

**university of
 groningen**

faculty of spatial sciences

Ondernemers in krimpgebieden

*Onderzoek aan de hand van het opportunity-necessity concept
 naar de motieven van ondernemers om zich in krimpgebied Oost-
 Groningen te vestigen*

Bachelorthesis Sociale Geografie & Planologie

Kino Elias 1896423

Begeleider: H.S. (Heike) Delfmann

Groningen, 17 Juni 2013

Samenvatting

Bevolkingskrimp vindt in steeds meer regio's in Nederland plaats. Dit kan ingrijpende gevolgen hebben voor onder andere de regionale economie van een regio. Het is daarom van belang om erachter te komen wat de gevolgen zijn van krimp en hoe beleidsmakers hier het beste mee om kunnen gaan. Één van die gebieden waar er al jaren structurele krimp plaatsvindt, is Oost-Groningen. Desondanks zijn er nog jaarlijks vele ondernemers die er voor kiezen om hun onderneming in Oost-Groningen te vestigen. Om erachter te komen wat de motieven van deze ondernemers zijn geweest, is er aan de hand van zes diepte-interviews kwalitatieve data-analyse verricht. Met dit onderzoek dient de volgende vraag beantwoord te worden: Waarom kiezen ondernemers ervoor om zich in krimpgebied Oost-Groningen te vestigen? Hierbij is het concept opportunity vs. necessity driven ondernemerschap, als theorie gebruikt om de motieven van de ondernemers te achterhalen. Uit dit onderzoek is gebleken dat krimp weinig tot geen invloed heeft op de locatiekeuze van ondernemers. Hun vestigingsmotieven zijn opportunity driven. Het zien van kansen, in combinatie met opzoek zijn naar een nieuwe uitdaging en eigen baas willen zijn, dienen tot de belangrijkste motieven van de ondernemers te worden gerekend.

Inhoudsopgave

Inleiding	4
Aanleiding	4
Probleemstelling	5
Opbouw thesis	5
Theoretisch kader	7
Krimp, gevolgen en ondernemerschap	7
Opportunity vs. necessity ondernemerschap	10
Conceptueel model	11
Methodologie	12
Onderzoeksmethode	12
Respondenten	12
Ethische vraagstukken	13
Kwaliteit van de data	13
Kwalitatieve data-analyse via Atlas.ti	14
Resultaten	15
Krimp en de gevolgen ervan	15
Krimp als factor	16
Motieven	17
Embeddeness	18
Gemeenten	19
Kansen	20
Conclusie	22
Literatuurlijst	25
Bijlagen	27

Inleiding

Aanleiding

Het thema krimp heeft naar aanleiding van een rapport van Derks et al. (2006) de aandacht van beleidsmakers weten te trekken. Waar tot op heden voornamelijk Oost-Europese regio's te maken hadden met krimp, zullen ook steeds meer regio's in Nederland bevolkingskrimp ondervinden (Haartsen & Venhorst 2009). Eveneens geven Bönthe et al. (2007) aan dat in veel westerse landen de levensverwachting de laatste twintig jaar aan het toenemen is, terwijl het geboortecijfer juist afneemt. Deze trend zal zich de komende decennia verder blijven ontwikkelen. Op regionaal niveau zal bevolkingsgroei niet meer vanzelfsprekend zijn in Nederland. Krimp zal zich vooral voordoen aan de randen van het land. Hierbij worden Oost-Groningen, Delfzijl en omgeving en Zuid Limburg specifiek benoemd (de Jonge et al., 2011). In deze gebieden kan krimp verregaande gevolgen hebben. Het leidt tot leegstand, verdwijnen van voorzieningen en verslechterende leefbaarheid. Krimp kan ook negatieve gevolgen hebben voor de arbeidsmarkt en de regionale economie (Haartsen & Venhorst, 2009; Verwest & van Dam, 2010).

Aangezien het aantal gemeenten en provincies die met de gevolgen van krimp te maken krijgen de komende decennia zullen toenemen, is het noodzakelijk om door middel van wetenschappelijk onderzoek, beleidsmakers beter te kunnen adviseren met betrekking tot krimp en de gevolgen ervan. Wanneer nieuwe ondernemingen zich in een gebied vestigen, dragen zij positief bij aan de economische groei en innovatie van de desbetreffende regio (Wong et al., 2005). De logische vraag die hieruit voortvloeit is: kunnen lokale overheden de negatieve gevolgen van krimp compenseren door het aantrekken van nieuwe ondernemers naar hun regio? Volgens Verwest & van Dam (2010) lijken lokale overheden van krimpgebieden hiervan overtuigd te zijn. Gemeenten kiezen er namelijk voor om hun beleid af te stemmen op het aantrekken van nieuwe ondernemers. Voor de lokale overheden is het van belang om te weten wat er van ze verwacht wordt door de ondernemers. Door onderzoek te doen naar de motieven van ondernemers om zich in een krimpgebied te vestigen, ontstaat de mogelijkheid om lokale overheden te informeren naar de juiste omstandigheden voor ondernemers, om zich in een krimpregio te vestigen. Hierbij spelen de gevolgen van krimp op de regio en op de ondernemers zelf een belangrijke rol. Gemeenten en provincies dienen hun beleid dusdanig te anticiperen op de wensen van de

ondernemers, zodat het aantrekkelijker wordt om een nieuw bedrijf op te starten. Het is daarom van maatschappelijk belang dat er onderzoek wordt gedaan naar krimp en de gevolgen ervan, dit in combinatie met ondernemerschap. Tot op heden hebben onderzoekers en beleidsmakers veel aandacht geschonken aan de gevolgen van krimp met betrekking tot de maatschappelijke veiligheid. Daarentegen is er nog weinig aandacht besteed aan de economische groei en innovatie binnen een krimpgebied (Bönte et al., 2007). Door in dit onderzoek krimp en ondernemerschap aan elkaar te linken wordt er getracht een gat te vullen binnen de economisch geografische wetenschappen.

Probleemstelling

Het doel van dit onderzoek is inzicht verkrijgen in de motieven van ondernemers in Oost-Groningen, om zich in een krimpgebied te vestigen. Om dit doel te bereiken, dient de volgende hoofdvraag te worden beantwoord:

Waarom kiezen ondernemers ervoor om zich in krimpgebied Oost-Groningen te vestigen?

Doordat de hoofdvraag te algemeen is dienen er eerst enkele deelvragen te worden opgesteld. Allereerst is het van belang om krimp en de regionale gevolgen daarvan beter te begrijpen. De eerste deelvraag luidt als volgt:

1. Wat zijn de gevolgen van krimp voor de desbetreffende regio en voor startende ondernemers?

Ten tweede dienen de motieven van de ondernemers in Oost-Groningen verklaard te worden. De motieven worden onder opportunity- of necessity driven ondernemerschap geschaard. Hieruit volgt de volgende deelvraag:

2. Wat houdt het concept van opportunity vs. necessity driven ondernemerschap in en hoe is de verhouding hiervan in Oost-Groningen?

Opbouw thesis

Om de hoofd- en de deelvragen te kunnen beantwoorden zal er allereerst een theoretisch kader worden geschetst. Hierin zullen de belangrijkste aspecten van krimp en de gevolgen daarvan bediscussieerd worden aan de hand van reeds bestaande wetenschappelijke literatuur. Ook zal het opportunity vs. necessity concept, dat betrekking heeft op ondernemers, belicht worden. Binnen het theoretisch kader en dit onderzoek dient het conceptueel model steeds in gedachte te worden gehouden. Ten tweede wordt er in de

methodologie beschreven welke onderzoeksmethode is toegepast en waarom. Verder zal hier worden ingegaan op onder andere hoe de respondenten en de data zijn verzameld. Na de methodologie zullen de resultaten worden gepresenteerd. Tot slot wordt er een conclusie getrokken over de resultaten, in combinatie met het geschetste theoretisch kader.

Theoretisch kader

Krimp, gevolgen en ondernemerschap

Tijdens dit onderzoek wordt de definitie van krimp van het CBS gehanteerd. Het CBS (2013) definieert krimp als volgt: “Bij krimp is sprake van substantiële en structurele bevolkings- en huishoudensdaling, op regionaal schaalniveau.”

De gebieden waar bevolkingskrimp plaatsvindt worden geassocieerd met negatieve ruimtelijke gevolgen. Leegstand, verdwijnen van voorzieningen en verslechterende leefbaarheid zijn trends die gezien worden als gevolg van krimp (Haartsen & Venhorst, 2009). Veel jonge, kansrijke en draagkrachtige huishoudens kiezen ervoor om het krimpgebied te verlaten. Dit heeft ervoor gezorgd dat de bevolkingsopbouw in de krimpgebieden eenzijdig is geworden. Er bevinden zich relatief veel laag opgeleiden, werklozen en lagere inkomensgroepen. Eveneens zal het aandeel ouderen in deze gebieden in de toekomst gaan toenemen (Provincie Groningen, 2010; Haarsen & Venhorst, 2009).

Demografische krimp in Nederland heeft sterke invloed op de woningmarkt. Het aantal huishoudens en gemiddelde omvang van huishoudens verandert in krimpgebieden. De woningvoorraad zal op deze ontwikkelingen moeten worden aangepast (Van Dam et al., 2006). De negatieve gevolgen van krimp zullen in het begin voornamelijk zichtbaar zijn in de kleine kernen. Reden hiervoor is vaak dat er in die kleine kernen relatief weinig voorzieningen zijn (NVM, 2010). Het verdwijnen van voorzieningen in krimpgebieden wordt door van Dam et al. (2006) in een groter perspectief gezien. Zij zien het verdwijnen van voorzieningen als een gevolg van een spiraalsgewijs proces, waarbij krimp, leegstand en verloedering van de woonomgeving samen een negatieve invloed hebben op de voorzieningen.

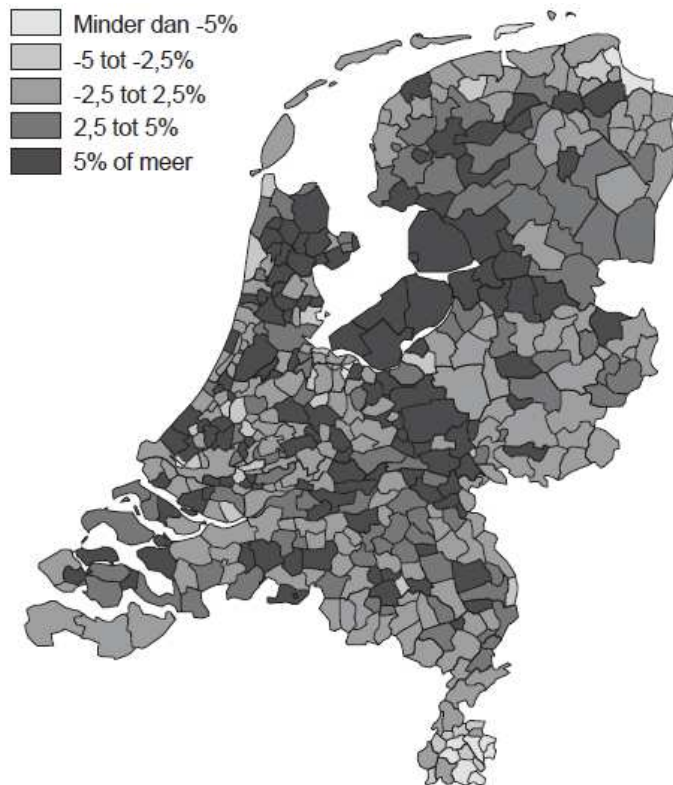
De Graaf et al. (2008, in Verwest & van Dam, 2010) tonen aan dat bevolkingskrimp gevolgen heeft voor bedrijvigheid dat gerelateerd is aan de bevolking. Detailhandel, horeca, toerisme en zorg zijn hier goede voorbeelden van. Krimp leidt ertoe dat er minder vraag is naar bepaalde goederen en diensten. Hierdoor ontstaat er leegstand en verpaupering van vastgoed. Verwest & van Dam (2010) wijzen erop dat in de krimpregio Oost-Groningen sprake is van een afname van de potentiële beroepsbevolking. Dit kan nadelige gevolgen hebben voor de arbeidsmarkt, wanneer de arbeidsparticipatie ook afneemt. Mocht het zo

zijn dat de arbeidsparticipatie dusdanig toeneemt, dat het ervoor kan zorgen dat het verdwijnen van potentiële beroepsbevolking gecompenseerd wordt, dan zal dat geen negatieve gevolgen hebben voor het arbeidsaanbod en dus ook niet voor de regionale economie. Tegelijkertijd kan de afname van de potentiële beroepsbevolking ook voordelen hebben. Zo kan het voor werklozen gemakkelijker zijn om aan een baan te komen. Wanneer de potentiële beroepsbevolking daalt, hoeft dat niet automatisch te betekenen dat de regionale economie er op achter uit gaat. De effecten van een dalende beroepsbevolking hangen veelal samen met de economische structuur van een regio. Daarnaast spelen de ontwikkeling van de arbeidsparticipatie en arbeidsproductiviteit ook een rol (Veer et al., 2010). Demografische krimp en economische groei kunnen ook samengaan (van Dam et al., 2006). Dit lijkt echter minder waarschijnlijk, omdat de potentiële beroepsbevolking afneemt.

Toch zien de meeste mensen krimp en de gevolgen die het met zich meebrengt, over het algemeen, als een negatieve trend. Vaak wordt het gezien als een signaal dat het slecht gaat met een bepaald gebied. Het lijkt op voorhand erg lastig om ervoor te zorgen dat er structureel geen bevolkingsafname meer optreedt. Desalniettemin zijn er ook mensen die krimp juist als een positieve trend zien. De druk op het milieu, de woningmarkt en de arbeidsmarkt worden minder voor de achtergebleven inwoners. Deze optimisten zijn wel in de minderheid, want er heerst in de krimpgebieden toch een hardnekkige opvatting dat vroeger alles beter was (Nimwegen & Heering, 2009).

In figuur 1 is te zien in welke gemeenten er bevolkingskrimp plaatsvindt. Het gaat hierbij vooral om de gemeenten in Zuid-Limburg en Oost-Groningen. Naast deze periferiegebieden is ook te zien dat er zelfs in de Randstad enkele gemeenten zijn waar bevolkingskrimp aan de orde is. Deze krimp in de Randstad heeft vaak te maken met dat de inwoners verhuizen naar de omliggende steden. Toch is er een trend te zien waar vooral in de periferie hele gebieden te maken hebben met structurele krimp (de Jong & van Duin, 2009).

Figuur 1: Bevolkingsgroei per gemeente, 1998-2008.



Bron: CBS/PBL (de Jong & van Duin), 2009.

Volgens NVM (2010) moeten gemeenten in Oost-Groningen lokaal ondernemerschap stimuleren om zo werkgelegenheid te creëren. Daarnaast heeft het volgens hen ook een positieve werking op het voorzieningsniveau van een gebied. Ook Brummelkamp (2011) ziet dat ondernemerschap een positieve werking heeft op de maatschappij. Het leidt volgens hem tot flexibiliteit, innovatie, werkgelegenheid en emancipatie. Daarom proberen gemeenten, die met krimp te maken hebben, beleid te voeren dat er voor zorgt dat nieuwe bedrijven zich in hun regio gaan vestigen (Verwest & van Dam, 2010). Met het huidige kabinet van Rutte wordt er getracht ondernemers zo min mogelijk te belemmeren (Brummelkamp, 2011). En aangezien lokale overheden steeds meer verantwoordelijkheden krijgen ten aanzien van lokaal beleid, dit door het toetreden van decentralisatie, wordt het voor gemeenten en provincies eenvoudiger om gericht beleid te voeren, met voldoende draagvlak op lokale niveaus en met minder sturing van bovenaf (de Roo & Voogd, 2007).

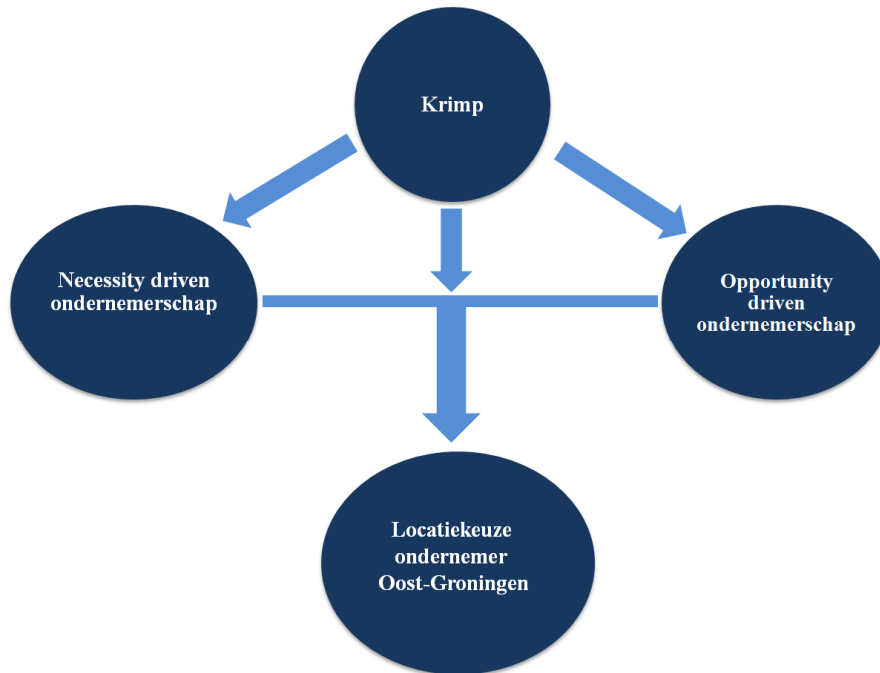
Wong et al. (2005) geven aan dat het werk van de Oostenrijkse econoom Joseph Schumpeter (1911) ons leert dat ondernemerschap een belangrijk onderdeel is van een economie. Zijn theorie is erop gebaseerd dat wanneer het aantal ondernemingen in een gebied stijgt, dit zal leiden tot economische groei in een regio. Als we ondernemerschap vanuit de evolutionaire economie zouden benaderen, dan zijn ondernemers een middel om tot verandering te komen, nieuwe ideeën op de markt te brengen en stimuleren zij economische groei (Jovanovic, 1982; Audretsch, 1995, in Wong et al., 2005). Wanneer ondernemers eenmaal ingebed zijn in hun regio, dan dragen zij ook positief bij aan de lokale gemeenschap (Jack et al., 2002). Het aantrekken van ondernemers leidt dus – ceteris paribus – tot economische groei binnen een regio. Voor de lokale overheden kan het aantrekken van ondernemerschap een goede optie zijn om het arbeidsaanbod in stand te houden, wanneer de potentiële beroepsbevolking zal dalen als gevolg van krimp.

Opportunity vs. necessity ondernemerschap

Het concept van opportunity vs. necessity driven ondernemerschap wordt tijdens dit onderzoek als basis genomen voor de motieven van de ondernemers. Necessity driven ondernemerschap dient geassocieerd te worden met uit nood geboren ondernemerschap. Opportunity driven ondernemerschap daarentegen, dient geassocieerd te worden met het inzien van kansen om een onderneming te beginnen of meer inkomen te genereren (Reynolds et al., 2002, in Giacomini et al., 2011). Het concept van de opportunity vs. necessity voor ondernemers zal binnen dit onderzoek gebruikt worden ter verheldering van de persoonlijke motieven van ondernemers om zich in een bepaalde regio te vestigen. Verheul et al. (2010) verwijzen in hun artikel naar Sharepo & Sokol (1982), waarin opportunity driven ondernemerschap als positief wordt gezien, terwijl necessity driven ondernemerschap juist als negatief wordt gezien. In de literatuur worden de termen necessity en opportunity veelvuldig gelinkt aan push (=necessity) en pull (=opportunity). Shapiro & Sokol (1982) en Feeser & Dugan (1989) worden door Amit & Muller (1995) als één van de eerste wetenschappers genoemd, die zich hebben verdiept in het opportunity vs. necessity concept op ondernemerschap. Dit concept is daarna door veel onderzoekers gebruikt om de persoonlijke startmotieven van ondernemers te achterhalen. Dit geldt voor zowel stedelijke als plattelandsgebieden. Daarentegen is er weinig tot geen onderzoek gedaan naar de persoonlijke motieven van ondernemers in een krimpgebied met behulp

van dit concept. Door dit concept te linken aan ondernemers in krimpgebieden wordt er een gat in de literatuur opgevuld.

Figuur 2: Conceptueel model



Conceptueel model

In figuur 2 is het conceptueel model te zien. De motieven die ondernemers ertoe zetten om een nieuwe onderneming te starten zijn belangrijke variabelen in dit model. De motieven worden onderscheiden in enerzijds necessity driven ondernemerschap en anderzijds opportunity driven ondernemerschap. Door onderscheid te maken tussen de startmotieven van ondernemers, is het overzichtelijker en begrijpelijker wat hun startmotieven zijn geweest. Door binnen het model rekening te houden met krimp en de gevolgen daarvan, wordt de hoofdvraag geïllustreerd (Waarom kiezen ondernemers ervoor om zich in krimpgebied Oost-Groningen te vestigen?). Krimp kan de motieven van de ondernemers beïnvloeden. De locatiekeuze van de ondernemer in krimpgebied Oost-Groningen is het resultaat van de motieven, die op hun beurt weer beïnvloed worden door krimp.

Methodologie

Onderzoeksmethode

In dit onderzoek is er gekozen voor een kwalitatieve methode van dataverzameling. Binnen het centrale thema ondernemerschap in krimpgebieden, wordt er onderzoek gedaan naar individuen in een specifieke regio. In dit onderzoek betreft het ondernemers in Oost-Groningen. Doordat elk individu andere meningen, ervaringen en percepties heeft, is het vereist om te kiezen voor een kwalitatieve onderzoeksmethode (O'leary, 2010). Daarnaast speelt de hoofdvraag (waarom kiezen ondernemers ervoor om zich in krimpgebied Oost-Groningen te vestigen?) een belangrijke rol in de keuze voor kwalitatieve onderzoeksmethode. Om de motieven van deze ondernemers te achterhalen, is het belangrijk om tijdens het onderzoek dieper in te gaan op bepaalde vragen. Om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden is het van cruciaal belang wat de individuele ervaringen, meningen en perspectieven van de desbetreffende ondernemers zijn. Alleen door hier dieper op in te gaan en zodoende te achterhalen hoe deze zijn gevormd is het mogelijk om uiteindelijk conclusies te trekken. Er is daarom gekozen om door middel van diepte-interviews erachter te komen wat de motieven van ondernemers zijn geweest om zich in een krimpgebied te vestigen.

Respondenten

In totaal zijn er zes ondernemers in krimpgebieden in het oosten van de provincie Groningen geïnterviewd. Naar aanleiding van cijfers van het CBS is er gekozen voor Oost-Groningen als krimpgebied, omdat daar al jarenlang structurele bevolkingskrimp plaatsvindt. Daarnaast is de binding met de respondenten groter wanneer zij merken dat de onderzoeker uit de zelfde provincie afkomstig is. Dit komt het onderzoek alleen maar ten goede.

Er is getracht om zoveel mogelijk variatie aan te brengen in de locatie van de geïnterviewde ondernemers. Hierdoor is de kans om een beter beeld te krijgen van heel de regio Oost-Groningen aanzienlijk groter dan wanneer er maar één of twee gemeenten zouden zijn uitgekozen. Twee van de zes respondenten hebben hun onderneming in Delfzijl gevestigd, één in Appingedam. Deze drie respondenten bevinden zich in het noordoostelijke deel van de provincie Groningen. De overige drie geïnterviewde ondernemers zijn in het

zuidoostelijke gedeelte van de provincie gevestigd. Één in Veendam, één in Wildervank en één in Stadskanaal.

Twee van de vier respondenten zijn via het persoonlijke netwerk van de onderzoeker benaderd en geïnterviewd. De overige ondernemers zijn gevonden via verschillende websites op het internet. Bij het benaderen van de eerste respondenten is er gekozen om eerst een uitnodigingsbrief te versturen via e-mail en daarna telefonisch contact op te nemen. Later bleek dat het effectiever was om de potentiële respondenten meteen te bellen en tijdens het gesprek te trachten een afspraak te maken voor een interview. Ook was het zeer efficiënt om via geïnterviewde ondernemers in contact te komen met nieuwe potentiële respondenten. Uiteindelijk bleek dit bij één van de zes respondenten een succesvolle methode te zijn geweest.

Ethische vraagstukken

Tijdens het onderzoek is er ook rekening gehouden met ethische aspecten. Respondenten zijn tijdens het interview niet tot antwoorden verplicht en de respondenten doen op vrijwillige basis mee. Antwoorden van de respondenten zullen alleen voor dit onderzoek worden gebruikt en niet aan derden worden verleend. In citaten en andere verwijzingen naar de respondenten worden fictieve namen gebruikt, om zo de anonimiteit van de respondenten te waarborgen. Daarnaast is aan elke respondent gevraagd of hij/zij akkoord gaat met het opnemen van het interview. Tot slot is ook aan elke respondent gevraagd of hij/zij het onderzoek na afloop wil inzien (O'leary, 2010).

Kwaliteit van de data

De kwaliteit van de data verschilt per respondent. Dit is afhankelijk van in hoeverre de ondernemer bekend is met bevolkingskrimp en in hoeverre hij/zij rekening heeft gehouden met krimp ten tijde van het opstarten van zijn/haar bedrijf. Toch trad er na vijf interviews een verzadigingseffect op. Er werd opgemerkt dat de antwoorden op de essentiële vragen veel gelijkenissen vertoonden. Desalniettemin, is er gekozen om een zesde interview aan het onderzoek toe te voegen, omdat dit ten goede komt aan de data en de variatie binnen de provincie Groningen. De duur van de interviews liep sterk uiteen. De helft van de interviews nam minder dan een uur in beslag. De overige drie interviews duurden ongeveer anderhalf uur.

Kwalitatieve data-analyse via Atlas.ti

Nadat de diepte-interviews plaats hadden gevonden, zijn deze getranscribeerd. Dit maakte het mogelijk om vervolgens met het programma Atlas.ti, kwalitatieve data-analyse te verrichten. Om de data gemakkelijker en overzichtelijker te kunnen analyseren, dienden de waardevolle gedeelten van de verkregen data gecodeerd te worden. De codes die gebruikt zijn in het programma Atlas.ti zijn zoveel mogelijk gekoppeld aan de motieven van de ondernemers en krimp.

Resultaten

De resultaten naar aanleiding van de interviews met de respondenten zullen hier behandeld worden. De resultaten van de interviews zijn erop gericht een antwoord te kunnen geven op de hoofd en deelvragen van dit onderzoek. De belangrijkste zaken die aan bod zijn gekomen tijdens de diepte-interviews zullen hier worden besproken en toegelicht. Dit zal veelal gebeuren met een citaat als onderbouwing. Zoals eerder benoemd is er gekozen om fictieve namen te gebruiken, om zo de anonimiteit van de respondenten te waarborgen.

Krimp en de gevolgen ervan

Tijdens de interviews is gebleken dat alle respondenten zich er bewust van zijn dat er bevolkingskrimp bij hun in de omgeving plaatsvindt. Daarnaast geven ze aan dat krimp een onderwerp is die veel besproken wordt binnen hun gemeenschap. De meeste respondenten merkten al in de jaren negentig dat er krimp plaatsvond. De ondernemers zien bevolkingskrimp als een negatieve trend voor hun omgeving. Dit bleek ook nadat één van de respondenten gevraagd werd of hij zich er bewust van is dat er bevolkingskrimp in zijn woon-werkgebied (Veendam) plaatsvond. Hierop antwoordde hij:

“Ja zeker. Als ik zo om me heen kijk en van kennissen hoor, dan vertrekken er veel mensen naar het westen en zuiden van het land. Er is veel werkloosheid in onze regio. Men verdient hier relatief gezien weinig. We leven nu ook in economisch moeilijke tijden. Maar ook als je naar het centrum van Veendam kijkt, dan zie je dat er veel leegstand is. Veel winkels vertrekken uit Veendam, ook al zijn de huurprijzen van winkelpanden erg gedaald. Het gaat niet de goede kant op, als je kijkt naar hoeveel grote winkels hier verdwijnen.”

Deze ondernemer associeert krimp met meerdere negatieve trends die zich de afgelopen jaren hebben voorgedaan in de regio waar hij woont en werkt. Net zoals de ondernemer die hierboven geciteerd is, geven ook andere respondenten aan dat het aantal winkelpanden en woningen dat leeg staat, aanzienlijk aan het toenemen is. De respondenten zien leegstand enerzijds als een gevolg van krimp, en anderzijds als een gevolg van de financiële crisis waarin we ons nu bevinden. Wel zijn ze het erover eens dat het een slechte ontwikkeling is voor de regio an sich. Daarentegen zijn er ondernemers die aangeven juist te profiteren van het wegtrekken van andere bedrijven. Zij beweren dat wanneer andere bedrijven in dezelfde branche uit de omgeving verdwijnen, zij dan deze klanten kunnen overnemen. Tot

slot zien de respondenten dat de leegstand zich voornamelijk in de winkelstraten in winkelpanden voordoet.

Het verdwijnen van voorzieningen is inmiddels al jaren aan de gang in de krimpgebieden, zo merken de ondernemers op. Eén van de redenen voor het verdwijnen van voorzieningen is volgens hen, de economische crisis. Daarnaast is er bij veel voorzieningen geen draagvlak meer om voort te blijven bestaan. Voorzieningen als zwembaden en ziekenhuizen sluiten voornamelijk in de omgeving van Delfzijl, omdat er simpelweg bevolkingskrimp plaatsvindt. Eva, die een afslankstudio in Delfzijl heeft, bevestigt dit nadat haar is gevraagd of voorzieningen verdwijnen en of de leefbaarheid erop achteruit gaat:

“In deze hele omgeving merk je dat er leegstand is, ziekenhuizen gaan weg, voetbalclubs die failliet gaan. Ook de leefbaarheid wordt minder, je ziet dat je steeds meer naar de grotere steden toe moet om bijvoorbeeld te winkelen. Je kan hier ook wel winkelen of voetballen, maar je ziet wel dat het verdwijnt uit de omgeving”

Ook van Dam et al. (2006) beschrijven dat in de gemeenten en regio's waar het aantal huishoudens terugloopt, er woningleegstand kan ontstaan en kan de kwaliteit van de leefomgeving afnemen.

Krimp als factor

Eén van de belangrijkste vragen aan de respondenten was: “In hoeverre hebben de gevolgen van krimp ertoe geleid dat u hier uw onderneming bent gaan starten?” Deze vraag is essentieel voor het onderzoek, omdat deze vraag voorkomt uit het conceptueel model dat opgesteld is. De meeste respondenten zeggen niet te hebben stilgestaan bij bevolkingskrimp ten tijde van het opstarten van hun onderneming. Maar twee van de zes respondenten gaf aan daadwerkelijk aandacht te hebben besteed aan krimp of de gevolgen van krimp op hun bedrijf in de toekomst. Beide respondenten hebben in hun ondernemersplan een gedeelte gewijd aan krimp. Hierin ging het voornamelijk om de doelgroep die de ondernemer voor ogen had, namelijk ouderen. Volgens de ondernemers geven de prognoses aan dat het aandeel ouderen in hun omgeving zal gaan toenemen. Er zal volgens hen meer vergrijzing optreden in hun gebied door het beleid van de gemeenten. Ook valt hen op dat vooral jongeren wegtrekken uit de regio. Dit komt omdat er te weinig banen en (hoge) onderwijsinstellingen in het gebied te vinden zijn. Voor deze twee ondernemers geldt dat

krimp, zoals weergegeven in het conceptueel model, van invloed is geweest op hun locatiekeuze in een krimpgebied.

“Ja, natuurlijk. Wij hebben zelf ook een onderzoek laten doen hiernaar. In ons ondernemingsplan zat er ook een stukje over krimp in. Dan ga je ook kijken wat er aan de hand is en wat de prognoses zijn. Er zijn hier structurele problemen, maar er zijn ook positieve elementen hier in Delfzijl. Je gaat dan de die elementen naast elkaar neerleggen en toen kwamen we tot de conclusie om het toch te doen.”, antwoordde één van de ondernemers nadat hem is gevraagd in hoeverre krimp invloed heeft gehad op zijn beslissing om zijn onderneming in een krimpgebied te beginnen. Volgens deze ondernemer was één van de positieve elementen die hij benoemt, dat de gemeente goed beleid in voert om ondernemers naar Delfzijl te lokken. Hiermee tracht de gemeente de negatieve gevolgen van de economische crisis en krimp tegen te gaan. De overige respondenten hebben naar eigen zeggen niet stilgestaan bij het bestaan van bevolkingkrimp in hun gebied:

“Ik heb daar helemaal niet naar gekeken. Ik heb gekeken naar waar deze methode nog meer gehanteerd wordt. Ik heb gekeken naar het juiste pand. Ik weet dat dit een krimpgebied is, maar ik heb nu zo’n 150 klanten”.

Aangezien maar twee van de zes respondenten krimp enigszins een rol heeft laten spelen bij het opstarten van zijn/haar bedrijf, kan er gesteld worden dat de ondernemers krimp niet als een bedreiging hebben gezien voor het opstarten van een onderneming. Ook stellen zij over het algemeen dat krimp momenteel niet hun grootste zorg is. Vooral de economische crisis zien zij als bedreiging voor hun onderneming. Desalniettemin zijn alle respondenten tevreden met het hun bedrijf en in de meeste gevallen heeft men de ambities en het vertrouwen om te blijven groeien.

Motieven

De geïnterviewde ondernemers geven allemaal aan dat ze vooral hun onderneming zijn begonnen, omdat zij het een leuk idee vonden en ze een eigen bedrijf als uitdaging zagen. Daarnaast zijn markttechnische aspecten voor een aantal ondernemers een motief geweest om hun bedrijf op te starten. Verder hebben de ondernemers over het algemeen gehandeld vanuit het zien van kansen om hun onderneming te beginnen. Het eigen baas zijn is ook een belangrijk motief gebleken voor de respondenten. Het bestaan van een goed ondernemersklimaat (gecreëerd door de gemeenten), in combinatie met relatief lage huur en verbondenheid met de regio, zorgen ervoor dat het aantrekkelijk is geweest voor de

respondenten om een bedrijf te starten in hun krimpgebied. Tevens bevestigen alle geïnterviewde ondernemers dat zij voornamelijk of puur hun bedrijf zijn gestart door opportunity driven motieven. Geen enkele respondent geeft aan dat de necessity driven motieven een belangrijk onderdeel hebben gespeeld bij hun besluit om een onderneming te starten. Zo waren alle ondernemers in bezit van een baan, voordat zij zijn begonnen met hun eigen bedrijf. In alle gevallen is er gekozen om vrijwillig ontslag te nemen. De respondenten geven in het algemeen aan dat ze op zoek waren naar een nieuwe uitdaging, wilden doorgroeien of hun droom na te streven, om een succesvol eigen bedrijf te runnen. Aan Henk die een reclamebureau heeft in Stadskanaal werd gevraagd: “Bent u uw onderneming gestart door opportunity driven motieven?”

“Ja dat denk ik wel. Ik denk dat ik gewoon de kansen had gezien hier in de regio om me hier te vestigen. Ik zag de kans, omdat ik dan bij meerdere bedrijven heb gezien wat het totaal concept inhoudt en dat kenden ze hier nog niet.”

In figuur 3 is te zien waar de zes respondenten hun bedrijf hebben gevestigd. Daarnaast is er in het overzicht aangegeven om wat voor onderneming het gaat. Verder staat er bij elke respondent aangegeven of hij/zij is begonnen door opportunity driven of necessity driven motieven. Tot slot zijn er één of meerdere belangrijke motieven benoemd. Uit de tabel is te zien dat alle geïnterviewde ondernemers hun bedrijf zijn begonnen door opportunity driven motieven.

Figuur 3: Overzicht respondenten

Respondenten	Locatie bedrijf	Soort bedrijf	Opportunity/necessity driven	Belangrijkste motieven voor vestigingsplaats
Kim	Appingedam	Lunchroom	Opportunity	Krimp bied kansen als je positief blijft
Henk	Stadskanaal	Reclamebureau	Opportunity	Markttechnisch gezien en eigen baas zijn
Anna	Wildervank	Bloemist	Opportunity	Uitdaging
Piet	Veendam	Supermarkt	Opportunity	Kansen zien voor succesvol bedrijf in regio
Eva	Delfzijl	Afslankstudio	Opportunity	Markttechnisch gezien en eigen baas zijn
Kees	Delfzijl	Brasserie	Opportunity	Voldoende potentie in regio ondanks krimp

Embeddedness

De migratie van familie, vrienden en kennissen naar veelal het westen en zuiden van Nederland is een herkenbare trend voor de ondernemers, al hebben ze zelf nooit het gevoel gehad om het noorden te verlaten. De respondenten voelen zich verbonden met de regio. Dit komt doordat ze geboren zijn in het dorp of stad waar ze nu nog wonen, of omdat ze in het noorden zijn opgegroeid. Zij hebben zich in de loop der jaren dusdanig ingebed in hun

gemeenschap, dat ze aangeven dat ze zich verantwoordelijk voelen voor hun gemeenschap. Op de vraag of de ondernemer zich verbonden voelt met de regio waarin zij woont en werkt, beantwoordde zij als volgt:

“Ja ik voel me heel erg verbonden. Ik ben hier opgegroeid. Ik heb eigenlijk door heel Europa gewerkt, toen ik nog andere banen had. Toch trek ik altijd weer terug naar dit gebied toe.”

Daarnaast zijn de ondernemers zich ervan bewust dat ze door het bezitten van een bedrijf in hun regio, ook hun bijdrage leveren aan de gemeenschap waarin zij leven. Dit sluit aan op de theorie van Jack et al. (2002), waarin ondernemers deel uitmaken van de structuur van een gemeenschap, wanneer ze eenmaal ingebed zijn binnen de lokale gemeenschap. Verschillende respondenten gaven aan dat familie, vrienden of hun reeds opgebouwde netwerk van doorslaggevend belang zijn geweest voor hun locatiekeuze.

Gemeenten

De gemeenten in de gebieden waar bevolkingskrimp plaatsvindt, zijn volgens de ondernemers actief beleid aan het voeren om ervoor te zorgen dat er voldoende ondernemers zich in de regio zullen vestigen. De gemeenten zien het aantrekken van nieuwe bedrijven als een positief impuls voor de economie en leefbaarheid in hun regio. Zodoende wordt er getracht een goed ondernemersklimaat te creëren, waardoor het aantrekkelijker wordt voor ondernemers om zich in het desbetreffende gebied te vestigen. Voor ondernemers kan dit een belangrijke factor zijn. De meeste respondenten gaven aan actief te zijn geholpen door de gemeente, toen ze aangaven te willen beginnen met een bedrijf. Kim, die een lunchroom runt in Appingedam en daarnaast zeer actief binnen gemeentebelangen en straatvereniging, is content met het beleid van de gemeente ten opzichte van ondernemers:

“Ja, heel erg. Je kunt als ondernemer het beste hier zitten wat de gemeente betreft. Als je steun nodig hebt of je begint net, dan krijg je heel veel hulp. Ze onthaalden ons letterlijk met open armen. ze waren er zo blij mee dat we dit wilden gaan doen. Dat doen ze bij alle nieuwe ondernemers.”

Ook Kees, die samen met zijn vrouw een brasserie runt heeft een goede band met de gemeente en bevestigt dat de gemeente en ondernemers moeten blijven samenwerken en investeren. Op de vraag welk beleid de gemeenten moeten voeren wat de negatieve gevolgen van krimp betreft, antwoordde hij al volgt:

“Ja, blijven investeren en blijven samenwerken tussen ondernemers, gemeenten en banken. Als je die combinatie kunt maken en de vraag en aanbod kunt invullen, dan wordt het toch wel weer aantrekkelijk om naar Delfzijl te komen. Wij zijn een voorbeeld van die samenwerking. We zijn een samenwerking met de gemeente aangegaan. De gemeente heeft dit gecreëerd als horecaplein en zo zijn wij met hun gaan samenwerken.”

Kansen

Tijdens de interviews kwam de term economische crisis vaak voorbij. Krimp werd zo nu en dan, bewust of onbewust, gelinkt aan de economische crisis. De respondenten uit Appingedam en Delfzijl (in totaal drie), gaven nadrukkelijk aan, dat krimp in combinatie met de economische crisis ertoe leidt dat de mensen in hun omgeving er over het algemeen een negatief denkwijze op nahouden. De inwoners hebben er geen vertrouwen in dat de gevolgen van krimp, in combinatie met de economische crisis snel en goed opgelost kunnen worden. Volgens de geïnterviewde onderneming in Delfzijl en Appingedam moet er juist positief gedacht worden over de toekomst en moeten mensen investeren en/of ondernemen. Eveneens kaarten zij aan dat de banken en de gemeenten geen initiatief durven te nemen. Dit heeft op zijn beurt weer gevolgen voor de inwoners en hun houding ten opzichte van krimp, denken de ondernemers. Daarentegen geven ze aan dat hun regio veel te bieden heeft voor nieuwe inwoners en nieuwe bedrijven. Volgens hen biedt krimp juist kansen voor ondernemers en zijn er nog voldoende redenen om je wel in een krimpgebied te vestigen:

“Wij hebben net andersom gedacht. Waarom zou je negatief zijn. Je hebt hier veel bedrijvigheid zitten. Je hebt hier veel scheepvaartbedrijven zitten. Wereldwijd staan ze heel hoog in de markt. Zij nemen ook hun gasten mee en daarnaast heb je het Eemshaven als grootste bouwput van Nederland. Dan denk ik je kan wel alle negatieve aspecten benoemen, maar kijk eens om je heen wat je allemaal wel hebt. Als je dat eenmaal doet dan word je zelf ook positiever”

Een andere ondernemer, ditmaal uit Appingedam, gaf op haar beurt ook aan dat er veel potentie zit in haar omgeving om goed beleid te voeren op de gevolgen van krimp. Ook zij geeft aan dat krimp juist kansen kan bieden:

“Krimp bied kansen, omdat je kunt inspelen op een veranderende markt, wat wij dus ook proberen. Dat dit een krimpgebied is, wil niet zeggen dat je je er dan bij neer moet leggen. Je

*kunt er ook tegen vechten en ik denk dat wij op deze manier onze steentje kunnen bijdragen.
Dat doen we voor onszelf en voor Appingedam.”*

Het beeld dat door de twee bovenstaande ondernemers wordt geschetst is dat de mensen in hun regio over het algemeen te negatief denken. Zij proberen juist positief te denken en waar het kan een positief impuls te geven aan hun gemeenschap. Dit komt overeen met het denken van Jack et al. (2002), waarin een onderneming een (positieve) bijdrage kan leveren aan de social context van een gemeenschap.

Conclusie

In de conclusie worden niet alleen de hoofdzaken van het onderzoek samengevat, maar is er ook getracht raakvlakken te vinden met in het verleden gedane onderzoeken. Daarnaast wordt er gekeken in hoeverre het conceptueel model van toepassing is op ondernemers in Oost-Groningen en worden de hoofd en deelvragen beantwoord. Tot slot worden er aanbevelingen gedaan voor verder onderzoek en beleid naar krimpgebieden.

Ondernemers in krimpgebieden realiseren zich dat ze in een regio wonen waarvan de inwoners al jaren structureel aan het afnemen zijn. Het valt hen voornamelijk op dat er steeds meer vrienden, kennissen en familie verhuizen naar overige delen van Nederland. Ook het wegtrekken van jongeren door het tekort aan banen en onderwijsinstellingen in de regio is herkenbaar. Daarnaast bevestigen zij ook de toename van leegstaande (winkel)panden, het verdwijnen van voorzieningen en de achteruitgang van de leefbaarheid. Uit onderzoek van de provincie Groningen (2010) worden de bovengenoemde verschijnselen bevestigd.

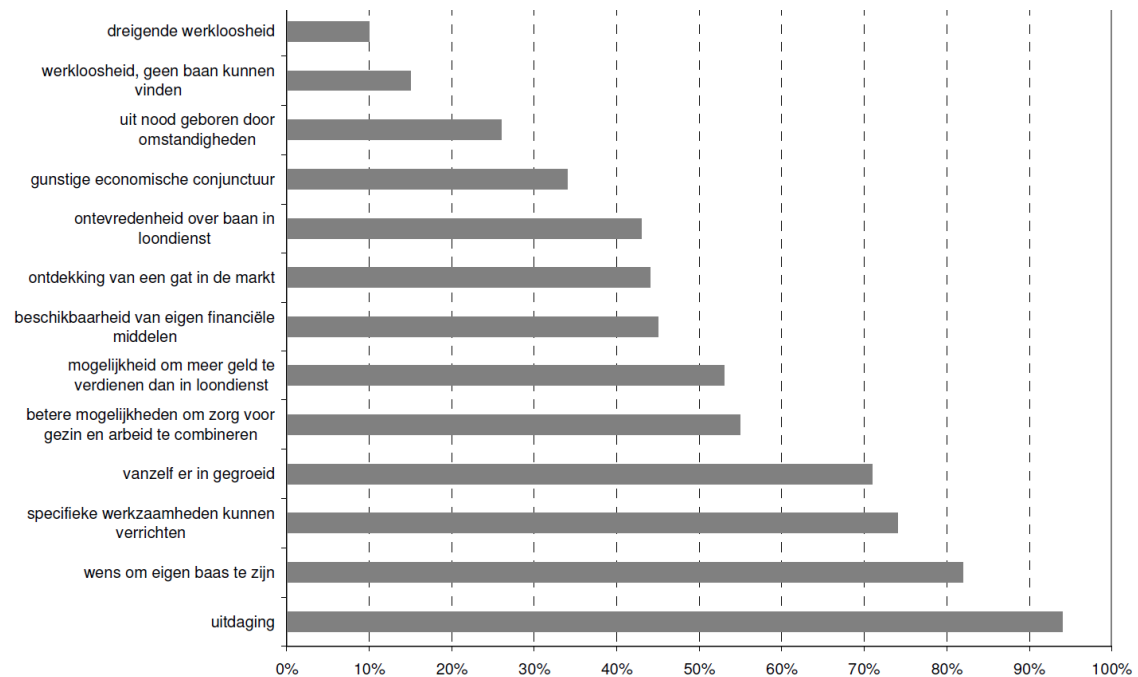
Er dient geconcludeerd te worden dat ondernemers in krimpgebieden, krimp niet vrezen. Onwetendheid over de gevolgen van krimp voor hun gebied en onderneming, in combinatie met positief en ambitieus denken, leidt ertoe dat ondernemers er toch voor kiezen om een bedrijf te beginnen in een krimpregio. Hiermee kan er gesteld worden dat krimp voor ondernemers weinig tot geen effect heeft op hun locatiekeuzen. Voor mensen uit de omgeving, die zich als ondernemer ingebed hebben in de lokale maatschappij, is het wellicht gemakkelijker om krimp aan de kant te schuiven. Terwijl krimp voor mensen van buiten het krimpgebied wel een opstakel kan zijn, omdat zij geen binding met het gebied hebben.

Uit dit onderzoek is gebleken dat ondernemers in Oost-Groningen, zich door opportunity driven motieven hebben laten leiden. Het zien van kansen om van hun bedrijf een succes te maken was één van de belangrijkste factoren om zich in Oost-Groningen te vestigen. Er was geen sprake van werkloosheid, geen baanperspectief of andere indicaties die erop duiden dat de motieven van de ondernemers necessity driven waren. Kijkend naar het conceptueel model, dient er geconcludeerd te worden dat de locatiekeuze van ondernemers, niet tot nauwelijks is beïnvloed door krimp en helemaal niet beïnvloed is door necessity driven

motieven. Block & Sandner (2007) concludeerden in hun onderzoek dat opportunity driven ondernemers succesvoller zijn dan necessity driven ondernemers. Zij nuanceren hun bevindingen wel, door aan te geven dat er tijdens het onderzoek weinig variabelen zijn gebruikt. Toch geven de geïnterviewde ondernemers in Oost-Groningen aan tevreden te zijn met hetgeen wat ze in korte tijd hebben opgebouwd. In de meeste gevallen gaven zij aan op korte termijn zelfs te willen groeien. Deze opportunity driven ondernemers hebben er vertrouwen in om hun bedrijf nog succesvoller te maken.

De belangrijkste startmotieven voor ondernemers variëren per persoon. Dit is logisch aangezien elke ondernemer andere meningen, ervaringen en percepties heeft. Toch is er een algemeen beeld te herkennen in de startmotieven van Oost-Groningse ondernemers. Het op zoek zijn naar een nieuwe uitdaging en de wens om eigen baas te zijn waren belangrijke motieven voor de ondernemers. Dit blijkt overeen te komen met landelijke cijfers uit 2008 (zie figuur 4). Ook het bestaan van een goed ondernemersklimaat, vaak gecreëerd met behulp van beleid van lokale overheden, is aantrekkelijk geweest voor de ondernemers. Eveneens speelde de verbondenheid met de regio, familie en vrienden een belangrijke rol bij de locatiekeuze.

Figuur 4: Mate waarin bepaalde startmotieven speelden voor ondernemers (2008)



Bron: Bruins 2009, in Brummelkamp, 2011.

Vragen als in hoeverre nieuwe ondernemingen bijdragen aan de economische groei en innovatie van een krimpregio zijn tijdens dit onderzoek onbeantwoord gebleven. Toekomstig onderzoek kan dit soort vragen beantwoorden. Ook kan nieuw onderzoek naar krimp en de gevolgen daarvan uitwijzen hoe we als maatschappij het beste ermee om kunnen gaan met krimp en de gevolgen daarvan. Zo kan onderzoek naar uitkomsten van beleid dat door lokale overheden is gevoerd ons nieuwe inzichten verschaffen.

Literatuurlijst

Amit, R. & Muller, E. (1995). Push and pull entrepreneurship. *Journal of small business and entrepreneurship*, 12(4), pp. 64-80.

Bönte, W., Falck, O. & Heblich, S. (2007). Demography and innovative entrepreneurship. *Jena Economic Research Papers*, 84.

Block, J. & Sandner, P. (2007). Necessity and opportunity entrepreneurs and their duration in self-employment: evidence from German micro data. *J Ind Compet Trade*, 9, pp. 117-137.

Brummerkamp, G. (2011). *Startende ondernemers. Ontwikkelingen, betekenis en beleid*. s.l., s.n.

CBS (2013). *Statline*. Geraadpleegd op 02-03-2013 via <http://www.cbs.nl/statline>.

Dam, F. van, Groot, C. de, Verwest, F. (2006). *Krimp en ruimte, bevolkingsafname, ruimtelijke gevolgen en beleid*. Den Haag: NAI Uitgevers.

Giancomin, O., Janssen, F., Guyot J-L. & Lohest, O. (2011). Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of socio-economic characteristics of entrepreneurs. *Munich Personal RePEc Archive*.

Haartsen, T. & Venhorst V. (2010). Planning for decline: anticipation on population decline in The Netherlands. *Tijdschrift voor economische en sociale geografie*, 101 (2), pp. 218-227.

Jack, S. L., Anderson A. R. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Elsevier, Journal of business venturing*, 17, pp. 467-487.

Jong, A. de & Duin, C. de (2009). Regionale prognose 2009-2040: *Vergrijzing en omslag van groei naar krimp*

Jong, A. de & Duin, C. de (2011). *Regionale bevolkings- en huishoudensprognose 2011-2040: sterke regionale contrasten*.

Nimwegen, N. van & Heerings, L. (2009). *Bevolkingsvraagstukken in Nederland anno 2009. Van Groei naar Krimp. Een Demografische Omslag in Beeld*. NIDI rapport 80. Amsterdam: KNAW Press.

NVM (2010). *Krimpgebied = kansgebied*. Rotterdam: Thieme MediaCenter Rotterdam.

O'Leary, Z. (2009). *The essential guide to doing your research project*. 2e editie. London: Sage.

Provincie Groningen (2010). *Krimp in Groningen, provinciaal actieplan bevolkingsdaling 2010-2013*, s.l., s.n.

Roo, G. de, & Voogd, H. (2007). *Methodologie van planning*. Tweede, herziene druk. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

Shane, S., Edwin, A. L. & Chrostohper J.C. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13, pp. 257-279

Veer, M. ter, Boschman, S. & Verwest F. (2010). De krimpregio's van de toekomst. *Demos*, 28(8).

Verheul, I., Thurik, R., Hessels, J. & Zwan, P. van der (2010). *Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneur*. Zoetermeer: SCALES.

Verwest, F. & Dam, F. de (2010). Demografische krimp en regionale economie. *Rooilijn*, 43(7), pp. 508-513.

Wong, P.K., Ho, Y.P. & Autio, E. (2005). Entrepreneurship, innovation and economic growth: Evidence from GEM data. *Small business economics*, 24(3), pp. 335-350.

Bijlagen

Uitnodigingsbrief ondernemers

Geachte ondernemer,

Beleidsmakers, ondernemers en bewoners van krimpgebieden in Oost-Groningen, krijgen te maken met de gevolgen die bevolkingskrimp met zich mee brengt. Het is dan ook van groot belang om onderzoek te doen naar de gevolgen van bevolkingskrimp. Alleen dan kunnen wij als maatschappij de juiste beslissingen nemen met betrekking tot de gevolgen van krimp.

Aangezien er tot op heden relatief weinig wetenschappelijk onderzoek is gedaan naar ondernemers in krimpgebieden, heb ik ervoor gekozen om hier onderzoek naar te doen.

Mijn naam is Kino Elias, student aan de Rijksuniversiteit in Groningen. Ik studeer sociale geografie en planologie. Dit onderzoek is tevens mijn afstudeerscriptie. Het doel van mijn onderzoek is: inzicht verkrijgen in de motieven van ondernemers in Oost-Groningen, om zich in een krimpgebied te vestigen.

Door middel van diepte-interviews met ondernemers in Oost-Groningen wordt er kwalitatieve data verzameld en geanalyseerd. Door uw medewerking aan dit onderzoek, kan er in de toekomst beter beleid worden gevoerd naar ondernemers in Oost-Groningen.

Daarom zou ik u willen vragen of u bereid bent mee te werken aan mijn onderzoek in de vorm van een interview. Het interview zal plusminus een uur duren. De resultaten uit dit interview zullen louter gebruikt worden als onderdeel van dit onderzoek

Ik hoop dat u bereid bent mee te werken aan dit onderzoek.

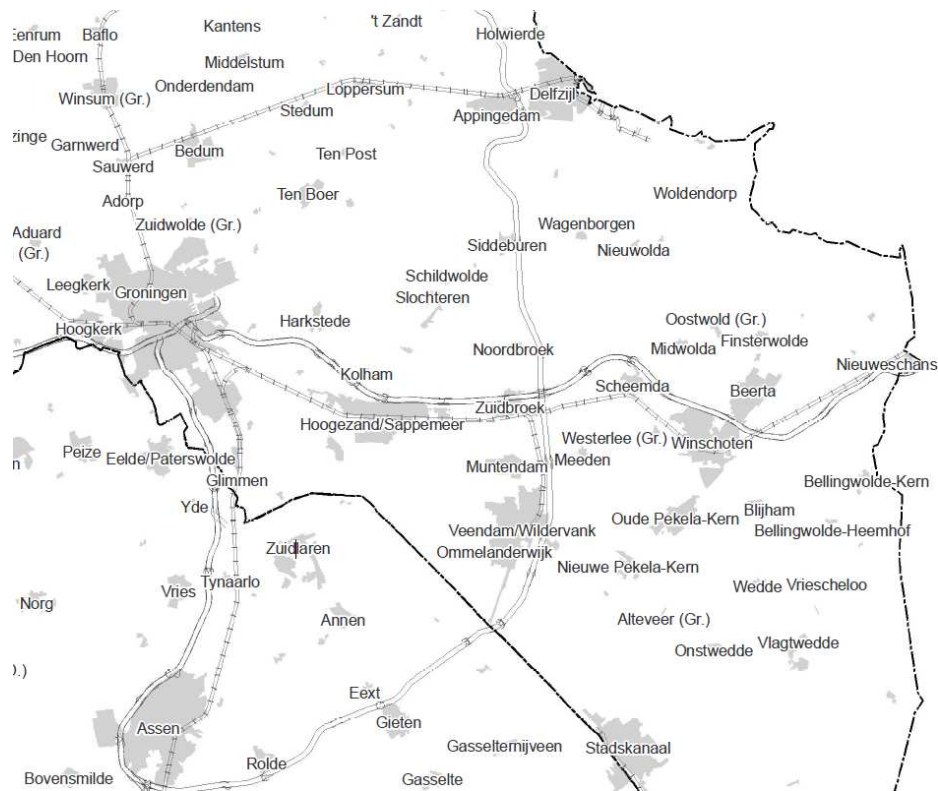
Er wordt binnen een paar dagen telefonisch contact met u opgenomen naar aanleiding van deze uitnodiging.

Indien u nog vragen en/of opmerkingen heeft, dan kunt u contact met mij opnemen via de mail: kinoelias@gmail.com of telefonisch: 0657945942.

Met vriendelijke groet,

Kino Elias

Interview guide



Onderzoeksvraag: Waarom kiezen ondernemers ervoor om zich in krimpgebied Oost-Groningen te vestigen?

Deelvraag1:

Wat zijn de gevolgen van krimp voor de desbetreffende regio en voor startende ondernemers?

Deelvraag2

Wat houdt het concept van opportunity vs. necessity driven ondernemerschap in en hoe is de verhouding hiervan in Oost-Groningen?

Vragen aan ondernemers tijdens diepte-interview:

Mijzelf voorstellen:

Het doel van mijn onderzoek is: inzicht verkrijgen in de motieven van ondernemers in Oost-Groningen, om zich in een krimpgebied te vestigen. Om mijn doel te halen dien ik interviews

af te nemen met bestaande ondernemers in Oost-Groningen. Met de interviews wordt er data verkregen die gebruikt zal worden voor het onderzoek. Voordat we beginnen met het interview, wil ik u vragen of u akkoord gaat met het opnemen van ons interview. Zowel de interview/opname als de data die daaruit wordt verkregen zal alleen voor dit onderzoek gebruikt worden en u bent niet tot antwoorden verplicht.

- Zou u uzelf kunnen introduceren?
→ naam, leeftijd, gezin/alleenstaand, kinderen etc.
 - Wat zijn u dagelijkse bezigheden met betrekking tot uw bedrijf?
→ contact met mensen? reizen?
 - Waar bent u geboren en opgegroeid?
→ reden van eventuele verhuizen?
 - In hoeverre voelt u zich verbonden met de omgeving waarin u woont en werkt?
→ familie, sociale contacten etc.
-

- Heeft u een studie gevolgd?
→ welke studie, wanneer? Iets te maken met huidig bedrijf?
 - Heeft u voor u uw eigen bedrijf startte een andere baan gehad?
→ zo ja, wanneer en welke?
→ waarom gestopt/ontslagen?
 - Heeft u uw bedrijf overgenomen (bijv. familie) of zelf begonnen?
→ wanneer begonnen met onderneming?
 - Wanneer bent u voor het eerst na gaan denken over het starten van deze onderneming?
→ aanleiding? eventueel andere plannen? eerdere pogingen ondernomen?
 - In hoeverre ziet u uw onderneming als innoverend/vernieuwend in deze regio?
→ Hoe schatte u de kansen van uw bedrijf in voordat u aan uw bedrijf begon?
→ wat is daarvan terecht gekomen?
 - Hoe waren u kansen op de arbeidsmarkt voordat u uw onderneming opzette?
-

KAART KRIMP LATEN ZIEN!

Ben u ervan op de hoogte dat er bevolkingskrimp plaatsvindt in uw

woonplaats/gemeente/regio?

→ bekend met term krimp?

→ ook ten tijde start van uw bedrijf?

- Merkt u dat er bevolkingskrimp plaatsvindt?
→ wegtrekken van jongeren/familie/vrienden/kennissen, leegstand? toename ouderen? minder voorzieningen? grondprijzen? subsidies?
 - Wat voor impact heeft krimp op uw bedrijf?
→ aantal klanten, wat voor klanten. (factor economische crisis proberen weg te denken)
 - Heeft u mensen in dienst
→ uit de omgeving? minder arbeidskrachten door krimp?
 - In hoeverre hebben de gevolgen van krimp ertoe geleid dat u hier u onderneming bent gaan starten?
→ verdwijnen van voorzieningen/bedrijven? Zien van kansen? Subsidies van overheid? aantal klanten? doelgroepen (ouderen/jongeren)? concurrentie(voordelen)zelfde soort ondernemingen?
-

- Concept opportunity vs necessity drive ondernemerschap uitleggen
Kunt u aangeven of u uw bedrijf bent gestart doordat u daartoe genoodzaakt voelde? → geen baan, geen perspectief op baan etc.
Kunt u aangeven of uw bedrijf bent gestart doordat u kansen zag →
-

- Zou u in een paar zinnen (samenvattend) mij kunnen vertellen waarom u uw onderneming hier bent begonnen?
 - Wat zijn uw plannen voor de toekomst wat betreft uw onderneming?
→ uitbreiden? stoppen?
 - Heeft u nog iets toe te voegen over uw bedrijf wat relevant is voor mijn onderzoek?
 - Zijn er verder nog vragen die u verwacht had, maar niet door mij gesteld zijn?
-

Geluidopname stoppen. Respondent bedanken voor tijd en moeite. Vragen aan de respondent of hij/zij interesse heeft in het eindresultaat van het onderzoek?