is om de lokale productie te ondersteunen. De productie wordt vervolgens verplaatst naar ontwikkelingslanden als het product gestandaardiseerd is en de markt verzadigd is en er enkel op prijs geconcurrereerd kan worden. Investeren in ontwikkelingslanden is dan de beste oplossing vanwege de lage arbeidskosten; dit wordt gezien als de beste manier om de kosten te drukken.

De product life cycle theorie, zoals hij oorspronkelijk is ontwikkeld, bestaat uit vier fasen, zijnde de introductiefase, groeifase, volwassenheidsfase en de neergaande fase. Toegepast op FDI worden er drie fasen en daarbij behorende strategieën onderscheiden.

- Fase één: nieuw product, het product wordt volledig in het thuisland geproduceerd. Er wordt niet geëxporteerd.
- Fase twee: volwassen product, een product wordt geproduceerd in het thuisland en in het buitenland (geïndustrialiseerde landen).
- Fase drie: gestandaardiseerd product, het product wordt verplaatst naar lagelonenlanden om de mondiale markt te kunnen bedienen.

Deze fasen zijn schematisch weergegeven in figuur 4.



Source: Vernon (1966)

Figuur 4 Product life cycle Vernon

2.4 Globalisering

In het huidige tijdperk lijkt het erop dat de grenzen vervagen. Het is voor buitenlandse bedrijven eenvoudig om zich te vestigen in een ander land. McCann schetst twee belangrijke ontwikkelingen. In de eerste plaats is er volgens hem sprake van zowel globalisatie als regionalisering. Daarnaast is er de afgelopen jaren meer gelijkheid tussen landen ontstaan en juist meer ongelijkheid tussen regio's binnen landen (McCann en Zoltan, 2011).

Voor veel mensen is de globalisering gewoon een toenemende stroom van informatie, goederen en geld in de wereld, als gevolg van de verbetering van vervoer en telecommunicatie. Met andere woorden: de globalisering kan gezien worden als de verbreding, verdieping en versnelling van de wereldwijde onderlinge verbondenheid (Held et al., 1999).

Globalisering wordt vaak samengevat met de notie dat tijd en ruimte op wereldschaal gaan samenvallen. Lokale gebeurtenissen kunnen op alle continenten op hetzelfde moment worden waargenomen en beleefd; bedrijven, maar ook sociale groepen kunnen zich zonder al te veel moeite op wereldschaal organiseren (Schot en Smits, 2007).

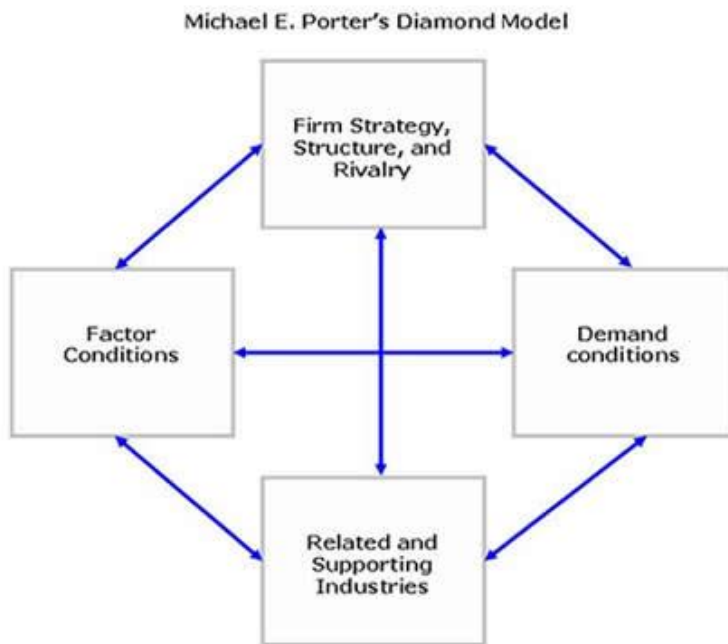
Scholte (In: Held & McGrew, 2002) maakt onderscheid tussen vier vormen van globalisering:

1. *globalisering, beschreven als internationalisering: meer interactie en onderlinge afhankelijkheid van staten;*
2. *globalisering, beschreven als liberalisering: geen barrières voor het verhandelen en verplaatsen van goederen en geld;*
3. *globalisering, beschreven als universalisering: alles wordt steeds meer hetzelfde;*
4. *globalisering, beschreven als verwestering: de westerse cultuur wereldwijd verspreid.*

De tweede vorm van globalisering is het meest relevant als het gaat om buitenlandse investeringen. Globalisering vindt dus plaats op verschillende vlakken in de samenleving. Dit kan op sociaal, politiek, historisch, omgevings-, geografisch en cultureel gebied zijn (Ball, et al., 2005).

Verschillende definities van globalisering kunnen gebruikt worden. Veelal wordt de economische definitie van globalisering gehanteerd:

“the international integration of goods, technology, labor and capital.” (Ball, et al., 2005).



Figuur 5 Porter's Diamond Model

Er kunnen vijf krachten omschreven worden die bijdragen aan de globalisatie. Dit zijn politiek, technologie, markt, kosten en concurrentie. Ad 1: bij politiek gaat het om de toenemende samenwerkingsverbanden, zoals de EU en NAFTA. Ad 2: technologisch gezien gaat het om de snelheid van technologische innovatie en de kansen die dit met zich meebrengt. Ad 3: de markt. Niet alleen zijn de bedrijven geglobaliseerd, de consument heeft net zo goed de globalisatie ontdekt, door onder

andere buitenlandse producten te kopen.

Ad 4: kosten. Er wordt getracht de kosten te beperken door bijvoorbeeld de productieafdeling te verhuizen naar het buitenland, waar goedkoper geproduceerd kan worden.

Ad 5: concurrentie. Door toenemende concurrentie zijn bedrijven genoodzaakt de kosten te minimaliseren en innovatief te zijn (Ball, et al., 2005).

Econoom Michael Porter ontwikkelde het Diamond Model. In dit model omschrijft hij vier factoren die van invloed zijn op het gebruik en de mogelijkheden van bedrijven om in het buitenland de daar aanwezige middelen te gebruiken en zo een concurrentievoordeel te behalen.

- Demand conditions: de vraagcondities in de thuismarkt kunnen bedrijven helpen het concurrentievoordeel te vergroten. Dit kan doordat er vanuit de markt druk wordt uitgeoefend op de onderneming. Dit zal leiden tot innovatie en geavanceerdere producten ten opzichte van de concurrentie.
- Factor conditions: met factor condities bedoelt Porter menselijk kapitaal, materiële middelen, kennis, kapitaal en infrastructuur. Een combinatie van de productiefactoren. Hij maakt hier onderscheid tussen basisfactoren en geavanceerde factoren.

- Related and supporting industries: bij gerelateerde en ondersteunende sectoren kan gedacht worden aan ingangen vanuit de inkoopzijde die kosteneffectieve impulsen kunnen opleveren.
- Firm strategy, structure and rivalry: met de laatste factor bedoelt Porter de strategie van het bedrijf zelf, de managementstijl van de organisatie, de aard van binnenlandse concurrentie en de toetredingsmogelijkheden tot de markt.

Porter suggereerde in zijn theorie dat deze factoren met elkaar verbonden zijn en niet los van elkaar kunnen worden gezien (Porter, 1990).

2.5 Lokalisering

In de voorgaande paragraaf is het begrip globalisatie uitgebreid aan bod gekomen. Het tegenovergestelde van globalisering is lokalisering. Het begrip lokalisering kan verwarrend zijn. In de literatuur zijn verschillende betekenissen van het begrip te vinden. De eerste definitie luidt als volgt:

“...het aanpassen van een programma aan de plaatselijke omstandigheden. Hiertoe behoort, bijvoorbeeld, de plaatselijke muntsoort, en de manier waarop tijdstippen worden aangegeven” (Globe.com, 2013).

Een andere definitie die gegeven wordt is die van Asveld en Arets (2002) en Schuman, (1998):

“'local economies first', 'protect the local globally', 'from global to local' en 'going local'.”

De eerste definitie die gegeven wordt kan als strategie gebruikt worden door FDI om de markt optimaal te bedienen. De tweede is echter de tegenhanger van globalisatie. Hier wordt ervan uitgegaan dat men de eigen economie beschermt tegen de globalisatie van de economie. De voorkeur van de consumenten zal uitgaan naar producten uit de eigen streek, om zo de eigen economie en ondernemers te ondersteunen.

2.6 Locatiefactoren push en pull

Er zijn vier typen pushfactoren die internationalisering verklaren: marktcondities, productiekosten, bedrijfscondities en het overheidsbeleid (Aminian et al., 2007). Er zijn verschillende modellen en theorieën besproken die buitenlandse investeringen trachten te verklaren. Veel elementen in deze theorieën komen met elkaar overeen.

De basis van de theorieën geven als push- of pullfactoren voornamelijk de afstand tot de markt en de transportkosten aan. In het OLI-paradigma van Dunning komen de economische schaalvoordelen en de betere toegang tot financieel kapitaal naar voren als pullfactoren. Ball omschrijft in zijn theorie vijf verschillende vormen van globalisering. Feitelijk kunnen deze

verschillende vormen van globalisering gezien worden als push- of pullfactor. Push- of pullfactoren kunnen van politieke aard zijn, maar ook technologisch kan er een pull- of pushfactor aanwezig zijn. Tevens kan er vanuit de markt door vraagvermindering of vraagverhoging een push- of pullfactor ontstaan. Verder spelen kosten en concurrentie een belangrijke rol bij push- of pullfactoren.

Elke organisatie of onderneming kent verschillende push- en pullfactoren. Het gaat veelal om een samenloop van omstandigheden. Men kan kiezen voor een ruimtelijk geconcentreerd gebied om dicht bij de markt te zitten, of juist voor een minder centraal gelegen gebied om zo de kosten te drukken.

2.7 Belang van FDI voor de regionale economie

De relatie tussen buitenlandse investeringen en economische groei bestaat uit directe en indirecte effecten. Direct effect bestaat uit de verhoging van de buitenlandse investeringen door middel van een verhoging in de kapitaalgoederenvoorraad en de verhoging van het productiepotentieel van het land. Indirect effect bestaat uit de verhoging van de werkgelegenheid en de internationale handel (Van Beers et al., 1999).

Studies tonen aan dat agglomeratievoordelen de bron kunnen zijn van de ongelijke verdeling van economische activiteiten en de economische groei in steden en regio's (De Bok en Van Oort, 2011).

“Internationaal onderzoek (Reynolds et al. 1994) toont aan dat regionale verschillen met name verklaard worden door verschillen in regionale economische groei, urbanisatiekernmerken, en opleidingsniveau van de beroepsbevolking in de regio” (Wissen et al. 2005).

De Bok en Van Oort onderscheiden drie soorten voordelen die effect kunnen hebben op de regionale economie.

1. Agglomeratievoordelen: deze hebben geen direct effect op de regionale economische groei. Wel is er een indirect effect door het effect van bedrijfsprestatie en locatiebeslissingen. Wanneer kennis, arbeid en goederen moeilijk te verplaatsen zijn, hebben bedrijven de neiging om zich in de nabijheid van elkaar te vestigen om zo te profiteren van de kennis en het menselijk kapitaal van de naburige bedrijven.
2. Lokalisatievoordelen: dit zijn bedrijven uit dezelfde sector die zich bij elkaar vestigen. Deze ruimtelijke concentratie kan een enorme aantrekkingskracht uitoefenen op arbeid (met name op gespecialiseerd personeel). Een belangrijk aspect van lokalisatievoordelen is dat er schaalvoordeel ontstaat; een nadeel is echter wel dat lokalisatievoordelen verzwakken naarmate de afstand toeneemt.
3. Urbanisatievoordelen: de dichtheid van stedelijke economie, de bereikbaarheid van een multifunctionele arbeidspool en de aanwezigheid van goede infrastructuur en openbaar vervoer. Een diverse sectorstructuur verhoogt de kans op interactie, generatie, replicatie, modificatie en recombinate van ideeën in verschillende bedrijfstakken (De Bok en Van

Oort, 2011).

Gebaseerd op de theorie bestaat het idee dat FDI vooral positieve effecten heeft op de regionale economische ontwikkeling en dat, omgekeerd, gezonde, competitieve economieën meer FDI en handel aantrekken en genereren (De Mello 1999). Volgens Blomström & Kokko (1998) zijn buitenlandse bedrijven vaak verantwoordelijk voor de introductie van nieuwe kennis in een sector of regionale economie.

Berenschot (2007) verrichte in het verleden onderzoek naar de directe en indirecte economische effecten van investeringen in Nederland door buitenlandse bedrijven en de verschillen van deze effecten ten opzichte van investeringen door vergelijkbare Nederlandse bedrijven. Uit het onderzoek dat Berenschot (2007) verrichte blijkt dat buitenlandse investeerders zorgen voor een versnelde economische groei in Nederland.

Buitenlandse bedrijven hebben meer kenmerken van succesvolle bedrijven dan een gemiddeld Nederlands bedrijf. De buitenlandse bedrijven zijn vaker actief in sectoren die veel indirecte werkgelegenheid creëren, en realiseren binnen die sectoren meer indirecte werkgelegenheid dan een gemiddeld Nederlands bedrijf in dezelfde sector. Ten opzichte van Nederlandse bedrijven besteden buitenlandse bedrijven meer diensten uit en zijn ze actiever in internationale en nationale netwerken. Daarnaast hebben buitenlandse bedrijven meer hoogopgeleide werknemers in dienst (Berenschot, 2007).

2.8 Hypothesen

Op basis van de hiervoor omschreven theorie kunnen verschillende hypothesen worden opgesteld. Gebaseerd op de theorie bestaat het idee dat regionale kenmerken een rol spelen bij de locatiekeuze van bedrijven. Hymer verklaart in zijn theorie dat de omvang van het gemiddelde inkomen een belangrijke motivatie is voor relocatie. Ook Dunning spreekt over regionale kenmerken en locatievoordelen. Aan de hand van deze eerder omschreven theorieën is de volgende hypothese geformuleerd.

H1. Regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI.

Uit de theorie van Dunning komt naar voren dat er voordeel behaald kan worden indien een onderneming beschikt over specifieke voordelen en in het land van herkomst een monopoliepositie heeft. Ook in het Diamond Model van Porter wordt omschreven dat vraagcondities in het thuisland bedrijven kunnen helpen om voordeel te behalen. Daarnaast spreekt Vernon over de verplaatsing van de productie naar het buitenland in fase twee van zijn product life cycle. Deze theorieën hebben geleid tot een tweede hypothese.

H2. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst.

De grondleggers van de locatietheorie, Von Thünen en Weber, concludeerden dat bedrijven zich bij

de markt willen vestigen om de kosten te minimaliseren. Tevens wordt in het OLI-paradigma gesproken over de locatievoordelen ten opzichte van de markt. Als in een grensoverschrijdende markt de internationale voordelen hoog zijn, zal het bedrijf zich des te meer willen bezighouden met buitenlandse productie in plaats van met het aanbieden van het recht om gebruik te maken van een licentie of franchise. Een bedrijf zal zich bij de markt willen vestigen. Ook het Diamond Model van Porter omschrijft factoren die van invloed zijn op het gebruik en de mogelijkheden van bedrijven om in het buitenland de daar aanwezige middelen te gebruiken en zo een concurrentievoordeel te behalen.

Een kanttekening die gemaakt kan worden betreft de marktdefinitie. Elke onderneming heeft een eigen strategie en werkwijze; om deze reden zullen bedrijven verschillende definities hanteren voor het begrip “de markt”. Er kan segmentatie plaatsvinden op verschillende niveaus: landelijk, regionaal, stedelijk of op wijkniveau. Hieruit vloeit de volgende hypothese voort.

H3. Buitenlandse bedrijven vestigen zich dichter bij de markt.

Op basis van de theorie wordt aangenomen dat FDI positieve effecten heeft op de regionale economie. Daarnaast blijkt uit eerder door Berenschot (2007) verricht onderzoek dat buitenlandse investeerders zorgen voor een versnelde economische groei in Nederland. Tevens dragen buitenlandse bedrijven proportioneel meer bij aan de Nederlandse economie, aldus het CBS (2011). De volgende hypothese wordt geformuleerd op basis van het voorgaande.

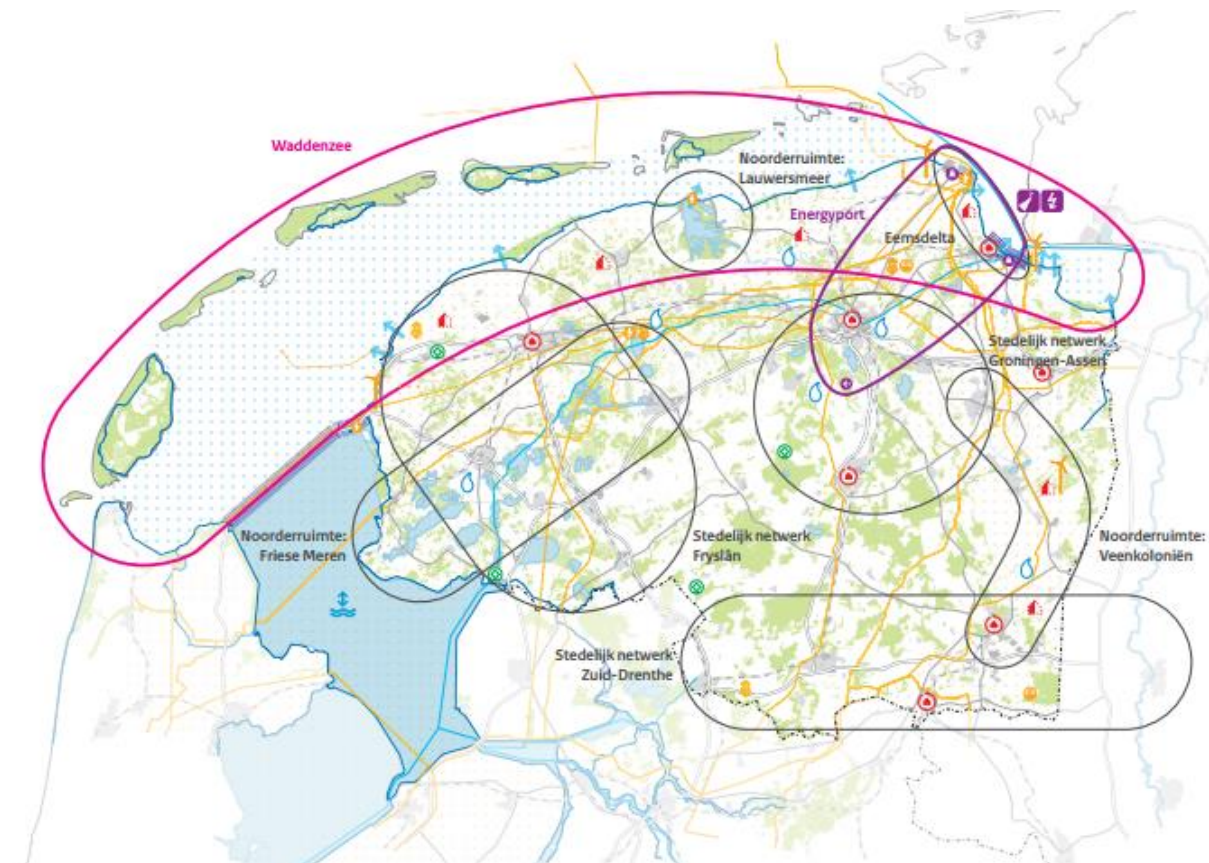
H4. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.

3. Economische context en ruimtelijke spreiding

In dit hoofdstuk wordt de economische situatie waarin Noord-Nederland zich verkeert bekeken. Waar vinden de economische activiteiten plaats? Daarnaast wordt er gekeken naar de verschillende economische indicatoren zoals het gemiddeld besteedbaar inkomen, het werkloosheidspercentage en het aantal bedrijven per provincie.

3.1 Ruimtelijke spreiding

Noord-Nederland is een economisch relatief zwakke regio binnen Nederland, die te kampen heeft met verschillende uitdagingen. In het afgelopen jaar is er bijvoorbeeld gesproken over het sluiten van verschillende overheidsinstellingen in Drenthe.



Figuur 6 Kernzones van Noord-Nederland (MIRT, 2013)

Figuur 6 geeft een duidelijk beeld van de economische concentratiegebieden die Noord-Nederland kent. De paarse cirkels zijn de gebieden met een concentratie van nationaal belang of stedelijke regio's met een concentratie van topsectoren. De roze cirkels geven de concentratiegebieden die van nationaal belang zijn weer. Noord-Nederland kan in vijf economische kernzones worden onderverdeeld. De kernzones zijn Assen-Groningen, de stedelijke netwerken Friesland en Zuid-

Drenthe, Eemsdelta en de Veenkoloniën (MIRT, 2013). De laatste jaren is de regio Assen-Groningen een sterker concentratiegebied geworden. De regio speelt een belangrijke rol in Noord-Nederland met betrekking tot de bevolking en de werkgelegenheid. De komende tijd zal er rond de zogeheten T-structuur een sterkere concentratie ontstaan op het gebied van wonen en werken. De T-structuur bestaat uit de A7, de A28 en het spoor (MIRT, 2013). De kernkwaliteiten binnen het stedelijk netwerk Friesland zijn landbouw, natuur en recreatie. Deze functies kunnen worden behouden door de ruime opzet en goed georganiseerde verkeers- en vervoersstromen en de verstedelijking die geconcentreerd is in een stedenring. Het stedelijk netwerk Zuid-Drenthe bestaat uit Emmen en Coevorden en vormt een sterke concentratie wat betreft de bevolking en werkgelegenheid. Deze regio is met name actief in sectoren als chemie, logistiek en energie. In de regio Zuid-Drenthe zijn op het moment belangrijke gebiedsontwikkelingen gaande. Het gaat hier onder andere om de verplaatsing van Dierenpark Emmen. Door deze verplaatsing te realiseren wordt modernisering van het centrum van Emmen mogelijk gemaakt. De Eemsdelta omvat het havencomplex in Delfzijl met een cluster van zware chemische bedrijvigheid en de Eemshaven. De Eemsdelta trekt veel bedrijven in de energiesector. Inmiddels ontwikkelt het gebied zich tot een cluster van energieactiviteiten. De Veenkoloniën, ook wel Noorderruimte genoemd, bestaan uit een groot aantal unieke natuur- en cultuurlandschappen. De activiteiten in dit gebied zijn landbouw, toerisme en recreatie en kleinschalige bedrijvigheid (MIRT, 2013).

3.2 Economie van Noord-Nederland

Om een beter beeld te krijgen van de situatie in Noord-Nederland wordt een aantal economische kerncijfers van de drie noordelijke provincies in vogelvlucht besproken. Groningen telt 577.081 inwoners (CBS, 2009). Het BBP per inwoner komt op 44.900, de gemiddelde groei over vijf jaar genomen is aanzienlijk hoger dan het landelijk gemiddelde. Groningen scoort qua regionaal product per hoofd van de bevolking het hoogst van de drie noordelijke provincies. Dit is het gevolg van de dominantie van de delfstoffenwinning, die wordt gekenmerkt door een hoge arbeidsproductiviteit (ING, 2011). Friesland heeft 646.318 inwoners (CBS, 2009). Het BBP per inwoner van de provincie Friesland ligt onder het Nederlandse gemiddelde. Drenthe heeft 490.870 inwoners (CBS, 2009). Het BBP per inwoner komt op 26.500, de gemiddelde groei over vijf jaar genomen is gelijk aan het landelijk gemiddelde. In tabel 1 is een completer beeld van de economische cijfers weergegeven.

Belangrijke sectoren in Groningen zijn delfstoffenwinning en industrie en energievoorziening, elk goed voor 25% van de totale productie voor 2006 (Economie in het Noorden, 2006). De zakelijke dienstverlening had een aanzienlijk kleiner aandeel. Industrie en energievoorziening, de zakelijke dienstverlening, handel en reparatie zijn voor Friesland de belangrijke sectoren. In Drenthe is de sector industrie en energievoorziening goed voor 30% van de totale productie in 2006 (Economie in het Noorden, 2006).

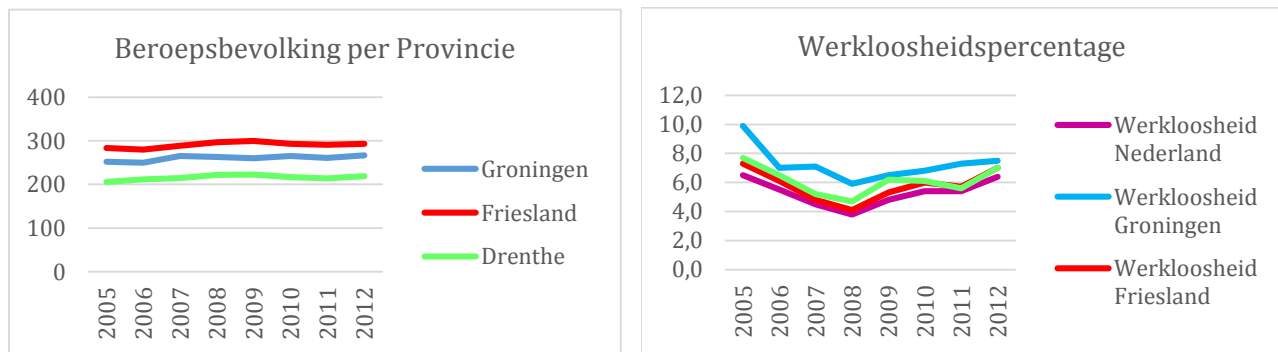
Elke noordelijke provincie heeft zijn eigen sterkte. De sterkte van de provincie Groningen ligt in de energie- en life science sector. Grote bedrijven in de energiesector zijn Gasunie en GasTerra. Friesland onderscheidt zich van de andere noordelijke provincies met watertechnologie als

regionale sterkte. Bedrijven in Friesland die actief zijn in watertechnologie zijn Pacques, Spaans Babcock, Landustrie en Vitens. Van de totale Nederlandse export in de watersector wordt 30% gerealiseerd door bedrijven in Noord-Nederland, waarvan de meerderheid in Friesland is gevestigd. De regionale sterkte van Drenthe is de sensortechnologie. Grote bedrijven zijn Dacom (wereldwijd leidende ontwikkelaar en leverancier van monitoring systemen voor productieprocessen van landbouwbedrijven) en Rohill (communicatietechnologie).

Tabel 1 Economische cijfers (European Commision, Regional Innovation Monitor, 2010)

Indicator	Waarde (gemiddeld over 2005-2010)	Waarde (gemiddeld over 2005-2010)	Waarde (gemiddeld over 2005-2010)	Waarde (gemiddeld over 2005-2010)
	Drenthe	Friesland	Groningen	Nederland
Regionaal BBP (miljoen €)	12 900	17 700	25 800	554 710
BBP per inwoner (€)	26 500	27 600	44 900	392 600
Groei van de regionale BBP per hoofd (in procenten)	0,05	0,05	0,11	0,05
Aandeel van de werkgelegenheid in de industrie (inclusief Bouw) (in%) (aandeel)	22,84	23,05	19,42	20,06
Werkloosheidscijfer (in%) (aandeel)	4,36	3,74	5,06	3,74
Bruto uitgaven voor R&D (miljoen €)	91	115,11	379,78	
Bruto uitgaven voor R&D per BBP (in %) (percentage)	0,72	0,67	1,62	
Aandeel van ondernemingsuitgaven voor R&D (in %) (aandeel)	87,92	97,28	11,79	
Aandeel kenniswerkers (in %) (aandeel)	16,68	16,76	20,66	

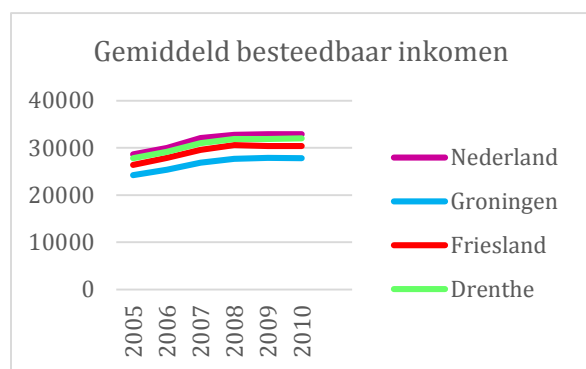
Economische indicatoren, een grafische weergave.



Figuur 7 Beroepsbevolking en werkloosheid (CBS, 2013a)

De beroepsbevolking per provincie is sinds 2005 stabiel gebleven. Friesland heeft de grootste populatie, gevolgd door Groningen en Drenthe. In figuur 7 (links) is hiervan een weergave gegeven.

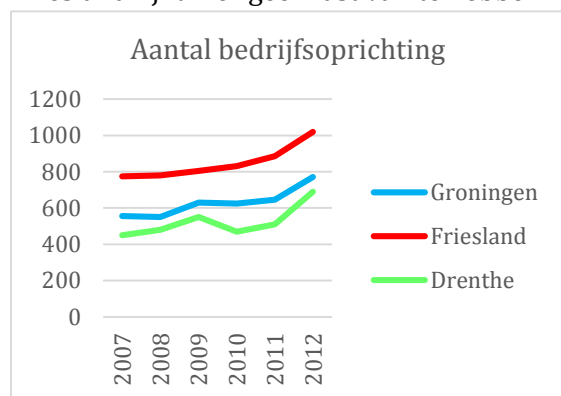
Tot 2008 daalt de werkloosheid. In de periode daarna is in vrijwel alle provincies de werkloosheid gestegen. Groningen kent de hoogste werkloosheid van de drie noordelijke provincies. De werkloosheid in Friesland is tot het jaar 2010 het laagst van de drie provincies; vanaf 2010 loopt de werkloosheid van Drenthe en Friesland gelijk op. Alle drie de provincies zitten qua werkloosheid boven het landelijk gemiddelde. Figuur 7 (rechts) laat het exacte verloop zien van de werkloosheid over een periode van acht opeenvolgende jaren.



Het gemiddeld besteedbaar inkomen ligt in de noordelijke provincies onder het landelijk gemiddelde. De provincie Drenthe heeft het hoogste gemiddeld besteedbaar inkomen; in Groningen is het besteedbaar inkomen het laagst. In figuur 8 is het gemiddeld besteedbaar inkomen van 2005 tot 2010 weergegeven.

Figuur 8 Besteedbaar inkomen (CBS, 2013b)

In figuur 9 is een weergave van het aantal opgerichte bedrijven per provincie in Noord-Nederland te zien, vanaf het jaar 2007. Vanaf 2007 is het aantal bedrijven toegenomen in alle drie de provincies. In 2009 krijgen de provincies Groningen en Drenthe te maken met een afname. Friesland lijkt hier geen last van te hebben.



Figuur 9 Aantal bedrijfsoprichtingen (CBS, 2013c)

Friesland telt een toename van ruim 1000 bedrijven in 2012. De laatste vijf jaar is het aantal oprichtingen van bedrijven gestegen.

Ook in Groningen en Drenthe is het aantal bedrijven weer gaan stijgen na de dip van 2009.

Voor dit onderzoek wordt gekeken naar het verloop van de populatie buitenlandse bedrijven, vanaf 2005. Gegevens van het CBS, met betrekking tot de bedrijvenpopulatie, zijn beschikbaar vanaf het jaar 2007.

3.3. Het aantrekken van buitenlandse bedrijven

Zoals in het theoretisch kader besproken is, is het van groot regionaal belang om directe buitenlandse investeringen aan te trekken. Vanwege onder andere dit feit is de NFIA in het leven geroepen. De NFIA is onderdeel van NL EVD Internationaal, een divisie van Agentschap NL, de uitvoeringsorganisatie van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. De NFIA helpt en adviseert bedrijven uit het buitenland bij het opzetten, uitrollen en/of uitbreiden van hun internationale activiteiten in Nederland. De NFIA richt zich daarnaast op de promotie van Nederland in het buitenland. Nederland presenteert zich als een land met een aantrekkelijk investerings- en vestigingsklimaat. De NFIA speelt een actieve rol bij het in stand houden van deze positie (NIFA, 2011).

Naast de landelijke investeringsmaatschappij zijn er de regionale investeringsmaatschappijen. In Nederland zijn er vier regionale ontwikkelingsmaatschappijen waarvan het ministerie van Economische Zaken mede-aandeelhouder is. Dit zijn de Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM), de Ontwikkelingsmaatschappij Oost Nederland NV (Oost NV), de Brabantse Ontwikkelingsmaatschappij (BOM) en de NV Industriebank LIOF (LIOF) (Rijksoverheid, 2010). Het doel van regionale investeringsmaatschappijen is om financiering te verstrekken aan kansrijke ondernemingen.

Bij een investering in een bepaalde regio hebben verschillende partijen te maken met verschillende belangen. Een bedrijf is een belangrijke institutionele instelling en kan zorgen voor economische ontwikkeling en verbetering van het economisch klimaat in een bepaalde regio. Gemeenten en provincies zijn daarom geneigd verschillende maatregelen te treffen om de ondernemingen naar de eigen regio te trekken.

4. Data-omschrijving

Van het NOM zijn verschillende databestanden verkregen. Deze bestanden bevatten bedrijfsgegevens, zoals de locatie en het aantal werknemers. In dit hoofdstuk is een drietal databestanden geanalyseerd.

4.1 Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland 2005

In de huidige economische context kan een regionale economie niet langer worden beschouwd als een eenheid, die los gezien kan worden van de wereldeconomie (NOM, 2005). Figuur 10 geeft de ruimtelijke spreiding weer van buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland.

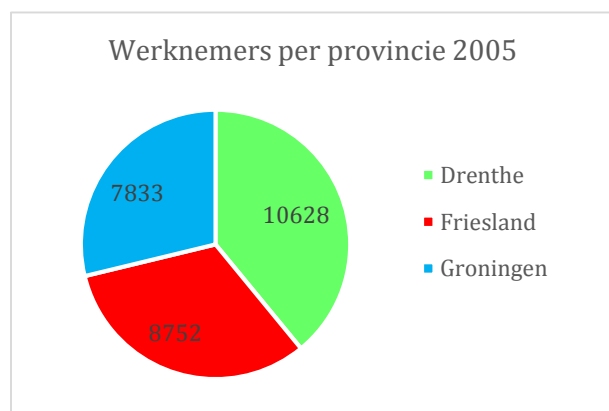


Figuur 10 FDI in Noord-Nederland 2005 (NOM, 2005)

Noord-Nederland kent in 2013 circa 780 buitenlandse ondernemingen (NOM, 2013). Een aanzienlijke groei ten opzichte van een eerdere publicatie van het NOM in 2005. In 2005 publiceerde het NOM: "Foreign companies in the Northern Netherlands". In deze publicatie worden

de buitenlandse bedrijven die actief zijn in Noord-Nederland in kaart gebracht. Volgens deze publicatie zijn er 264 buitenlandse bedrijven die zorgen voor meer dan 27.000 banen. Dit zijn niet alleen directe banen, maar ook indirecte banen die gecreëerd worden door bijvoorbeeld outsourcing. In figuur 11 is het aantal werknemers van buitenlandse bedrijven per provincie weergegeven.

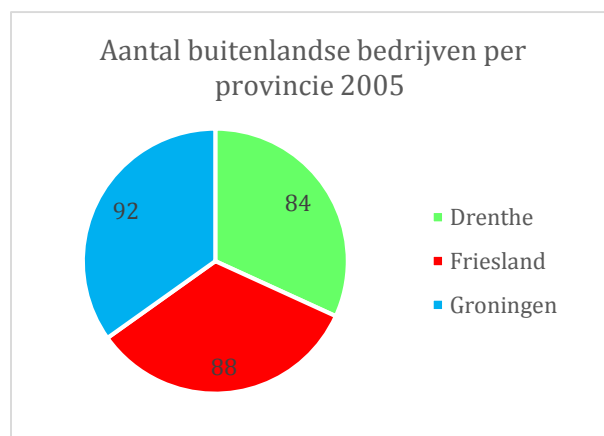
De meeste buitenlandse bedrijven zijn actief in de metaalsector: ruim 50 bedrijven. Gevolgd door chemie en andere industrieën: respectievelijk 25 en 24 bedrijven.



Figuur 11 Werknemers FDI 2005 (NOM, 2005)

Noord-Nederland is aantrekkelijk voor buitenlandse bedrijven vanwege de goedkope bedrijfslocatie. Dit levert concurrentievoordeel op. De huurprijzen in Noord-Nederland liggen circa 30% lager dan in de rest van Nederland. Daarnaast zijn de kosten van arbeiders een stuk lager dan het landelijk gemiddelde (NOM, 2005). Na circa 2008 (NIFA, 2011) is de stroom aan buitenlandse investeringen in Nederland afgenomen. Sommige buitenlandse bedrijven sloten de deuren, zoals Cordis in Roden (NOM, 2012a). Andere buitenlandse bedrijven zagen af van uitbreidingsinvesteringen en wilden juist onderdelen afstoten of verplaatsen naar een goedkopere locatie in het buitenland. Honeywell

in Emmen is een van deze bedrijven (Offensief Emmen, 2008).



Figuur 12 FDI per provincie 2005 (NOM, 2005)

Groningen kent het grootste aantal buitenlandse bedrijven, gevolgd door Friesland en Drenthe. Voornamelijk bedrijven uit de Verenigde Staten (circa 63) investeerden in het opzetten van ondernemingen in Noord-Nederland. Deze investeringen zorgen voor een groot aantal banen. De Verenigde Staten werd gevolgd door Duitsland met 54 ondernemingen in Noord-Nederland: deze bedrijven creëerden ruim 3.800 banen. Ook Groot-Brittannië (UK) investeert flink in Noord-Nederland. Er zijn 39 van origine Britse bedrijven gevestigd in Noord-Nederland. Groot-Brittannië zorgde voor ruim 4.700 banen. Met ruim 20 ondernemingen in Noord-Nederland neemt Frankrijk een vierde plaats in, in de top 5

van "land van herkomst", en is goed voor bijna 2.700 banen. België en Zweden delen een vijfde plaats; beide landen hebben 17 ondernemingen in Noord-Nederland. Qua werkgelegenheid is België slechts goed voor 1.100 banen. De 17 Zweedse bedrijven hebben 2.200 werknemers in dienst: het dubbele van het aantal Belgische bedrijven in Noord-Nederland. De Zweden investeren voornamelijk in Groningen, terwijl de Belgen de directe investeringen gelijkelijk verdeeld hebben over de drie noordelijke provincies van ons land.

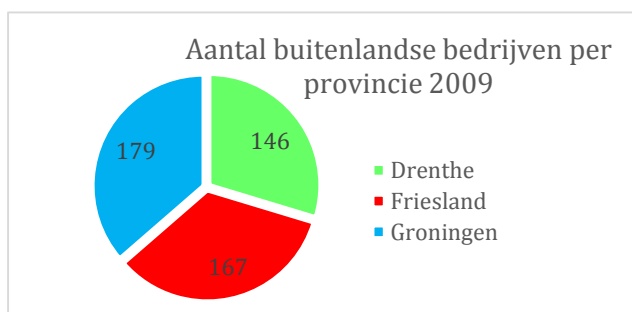
Tabel 2 Land van herkomst en werknemers 2005

Top 5	Land	Bedrijven	Top 5	Land	Werknemers
1	US	63	1	US	7635
2	DE	54	2	UK	4753
3	UK	39	3	DE	3872
4	FR	26	4	FR	2678
5	BE/ SE	17/17	5	SE	2207

Tabel 2 laat de verhoudingen van de investeringen in Noord-Nederland naar het land van herkomst zien, alsmede het aantal werknemers.

4.2 Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland 2009

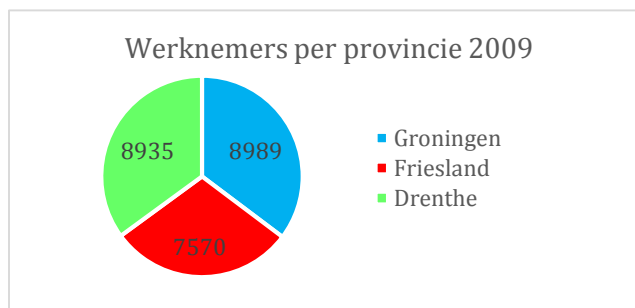
In 2009 publiceerde de NOM een soortgelijke rapportage als in 2005, al was de rapportage van 2009 minder uitgebreid. In 2009 waren in Noord-Nederland circa 550 buitenlandse bedrijven gevestigd. Ten opzichte van 2005 is bijna een verdubbeling van het aantal buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland waar te nemen. In aantallen betekent dat een toename van 336 buitenlandse bedrijven. 50 buitenlandse bedrijven die in 2005 nog actief waren, zijn dat in 2009 niet meer.



Figuur 13 FDI per provincie 2009 (NOM, 2009)

In Drenthe wordt minder geïnvesteerd door buitenlandse bedrijven. De provincie Groningen trekt de meeste buitenlandse investeerders.

De enorme toename van buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland kan worden verklaard door de gebruikte definities. In deze analyse is gebruikgemaakt van de standaarddefinitie die door de OECD (*Organisation for Economic Cooperation and Development*) wordt gehanteerd. Deze definitie luidt: "een buitenlands bedrijf dient minimaal 50.01% aan aandelen in handen te



Figuur 14 Werknemers per provincie 2009 (NOM, 2009)

hebben". In 2005 werd een andere definitie gebruikt, waarbij het percentage aandelen in handen van buitenlandse bedrijven hoger lag.

Het aantal werknemers in dienst van buitenlandse ondernemingen is niet verdubbeld. In 2005 waren 27.213 werknemers in dienst van buitenlandse bedrijven. In 2009 waren dit slechts 25.494: hier is een afname waarneembaar. Deze afname kan worden toegeschreven aan:

- de verschillende definities van buitenlandse bedrijven die zijn gebruikt.
- de economische crisis, die in 2009 zijn hoogtepunt leek te hebben.
- het feit dat in 2009 meer buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland waren gevestigd, maar met minder personeel in dienst.

Duitsland heeft in 2009 de meeste buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland. Dit aantal is ten opzichte van 2005 gelijk gebleven. Het aantal bedrijven uit de Verenigde Staten is afgenomen (van 63 naar 52), evenals het aantal werknemers dat in dienst is van bedrijven uit de Verenigde Staten. Tevens is het aantal werknemers dat in dienst is van Duitse bedrijven afgenomen, ondanks het feit dat het aantal ondernemingen stabiel is gebleven. In 2009 waren er 35 bedrijven met het Verenigd Koninkrijk (UK) als land van herkomst. Dit is een afname van vier bedrijven ten opzichte van 2005. Het aantal werknemers in dienst van deze bedrijven is ook afgenomen. Franse bedrijven hebben juist meer personeel in dienst ten opzichte van 2005; hier is een toename van 1.000 werknemers waarneembaar. Het aantal Belgische bedrijven is licht gestegen van 17 naar 19, het aantal werknemers in dienst van Belgische bedrijven is stabiel gebleven. In 2005 is Zweden verdwenen uit de top 5, maar het land heeft in Noord-Nederland nog steeds 17 bedrijven met circa 1.500 werknemers in dienst: een afname van 700 werknemers ten opzichte van 2005. Japan neemt de vijfde plaats in als het gaat om het aantal werknemers in Noord-Nederland. Er zijn 12 bedrijven die Japan als land van herkomst hebben. Deze bedrijven zijn verantwoordelijk voor 2.445 werknemers. In 2005 waren er nog 1.279 werknemers in dienst van 10 Japanse bedrijven.

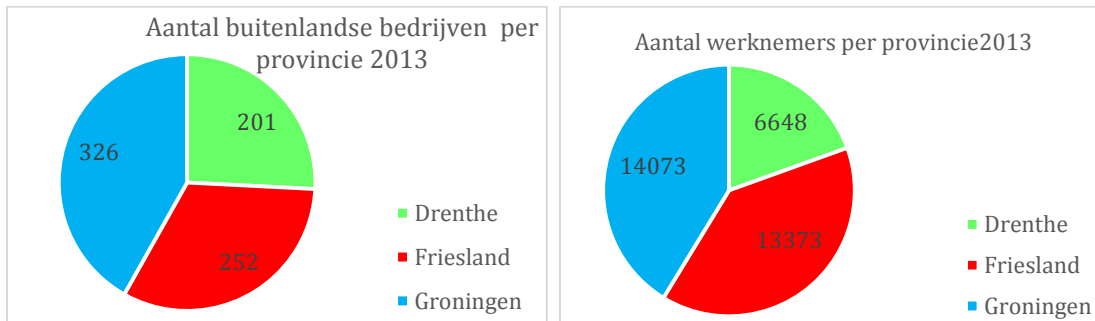
Tabel 3 Land van herkomst en werknemers 2009

Top 5	Land	Bedrijven	Top 5	Land	Werknemers
	DE	54	1	US	4688
2	US	52	2	UK	3956
3	UK	35	3	FR	3455
4	FR	25	4	DE	3058
5	BE	19	5	JP	2445

4.3 Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland 2013

Het eerste dat opvalt aan het van de NOM in maart 2013 verkregen databestand, is het aantal buitenlandse bedrijven; dat is toegenomen tot 779. Waarvan er 241 bedrijven met hetzelfde moederbedrijf en op hetzelfde adres ingeschreven staan, met dezelfde contactpersoon. In veel gevallen zijn dit financiële holdings zonder personeel.

Van 349 bedrijven is niet bekend hoeveel werknemers deze in dienst hebben. De 430 bedrijven waarvan het aantal werknemers wel bekend is, hebben samen 34.094 personen in dienst.



Figuur 15 Aantal buitenlandse bedrijven en werknemers per provincie 2013 (NOM, 2013)

Voornamelijk in de provincie Groningen is het aantal buitenlandse bedrijven toegenomen. In 2005 telde deze provincie nog slechts 92 buitenlandse bedrijven; in 2009 was dit al verdubbeld naar 179. Anno 2013 telt de provincie Groningen 326 buitenlandse bedrijven. De groei van het aantal buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland is gelijkelijk verdeeld over de drie provincies. Drenthe kent het kleinste aantal buitenlandse bedrijven. Friesland ligt tussen Groningen en Drenthe in. Het aantal buitenlandse bedrijven per noordelijke provincie lag in 2005 nog dicht bij elkaar. In 2013 zijn de verschillen beter zichtbaar geworden. In 2005 had Drenthe nog het grootste aantal werknemers in dienst van buitenlandse bedrijven; dit waren er destijds 10.628. In 2009 was dit aantal al afgenomen tot 8.935. Anno 2013 zijn er nog slechts 6.648 mensen in dienst van buitenlandse bedrijven in Drenthe. Een forse afname. De provincie Groningen ziet het aantal buitenlandse werknemers juist stijgen. In 2005 waren er 7.833 mensen in dienst bij buitenlandse bedrijven, in 2009 waren dat er al 8.989. Anno 2013 zijn dat er 14.073; bijna een verdubbeling ten opzichte van 2005. In 2005 waren er in Friesland 8.752 mensen in dienst van buitenlandse bedrijven. In 2009 is een kleine toename waarneembaar (8.989 werknemers). In 2013 is het aantal werknemers fors toegenomen tot ruim 13.000.

Er is een duidelijke verschuiving waarneembaar. In 2005 had Drenthe nog een sterke positie ten opzichte van de andere twee noordelijke provincies. Nu is Drenthe de zwakste regio, als we kijken naar het aantal werkzame personen bij buitenlandse ondernemingen. In 2009 was deze ontwikkeling al licht zichtbaar, maar nog niet noemenswaardig. Groningen heeft in 2013 het grootste aantal buitenlandse bedrijven met de meeste werknemers in dienst.

Tabel 4 Land van herkomst en werknemers 2013

Top 5	Land	Bedrijven	Top 5	Land	Werknemers
1	DE	197	1	US	5344
2	US	106	2	UK	5245
3	LU	96	3	DE	4641
4	UK	42	4	LU	2904
5	SE	30	5	SE	2353

Duitsland is verreweg de grootste investeerder van Noord-Nederland. Duitsland is aandeelhouder van 197 bedrijven in Noord-Nederland met 4.641 werkzame personen. Gevolgd door de Verenigde Staten met ruim 100 ondernemingen en 5.344 werknemers in dienst van deze bedrijven. Ook Luxemburg is een grote investeerder in Noord-Nederland. 96 bedrijven hebben Luxemburg als land van herkomst. Luxemburg is verantwoordelijk voor 2.904 banen in Noord-Nederland. Groot-Brittannië (UK) staat op de vierde plaats in de top 5 van het aantal bedrijven in Noord-Nederland en op de tweede plaats als het gaat om het aantal werknemers. Er zijn 5.245 mensen in dienst van bedrijven die Groot-Brittannië als land van herkomst hebben. Zweden staat op de vijfde plaats in de top 5, zowel wat betreft het aantal bedrijven als het aantal werknemers. In 2005 had Zweden een gedeelde vijfde plaats met België. België is nu volledig verdwenen uit de top 5. In 2009 had dit land nog 19 ondernemingen in Noord-Nederland. Dit aantal is weliswaar in 2013 gestegen naar 24, maar dit is niet genoeg om in de top 5 te komen. Zweden telt 30 ondernemingen. Deze ondernemingen hebben tezamen 2.353 werknemers in dienst. Het aantal werknemers in dienst van Belgische bedrijven is gedaald naar een aantal dat onder de 500 ligt.

4.4 Data-analyse

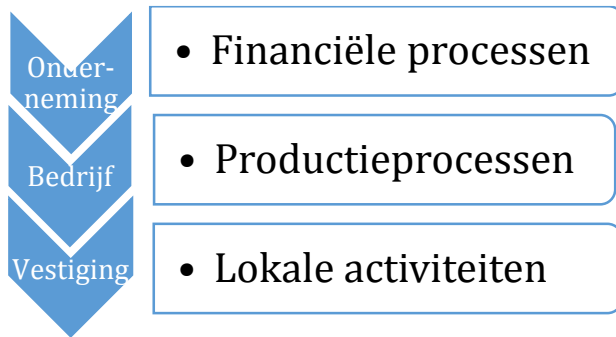
In deze analyse is onderscheid gemaakt tussen verschillende bedrijfsniveaus. Wat wordt er verstaan onder een bedrijf, een onderneming, of een vestiging?

Een bedrijf wordt door het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) als volgt gedefinieerd:

“Bedrijf: de feitelijke transactor in het productieproces gekenmerkt door zelfstandigheid ten aanzien van de beslissingen over dat proces en door het aanbieden van zijn producten aan derden.” (CBS, 2001.)

Het CBS maakt onderscheid tussen verschillende soorten bedrijfsniveaus. Er wordt onderscheid

gemaakt op drie niveaus: onderneming, bedrijf en vestiging. Hierbij wordt de onderneming gezien als het hoogste niveau en de vestiging als het laagste. In figuur 16 is deze structuur afgebeeld.



Figuur 16 Definitie bedrijf (CBS, 2001)

Het eerste niveau dat wordt beschreven door het CBS is het ondernemingsniveau. Op dit hoogste niveau staan de financiële processen centraal. Het concern, de ondernemingsgroep, is de basis. Het is de hoogste top binnen een zeggenschapscluster in Nederland. Ook wel omschreven als financiële holding.

Het middelste niveau is het bedrijfsniveau. Een bedrijf is een klein onderdeel van een onderneming waar zelfstandig beslissingen worden gemaakt over de dagelijkse inrichting van het productieproces. Een vereiste van een bedrijf is dat het marktgericht is, dat wil zeggen dat het goederen of diensten levert aan de markt en niet uitsluitend binnen het concern (CBS, 2001).

De vestiging wordt door het CBS omschreven als het laagste niveau. De lokale activiteiten en het lokale voorzieningsniveau worden beschreven op basis van de lokale eenheid van de vestiging. Daarbij is vereist dat elk bedrijf ten minste één locatie heeft waar of van waaruit het activiteiten onderneemt (CBS, 2001).

De kernbegrippen van de demografie van bedrijven zijn: geboorte, sterfte, verplaatsing en groei. Het eerste databestand dat is geanalyseerd, dateert uit 2005. In deze database kwamen 264 buitenlandse bedrijven voor. Na vergelijking van het aantal bedrijven met de cijfers in de database van 2013, luidt de conclusie dat:

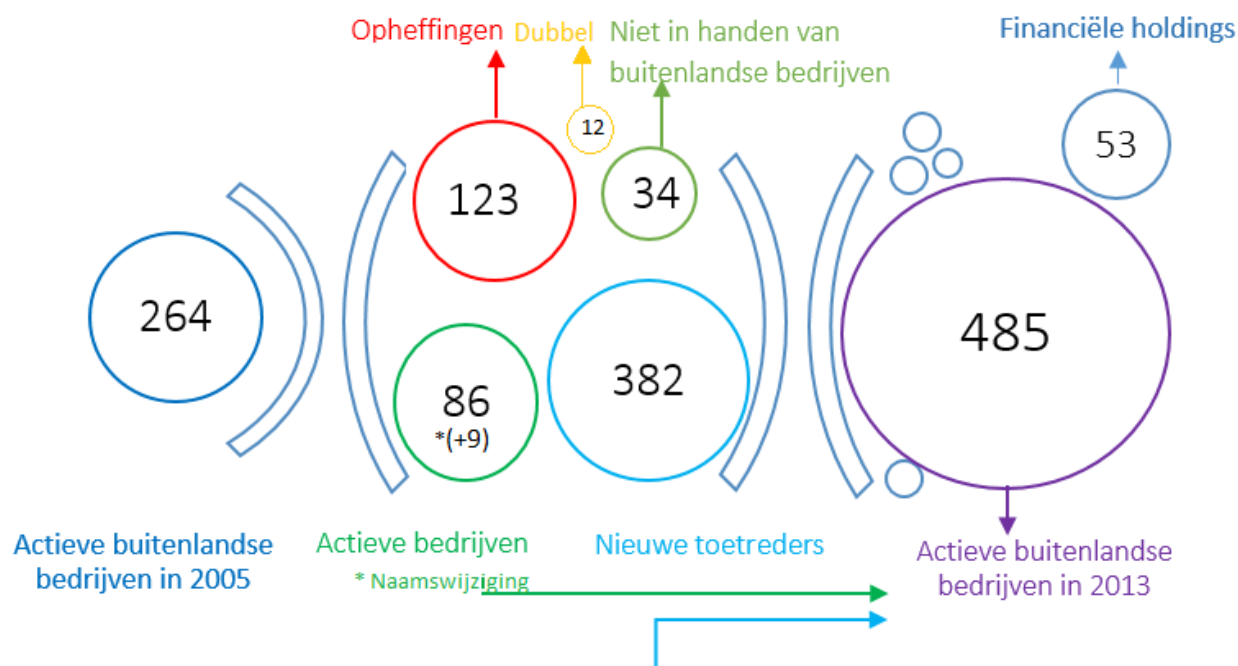
- maar liefst 157 bedrijven zijn verdwenen;
- 86 bedrijven nog actief zijn onder dezelfde naam.
- 9 ondernemingen nog wel actief zijn, maar een naamswijziging hebben ondergaan.
- 12 ondernemingen dubbel vermeld staan in de database.

Tabel 5 Data-analyse 2013

In 2005	Komt niet voor in 2013	Nog actief	Dubbel	Naamswijziging	Opgeheven volgens KVK
264	157	86	12	9	123

Opvallend is dat, na controle in het bedrijvenregister van de Kamer van Koophandel (KvK), blijkt dat 123 bedrijven zijn opgeheven. 34 bedrijven die niet in de database van 2013 voorkomen, zijn volgens de KvK wel actief en zouden ook nog op dezelfde locatie zijn gevestigd. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat deze bedrijven niet meer in handen zijn van buitenlandse ondernemingen.

Het databestand dat is verkregen van de NOM in 2013 bevat 779 bedrijven. Na analyse bleken er verscheidene bedrijven dubbel in het bestand voor te komen. Deze bedrijven zijn eruit gefilterd. In het databestand blijven 538 bedrijven over, waarvan 53 bedrijven financiële holdings zijn. In figuur 17 is te zien wat er de afgelopen zeven jaar is gebeurd met de populatie buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland.



Figuur 17 Data-analyse (eigen bewerking)

Sterfte

In de data-analyse is naar voren gekomen dat er 123 bedrijven zijn opgeheven; daarentegen ontbreken er, in de lijst van buitenlandse bedrijven van 2013, 157 bedrijven uit het oorspronkelijke databestand van 2005. Een verschil van 34 bedrijven. Dit verschil kan verklaard worden door overnames, nationalisatie (indien er minder dan 50.01% aan aandelen in handen van buitenlandse ondernemers is, wordt er gesproken van een Nederlands bedrijf) of verplaatsing.

Van de 123 bedrijven die niet meer voorkomen in het handelsregister van de KvK is niet te achterhalen waarom ze de vestiging hebben opgeheven of waarom ze oorspronkelijk de locatiekeuze voor Noord-Nederland hebben gemaakt. Destijds waren er ruim 10.000 personen

werkzaam bij deze opgeheven ondernemingen. Dit zijn personen die in directe dienst waren van één van de gesloten buitenlandse ondernemingen.

Voorts komen een aantal bedrijven, die volgens het recente databestand al voor het jaar 2005 waren gevestigd in Noord-Nederland, niet voor in het databestand van 2005. Verklaringen hiervoor zijn:

- in 2005 werd een andere definitie voor buitenlands bedrijf gehanteerd.
- een bedrijf is in een van de latere jaren overgenomen door een buitenlandse onderneming.

Actieve bedrijven

Van de populatie buitenlandse bedrijven (264) in Noord-Nederland uit 2005 zijn er anno 2013 nog slechts 86 bedrijven actief. In eerste instantie is een selectie van 20 bedrijven benaderd voor het afnemen van een interview. Na verschillende benaderingen zijn hier twee interviews uit voortgevloeid. Om deze reden is besloten om alle 86 bedrijven te benaderen voor een interview. Een klein aantal bij deze bedrijven werkzame mensen was bereid aan een interview mee te werken. Opvallend is dat kleinere bedrijven minder flexibel zijn en de bereidheid om mee te werken aan het onderzoek bij kleinere bedrijven veel minder aanwezig is dan bij grotere bedrijven. Om te zorgen voor voldoende respons is het noodzakelijk geweest om uit te wijken naar bedrijven die in 2007 of 2008 gedefinieerd werden als buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland. Op deze manier kunnen er kwalitatief goede verklaringen gevonden worden voor de dynamiek van buitenlandse bedrijven in Groningen, Drenthe en Friesland. Er wordt gezocht naar verklaringen voor het gedrag van buitenlandse ondernemingen in Noord-Nederland. Het is lastig te achterhalen waarom een onderneming is opgeheven. Tevens is het volgen van bedrijven die bijvoorbeeld een naamswijziging hebben gehad niet altijd even makkelijk.

Binnen zes buitenlandse bedrijven die gevestigd zijn in Groningen, Drenthe en Friesland waren mensen bereid om geïnterviewd te worden. In bijlage 1 is een overzicht te vinden van de bedrijven waarbinnen men bereid was mee te werken aan het onderzoek. Het vinden van bereidwillige medewerkers verliep moeizaam. Naast de populatie buitenlandse bedrijven uit 2005, is daarom tevens uitgeweken naar de databestanden uit 2007 en 2008. Medewerkers van 180 buitenlandse bedrijven uit deze recentere databestanden zijn telefonisch benaderd, maar helaas was geen van hen bereid om mee te werken aan een interview.

5. Bedrijfsprofielen en resultaten interviews

In dit hoofdstuk wordt het profiel beschreven van de bedrijven waarbinnen men bereid was om medewerking te verlenen aan dit onderzoek. Daarnaast wordt een samenvatting gegeven van de interviews. Twee bedrijven zijn gevestigd in Drenthe, drie in Groningen en één in Friesland.

5.1 Remmers Bouwchemie B.V.

Remmers Bouwchemie B.V. is gevestigd in Hoogeveen. Remmers heeft zich in ruim 50 jaren ontwikkeld van een klein bedrijf in olie, verven, mortel- en betonhulpstoffen tot een krachtige, onafhankelijke onderneming in bouw- en houtbeschermingsproducten. Op dit moment heeft de onderneming meer dan 1500 werknemers. Remmers is van oorsprong een Duitse onderneming. In 1970 is gekozen voor een verkoopvestiging in Nederland. Op dit moment werken er circa 38 mensen in Hoogeveen (Remmers, 2013).

Gebeurtenissen in vogelvlucht:

- 1949** Bernhard Remmers verzelfstandigt zich als handelaar in oliën, milieu- en houtbeschermingsproducten, verven en lakken.
- 1970** Naamswijziging Remmers Chemie GmbH & Co. **In Nederland wordt de eerste dochteronderneming opgericht, Remmers Bouwchemie B.V.**
- 1977** Oprichting Heidelberg met tevens een opleidings- en verkoopcentrum.
- 1989** Met 500 medewerkers wordt een omzet gerealiseerd van 100 miljoen Duitse Mark.
- 1992** De oprichting van Remmers Baustofftechnik AG.
- 1990-99** Internationale expansie en groei. Dochterondernemingen in België, Engeland, Singapore, China, Polen, Letland, Tsjechië, Frankrijk, Hongarije en Rusland.
- 2005** Een nieuw omzetrecord: 143 miljoen euro.
- 2006** Reorganisatie, wijziging corporate design (Remmers, 2013).

5.1.1 Interview

Remmers Bouwchemie, de heer H.J. Verweij & de heer M. de Groot.

De heer Remmers heeft het in de jaren '70 voor het eerst gedurfd om naar het buitenland te gaan. Zijn eerste stap hierin was om naar Nederland te gaan. Hij heeft hiervoor gekozen vanwege de ligging van Nederland, het was voor hem een aanvaardbare afstand. Tevens staan Nederlanders bekend om hun handelsdrift. Dit heeft geresulteerd in het vestigen van zijn eerste buitenlandse vestiging in 1970 in Hoogeveen.

De keuze voor Noord-Nederland. Hoogeveen ligt op een uur rijden van Leuningen, de route is voorzien van snelwegen (het moederbedrijf is gevestigd in Leuningen, Duitsland). Vroeger moest men tussen de dorpen door: Emmen, Zwartemeer, Meppen (Duitsland), Haren en Leunen. In die tijd was men wel tweeënhalf uur onderweg. Door de beperkte reistijd had de heer Remmers het gevoel

dat hij controle kon uitoefenen op de vestiging.

De keuze is gevallen op Hogeveen vanwege de grote industrie die er destijds al zat en de goede infrastructuur. Hogeveen biedt een groot aantal verfbedrijven, schilders en bedrijven die met verf werken. Dit zijn de voornaamste redenen voor het vestigen van een verkooponderneming in Hogeveen. Bovendien was de accountant in Denekamp gevestigd. Dat is weliswaar niet in de buurt van Hogeveen, maar wel aan de grensstreek. Dit verband was snel gelegd. Wanneer men iets noordelijker gaat zitten komen de plaatsen Hogeveen, Assen en Emmen in beeld. De keuze is uiteindelijk op Hogeveen gevallen.

Hymer begint zijn theorie met de constatering dat er toetredingsdrempels zijn voor bedrijven die productieondernemingen in het buitenland willen opzetten. Dit zijn drempels in de vorm van onzekerheid, nationalisme van het gastland en de bijkomende risico's. Remmers is gevestigd in Hogeveen, omdat dit relatief dichtbij 'huis' gevestigd was. Op deze manier konden risico's vermeden worden en kon er toch nog een vorm van controle plaatsvinden.

De Markt. Het magazijn in Hogeveen is belangrijk voor Remmers vanwege zijn ligging. Alles moet zo snel mogelijk binnenkomen vanuit Duitsland, maar het liefst nog sneller naar de klanten verspreid worden. Remmers levert door heel Nederland. Van oudsher zijn er bedrijven die al jaren bij Remmers kopen en tevens zelf de producten komen afhalen. Maar dit verandert, de bouw is aan veranderingen onderhevig. De levertijden zijn zeer kort geworden. In Nederland moet immers binnen 24 uur geleverd kunnen worden. Om hieraan te kunnen voldoen heeft Remmers in bijna elke provincie een buitendienstmedewerker, die het product aan de man brengt.

Regionale gebondenheid. Wat betreft de omzet kan gesteld worden dat deze nauwelijks in Hogeveen wordt gemaakt. Hogeveen is slechts goed voor 10% van de afzet. Het afzetgebied is Nederland in zijn geheel. De aannemerij verandert. De aannemer pakt nu gerust een project dat verder weg ligt en is niet langer regionaal gebonden.

"We zitten hier toevallig maar we hadden ook in Apeldoorn of Amersfoort kunnen zitten. Hogeveen was destijds redelijk in de buurt. De heer Remmers is gaan rijden en kwam zo in Hogeveen terecht. Het dorp was al voorzien van industrie en infrastructuur" (Aldus de heer Verweij).

Er is geen diepe studie aan voorafgegaan wat betreft de vestigingskeuze. Het pand is inmiddels afgeschreven. Dit zou het moment kunnen zijn om na te denken over een verhuizing. Bij een relocatie komt veel kijken. De werknemers zijn gebonden aan deze regio. Vanwege de voor dit bedrijf werkzame mensen is het lastig om het bedrijf te verplaatsen.

Regionale kenmerken. Hogeveen was destijds voorzien van enige industrie. Tevens was de reistijd langer. Afstanden zijn er tegenwoordig bijna niet meer. In het bedrijfsleven speelt afstand nagenoeg geen rol meer.

Wanneer er enkel naar het bedrijf en de activiteiten hiervan gekeken zou worden, zou de vestigingskeuze waarschijnlijk niet vallen op Hogeveen. Een locatie in het midden van het land zou meer vanzelfsprekend zijn. De realiteit is echter wel dat aspecten als sociale gebondenheid ook

moeten worden meegewogen bij een heroverweging van de locatie van vestiging.

Positie in het land van herkomst. In Duitsland heeft Remmers een marktleidende positie. Het is een grote onderneming. 60% van de jaaromzet is afkomstig van deze onderneming. De overige 40% is verdeeld over 16 landen. De hoofdactiviteiten vinden nog steeds in Duitsland plaats. Nederland heeft een aandeel van circa 5%. Samen met Polen heeft Nederland het grootste aandeel. In Amerika heeft het bedrijf wel activiteiten maar geen vestiging. Dat geldt ook voor Zuidoost-Azië. Op Noord-Amerika na is Remmers wereldwijd actief. Buiten Europa heeft het bedrijf voornamelijk agentschappen.

5.1.2 Hypothesetoetsing

In onderstaande tabel is weergegeven welke hypothesen voor deze casus kunnen worden aangenomen of verworpen.

Tabel 6 Hypothesetoetsing Remmers Bouwchemie B.V

Hypothese	Aannemen	Verwerpen
<i>H1. Regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI.</i>	X	
<i>H2. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst.</i>	X	
<i>H3. Buitenlandse bedrijven vestigen zich dicht bij de markt.</i>	X	
<i>H4. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.</i>		X

5.2 Iams Procter & Gamble

Iams Europe B.V. is onderdeel van Procter & Gamble, een internationale onderneming met vestigingen in de hele wereld die actief zijn in verschillende branches met verschillende producten. Iams produceert vanuit Coevorden hoogwaardige diervoeding (droge honden- en kattenbrokken) voor Europa, Afrika, het Midden-Oosten, Azië, Japan en Nieuw-Zeeland. De vestiging in Coevorden heeft ongeveer 250 medewerkers (Procter & Gamble, 2013).

Hieronder wordt de geschiedenis in vogelvlucht weergegeven.

- De oorsprong van Iams ligt in Dayton (Ohio, Verenigde Staten). Iams levert de lokale marketing-, verkoop- en distributiediensten voor katten- en hondenvoer van de premium merken Iams en Eukanuba.

- Sinds 1989 bezit de onderneming de exclusieve distributierechten voor Iams en Eukanuba Nederland.
- In 1994 is er een afzonderlijke Iams-divisie opgezet. Momenteel werken in deze divisie meer dan 20 mensen.
- In januari 1999 werd de eerste productiefabriek in Europa (Coevorden) geopend (Hollanddiervoeders, 2013).

5.2.1 Interview

Iams Group, de heer Bos.

Begin jaren '80 heeft de eerste export naar Europa plaatsgevonden. Er is gekozen voor Nederland met Noord-Nederland als logistieke uitvalsbasis. In eerste instantie door samen te werken met een bedrijf in Coevorden (Penski, dit bedrijf heet inmiddels Gravo).

Nadat is gebleken dat men de juiste keuze heeft gemaakt voor de plaats van vestiging, is besloten de volgende stap te nemen: een fabriek neerzetten in Europa. Er is een onderzoek gestart naar de mogelijkheden. Met de hulp van de NOM is uiteindelijk de keuze gevallen op Coevorden. Begin 1997 is men gestart met de bouw van de fabriek. In 1999 zijn de eerste droge brokken honden- en kattenvoer geproduceerd.

Keuze voor Noord-Nederland. De locatie an sich is goed. In de nabijheid van het bedrijf is een groot aantal van de benodigde ingrediënten verkrijgbaar. Tevens had Iams indertijd een groot deel van zijn afzetmarkt in de directe omgeving zitten. Destijds was de markt vooral Europa en specifiek: Duitsland, Frankrijk en Scandinavië. Noord-Nederland vormt een centraal punt tussen deze landen. De locatie is dus zowel qua benodigde grondstoffen als ten opzichte van de markt goed gelegen. Tevens is er voldoende grond beschikbaar voor eventuele uitbreiding. Hoewel de fabriek vrij groot is zou, indien men dit wenselijk acht, er voldoende ruimte zijn om uit te breiden. De locatie in Coevorden is goed gelegen aan de weg, het spoor en het water. Bereikbaarheid en een goede infrastructuur hebben een rol gespeeld bij de locatiekeuze. Het meeste transport vindt plaats met de trein of over de weg. Daarnaast waren de beschikbare subsidies niet geheel onbelangrijk bij het maken van de keuze voor Coevorden; echter vooral de regionale kenmerken, zoals de logistieke en infrastructurele voorzieningen, hebben een rol gespeeld in dit keuzeproces.

Dit bevestigt het theoretische uitgangspunt. Of de verschillende typen transportmiddelen van belang zijn, de mogelijkheid om te transporteren via de weg, per spoor of per binnenvaart, hangt af van de gebondenheid aan een locatie en de af te leggen afstand. Bedrijven die een geografisch omvangrijke markt hebben worden aangetrokken tot strategische locaties, zoals knooppunten op de snelweg. Bedrijven met een lokale markt zullen zich minder snel op dit soort locaties vestigen (Atzema et al. 2009).

De markt. Iams exporteert naar Europa, Afrika, het Midden-Oosten, Azië, Japan, sinds zeer recentelijk naar Australië en tevens naar landen als India, Indonesië, Taiwan en de Filipijnen. De producten worden allemaal geproduceerd in Coevorden. In Coevorden vinden alleen de productie en de logistieke activiteiten plaats; alle commerciële activiteiten vinden elders plaats. Deze worden aangestuurd vanuit het hoofdkantoor in Geneve. Per land is er een aangepast marketing- en commercieplan. Er zijn twee distributiekanaalen: Iams en Eukanuba Premium. Er wordt verkocht via specialisten of de duurdere speciaalzaken. De speciaalzaken vormen de grootste markt, deze worden via een distributeur bevoorrad. Per land levert Iams aan één distributeur die vervolgens zorgt dat de producten bij de speciaalzaken terechtkomen. Deze distributeur voert alle activiteiten uit namens P&G.

Regionale gebondenheid. De regionale gebondenheid is zeer miniem, vanwege het feit dat de focus noch op de regio noch op Nederland ligt. De focus is wereldwijd. Er is wel een aantal contactpunten in de regio. Er wordt veel samengewerkt met de treinterminal en dienstverleners uit de regio. Een groot aantal ondernemingen heeft zich bij dit samenwerkingsverband aangesloten.

Daarnaast is er een aantal leveranciers die in de regio zitten. Een voorbeeld hiervan is Kappa Hoogeveen. Er worden veel granen gebruikt bij de productie, waar Agrifirm een lokale leverancier van is. De vetten die gebruikt worden komen voornamelijk van leveranciers die in Friesland en Groningen gevestigd zijn.

Regionale bedrijven krijgen geen voorkeursbehandeling. Wel is het logistiek gezien de beste keus om bijvoorbeeld de granen uit de regio te halen vanwege de grote benodigde hoeveelheid. Voor wat betreft de overige benodigdheden is het niet per se noodzakelijk om deze uit de regio te halen. De focus ligt bij dit bedrijf hoofdzakelijk internationaal en niet zozeer op Noord-Nederland.

Positie in het land van herkomst. In Amerika is Iams geen marktleider. Het bedrijf zit wel in de top 3 met een marktaandeel boven de 15%. In Amerika heeft Iams drie fabrieken. Het gaat hier om een enorme markt. Het bedrijf is hier een speler zoals Procter & Gamble die wil zijn.

5.2.2 Hypothesetoetsing

In onderstaande tabel is weergegeven welke hypothesen voor deze casus kunnen worden aangenomen of verworpen.

Tabel 7 Hypothesetoetsing Iams Procter & Gamble

Hypothese	Aannemen	Verwerpen
<i>H1. Regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI.</i>	X	
<i>H2. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst.</i>		X
<i>H3. Buitenlandse bedrijven vestigen zich dicht bij de markt.</i>	X	
<i>H4. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.</i>		X

5.3 AMO Groningen B.V.

De oorsprong van Abbott Medical Optics (AMO) voert ons terug naar het einde van de jaren '50. Het bedrijf is door de heer Worst opgericht. Hij was destijds een oogspecialist. Het droeg de naam 'Medical Workshop'. In 1985 werd dit Nederlandse bedrijf door het Zweedse Pharmacia overgenomen. Het is ruim achttien jaar in handen geweest van dit Zweedse bedrijf. In 2003 is Pharmacia verkocht aan het Amerikaanse Pfizer. Pfizer heeft het bedrijf direct in de etalage gezet. In het jaar 2004 werd het overgenomen door Advanced Medical Optics, ook een Amerikaans bedrijf. Hier komt de huidige naam AMO vandaan. De meest recente overname is die door Abbott, de huidige eigenaar van AMO. Het bedrijf is AMO blijven heten, maar de letters uit de afkorting hebben een andere betekenis gekregen. AMO staat nu voor Abbott Medical Optics (en stond voorheen voor Advanced Medical Optics).

AMO is gericht op het leveren van het volledige scala van geavanceerde reactieve technologie en ondersteuning aan professionals in de oogheelkunde. Het hoofdkantoor van Abbott Medical Optics staat in Santa Ana, Californië. Wereldwijd heeft het ongeveer 4.250 werknemers.

Het in Nederland gevestigde AMO Groningen BV heeft 80 medewerkers en is ingericht als een Centre of Excellence voor het ontwikkelen, verbeteren en produceren van innovatieve oplossingen voor de chirurgische oogheelkunde; voornamelijk intra-oculaire lenzen. De faciliteit bestaat uit kleine en geïntegreerde R & D, Process Development en Manufacturing teams. Het bedrijf heeft verschillende overnames doorstaan.

1957 Oprichting: Medical Workshop

1985 Overname door: Pharmacia AB (Sweden)

2003 Overname door: Pfizer (Brooklyn, Amerika)

2004 Overname door: Advanced Medical Optics (New York, Amerika)

2009 Overname door: Abbott Laboratories (Chicago, Amerika)

5.3.1 Interview

Abbott, de heer J.T.P. Kolstein.

Abbott is een grote onderneming en heeft vele verschillende visies. AMO valt onder de tak Medical Devices. AMO maakt medische hulpmiddelen: oogimplantaten. Dit gebeurt al min of meer vanaf de oprichting van het bedrijf, maar vooral vanaf 2007 spitst het bedrijf zich toe op research en ontwikkeling van nieuwe oogimplantaten. Dit is de kerntaak van het bedrijf. Er is op deze locatie in Groningen een groep R&D mensen, engineers, wetenschappers en supporting staffers werkzaam.

Keuze voor Noord-Nederland

Groningen heeft een behoorlijke vesting van oogheelkunde en oogheelkundige bedrijven. De relatie met de universiteit in de stad Groningen, de ziekenhuizen en het universitaire ziekenhuis hebben er toch toe geleid dat hier een concentratie van activiteiten heeft plaatsgevonden. Daarnaast heeft de familie Worst, die dit bedrijf destijds is begonnen, nog steeds een onderneming, slechts een paar honderd meter verderop. Deze onderneming is niet alleen nog in bedrijf maar er vinden hier zelfs operaties plaats. Tevens zijn er meerdere spin-offs. Zoals de heer Zernike, naar wie het Zernikepark in Groningen is vernoemd. Dit is de enige persoon die een Nobelprijs heeft gewonnen binnen de oogheelkunde. Voor bepaalde bedrijven is dit aanleiding geweest om zich in Groningen te vestigen, aldus de heer J.T.P. Kolstein. Dokter Worst was een oogchirurg die in contact kwam met instrumentmakers. Dit was de basis van deze onderneming. Instrumentmakers zorgden ervoor dat oogartsen en -chirurgen een operatie beter konden uitvoeren. Deze ontwikkeling zet zich nog steeds voort.

Kijkend naar de theoretische uitgangspunten bestaat het idee dat FDI vooral positieve effecten heeft op de regionale economische ontwikkeling. Omgekeerd kunnen we stellen dat gezonde, competitieve economieën meer FDI's en handel aantrekken en genereren (De Mello 1999). Volgens Blomström & Kokko (1998) zijn buitenlandse bedrijven vaak verantwoordelijk voor de introductie van nieuwe kennis in een sector of regionale economie.

De markt. Iams is een internationale speler en is wereldwijd actief.

Regionale gebondenheid. Regiobinding is van toegevoegde waarde omdat er in de regio al relaties zijn opgebouwd. Zoals onder andere de relatie met het UMCG. Die relatie kan Iams tevens vanuit een groot deel van zijn vestigingen over de wereld onderhouden. De kracht van dit bedrijf is vooral dat een R&D afdeling en de productie zich onder één dak bevinden. Daarnaast is er een nauwe samenwerking tussen de R&D afdeling, de productie en de marketing- en salesafdeling. Om deze reden is het bedrijf in staat snel nieuwe processen te bedenken en te ontwikkelen, ondanks het feit dat het bedrijf internationaal georiënteerd is. Dit kan men met name zien aan het werknemersbestand. Als het gaat om de research afdelingen zien we dat de medewerkers uit

verschillende landen afkomstig zijn. De internationale collega's raken in de meeste gevallen snel lokaal gebonden. Ondanks dat er geen sterke binding is met Groningen is te zien dat mensen langdurig werkcontracten aangaan en hier lang blijven.

Verschillende studies tonen aan dat agglomeratievoordelen de bron kunnen zijn van de ongelijke verdeling van economische activiteiten en de economische groei in steden en regio's (De Bok en Van Oort, 2011).

Positie in het land van herkomst. Abbott wordt wereldwijd gezien als een groot farmaceutisch bedrijf. In verschillende markten is het bedrijf wereldleider; in andere markten neemt Abbott een tweede of derde positie in. Het bedrijf heeft enkele blockbusters: producten waarmee de markt gedomineerd wordt. Hiermee worden veel revenuen binnengehaald. AMO behoort tot de medical device industrie, een onderdeel dat Abbott heeft gekocht bij de aankoop van AMO in 2009. Die tak moest zich nog verder ontwikkelen en hier moest veel in worden geïnvesteerd. AMO neemt met zijn producten de tweede plaats in. Echter met een aantal producten moet AMO genoeg nemen met een derde plaats. De grootste concurrenten van AMO zijn Alcon en Boston medical group. AMO speelt een belangrijke rol als het gaat om lenzen, maar er kan niet worden gesproken van een marktleidende positie. Dat is wel één van de doelen die men nastreeft: uiteindelijk in een bepaald segment de grootste worden.

5.3.2 Hypothesetoetsing

In onderstaande tabel is weergegeven welke hypothesen voor deze casus kunnen worden aangenomen of verworpen.

Tabel 8 Hypothesetoetsing AMO Groningen B.V.

Hypothese	Aannemen	Verwerpen
<i>H1. Regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI.</i>	X	
<i>H2. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst.</i>	X	
<i>H3. Buitenlandse bedrijven vestigen zich dicht bij de markt.</i>	X	
<i>H4. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.</i>		X

5.4 British American Tobacco Niemeyer

British American Tobacco Benelux is onderdeel van de British American Tobacco Group, een beursgenoteerde onderneming die in haar ruim honderdjarige bestaan is uitgegroeid tot de op één na grootste en meest internationale tabaksonderneming ter wereld.

In Nederland komt British American Tobacco voort uit verschillende ondernemingen die zich in het begin van de negentiende eeuw in ons land vestigden en sindsdien steeds verdergaande samenwerkingsverbanden zijn aangegaan. British American Tobacco vestigde als onderneming in 1910 haar eerste verkoopkantoor in Nederland. Aanvankelijk in Rotterdam, later in Amsterdam.

De oorsprong van Niemeyer ligt in een winkeltje voor koloniale waren en tabak, net buiten de stad Groningen, dat in 1819 geopend werd door Meindert Niemeijer. In 1848 zette zijn zoon Theodorus een eigen tabaksfabriek op, waardoor Niemeyer zowel de productie als de verkoop van kerftabak in huis kreeg. Dit bedrijf ontwikkelde zich in de loop van de jaren tot de internationale onderneming van nu. In 1990 werd Niemeyer onderdeel van de Rothmans Groep (Batbenelux, 2011).

5.4.1 Interview

British American Tobacco Niemeyer, de heer Schut.

British American Tobacco (BAT) heeft wereldwijd 50 vestigingen: het is een enorm bedrijf. De onderneming bestaat uit verschillende fabrieken. Tevens heeft BAT een verkooporganisatie. BAT is in meer dan 200 landen over de hele wereld actief. Het bedrijf heeft meer dan 40.000 medewerkers verspreid over een vijftigtal fabrieken in dienst. Het gaat hier puur om sigarettenfabrieken. De vestiging in Groningen van BAT is de enige shagfabriek binnen de onderneming.

Keuze voor Noord-Nederland. Er is gekozen voor Noord-Nederland, omdat het bedrijf hier oorspronkelijk gevestigd was. Indien BAT een nieuwe fabriek zou gaan bouwen dan zou de keuze waarschijnlijk niet op Groningen zijn gevallen. De enige reden dat het bedrijf is aangeschaft, en nog steeds in Groningen is gevestigd, is het feit dat het onderdeel was van een ander bedrijf. Het ging BAT om de sigarettenverkoop. BAT verkoopt wereldwijd voor 600 miljard aan sigaretten. Het feit dat dit in Groningen werd geproduceerd is puur toeval. Shag was een onderdeel van een pakket dat als één geheel op de markt werd gebracht. We kunnen dus stellen dat het geen bewuste keuze is geweest om een shagfabriek aan te schaffen.

“Ik denk in alle eerlijkheid dat BAT zelfs gedacht heeft: wat moeten we ermee? Kunnen we dat stukje later niet beter verkopen? Deze gedachte is nu helemaal weg. We zijn nu volledig geïntegreerd en we zien dat de sigarettenverkoop daalt en de shagverkoop stijgt. Dus BAT is uitermate blij met deze fabriek. En daarom investeert het hoofdkantoor op dit moment in onze vestiging” (aldus de heer Schut).

De markt. In de tijd dat de Groningse tabakfabriek nog geen onderdeel was van een internationaal concern kon de markt gedefinieerd worden als nationaal. Er werd alleen tabak geproduceerd voor

de nationale markt. De onderneming is begonnen als Nederlands bedrijf. Nu is het onderdeel van BAT, een internationaal concern dat de producten wereldwijd verkoopt. Er wordt vanuit de vestiging in Groningen met name voor de West-Europese markt geproduceerd. De grootste afzetmarkt is Duitsland. Andere landen die veel tabak afnemen zijn Nederland, België, Frankrijk en Groot-Brittannië. Door de economische crisis komt er steeds meer vraag vanuit Spanje, Italië en Griekenland (shag is goedkoper dan sigaretten). Sinds de fabriek in Australië gesloten is wordt in Groningen ook geproduceerd voor Australië en Nieuw-Zeeland.

Regionale gebondenheid. BAT doet veel zaken met regionale leveranciers. Zo worden de zakjes en de baaltjes waarin de shag gaat gemaakt door een lokale leverancier. Deze onderneming is erg afhankelijk van BAT. Daarnaast verkoopt BAT bussen met tabak. Deze bussen worden tevens door een lokale leverancier geproduceerd. Deze zit op de grens van Groningen en Duitsland, op een half uur rijden van de locatie in Groningen. Deze leveranciers produceren voornamelijk voor BAT. Om deze reden is een groot aantal bedrijven afhankelijk van BAT. Verder heeft BAT een goede relatie met andere leveranciers die voornamelijk verpakkingsmateriaal produceren. BAT zorgt dus voor een behoorlijke werkgelegenheid.

Positie in het land van herkomst. In het thuisland is BAT geen marktleider. Dat is de concurrent Imperial die gevestigd is in Joure. Deze maakt merken als Drum en Vanille. Hiermee is Imperial marktleider in shag. BAT is wel een grote speler met merken als Lucky Strike, Samson en Pall Mall.

5.4.2 Hypothesetoetsing

In onderstaande tabel is weergegeven welke hypothesen voor deze casus kunnen worden aangenomen of verworpen.

Tabel 9 Hypothesetoetsing British American Tobacco Niemeyer

Hypothese	Aannemen	Verwerpen
<i>H1. Regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI.</i>		X
<i>H2. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst.</i>		X
<i>H3. Buitenlandse bedrijven vestigen zich dicht bij de markt.</i>		X
<i>H4. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.</i>	X	

5.5 Smurfit Kappa Solid Board

Smurfit Kappa is eind 2005 ontstaan, als gevolg van een overname door de Jefferson Smurfit Group, een Brits kartonbedrijf. De Smurfit Group had destijds vestigingen in West-Europa en Latijns-Amerika. Kappa Holding BV was een Nederlands kartonbedrijf met vestigingen in West- en Oost-Europa. Kappa Holding BV was voor de overname in handen van CVC Capital Partners en Cinven Limited (European Communities, 2005).

Smurfit Kappa Solid Board is een producent van hoogwaardig massief karton voor hardcover boeken, kantoorartikelen, puzzels en spellen, luxe kartonnage, displays, voedselplaatjes en verpakkingen voor verse producten. Het bedrijf heeft 650 werknemers verspreid over vijf verschillende locaties, waarvan vier gevestigd in Noord-Nederland: Bad Nieuweschans, Oude Pekela, Hoogkerk en Coevorden, en één in Duitsland. Smurfit Kappa heeft een jaarlijkse omzet van € 300 miljoen. Smurfit Kappa Solid Board is een onderdeel van de Smurfit Kappa Group die wereldwijd een leidende positie inneemt op de verpakkingsmarkt (Solid Board, 2013).

5.5.1 Interview

Smurfit Kappa, de heer J. Bouma.

Dit bedrijf in Hoogkerk bestaat minimaal 100 jaar en inmiddels is het overgenomen. De fusie tussen Jefferson, Smurfit en Kappa Packaging bestaat sinds 2005. Het is een Iers bedrijf dat verpakkingen maakt. Het grootste product dat Smurfit Kappa levert zijn grove kartonnen dozen voor de transport van eindproducten. Over het algemeen zijn het de dozen die bij de supermarkt achterblijven.

Keuze voor Noord-Nederland. Dit onderdeel van Smurfit Kappa bestaat uit vier fabrieken. Dit zijn oude strokartonfabrieken geweest. Ongeveer 100 jaar geleden waren er in Noord-Nederland veel graanfabrieken. Met dit graan werd veel geld verdiend. De boeren hadden een restproduct en dat waren de stelen van het graan: het stro. In die tijd hebben de boeren, om geld te verdienen aan het restproduct, coöperatieve strokartonfabrieken opgericht.

Er waren op een gegeven moment een stuk of 20 tot 30 strokartonfabrieken in Noord-Nederland. Omdat er veel graan en stro was is het stro verwerkt tot karton. Dit werd geëxporteerd naar Groot-Brittannië en andere landen. De vier fabrieken van Smurfit Kappa, gevestigd in Noord-Nederland, zijn de enige die nog actief zijn in deze branche. Langzaam zijn de fabrieken die er waren veranderd: een aantal is steeds groter geworden en heeft steeds meer capaciteit gekregen en andere, kleinere fabrieken zijn gesloten. Tegelijkertijd is het productieproces veranderd. In plaats van stro werd er oud papier gebruikt voor de productie van karton. Dit gebeurde ergens in de jaren zeventig. De reden dat Smurfit Kappa hier zit met de vier kartonfabrieken, is het feit dat hier vroeger stro aanwezig was in de regio. Stro is er niet meer, dus eigenlijk is het historisch zo gegroeid. Vroeger gingen de bedrijven bij de grondstoffen zitten en er is geen reden geweest om de fabrieken te verplaatsen. Een bedrijf zoals dit verplaatsen kost veel geld. Het verplaatsen van de

fabrieken is niet rendabel.

De markt. Smurfit Kappa maakt papier en is daarin de grootste producent in Europa. Het bedrijf maakt ongeveer een derde van het grof karton in Europa. Smurfit Kappa is ook marktleider in Latijns-Amerika. In Noord-Amerika en Azië heeft het bedrijf weinig tot geen activiteiten. In Ierland is Smurfit Kappa marktleider, het is wel zo dat Ierland op zichzelf al een klein marktgebied is. Smurfit Kappa heeft daar slechts één fabriek staan. Het bedrijf is in alle landen waarin het actief is marktleider.

Regionale gebondenheid. Oud papier is de grootste grondstof van Smurfit Kappa en dat wordt zo lokaal mogelijk aangeleverd. Oud papier is een relatief goedkoop product met relatief hoge transportkosten. Het is absoluut belangrijk om het oud papier zo lokaal mogelijk in te kopen. Daarnaast maakt Smurfit Kappa gebruik van andere grondstoffen. Eén van deze grondstoffen is papier en dat wordt op de Europese markt ingekocht. In Nederland zijn daar niet genoeg spelers voor. Wat er vooral lokaal gesourced wordt is het onderhoud van machines aan de personeelskant, zoals monteurs: ondersteuning in onderhoud van de productiemachines. In de vier fabrieken wordt in totaal ongeveer 10 miljoen uitgegeven aan onderhoud en een groot gedeelte daarvan gaat naar de monteurs. Mensen moeten verstand hebben van dit soort machines om er goed mee te kunnen werken en die mensen wil Smurfit Kappa graag in de buurt houden. Die mensen moeten ook beschikbaar zijn als er midden in de nacht iets mis gaat.

Het bovenstaande bevestigt de theoretische uitgangspunten van Von Thünen en Weber. Volgens de theorie van Von Thünen zullen bedrijven zo dicht mogelijk bij de markt gaan zitten om transportkosten zo laag mogelijk te houden. Voor het ene product is het aantrekkelijker om dichterbij de markt te gaan zitten dan voor het andere product. De ideale locatie is het punt waar de productiekosten en de transportkosten naar de markt het laagst zijn en waar tegelijkertijd ook de grondprijs het aantrekkelijkst is. Weber ontwikkelde een materiaalindex, waarmee kan worden berekend waar een bedrijf zich moet plaatsen. Is dat bij de markt, bij de energiebron of bij de ruwe grondstoffen? Het werk van Weber laat zien hoe het bestaan van lokale materialen invloed kan hebben op de productieplaats van een industrie.

5.5.2 Hypothesetoetsing

In onderstaande tabel is weergegeven welke hypothesen voor deze casus kunnen worden aangenomen of verworpen.

Tabel 10 Hypothesetoetsing Smurfit Kappa

Hypothese	Aannemen	Verwerpen
<i>H1. Regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI.</i>	X	
<i>H2. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst.</i>	X	
<i>H3. Buitenlandse bedrijven vestigen zich dicht bij de markt.</i>	X	
<i>H4. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.</i>	X	

5.6 Advanced Instruments

Delta Instruments is een dochteronderneming van Advanced Instruments Inc. uit Norwood, USA. Het bedrijf is sinds 1985 gevestigd in Drachten en is gespecialiseerd in de ontwikkeling, productie en levering van hoogwaardige instrumenten voor de analyse van melk en zuivelproducten (Delta Instruments, 2013).

Het bedrijf heeft 39 medewerkers en een omzet van circa 6 miljoen per jaar. In 2003 is Delta Instruments BV overgenomen door het huidige moederbedrijf: Advanced Instruments. Advanced Instruments is opgericht in 1946 en is één van de grootste leveranciers van vriespunt-osmometers die gebruikt worden in ziekenhuizen en laboratoria (Delta Instruments, 2013).

5.6.1 Interview

Advanced Instruments, de heer M. Bouma.

Het bedrijf is onderdeel van Advanced Instruments. In Drachten zijn twee dochterondernemingen gevestigd: Mart Microbiology en Delta Instruments. Het grootste bedrijf is Delta Instruments, waar analyseapparatuur voor de zuivelindustrie wordt ontworpen, gemaakt en verkocht. Het is een vrij specifieke markt. Mart Microbiology is gespecialiseerd in laboratoriumapparatuur die geleverd wordt aan ziekenhuizen.

Keuze voor Noord-Nederland. Delta Instruments is sinds 2009 gevestigd op de huidige locatie. Daarvoor zat het op een ander industrieterrein van Drachten: De Haven. Daar had de onderneming sinds 1950 een vestiging. De oprichter woonde in de buurt van Drachten en die is thuis begonnen. Op een gegeven moment heeft het bedrijf een groei doorgemaakt en was het noodzakelijk een

bedrijfspannd aan te schaffen. Drachten was de dichtstbijzijnde grote plaats en daar werd het bedrijf dus gevestigd. Het is in 2003 overgenomen door het huidige moederbedrijf Advanced Instruments, een Amerikaanse onderneming. Dat is nu precies 10 jaar geleden. Advanced Instruments heeft nooit overwogen om het bedrijf te verplaatsen. Er is een binding met de mensen die er werken.

Daarnaast heeft Advanced Instruments een aantal jaren later het bedrijf Mart Microbiology overgenomen en verplaatst naar Drachten. Mart Microbiology is een kleine onderneming met slechts een klein aantal werknemers. In Drachten had Advanced Instruments reeds geïnvesteerd in de bouw van een nieuw bedrijfspannd. Dit was de aanleiding om Mart Microbiology tevens in Drachten te vestigen.

De markt. Delta Instruments bedient de internationale markt. Delta instruments heeft wereldwijd 45 dealers. Deze dealers hebben exclusieve rechten om Delta Instruments te vertegenwoordigen. Delta Instruments factureert aan de dealer en de dealer verkoopt weer aan de eindgebruiker. Dat is de meest voorkomende methode. Binnen Nederland, België en Duitsland verkoopt Delta Instruments rechtstreeks aan de eindgebruiker; in de rest van de wereld heeft Delta Instruments lokale mensen in dienst, vanwege het feit dat het niet mogelijk is zonder deze lokale mensen de markt te bedienen. Deze mensen hebben kennis van de marktomstandigheden, taal en cultuur, de lokale gebruiken, maar vooral ook de informatie die lokaal in de markt aanwezig is. De lokale dealer is een absoluut kritische succesfactor van Delta Instruments.

Regionale gebondenheid. Delta Instruments heeft een historie in Drachten en er zijn geen redenen om de onderneming elders te vestigen. Daarnaast is het ook zo dat de productie een relatief kleine tak is. Het gehele proces is in eigen beheer, de ontwikkelingsafdeling is groter dan de productieafdeling. Het productieproces is zo verbonden aan de ontwikkeling dat uitbesteden van de productie niet gaat. Het is een complex proces. De producten hebben een hoge brutomarge. Het loskoppelen van de productie geeft te veel nadelen.

“Als de beste man ergens in Brabant had gewoond, dan hadden we daar gezeten denk ik” (aldus de heer M. Bouma).

Positie in het land van herkomst. Er zijn wereldwijd drie spelers en twee concurrenten. De grootste concurrent en tevens marktleider is gevestigd in Denemarken. Deze speler heeft ongeveer 70% van de markt in handen. De tweede concurrent is in Amerika gevestigd en heeft een marktaandeel van ongeveer 15%. Delta Instruments heeft een marktaandeel van 15%. Slechts 5% van de producten blijft binnen Nederland. Delta Instruments heeft ongeveer een marktaandeel van 25% in handen in Noord-Amerika. In Zuid-Amerika is het bedrijf redelijk aanwezig op de markt. In principe is Delta Instruments overal actief waar koeien zijn en waar melk is. Delta Instruments heeft een hele mix van producten die afgezet worden over de hele wereld. Het bedrijf is niet afhankelijk van Nederland. De omzet is redelijk verdeeld over de hele wereld.

5.6.2 Hypothesetoetsing

In onderstaande tabel is weergegeven welke hypothesen voor deze casus kunnen worden aangenomen of verworpen.

Tabel 11 Hypothesetoetsing Advanced Instruments

Hypothese	Aannemen	Verwerpen
<i>H1. Regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI.</i>		X
<i>H2. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst.</i>		X
<i>H3. Buitenlandse bedrijven vestigen zich dicht bij de markt.</i>		X
<i>H4. Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.</i>		X

6. Conclusie

In dit laatste hoofdstuk worden conclusies getrokken op basis van de voorgaande hoofdstukken. Daarnaast wordt er antwoord gegeven op de eerder geformuleerde hoofdvraag.

6.1 Hypothesen

Verskillende aspecten van buitenlandse bedrijven zijn bekeken, zowel vanuit de theorie als vanuit de praktijk. Vanuit de zes uitgelichte bedrijfsprofielen en interviews wordt een terugkoppeling gemaakt naar de theorie. In het theoretisch kader zijn verschillende theorieën besproken. Hieruit zijn een aantal hypothesen voortgekomen.

Concluderend kan gesteld worden dat buitenlandse bedrijven vooral investeren in Noord-Nederland als gevolg van een overname. Toevalligerwijs zat het bedrijf al op de huidige locatie. Het verplaatsen van het bedrijf zou niet rendabel zijn. De locatiekeuze is destijds gemaakt op basis van de aanwezige grondstoffen en andere aanwezige economische aspecten in de omgeving, zoals een goede infrastructuur of clustering van soortgelijke activiteiten. Deze aspecten hebben ook een rol gespeeld bij de beslissingen om te kiezen voor een FDI en een onderneming in Noord-Nederland over te nemen. Regionale kenmerken zijn van toegevoerde waarde voor de ondernemingen, daarnaast zijn de opgebouwde relaties van groot belang.

De eerste hypothese luidt: **regionale kenmerken spelen een rol bij de locatiekeuze van FDI**. Dit kan gedeeltelijk aangenomen worden. Het blijkt dat regionale kenmerken wel degelijk een rol spelen. Een goede infrastructuur, industrie en andere locatiekenmerken zijn doorslaggevend geweest voor het vestigen van een onderneming. Of dit specifiek voor FDI geldt is wel de vraag, omdat hierbij vaak bestaande bedrijven worden overgenomen en er dus geen bewuste locatiekeuze gemaakt wordt. Een heroverweging van de locatie vindt vrijwel niet plaats; hier zou te veel bij komen kijken en het zou niet rendabel zijn.

De tweede hypothese luidt: **buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland zijn marktleiders in het land van herkomst**. Drie van de zes geïnterviewde ondernemingen blijken een marktleidende positie te hebben in het land van herkomst. Deze hypothese kan aangenomen worden. Dit is in overeenstemming met de theorie van Dunning die stelt dat de onderneming in eigendom dient te zijn van specifieke voordelen en te beschikken over een monopoliepositie. Het gebruikmaken van de monopoliepositie op het gebied van de specifieke voordelen zal leiden tot hogere marginale rentabiliteit of lagere marginale kosten ten opzichte van de concurrenten (Dunning, 1973, 1980, 1988).

Ook de derde hypothese die als volgt luidt: **buitenlandse bedrijven vestigen zich dicht bij de markt** kan aangenomen worden. De ondervraagde bedrijven zijn internationaal georiënteerd en beschikken over verschillende vestigingen die wereldwijd verspreid zijn. Met deze verschillende vestigingen trachten ze in de buurt van de markt te gaan zitten. De bedrijven zijn zich ervan bewust dat er verschillende geografische regio's zijn die elk een andere aanpak nodig hebben. Elk bedrijf

definieert 'de markt' anders.

De vierde hypothese kan verworpen worden. Deze hypothese luidt: ***buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland hebben een substantiële toe- en uitleveringsrelatie met andere bedrijven in Noord-Nederland.*** In het geval dat er toevalligerwijs een lokale leverancier tegen de juiste conditie en prijs kan leveren is dat interessant. Vanwege de goede transportmogelijkheden en de globalisering is het eenvoudig om aan de benodigde goederen te komen. Vroeger lag dit nog anders en was men lokaal afhankelijk van elkaar. In sommige gevallen is het wel noodzakelijk dat een toeleverancier in de buurt gelegen is. Tijdens de interviews kwam bijvoorbeeld naar voren dat een monteur ook 's nachts beschikbaar dient te zijn en snel aanwezig moet kunnen zijn. Een ander voorbeeld is dat bij een hoge afname van producten het aanzienlijk scheelt in de transportkosten, als de leverancier op korte afstand gelegen is.

6.2 Theoretische terugkoppeling

De basis van directe buitenlandse investeringen ligt bij de grondleggers van de locatietheorie. Deze kunnen onderscheiden worden in klassieke theorieën die zich richten op kostenminimalisatie en neoklassieke theorieën die meer aandacht hebben voor de marktwerking en ruimtelijke patronen van dorpen en steden. Verschillende factoren hebben invloed op de keuze van vestiging van een onderneming. Voor directe buitenlandse investeringen gelden dezelfde factoren: er wordt gekeken naar kostenreductie en winstmaximalisatie.

De belangrijkste onderzoeken naar de motivatie die ten grondslag ligt aan directe buitenlandse investeringen zijn ontwikkeld door Hymer, Dunning en Vernon. Hymer (1960) verklaart dat directe buitenlandse investeringen het gevolg zijn van marktonvolkomenheden. Dit doet hij aan de hand van twee factoren. Als eerste het verminderen of wegnemen van de internationale concurrentie tussen ondernemingen. Ten tweede het streven naar winstmaximalisatie door gebruik te maken van de voordelen van het land waarin geïnvesteerd wordt. Dunning ontwikkelde het OLI-paradigma. Dunning stelt dat een onderneming aan drie aspecten dient te voldoen om een multinational te vormen, gebaseerd op drie kernconcepten: eigendomsvoordelen, locatievoordelen en internalisatievoordelen. In het OLI-paradigma van Dunning kunnen de economische schaalvoordelen en de betere toegang tot financieel kapitaal gezien worden als pullfactoren. Feitelijk kunnen verschillende vormen van globalisering gezien worden als push- of pullfactor.

Hiervoor zijn de locatiekeuzes besproken vanuit het perspectief van een onderneming. Voor een regio is het van economisch belang om bedrijven aan te trekken. Bedrijven kunnen een impuls geven aan de regio. In het huidige tijdperk lijkt het erop dat de grenzen vervagen. Het is voor buitenlandse bedrijven eenvoudig zich te vestigen in een ander land. Elke organisatie of onderneming kent verschillende push- en pullfactoren. Het gaat veelal om een samenloop van omstandigheden. Er kan gekozen worden voor een ruimtelijk geconcentreerd gebied, voor dicht bij de markt zitten of juist voor een minder centraal gelegen gebied om zo de kosten te kunnen

drukken.

De relatie tussen buitenlandse investeringen en economische groei bestaat uit directe en indirecte effecten. Direct effect bestaat uit de verhoging van de buitenlandse investeringen door middel van een verhoging in de kapitaalgoederenvoorraad en de verhoging van het productiepotentieel van het land. Indirect effect bestaat uit de verhoging van de werkgelegenheid en de internationale handel (van Beers et al., 1999). Gebaseerd op de theorie bestaat het idee dat directe buitenlandse investeringen vooral positieve effecten hebben op de regionale economische ontwikkeling en dat omgekeerd, gezonde, competitieve economieën meer directe buitenlandse investeringen en handel genereren. Volgens Blomström & Kokko (1998) zijn buitenlandse bedrijven vaak verantwoordelijk voor de introductie van nieuwe kennis in een sector of regionale economie.

6.3 Noord-Nederland

De laatste jaren is de regio Assen-Groningen een sterker concentratiegebied geworden. De regio vormt een belangrijke rol in Noord-Nederland met betrekking tot de bevolking en de werkgelegenheid. De kernkwaliteiten binnen het stedelijk netwerk Friesland zijn: landbouw, natuur en recreatie. Elke noordelijke provincie heeft zijn eigen sterkte. Voor de provincie Groningen ligt de sterkte in de energie en life science sector. Friesland heeft als regionale sterkte de watertechnologie. De regionale sterkte van Drenthe is de sensortechnologie.

De beroepsbevolking per provincie is sinds 2005 stabiel gebleven. Tot aan 2008 daalde de werkloosheid, vanaf die tijd is in vrijwel alle provincies de werkloosheid gestegen. Het gemiddeld besteedbaar inkomen ligt in de noordelijke provincies onder het landelijk gemiddelde inkomen. De provincie Drenthe heeft het hoogste gemiddelde besteedbaar inkomen; in Groningen is het besteedbaar inkomen het laagst.

Vanaf 2007 is het aantal buitenlandse bedrijven dat in de drie noordelijke provincies is gevestigd, toegenomen. In 2009 hebben de provincies Groningen en Drenthe te maken gekregen met een afnemend aantal oprichtingen van bedrijven. Buitenlandse bedrijven maken niet de keuze om bij een overname een bedrijf te verhuizen. De buitenlandse bedrijven laten het bedrijf, dat is overgenomen, juist gebruikmaken van de bestaande voorzieningen en omstandigheden, en sterkte punten van de regio. Tevens zijn de gevestigde bedrijven zeer gebonden aan de huidige locatie, zijn gedurende lange tijd gevestigd op dezelfde locatie en hebben een stabiel personeelsbestand.

6.4 Regionale sterkten

Concluderend kan er gesteld worden dat Noord-Nederland een aantrekkelijke regio is voor buitenlandse bedrijven. Noord-Nederland is aantrekkelijk voor buitenlandse bedrijven vanwege de goedkope bedrijfslocatie. Dit levert concurrentievoordeel op. De huurprijzen in Noord-Nederland liggen circa 30% lager dan in de rest van Nederland. Groningen kent het grootste aantal buitenlandse bedrijven, gevolgd door Friesland en Drenthe.

Noord-Nederland kent in 2013 circa 780 buitenlandse ondernemingen (NOM, 2013), hetgeen een aanzienlijke groei betekent ten opzichte van een eerdere publicatie van het NOM in 2005. Volgens deze publicatie waren er in 2005 slechts 264 buitenlandse bedrijven gevestigd, die zorgden voor meer dan 27.000 banen. Het is echter wel zo dat veel bedrijven boekhoudkundig gevestigd zijn in Noord-Nederland, maar dat in de praktijk geen fysieke vestiging van het bedrijf aanwezig is.

In 2009 is er door de NOM een soortgelijke rapportage gepubliceerd, al was deze rapportage minder uitgebreid. In 2009 zijn er in Noord-Nederland circa 550 buitenlandse bedrijven. Ten opzichte van 2005 is hier bijna een verdubbeling van het aantal buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland waar te nemen.

Voornamelijk in de provincie Groningen is het aantal buitenlandse bedrijven toegenomen. In 2005 waren er nog slechts 92 buitenlandse bedrijven; in 2009 was dit al verdubbeld naar 179. Anno 2013 telt de provincie Groningen 326 buitenlandse bedrijven. De groei van het aantal buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland is gelijkelijk verdeeld over de drie provincies. Drenthe kent het kleinste aantal buitenlandse bedrijven. Friesland ligt tussen Groningen en Drenthe in. Het aantal buitenlandse bedrijven per provincie lag in 2005 nog dicht bij elkaar. In 2013 zijn de verschillen beter zichtbaar geworden.

Literatuurlijst

Artikelen en boeken

- Aminian, N., Fung, K.C., and Lin, C.C. (2007) Outward direct investment from East Asia: Experiences of Hong Kong and Taiwan, Paper presented at International Workshop on Intra-Asian FDI Flows: Magnitude, Trends, Prospects and Policy Implications April 25 – 26, 2007, Casurina Hall, India Habitat Centre, Lodhi Road New Delhi, India.
- Asveld, L. en Arets, D. (april 2002) We moeten de WTO niet ontmantelen. Interview met Noreena Hertz. In: Milieudefensie Magazine, nummer 4.
- Atzema, O., Lambooy, J.G. en Wever E. (1997) Ruimtelijke economische dynamiek: een inleiding in de theoretische aspecten van de economische geografie. Bussum: Coutinho.
- Atzema, O., Lambooy, J.G. Rietbergen van T. en Wever E. (2009) Ruimtelijke Economische Dynamiek. Tweede druk, Bussum: Coutinho.
- Ball, McCulloch, Frantz, Geringer, and Minor (2005) International Business – The Challenge of Global Competition
- Beers, van C.P., Braber, M.C., Hoen, A.R., Moor, de A.P.G. en Poppelaars, J.A.A., (1999) De gevolgen voor Nederland van Directe Buitenlandse investeringen. IOO bv, Den Haag.
- Berenschot (2007) Buitenlandse investeerders zijn groeiversnellers voor de Nederlandse economie. Utrecht: Berenschot
- Blomström, M., Kokko, A. (1998) Multinational Corporations and Spillovers, Journal of Economic Surveys 12, 1-31.
- Bok, de. and Oort, van M. F. (2011) Agglomeration economies, accessibility, and the spatial choice behavior of relocating firms. The Journal of Transport and Land Use 4(1): 5-24.
- Dicken, P. and Lloyd, P. E. (1990) Location in Space, theoretical perspectives in Economic Geography. New York: HarperCollins.
- Dijk, van J., and Pellenbarg P. H. (2000), Introduction, spatial perspectives on firm demography. Papers in Regional Science Vol 79(2):107-110
- Dunning, J.H. (1958) American Investment in British Manufacturing Industry, London: George Allen and Unwin.
- Dunning, J. H. (1973) The Determinants of International Production, Oxford Economic Papers, vol. 25: pp. 289-336.
- Dunning, J. H. (1977) Trade, Location of Economic Activity and the MNE: A Search for an Eclectic Approach. In Bertil Ohlin, Per-Ove Hesselborn, and Per Magnus Wijkman, eds., The International Allocation of Economic Activity. London: Macmillan.
- Dunning, J. H. (1980) Towards an Eclectic Theory of International Production: Some empirical tests, journal of International Business Studies, vol. 11: pp. 9-31.
- Dunning, J. H. (1988) The Eclectic Paradigm of International Production: A restatement and some possible extensions, Journal of International Business Studies, vol. 30: pp. 1-31.
- Held, D., McGrew, A., Goldblatt, D. and Perraton, J. (1999) Global Transformations: Politics, Economics and Culture, Polity Press, Cambridge.
- Held, D., McGrew, A. (2002) Governing Globalization: Power, Authority and Global Governance, University of Southampton en London School of Economic and Political Science.
- Hennart, J. F., (1994) Free-Standing Firms and the Internalization of Markets for Financial Capital: A Response to Casson, Business History, vol. 36, no. 4, October 1994, 118-131.
- Hymer, S. H. (1960) The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign

- Investment. PhD Dissertation. Published posthumously. The MIT Press, 1976. Cambridge
- IMF, (2003) Foreign direct investment statistics: how countries measure FDI 2001 — Washington, D.C. : International Monetary Fund: OECD.
 - Isard, W. (1956) Location and Space Economy. Cambridge, Mass/: MIT Press.
 - Kindleberger (1969) American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment. New Haven and London: Yale University Press.
 - McCann, P. and Zoltan, J. ACS (2011) Globalization: Countries, Cities and Multinationals. University of Groningen, Groningen, the Netherlands and Waikato Management School, University of Waikato, New Zealand and School of Public Policy, George Mason University, USA.
 - Mello, de, L.R. Jr. (1999) Foreign direct investment-led growth: evidence from time series and panel data. Oxford Economic Papers, Vol. 51 (1), 133-151.
 - MIRT (2013) MIRT Projectenboek 2013 Noord-Nederland, Rijksoverheid, Den Haag
 - NIFA (2011) Jaarresultaten 2011, Achtschap NL, Den Haag
 - NOM (2005) Foreign companies in the Northern, Groningen
 - NOM (2009) Foreign companies in the Northern, Groningen
 - NOM (2012a) Nummer 13, Investeren in ontwikkeling, Groningen
 - Porter, M.E. (1990) The competitive advantage of nations. New York: Free Press.
 - Reynolds, P.D., Storey and D.J. and Westhead P. (1994) Cross-National Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates, Regional Studies 2
 - Schuman, M. (1998) Going local creating self-reliant communities in a global age. New York.
 - Scholte (2002) in Governing Globalization: Power, Authority and Global Governance, Chapter 9 Governing Global Finance: Jan Aart Scholte. Anthony McGrew (University of Southampton) and David Held (London School of Economic and Political Science).
 - Schot, J.W. en Smits, J.P. (2007) Introductie : Globalisering en geschiedenis. Tijdschrift voor Sociale en Economische Geschiedenis, 4(3), 3-14.
 - Smith, W. (1955) The location of Industry. Transaction of the institute of British Geographers.
 - Smith, D.M. (1971) Industrial location: an economic geographical analysis. New York.
 - Thünen, J. H. Von. (1826) Die isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie. Pergamon Press, New York. English translation by Wartenberg, C. M. in 1966, P.G. Hall, editor.
 - Vernon, R. (1966) International Investment and International Trade in the Product Cycle, Quarterly journal of Economics, vol. 80: pp. 190-207. Reprinted in Peter J. Buckley and Pervez Ghauri, eds., The Internationalisation of the Firm: A Reader, Academic Press, 1993.
 - Webber, M. J. (1982) Location of Manufacturing Activity in Cities, Urban Geography, Bellwether.
 - Weber, A., (1909) Urber don Standort der Industrien Vertaald door Friedrich, C.J., (1929). University of Chicago Press.
 - Wissen, van L. (2005), Groei en krimp van bedrijven in Nederland. In: P. Pellenbarg, P. van Steen and L. van Wissen (eds.), Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendemografie. Van Gorcum, Assen, pp. 79-100.
 - Zee, van der F. (2004) Kennisverwerving in de Empirische Wetenschappen, demethodologie van wetenschappelijk onderzoek. Groningen: BMOOO.

Websites

- AMO (2013). Beschikbaar via: <http://www.amo-inc.com/about-amo/global-locations> Geraadpleegd op 14 mei 2013
- Batbenelux (2011). Beschikbaar via: http://www.batbenelux.com/group/sites/bat_7uul7g.nsf/vwPagesWebLive/DO7UWJGX?opendocument&SKN=1 Geraadpleegd op 2 juni 2013
- Castro, F. (2000) (Faculdade de Economia da Universidade do Porto), Chapter II: Foreign Direct Investment and the Multinational Corporation, Beschikbaar via <http://www.fep.up.pt/docentes/fcastro/chapter%202.pdf> Geraadpleegd op 3 maart 2013
- CBS (2001) Demografie van bedrijven: uitgebreide toelichting (W.Kloek) Beschikbaar via: <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/E7F60BD0-49C2-418A-87D1-268435919DA2/0/Demografiebedrijventoelichting.pdf> Geraadpleegd op 2 juli 2013
- CBS (2009) Statline. Beschikbaar via: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/dome/?TH=50760&PA=7388PCR&LA=nl> Geraadpleegd op 7 november 2012
- CBS (2011) Demografie van bedrijven toelichting. Beschikbaar via: <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/E7F60BD0-49C2-418A-87D1-268435919DA2/0/Demografiebedrijventoelichting.pdf> Geraadpleegd op 3 april 2012
- CBS (2013a) Beroepsbevolking; kerncijfers provincie Beschikbaar via: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71761ned&LA=NL> Geraadpleegd op 12 april 2013
- CBS (2013b) Gemiddeld inkomen van personen naar regio. Beschikbaar via: <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=80366NED&D1=0-2,5,7-8&D2=17-25&D3=3-6&HDR=T,G2&STB=G1&VW=T> Geraadpleegd op 12 april 2013
- CBS (2013c) Bedrijven; oprichtingen, opheffingen, fusies en overnames, SBI 2008 <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=81566NED&D1=a&D2=3,21,31,170,175,186,199,228,253,263,286,300,307,332,360,365,372,387,397,407,413&D3=l&VW=T> Geraadpleegd op 12 april 2013
- CBS (2013d) Minder starters en meer opheffingen van bedrijven. Beschikbaar via: <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/bedrijven/publicaties/artikelen/archief/2013/2013-3813-wm.htm> Geraadpleegd op 16 april 2013
- Dankert, R. (2002) LOKALISERING: TEGEN DE STROOM IN? Beschikbaar via: <http://ritskedankert.nl/publicaties/2002-2005/item/lokalisering-tegen-de-stroom-in> Geraadpleegd op 14 maart 2013
- Delta Instruments, (2013) Welcome to Delta Instruments. Beschikbaar via: <http://www.deltainstruments.com/about-us/word-of-welcome/> Geraadpleegd op 20 juni 2013
- Economie van het Noorden (2006). Beschikbaar via: <http://www.economieinhetnoorden.nl/> Geraadpleegd 9 november 2012
- European Commission, Regional Innovation Monitor, (2010) Baseline profile NETHERLANDS, Beschikbaar via: <http://www.rim-europa.eu/index.cfm?q=p.regionSelect>, Geraadpleegd op 12 november 2012
- European Communities (2005), Case No COMP/M.3935 -JEFFERSON SMURFIT/ KAPPA. Beschikbaar via: http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m3935_20051110_20212_en.pdf Geraadpleegd op 20 juni 2013
- Globe.com (2013) lokalisering, 2013. Beschikbaar via: <http://nl.glosbe.com/nb/nl/lokalisering>, 2013

- Geraadpleegd op 4 maart 2013
- Hollanddiervoeders (2013). Beschikbaar via:
<http://www.hollanddiervoeders.nl/Producten/IamsEukanuba.aspx> Geraadpleegd op 21 mei 2013
 - NOM (2012b) Het is tijd voor de NOM. Beschikbaar via:
<http://nom.nl/NOM;jsessionid=6CD3B8F12558EDCBEDC1D49516F0ADA4> Geraadpleegd op 3 oktober 2012
 - Offensief Emmen (2008) "Arbeiders bedankt... maar wij vertrekken! Beschikbaar via:
http://offensief.socialisten.net/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=311 Geraadpleegd op 13 november 2012
 - Procter & Gamble (2013). Beschikbaar via:
http://www.pg.com/en_US/brands/household_care/iams.shtml Geraadpleegd op 12 april 2013
 - Remmers (2013). Beschikbaar via: <http://www.remmersbouwchemie.nl/80.0.html> Geraadpleegd op 20 mei 2013
 - Rijksoverheid (2010) Evaluatie Regionale Ontwikkelingsmaatschappijen (ROM's) en Besluit Regionale Investeringsprojecten (BSRI). Beschikbaar via: www.rijksoverheid.nl/ez Geraadpleegd op 12 november 2012
 - Smurfit Kappa Solid Board (2013) Organistatie. Beschikbaar via:
<http://www.solidboard.com/nl/company> Geraadpleegd op 20 juni 2013
 - Sillius, (2007) Interviewen. Beschikbaar via: <http://www.sillius.nl/iv/iv.html> Geraadpleegd op 3 oktober 2012

Bijlagen

Bijlage 1: Respondenten

Tabel 12 Respondenten interviews

Onderneming	Naam geïnterviewde	functie geïnterviewde	Locatie
IAMS Group	De heer Bos	Supply Network Operations Leader	Coevorden
Remmers	De heer H.J. Verweij & De heer M. de Groot	Algemeen directeur & Office manager	Hoogeveen
AMO Abbott	De heer J.T.P. Kolstein	Plant Controller	Groningen
Tabacco	De heer Schut	General director	Groningen
Smurfit Kappa	De heer J. Bouma	CEO	Hoogekerk/ Bad Nieuweschans
Advanced Instruments	De heer M. Bouma	Manager Finance & Operations	Drachten

Buitenlandse bedrijven in Noord-Nederland

1. Hoe lang bestaat het bedrijf al in Noord-Nederland?
Is het sinds het in Noord-Nederland is gekomen, altijd op deze locatie gevestigd geweest?
2. Hoeveel werknemers had het bedrijf eind 2005, en eind 2012?
3. Vanuit welk land werd de beslissing genomen om hier in Noord-Nederland te starten?
4. Wat is de reden geweest om naar Noord-Nederland te komen?
5. Hebben regionale kenmerken een rol gespeeld bij de locatiekeuze?
Zo ja, welke kenmerken?
6. Wat is de positie van uw bedrijf in het land van herkomst?
Marktleider, volger, uitdrager, nichespeler
7. Hoe definieert u de markt die u beoogt te bedienen met deze vestiging?
Lokaal, regionaal, nationaal, internationaal of globaal
8. Kunt u een omschrijving geven van de relatie die u heeft met andere bedrijven die binnen deze regio gevestigd zijn?
Heeft u voorkeur om zaken te doen met bedrijven uit de huidige regio?
9. Wat zijn de belangrijkste ontwikkelingen van dit bedrijf sinds eind 2005 geweest voor wat betreft:
 - a. ontwikkeling van het aantal werknemers: groei / stabiel / krimp
 - b. omzet: groei / stabiel / krimp
 - c. toevoeging/opstarten van nieuwe activiteiten: niet / wel, namelijk:
10. Is een vestiging in Noord-Nederland NU, begin 2013, t.o.v. 2005:
 - a. nog steeds even goed/waardevol
 - b. minder waardevol/belangrijk geworden? waarom?
 - c. nog waardevoller/belangrijker geworden? waarom?
11. Hoe ziet u de nabije toekomst (5 à 10 jaar) van deze vestiging?

Bijlage 3 Gebruikte databestanden

Bij de uitvoering van dit onderzoek zijn verschillende databestanden gebruikt. Deze zijn verkregen van het NOM:

N.V. NOM Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland

Bezoekadres

Paterswoldseweg 810
9728 BM GRONINGEN

Postadres

Postbus 424
9700 AK GRONINGEN

tel 050 521 44 44
fax 050 521 44 00
e-mail info@nom.nl

Databestanden:

- NOM 2005 Bedrijfsgegevens
- NOM 2009 Buitenlandse bedrijven gegevens
- NOM 2013 Buitenlandse bedrijven maart 2013

Contactpersonen:

Sander Oosterhof en Cees Verhagen