

2018

Hoe Economic Board Groningen bijdraagt aan het vestigingsklimaat van Noord-Groningen



Esra van der Zaag

S2407124

Master thesis Economische Geografie

Rijksuniversiteit Groningen

Begeleider: Dr. Arjen Edzes

Reviewer: Dr. Sierdjan Koster

9/5/2018

Samenvatting

In 2014 is Economic Board Groningen (EBG) opgericht als onderdeel van een samenhangend pakket aan (compenserende) maatregelen gericht op schadeherstel, preventie, leefbaarheid én economische ontwikkeling in de regio Noord-Groningen (Economic Board Groningen, 2018). Met dit onderzoek is geprobeerd om inzichtelijk te maken wat de rol van Economic Board Groningen is met betrekking tot bedrijfsvestiging in de regio Noord-Groningen. Dit wordt gedaan aan de hand van kwalitatief onderzoek naar de locatie voor- en nadelen van Noord-Groningen en het effect van de aardbevingen hierop, en naar de meningen van ondernemers over Economic Board Groningen en de interventiestrategieën en hoe deze zich relateren aan de vestigingsplaats voorkeuren van ondernemers. Uit de resultaten is gebleken dat een locatiebesluit vooral wordt beïnvloed door harde en zachte locatiefactoren, bedrijfsinterne kenmerken en de kenmerken van een ondernemer. Zo spelen harde en zachte locatiefactoren mee als het gaat om de aantrekkelijkheid van een plek. Een locatiekeuze is echter niet alleen gebaseerd op locatiefactoren maar ook op de emoties van een ondernemer. En niet alleen de ondernemer bepaalt hoeveel waarde er aan verschillende locatiefactoren wordt gehecht, ook de bedrijfs- en sectorkenmerken bepalen dit. Bedrijven waarderen de locatiefactoren verschillend, al naar gelang de sector waartoe zij behoren. Daarnaast kan worden geconcludeerd dat een deel van de geïnterviewden niet door EBG op het spoor is gezet om zich in Noord-Groningen te vestigen. Deze ondernemers hadden al een bepaald plan om zich in de regio te vestigen of zitten al in de regio en hebben plannen om te groeien. Zij hebben contact met EBG vanwege de toegang tot mogelijke financiering. EBG wordt in deze gevallen dus gebruikt als een soort financiering 'vehicle'. Op langere termijn zou het interessant zijn om te monitoren hoe het gaat met de bedrijven die financiële steun hebben gekregen van Economic Board Groningen en of er verschil ontstaat tussen de bedrijven die van oorsprong uit de regio komen en bedrijven die van buiten de regio komen. Echter hiervoor, en voor ander onderzoek, is het noodzakelijk om meer data te verzamelen zodat meer kan worden gezegd over het vestigingsklimaat van Noord-Groningen.

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	1
1. Inleiding.....	5
1.1. Aanleiding.....	5
1.2. Probleemstelling.....	6
1.3. Opbouw thesis.....	7
2. Theoretisch kader.....	8
2.1. Inleiding.....	8
2.2. Locatietheorieën.....	8
2.2.1. Klassieke locatietheorie.....	8
2.2.2. De neoklassieke locatietheorie.....	9
2.2.3. Behaviorale locatietheorie.....	10
2.2.4. Institutionele locatietheorie.....	10
2.2.5. Evolutionaire locatietheorie.....	11
2.2.6. New Economic Geography.....	11
2.2.7. Conclusie.....	11
2.2.8. Het conceptueel model.....	12
2.3. Locatiefactoren.....	13
2.3.1. Harde en Zachte locatiefactoren.....	13
2.3.2. Harde locatiefactoren.....	13
2.3.3. Zachte Locatiefactoren.....	15
2.3.4. Kenmerken van de ondernemer.....	15
2.3.5. Bedrijfsinterne factoren.....	16
2.4. Het verband tussen ondernemerschap, regionale ontwikkeling en bevolkingsontwikkelingen.....	18
2.4.1. Het verband tussen ondernemerschap en regionale ontwikkeling.....	18
2.4.2. Het verband tussen bevolkingsontwikkelingen en ondernemerschap.....	18
2.4.3. Het verband tussen bevolkingsontwikkelingen, ondernemerschap en regionale ontwikkeling.....	20
2.5. Het effect van schokken op de economie.....	20
2.6. Conclusie.....	21
3. Locatiefactoren in beeld gebracht.....	22
3.1. Bedrijfsinterne factoren.....	23
3.1.1. Omvang bedrijven.....	23
3.1.2. Bedrijfssectoren.....	23

3.2. Harde locatiefactoren.....	25
3.2.1. Arbeid (Kwaliteit, Kwantiteit, Prijs)	25
3.2.2. Grond (Kwantiteit, Prijs)	28
3.2.3. Transport	28
3.3. Zachte locatiefactoren.....	29
3.3.1. Quality of life	29
3.4. Conclusie	31
4. Methodologie	32
4.1. Onderzoeksmethode.....	32
4.2. Dataverzameling.....	33
4.3. Data-analyse	33
4.4. Ethiek.....	34
4.5. Reflectie.....	34
5. Resultaten.....	36
5.1. Analyse van de Acquisitielijst	36
5.2. Analyse interviews.....	39
5.3. Het contact met Economic Board Groningen	44
5.4. Conclusie	46
6. Conclusie	50
6.1. Conclusie	50
6.2. Aanbevelingen.....	51
7. Literatuurlijst	53
8. Bijlagen	60
8.1. Interview guide.....	60
8.2. Tabellen voor analyse.....	63

Figuren

Figuur 1: Het conceptueel model.....	12
Figuur 2: Het verband tussen bevolkingsontwikkelingen en ondernemerschap.....	19
Figuur 3: Kaart Noord-Groningen, Gemeente indeling 2017.....	22
Figuur 4: Bedrijvigheid naar grootte Noord-Groningen, 2014.....	23
Figuur 5: Aantal bedrijven per sector, 2016.....	24
Figuur 6: Werkgelegenheid per sector, 2015.....	25
Figuur 7: Aandeel hoogopgeleiden per gemeente, 2015.....	26
Figuur 8: Arbeidsproductiviteit als afwijking van het Nederlandse gemiddelde, 1995 - 2016	26
Figuur 9: Personeelstekort naar provincie, vierde kwartaal 2017	27
Figuur 10: Gemiddeld inkomen van personen met 52 weken inkomen, 2015.....	27
Figuur 11: Afstand tot voorzieningen in km, 2016.....	29
Figuur 12: Gemiddelde huizenprijzen per m ² , 2015.....	30
Figuur 13: Onveiligheidsgevoelens, 2016.....	31
Figuur 14: Bedrijven uit Noord-Groningen en de acquisitielijst onderverdeeld in sectoren. 2018.	36
Figuur 15: Huidige vestigingslocatie van bedrijven uit de acquisitielijst 2018.....	38

Tabellen

Tabel 1: Bevolkingsgroei/daling in de periode 2012 – 2016.....	22
--	----

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

Sinds Schumpeter's onderzoek in 1942, waarin hij schreef dat innovatie, ondernemerschap en economische groei nauw met elkaar verbonden zijn, is het aantrekken van ondernemerschap een centraal thema geworden als het gaat om het stimuleren van de regionale economie (Van Looy et al., 2001). Ondernemerschap wordt namelijk beschouwd als één van de belangrijkste drijfveren voor economische groei (Schumpeter, 1942). Dit komt omdat nieuwe bedrijven vaak een positieve invloed hebben op de werkgelegenheid van een regio (Wennekers & Thurik, 1999). Het gevolg is dat regionale ontwikkelingsorganisaties worden opgericht om economische activiteiten en ondernemerschap naar een regio te trekken. Deze regionale ontwikkelingsorganisaties proberen de locatiekeuze van ondernemers te beïnvloeden door bijvoorbeeld gunstige locatiefactoren van een regio uit te lichten, het imago van een regio te versterken en door ondernemers fiscale middelen en steun aan te bieden waar nodig.

Een voorbeeld van zo'n regionale ontwikkelingsorganisatie is de Economic Board Groningen. In 2014 is Economic Board Groningen (EBG) opgericht door het Rijk, de provincie Groningen, de gemeenten in Groningen en de NAM als onderdeel van een samenhangend pakket aan (compenserende) maatregelen gericht op schadeherstel, preventie, leefbaarheid én economische ontwikkeling. Het doel van EBG is om bij te dragen aan een duurzame groei van de werkgelegenheid, de bedrijvigheid en het bruto regionaal product in het aardbevingsgebied. Vooral het duurzame karakter van de groei is belangrijk. Het moet een toekomstbestendige versterking zijn van het economisch, sociaal en ecologisch kapitaal. Economic Board Groningen zorgt daarom zelf niet voor groei, maar stelt anderen in de gelegenheid om plannen te ontwikkelen en te realiseren. (Economic Board Groningen, 2018). Zoals in de vorige alinea al is benoemd, bestaan er meer van dit soort organisaties die proberen regio's te stimuleren met behulp van financieringsmogelijkheden. Denk bijvoorbeeld aan de Investerings- en Ontwikkelingsmaatschappij voor Noord-Nederland (NOM), NVOost en Brain Port Eindhoven. Niet alleen in Nederland, maar ook in Europa, worden er vaak regionale ontwikkelingsprogramma's opgezet of organisaties gecreëerd die regionale ontwikkeling dienen te stimuleren. Maar hoe gaan zulke organisaties te werk? En hoe effectief zijn deze organisaties? Wat zijn bijvoorbeeld de interventie-strategieën van een regionaal orgaan als Economic Board Groningen?

Onderdeel van het stimuleren van duurzame bedrijvigheid is om nieuwe bedrijven naar Noord-Groningen te halen. De focus van EBG ligt hierbij op bedrijven uit de rest van Nederland en de landen om ons heen. Daarnaast richt EBG zich voornamelijk op bedrijven uit de ICT en energiesector en bedrijven die aardbevingsbestendig bouw materiaal produceren (Economic Board Groningen, 2016). Echter, om als instantie bedrijven aan te trekken, is het van belang om inzicht te krijgen in de vestigingsvoorkeuren van bedrijven en de locatiefactoren van een gebied. Waarom willen bedrijven zich op een bepaalde locatie vestigen en waarom niet? Wat maakt een plek zo aantrekkelijk voor een bedrijf? En in hoeverre kan je hier invloed op uitoefenen? Voor een organisatie zoals Economic Board Groningen is dit interessant om te weten want hier kunnen mogelijk acquisitie strategieën op worden aangepast.

Daarnaast is het ook van belang om te weten hoe ondernemers denken over Economic Board Groningen en de diensten die deze organisatie aanbiedt. Wat heeft een ondernemer aan Economic Board Groningen? En worden deze meningen bijvoorbeeld ook beïnvloedt door mensen hun woonplaats, de plek waar ze zijn gevestigd en/of de markt die ze bedienen.

1.2. Probleemstelling

Met dit onderzoek wordt getracht inzichtelijk te maken wat het bestaansrecht is van Economic Board Groningen in de regio Noord-Groningen vanuit het perspectief van ondernemers. Dit gebeurt aan de hand van de volgende onderzoeksvraag:

Wat is de rol van Economic Board Groningen met betrekking tot bedrijfsvestiging in de regio Noord-Groningen?

Om een antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag is onderzoek uitgevoerd naar de motieven van de bedrijven die zich hebben aangemeld bij EBG.

In dit onderzoek zal aandacht worden besteed aan de volgende vragen:

1 Wat zijn de locatie voor- en nadelen van Noord-Groningen en hoe zijn deze gewijzigd als gevolg van de aardbevingen?

2 Welke rol speelt het benaderen van bedrijven in de ontwikkelstrategie van de EBG.

3 Hoe kijken ondernemers aan tegen de interventies van Economic Board Groningen om het gebied economisch te versterken en hoe relateert dit zich aan de vestigingsplaats voorkeuren en/of waardering van ondernemers?

De resultaten van dit onderzoek kunnen van belang zijn voor overheidsinstanties, bedrijven en organisaties zoals Economic Board Groningen. Zij kunnen profiteren van de resultaten uit dit onderzoek en hun acquisitie strategie hier (mogelijk) op aanpassen. Vraagstukken die zich richten op waar bedrijven zich vestigen en waarom ze zich daar vestigen worden al jarenlang onderzocht in de economische geografie en planologie. Voor een recent overzicht, zie Atzema et al. (2002). Studies over locatiefactoren kunnen veelal worden onderverdeeld in de volgende categorieën, namelijk onderzoek dat zich richt op:

- het effect van specifieke locatiefactoren (bijvoorbeeld arbeidskosten).
- de locatiekeuzes van bedrijven uit specifieke sectoren zoals de tuinbouw of de kenniseconomie.
- de locatiefactoren van specifieke locaties, bijvoorbeeld urbane gebieden.

Deze drie benaderingen zullen verder worden uitgewerkt in de volgende hoofdstukken.

Naast het meer algemene onderzoek naar locatiefactoren zal ook worden gekeken naar de effecten van 'schokken' op de aantrekkelijkheid van een gebied voor bedrijven. Er zijn verschillende schokken mogelijk, bijvoorbeeld natuurrampen (Petak & Elahi, 2001), economische schokken zoals economische crises en faillissementen van grote bedrijven (Peric & Vitezic, 2016), oorlogen (Davis & Weinstein, 2002) en andere militaire acties. Tot slot zal worden gekeken naar het effect van krimp en vergrijzing. Dit omdat ons onderzoeksgebied Noord-Groningen beslaat en in deze regio veelal de effecten van deze ontwikkelingen te zien zijn. Het is interessant om te onderzoeken in hoeverre dit wordt meegenomen bij het kiezen van een locatie voor een bedrijf.

1.3. Opbouw thesis

Dit onderzoek wordt vervolgd met een overzicht van de voor de hoofdvraag relevante theorieën en concepten in een theoretisch kader (hoofdstuk 2). Vervolgens wordt er in hoofdstuk 3 een beschrijving gegeven van de gebruikte methodologie en zullen in hoofdstuk 4 de resultaten van het onderzoek worden besproken. In hoofdstuk 5 worden conclusies getrokken uit de onderzoeksresultaten en zullen deze conclusies kort bediscussieerd worden. Uit deze conclusies worden vervolgens aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek. Tot slot wordt dit verslag afgesloten met een literatuurlijst en enkele bijlagen.

2. Theoretisch kader

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader geschetst met betrekking tot het vestigingsgedrag en de locatiekeuzes van bedrijven. In dit kader worden de locatiefactoren behandeld die voor bedrijven doorslaggevend kunnen zijn bij het maken van een locatiebeslissing. Dit wordt gedaan aan de hand van verschillende locatietheorieën. Hierna zal worden gekeken naar het verband tussen ondernemerschap en regionale ontwikkeling. Tot slot zal worden gekeken naar het effect van een crisis of (natuur)ramp op het gedrag van bedrijven.

2.2. Locatietheorieën

Locatietheorieën richten zich op het ruimtelijk handelen van ondernemers en proberen de relaties tussen bedrijven en hun omgeving te verklaren. Er zijn verschillende theorieën die vanuit hun eigen invalshoek naar bedrijven kijken en verschillende opinies hebben over het (locatie) gedrag van bedrijven (Hayter, 1997). In de literatuur wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen vijf theoretische hoofdstromen. In dit hoofdstuk zal daarom vooral aandacht worden besteed aan deze vijf locatietheorieën: de (neo)klassieke, behaviorale, institutionele en evolutionaire locatietheorie en de new economic geography. De volgende paragraaf behandelt de verschillende locatietheorieën.

2.2.1. Klassieke locatietheorie

De klassieke locatietheorie dateert uit de tweede helft van de achttiende eeuw (Atzema et al., 2002). De klassieke locatietheorie houdt zich voornamelijk bezig met het vinden van de beste locatie voor een onderneming op basis van de transportkosten en de afstand tot de afzetmarkt (Lambooy, 1980). De belangrijkste veronderstellingen binnen de klassieke theorie zijn:

- Bedrijven streven naar minimale kosten;
- Dat de ondernemer volledig geïnformeerd is;
- Dat de ondernemer een 'homo economicus' is en slechts rationele beslissingen maakt (Meester, 1999);
- En tot slot dat de beschikbaarheid van productiefactoren (arbeid, kapitaal en land) bepalend is voor de productiemogelijkheden van het bedrijf (Atzema et al., 2002).

De theorie van Von Thünen en de industriële locatietheorie van Weber worden gezien als traditionele voorbeelden van de klassieke locatietheorie.

Von Thünen

Volgens Von Thünen (1826, in Clark et al., 2003) zijn transportkosten doorslaggevend voor het grondgebruik door in dit geval ondernemende boeren. Von Thünen keek daarom naar de ligging van de grond ten opzichte van de afzetmarkt. Zijn theorie had vijf aannames:

- Boeren zijn 'economic men';
- De grond rondom de stad is een isotrope (ongebruikte) vlakte;
- De stad is geïsoleerd, zelfvoorzienend en heeft geen externe invloeden;
- De kwaliteit van de grond is overal hetzelfde, idem voor klimaat;
- De boeren vervoeren zelf via de meest directe route.

Toenemende transportkosten als gevolg van een grotere afstand tot de afzetmarkt leidde tot een minder intensieve teelt. Von Thünen argumenteerde daarom dat intensieve teelt zich dicht bij de markt bevond terwijl extensieve teelt verder van de markt af zou gaan zitten.

Weber

Weber baseerde zijn theorie op die van Von Thünen maar richtte zich in het bijzonder op de locatiekeuzes van industriële bedrijven. Weber ging ervan uit dat de producent zich lokaliseert waar de kosten minimaal zijn. Volgens Weber werden de transportkosten bepaald door twee factoren, namelijk het gewicht van het product en de afstand waarover het product moet worden vervoerd. Industrieën waar de producten aan gewicht winnen, zoals brouwerijen, bakkerijen, autoassemblage, zullen daarom een locatie kiezen dicht bij de markt. Omgekeerd voor bedrijven waar met gewicht verliezende materialen wordt gewerkt, zoals hoogovens en papierindustrie, is het voordeliger zich nabij de bronnen van het ruwe materiaal te vestigen (Clark et al., 2003; Lambooy, 1988).

2.2.2. De neoklassieke locatietheorie

De neoklassieke theorie bouwt voort op de klassieke locatietheorie. Toch zijn er vijf belangrijke verschillen tussen de klassieke- en de neoklassieke locatietheorie (Atzema et al., 2002):

- De neoklassieke locatietheorie kijkt in tegenstelling tot de klassieke theorie naar de werking van de markt.
- In de neoklassieke locatietheorie zijn er meer marktvormen dan alleen het model van volledige mededinging. Concurrentie is dus mogelijk.
- Niet alleen wordt kostenminimalisatie in beschouwing genomen, maar ook de opbrengsten worden betrokken in de analyse.
- De neoklassieke theorie neemt interne schaalvoordelen in beschouwing. Wanneer een bedrijf zijn productie vergroot nemen de productiekosten per eenheid af.
- Tot slot houdt de neoklassieke theorie ook rekening met het verschil in de productiefunctie. Er kan verschil zitten in de relatieve prijs van productiefactoren.

De neoklassieke theorie legt dus meer de nadruk op de betekenis van concurrentie voor de locatiekeuze van een bedrijf. De belangrijkste grondleggers van de neoklassieke theorie zijn Christaller en Hotelling (Lambooy, 1988).

Christaller

Christaller richt zich in tegenstelling tot Von Thünen en Weber niet op de landbouw of industriële sector, maar op de dienstensector (Atzema et al., 2002). Volgens hem is er sprake van een hiërarchie in de voorzieningen (Lambooy, 1980). Christaller stelde dat er klassen van centrale plaatsen bestaan, die van elkaar worden onderscheiden door het aantal verschillende diensten en goederen die ze leveren. Deze plaatsen zullen volgens een uniform patroon in de ruimte verdeeld zijn, in termen van bevolkingsdichtheid en koopkracht. Niet de productie maar de consumptie staat centraal in zijn theorie. Ook de theorie van Christaller kent enkele veronderstellingen:

- Er is sprake van een isotrope vlakte;
- Transport neemt af naar mate de afstand groter wordt (friction of distance);
- De bevolking is regelmatig verspreid over de ruimte;
- Alle mensen hebben dezelfde inkomens en consumptiepreferenties;

- Alleen afstand wordt gezien als variabele (Lambooy et al., 1997).

Hotelling

Hotelling (1929) veronderstelt een duopolistische markt waarbij ondernemers rekening houden met het ruimtelijk gedrag van hun concurrenten. Hotelling beweert dat bedrijven bij hun locatiekeuze niet zozeer de consument zoeken maar juist de concurrent. Het verwerven van een gunstige positie op de markt wordt hierbij als doel gesteld. Elke ondernemer zal proberen de beste plaats te krijgen, maar de uiteindelijke evenwichtssituatie is dat twee bedrijven dicht bij elkaar zitten. Doordat beide bedrijven nu bij elkaar zitten vervallen de individuele reikwijdtes van de bedrijven, daarvoor in de plaats hebben ze nu een gezamenlijke grotere reikwijdte. Uiteindelijk zal marktconcurrentie dus leiden tot ruimtelijke clustering.

2.2.3. Behaviorale locatietheorie

De theoretische onvrede over bepaalde aannames van de (neo)klassieke theorie door onder andere Hirschman (1958), Pred (1967) en Sen (1977) leidde tot een nieuwe benadering waarin bedrijven steeds meer gezien werden als sociale organisatie (in Atzema et al., 2002). De 'economic man' bestond in hun ogen helemaal niet. Een ondernemer beschikt niet over alle relevante informatie ten aanzien van productiefactoren en marktomstandigheden en handelt daarnaast niet uitsluitend in economische overwegingen.

Simon (1955) introduceerde het begrip 'bounded rationality', aangehaald in Atzema et al. (2002). Simon was van mening dat perfecte rationaliteit in het dagelijks leven niet bestaat. De ondernemer moest volgens Simon niet gezien worden als een 'economic man', maar als een 'homo psychologicus'. De 'homo psychologicus' moet leven met beperkte informatie, met onzekerheid en daarom met risico. Hij maakt een rationele keuze binnen de grenzen van zijn inschattingmogelijkheden en gegeven zijn aspiratieniveau. Daarmee blijft het wel een rationele keuze, maar dan wel 'bounded'. Daarnaast zijn mensen, ook ondernemers, volgens hem geen 'optimizers', maar 'satisfiers'. Zij kiezen geen optimale maar een bevredigende vestigingslocatie.

In tegenstelling tot de (neo)klassieke locatietheorieën zijn in de behaviorale benadering de niet-economische aspecten ook van belang (Meester, 1999), namelijk:

- De individuele aspiraties van een ondernemer;
- Cultureel bepaalde waarden en normen;
- De regionale imago's.

2.2.4. Institutionele locatietheorie

Zowel de (neo)klassieke als de behaviorale locatietheorie werd bekritiseerd vanwege het feit dat deze theorieën de consumenten en producenten zien als actoren die zelfstandig beslissingen maken (McNee, 1958). Deze kritiek gaf aanzet tot een nieuwe denkwijze waarin de consument en producent actoren zijn die worden beïnvloed door hun omgeving (Brouwer et al., 2004). Verondersteld werd dat ondernemers zich aanpassen aan de maatschappelijke en culturele normen en waarden in een gebied.

In de institutionele locatietheorie zijn instituties, wetten en regels van belang voor de locatiekeuze van een ondernemer (Mariotti, 2005). Er wordt vanuit gegaan dat de locatiekeuze het uiteindelijke resultaat is van onderhandelingen tussen verschillende partijen en belanghebbenden.

2.2.5. Evolutionaire locatietheorie

De evolutionaire locatietheorie maakt gebruik van inzichten en modellen die afkomstig zijn uit de evolutionaire biologie om de dynamiek van economische verschijnselen in een regio te verklaren (Mariotti, 2005). In deze theorie staat de evolutie en padafhankelijkheid van een bedrijf centraal (Louw et al., 2009; Nelson & Winter, 1982). Met padafhankelijk wordt bedoeld dat het economisch gedrag van een bedrijf voor een belangrijk deel afhankelijk is van kennis en ervaringen die in het verleden zijn opgedaan (Boschma et al., 2002). De veronderstelling is dat ondernemers keuzes maken aan de hand van deze kennis en ervaring, waarbij de ideale keuzes vaak niet worden genomen en er onbekende risico's een rol kunnen gaan spelen (Mariotti, 2005). Om te overleven moeten bedrijven zich voortduren aanpassen aan de omgeving, waarbij wet- en regelgeving, normen en waarden zelf ook continu aan verandering onderhevig zijn (Rietbergen et al., 2008). De evolutionaire locatietheorie gaat er dan ook vanuit dat maar een deel van de bedrijven in de regio zich succesvol kan aanpassen aan de veranderende bedrijfsomgeving en een ander deel niet. De omgeving wordt in de evolutionaire locatietheorie hoofdzakelijk gezien als productiemilieu waar het geheel van ruimtelijke condities van invloed is op de vestigingslocatie en het functioneren van dat bedrijf (Atzema et al., 2002).

Schumpeter

Volgens Schumpeter (1934) komt economische groei voort uit een stijging van de factor productiviteit. Deze stijging is op zijn beurt het resultaat van de invoering van nieuwe, efficiëntere combinaties van productiefactoren, de 'neue Kombinationen'. Deze noemt men ook wel innovaties, daarbij onderscheidt men meestal:

- Procesinnovatie, vernieuwingen in het productieproces;
- Productinnovatie, bijvoorbeeld de introductie van kleurentelevisie;
- Organisatie-innovatie, zoals het invoeren van een andere managementstructuur;
- Marktinnovatie, het aanboren van nieuwe doelgroepen of marktgebieden;
- Grondstofinnovatie, de ontwikkeling van nieuwe grondstoffen.

Innovatie leidt tot onrust op de markt, waarbij bedrijven die vroeg innoveren een tijdelijke voorsprong hebben en andere bedrijven soms failliet gaan. Dit wordt door Schumpeter de creatieve destructie genoemd (Schumpeter, 1934).

2.2.6. New Economic Geography

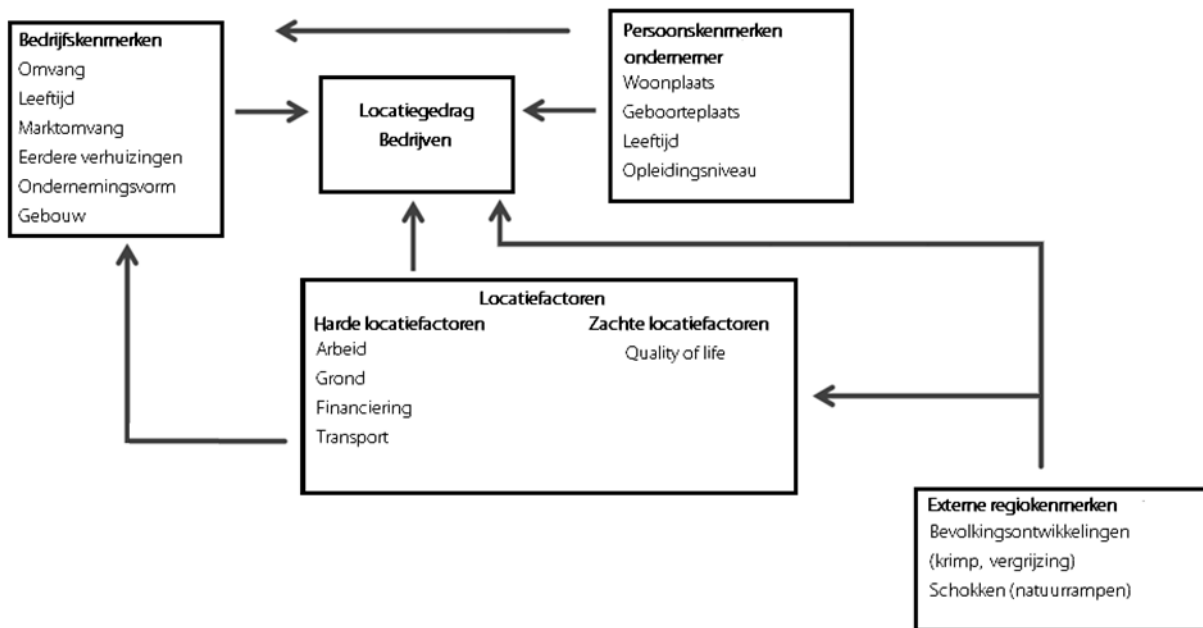
De voornaamste stroom uit de moderne locatietheorie is de New Economic Geography met als grondlegger Paul Krugman. De 'nieuwe economische geografie' houdt rekening met dynamiek in de zin dat kosten en opbrengsten kunnen veranderen, waardoor de huidige locatie niet meer de optimale hoeft te zijn. Een bedrijf dient dus te migreren van de huidige locatie naar een nieuwe als de eerste niet meer winstgevend is (push factors) maar de nieuwe locatie wel (pull factors) (Brouwer et al., 2004). Het nieuwe aan de New Economic Geography is dat eerdere modellen alleen beschreven hoe de grond in en rondom de stad wordt gebruikt. De New Economic Geography plaats de ontwikkelingen rondom een stad in een bredere context, namelijk in de context van de economie van een land.

2.2.7. Conclusie

Door de jaren heen zijn er dus veel theorieën gecreëerd die het locatiegedrag van bedrijven proberen te verklaren. De eerste theorieën waren voornamelijk gericht op het minimaliseren van de

kosten, terwijl de locatietheorieën die later ontstonden, soms als reactie op de eerste theorieën, stelden dat ondernemers geen ‘homo economicus’ zijn en dat locatiekeuzes ook worden beïnvloed door een persoon zijn omgeving. Het probleem met deze theorieën is echter dat ze misschien bruikbaar zijn voor het beschrijven van algemene situaties of van een mogelijke evenwichtssituatie, maar dat het voor specifieke situaties beperkt is. Murray et al., (1999) stellen daarom dat het basisprincipe van het selecteren van een locatie is dat het bedrijf kijkt naar een regio met karakteristieken die zullen matchen met de behoeftes van het bedrijf. Voor dat laatste doel is het belangrijk locatiefactoren te operationaliseren. Echter, voordat dieper wordt ingegaan op de verschillende locatiefactoren, zal eerst het conceptueel model worden geïntroduceerd.

2.2.8. Het conceptueel model



Figuur 1: Het conceptueel model

Dit model laat zien dat het locatiegedrag van bedrijven door verschillende factoren wordt beïnvloed en dat deze factoren elkaar ook beïnvloeden. Dit zal in de volgende paragraaf verder worden toegelicht met theorie.

2.3. Locatiefactoren

2.3.1. Harde en Zachte locatiefactoren

Bij de locatiekeuze van een bedrijf spelen harde en zachte locatiefactoren een rol (Jansen, 2009). Harde locatiefactoren zijn makkelijker uit te leggen dan zachte locatiefactoren. Traditionele locatiefactoren worden vaak 'harde' factoren genoemd, omdat deze relatief gemakkelijk zijn om aan te tonen (Pellenbarg et al., 2002). Ze zijn goed te vatten in meetbare eenheden, bijvoorbeeld in euro's (Brouwer et al., 2004). Zachte locatiefactoren zijn min of meer te scharen onder factoren die ontstaan vanuit persoonlijke gedachten (Jansen, 2009). Het worden ook wel de niet-economische factoren genoemd (Van der Hoek, 2007). Ze zijn van een hoger abstractieniveau en zijn en daardoor moeilijker uit te drukken in meetbare eenheden.

Uit onderzoek van Stec Groep (2001) blijkt dat het belang van zachte en harde locatiefactoren verschilt per bedrijfstak. Voor productie, distributie en in mindere mate de R&D-bedrijven zijn zachte locatiefactoren, zoals aantrekkelijkheid van het verblijfgebied of de kwaliteit van de omgeving, minder belangrijk. Een reden hiervoor zou kunnen zijn dat de factoren ruimte en de nabijheid van snelwegen belangrijker zijn waardoor het zoekgebied of de potentiële locatiekeuzes afnemen. Met als gevolg dat productie, distributie en R&D-bedrijven veelal terecht komen op industriegebieden, vaak gelegen naast de snelweg of in daarvoor gecreëerde bedrijventerreinen. De zachte factoren als aantrekkelijkheid van het verblijfsgebied, uitstraling, landschappelijke schoonheid etc. zijn in deze gebieden minder aanwezig en zullen daarom ook geen (grote) invloed hebben op de uiteindelijke keuze voor een locatie. Voor andere bedrijfstakken, zoals dienstverlening, zijn zachte locatiefactoren echter van groter belang omdat deze bedrijven vaak in de buurt van hun klanten zitten.

2.3.2. Harde locatiefactoren

In de literatuur worden de volgende harde factoren genoemd.

Arbeid (kwaliteit, kwantiteit, prijs)

Nabijheid van kennisinstellingen & onderwijsinstellingen

De aanwezigheid van onderwijsinstellingen kan een voordeel zijn voor ondernemers omdat het een constante instroom van afgestudeerde, talentvolle arbeidskrachten met zich mee brengt (Romein & Trip, 2009). Daarnaast kunnen onderwijsinstellingen ook van nut zijn als ondernemers en/of werknemers zelf een extra opleiding of cursus willen volgen. Blijven leren stimuleert het human capital van een (creatieve) ondernemer, wat volgens Porter (1990) en Currid & Williams (2010) de concurrentiepositie van een (creatieve) ondernemer versterkt. Hierdoor kunnen zij hun doelen bijstellen, hun capaciteit en vaardigheden vergroten en de waarde van culturele producten en diensten beter inschatten (Currid & Williams, 2010). De aanwezigheid van onderwijsinstellingen kan voor ondernemers daarom van groot belang zijn.

Aanwezigheid van voldoende personeel

Als een bedrijf zich ergens wil vestigen dan is het belangrijk dat er genoeg geschikt personeel aanwezig is. In een onderzoek van Folmer et al. (2011) geven zelfstandigen aan dat de aanwezigheid van voldoende gekwalificeerd personeel mee weegt in de keuze om naar een plek te verhuizen.

Arbeidskosten

Arbeidskosten zijn kosten die gemaakt worden voor de inkoop van arbeid. Deze kosten kunnen worden onderverdeeld in salarissen, toeslagen, uitkeringen, vergoedingen, werkgeversbijdragen,

pensioenpremies, en dergelijke. (Chen & Moore, 2010; Feng, Wu and Chia, 2010; Julka et al., 2007). Het verband tussen arbeidskosten en locatiekeuzes is vooral duidelijk te zien bij outsourcing. Bij outsourcing worden bepaalde bedrijfstakken (bijvoorbeeld manufacturing) naar ontwikkelingslanden worden verplaatst omdat de arbeidskosten daar vele malen lager zijn dan in westerse landen (Yang and Lee, 1997; Artikis, 1993).

Grond (kwantiteit, kwaliteit, prijs)

Bedrijven die een locatie verlaten doen dat voornamelijk omdat zij een ruimtegebrek ervaren (Pellenbarg & Van Steen, 2005). Het is dus belangrijk dat een nieuwe locatie over genoeg ruimte beschikt. Op sommige plekken, bijvoorbeeld in steden, is de grond schaars door een grote vraag en dit leidt tot hogere grondprijzen. Daarom zullen sommige bedrijven locaties zoeken waar de grondprijzen lager zijn, hoogstwaarschijnlijk in landelijke gebieden. Om die reden is bijvoorbeeld een groot deel van de industrie uit de steden vertrokken.

Mogelijkheden financiering/Subsidieregelingen

Artikis et al. (2011) onderzochten of financiële maatregelen bepaalde gebieden in Griekenland aantrekkelijker maakt voor bedrijven. Uit de resultaten van hun onderzoek bleek dat dergelijke maatregelen geen effect hebben op de locatiekeuze van fabrieken in Griekenland. Echter Hanson en Rohlin (2011) onderzochten wat het effect is van belastingvoordelen op nieuwe bedrijfsvestigingen in een lokaal gebied. Zij concludeerden dat er een positief significant verband was tussen financiële maatregelen en het aantrekken van nieuwe bedrijfsvestigingen. Uit hun resultaten bleek dat dit vooral zichtbaar was in de Retail en Servicesector.

Transport (Autowegen, Spoorwegen, Luchtverkeer, Havens en Digitale infrastructuur)

Verscheidene wetenschappers hebben al onderzoek gedaan naar de relatie tussen de locatiekeuzes van bedrijven en transport (Krugman, 1991; Button et al., 1995; Forkenbrock and Foster, 1996; Bruinsma et al., 1997; Bryan et al., 1997; Leitham et al., 2000). In 1995 stelden Button et al. dat het transportnetwerk (wegen, busverbindingen, spoorwegnetwerk, vliegverbindingen) één van de belangrijkste factoren is in de locatiekeuze van een bedrijf. Zij concludeerden dat een zwak wegennetwerk niet leidt tot de migratie van bedrijven maar dat een sterk wegennetwerk wel zwaar weegt in de voorkeur voor een locatie. Holl (2004) onderzocht wat het effect is van investeringen in het wegennetwerk op de vestiging van nieuwe productielocaties in Spaanse gemeenten. Hij concludeerde dat nieuwe snelwegen de ruimtelijke verspreiding van productielocaties beïnvloeden. De gemeenten die dicht bij de nieuwe snelwegen zaten werden aantrekkelijker als vestigingslocatie.

Daarnaast is niet alleen de aanwezigheid van infrastructuur belangrijk, maar ook de bereikbaarheid. Bedrijven die zijn gevestigd in steden hebben bijvoorbeeld vaker last van congestieproblemen (Medda et al., 1999). Congestie heeft een negatieve invloed op de bereikbaarheid en zal dan ook een negatief effect hebben op het vestigingsklimaat van een plaats. We zien dus dat ondanks de aanwezigheid van infrastructuur, bereikbaarheid ook van belang is. Uit onderzoek van Cushman & Wakefield (2011) blijkt dat op Europees niveau 42% van de dienstverlenende bedrijven een goede bereikbaarheid belangrijk vindt en meeneemt in het locatiekeuzeproces. Een goede bereikbaarheid zowel met het openbaar vervoer als met het eigen vervoer zorgt ervoor dat medewerkers, klanten en opdrachtgevers van een bedrijf hun tijd efficiënter kunnen gebruiken. Niet alleen de bereikbaarheid over de weg wordt belangrijker, ook het groeiende belang van parkeergelegenheid draagt bij aan de bereikbaarheid van een plek.

De digitale bereikbaarheid van een plek speelt sinds de afgelopen jaren steeds meer een rol in de keuze voor een locatie. Telecommunicatie in radio, tv, telefoon en internet en het gebruik ervan groeit enorm binnen bedrijven. Er komt steeds meer vraag naar bandbreedte op internet, bijvoorbeeld voor 'video streaming'. Daarnaast is ICT een belangrijke motor voor innovatie. Een goed ICT-netwerk zorgt er tevens voor dat bedrijven minder tijd kwijt zijn aan randzaken en zich bezig kunnen houden met de corebusiness. Uit het onderzoek van Cushman en Wakefield (2011) blijkt daarnaast dat kwalitatief hoogwaardige telecommunicatiemiddelen de afgelopen jaren in de top 3 van zwaarwegende locatiefactoren bij dienstverlenende bedrijven heeft gestaan.

2.3.3. Zachte Locatiefactoren

Quality of life (aanwezigheid voorzieningen/ imago locatiebeschikbaarheid, kwaliteit en kosten woningen, kosten van levensonderhoud, veiligheid, kwaliteit gezondheidszorg, welbevinden)

'Quality of life' is een verzamelbegrip voor alle zaken die het leven prettig maken op een bepaalde plek. Begin jaren 90 onderzocht Gottlieb (1994) of 'Quality of Life' ook bepalend was in het locatiebesluit van een bedrijf. De resultaten waren verrassend omdat de kwaliteit van de omgeving één van de voornaamste redenen was om als bedrijf ergens te vestigen. Het onderzoek van Pellenbarg & Meester (1986) beaamde dit. Zij concludeerden dat op basis van feitelijke vestigingsplaatskeuzes van bedrijven de 'Quality of Life', naast ligging en agglomeratievoordelen, een steeds belangrijker plaats inneemt. De aanwezigheid van goede voorzieningen, zoals een hoog voorzieningenniveau van winkels, horeca en restaurants, culturele voorzieningen zoals theaters, groen binnen de stad en allerlei mogelijkheden voor ontspanning, is dus van groot belang voor bedrijven en maakt van grote steden aantrekkelijke vestigingsplaatsen (Brueckner et al., 1999). Maar niet alleen voorzieningen zijn belangrijk, ook het imago van een gebied, de kwaliteit en kosten van woningen, het belastingregime, lage criminaliteit, de kwaliteit van de gezondheidszorg en kinderopvang, een schoon milieu, natuurschoon, de kwaliteit van het landschap (Breman et al., 2009) en culturele diversiteit. 'Quality of Life' is belangrijk voor ondernemers omdat zij veelal in de buurt wonen waar hun bedrijf is gevestigd. Het is daarom belangrijk dat een gebied naast een aantrekkelijke vestigingsplaats ook een plaats is waar je prettig kunt wonen. Daarnaast trekken zulke plekken potentiële 'high-technology' investeerders en hooggeschoolde arbeiders aan. De creatieve klasse laat zich namelijk in haar woonplaatskeuze niet alleen leiden door de plek van het werk, maar vooral ook door specifieke woonpreferenties (Glaeser, 2000). Waar de creatieve klasse graag wil wonen, vestigen zich bedrijven en worden nieuwe bedrijven gestart.

2.3.4. Kenmerken van de ondernemer

Niet alleen de kenmerken van het bedrijf of de kenmerken van de locatie tonen samenhang met verplaatsingsgedrag van bedrijven. Ook de persoonlijke kenmerken van ondernemers en managers zijn van belang voor verplaatsingen van bedrijven.

Woonplaats

Er lijkt sprake te zijn van een 'Local Bias in Entrepreneurship' (LBE); ondernemers vestigen zich vaak in de regio waar men al geruime tijd woont (Michelacci & Silva, 2007; Dahl & Sorensen, 2012). Eén van de redenen hiervoor is dat de ondernemer in zijn of haar thuisregio een sociaal leven heeft (Stam & Mueller, 2007; Dahl & Sorensen, 2012). Voor het starten van een onderneming zijn veel middelen nodig in de vorm van financiering, toeleveranciers, klanten, strategische partners en adviseurs. Het

sociale en zakelijke netwerk van een ondernemer is daarom erg belangrijk. Dat netwerk concentreert zich vaak in de regio waar de ondernemer woont, waardoor het bedrijf zich vaak zal vestigen in de 'thuisregio' van de ondernemer (Dahl & Sorensen, 2012; Michelacci & Silva, 2007). Een studie van Dahl & Sorensen (2012) in Denemarken toont aan dat bij een locatiekeuze, de woonplaats van een ondernemer zwaarder weegt in het besluit dan een rationale factor zoals winstmaximalisatie. Daarnaast kiezen ondernemers niet altijd voor de plaats waar zij het beste presteren met hun bedrijf maar zij kiezen ook een locatie die hen toelaat om meer tijd te besteden aan vrienden en familie (Dahl & Sorensen, 2012).

Geboorteplaats

Een 'Local Bias in Entrepreneurship' (LBE) geldt niet alleen voor de woonplaats van een ondernemer maar ook voor de geboorteplaats. Ondernemers vestigen zich namelijk vaak in de regio waar men geboren is (Michelacci & Silva, 2007). Het opgroeien in een bepaalde gemeenschap met een bepaald ondernemersklimaat of cultuur kan invloed hebben op de beslissing van een individu om ondernemer te worden en om zich ergens te vestigen. De meningen over de aantrekkelijkheid van locaties verschilt per industrie en zelfs per ondernemer. Ondernemers die opgegroeid zijn in een bepaalde regio beschikken over lokale informatie en connecties die van waarde zijn voor een onderneming. Ze hebben een beter idee van de economische mogelijkheden van een gebied en door hun bestaand netwerk is het eenvoudiger om werknemers te werven. Ondernemers kunnen daardoor floreren in een regio, ook al lijken deze locaties misschien onaantrekkelijk voor anderen. Voor de ondernemer is het daarom niet de vraag waar hypothetisch gezien zijn of haar bedrijf het beste kan worden gevestigd maar eerder welke locatie het meeste succesvol is met de middelen waarover het bedrijf beschikt (Dahl & Sorensen, 2012; Jack & Anderson, 2012).

Leeftijd

Indirect hebben de persoonskenmerken van een ondernemer invloed op de locatiekeuze bijvoorbeeld door zijn of haar leeftijd. De leeftijd van de ondernemer heeft namelijk invloed op de groei van een bedrijf. Jongere personen voelen over het algemeen meer prestatiedrang dan oudere personen. Onder het bewind van een jongere eigenaar of manager maken bedrijven meer kans om te groeien (Kenis, 2011). Groeiende bedrijven verplaatsen vaker dan bedrijven die niet groeien of gegroeid zijn (Brouwer et al., 2004). Doordat bedrijven van oudere ondernemers minder groeien, verplaatsen deze bedrijven ook minder.

2.3.5. Bedrijfsinterne factoren

Bedrijfs grootte

Het verplaatsingsgedrag wordt beïnvloed door de grootte van een bedrijf (Persillet & Shonkwiler, 2013). Zowel eenmanszaken als grote bedrijven verplaatsen relatief minder dan kleine en middelgrote bedrijven. Het is voor kleine bedrijven makkelijker om te verhuizen omdat de verhuiskosten lager zijn en de organisatorische problemen ook kleiner zijn dan bij grote bedrijven. Daarnaast geeft de grootte van een bedrijf ook een indicatie van de fase van de life cycle een bedrijf zit. Veel startende bedrijven zitten vaak in steden of 'nursery area's', wanneer een bedrijf groeit, zal deze meer ruimte nodig hebben en daarom ontstaat de behoefte om te verhuizen. Een toename in activiteiten zal voor een klein bedrijf waarschijnlijk eerder tot problemen leiden dan bij een groot bedrijf, die meer flexibiliteit heeft om een oplossing te vinden op de huidige locatie. Daarnaast is de kans dat een klein bedrijf groeit groter dan een groot bedrijf (Caves, 1998).

Leeftijd

De leeftijd van een bedrijf hangt ook samen met het verplaatsingsgedrag (Nguyen et al., 2013). Hoe ouder de bedrijven zijn, hoe kleiner de kans is dat zij verhuizen (Brouwer et al., 2004). Dit geldt voor bedrijven uit alle sectoren (Nguyen et al., 2013). Dit kan mogelijk komen doordat oudere bedrijven meer verankerd zijn op hun vestigingsplaats dan jonge bedrijven (Brouwer et al., 2004). Niet alleen de bedrijven verankeren, maar ook de ondernemers (Dahl & Sorensen, 2012). Een andere mogelijke verklaring is dat jongere bedrijven meer groeien dan oude bedrijven (Navaretti et al., 2014).

Marktomvang

De schaal van de activiteiten van het bedrijf, de marktomvang, heeft ook invloed op het verplaatsingsgedrag (Knoben & Oerlemans, 2008). Bedrijven die hun producten of diensten binnen de regio afzetten, verplaatsen over het algemeen vooral binnen de eigen vestigingsregio, bedrijven die een nationale of internationale marktomvang hebben, verplaatsen vaker naar een locatie buiten de regio (Knoben & Oerlemans, 2008).

Sector

Volgens Cohen (2000) is de sector waar een bedrijf toebehoort ook een bepalende factor voor de locatiekeuze van een onderneming. Ondernemers blijken afhankelijk van het type economische activiteit namelijk verschillende prioriteiten te leggen. Bij de zakelijke dienstverlening staat vooral de representativiteit van het gebouw en de omgeving voorop. Ook goed opgeleid personeel is belangrijk voor deze sector. Voor activiteiten die veel ruimte vergen, zoals transport, is een lage grondprijs van belang of de nabijheid van toeleveranciers.

Eerdere verhuizingen

Bedrijven die eerder verhuisd zijn, overwegen vaker om opnieuw te verhuizen dan bedrijven die nog nooit zijn verhuisd.

Ondernemingsvorm

Kahn en Henderson (1992) onderzochten of de totstandkoming van een bedrijf effect heeft op de locatiekeuze. Is er bijvoorbeeld een moederbedrijf en heeft dit effect op de locatie van de onderneming. Zij concludeerden dat het succes van de onderneming het meest belangrijk is, zij zullen dus een locatie zoeken die het meest aantrekkelijk is voor dat bedrijf ongeacht de totstandkoming van het bedrijf.

Gebouw

Het gebouw speelt ook mee in een locatiebesluit. Bedrijven binnen een stedelijke regio zullen bijvoorbeeld vaker verhuizen omdat daar de kans groter is dat de huisvestingskosten van een pand stijgen (Persillet & Shonkwiler, 2013). Bedrijven die een gebouw hebben gekocht zullen minder snel verhuizen dan bedrijven die een gebouw of kantoor huren omdat het extra kosten met zich mee brengt als een ondernemer eigenaar is van een gebouw of kantoor.

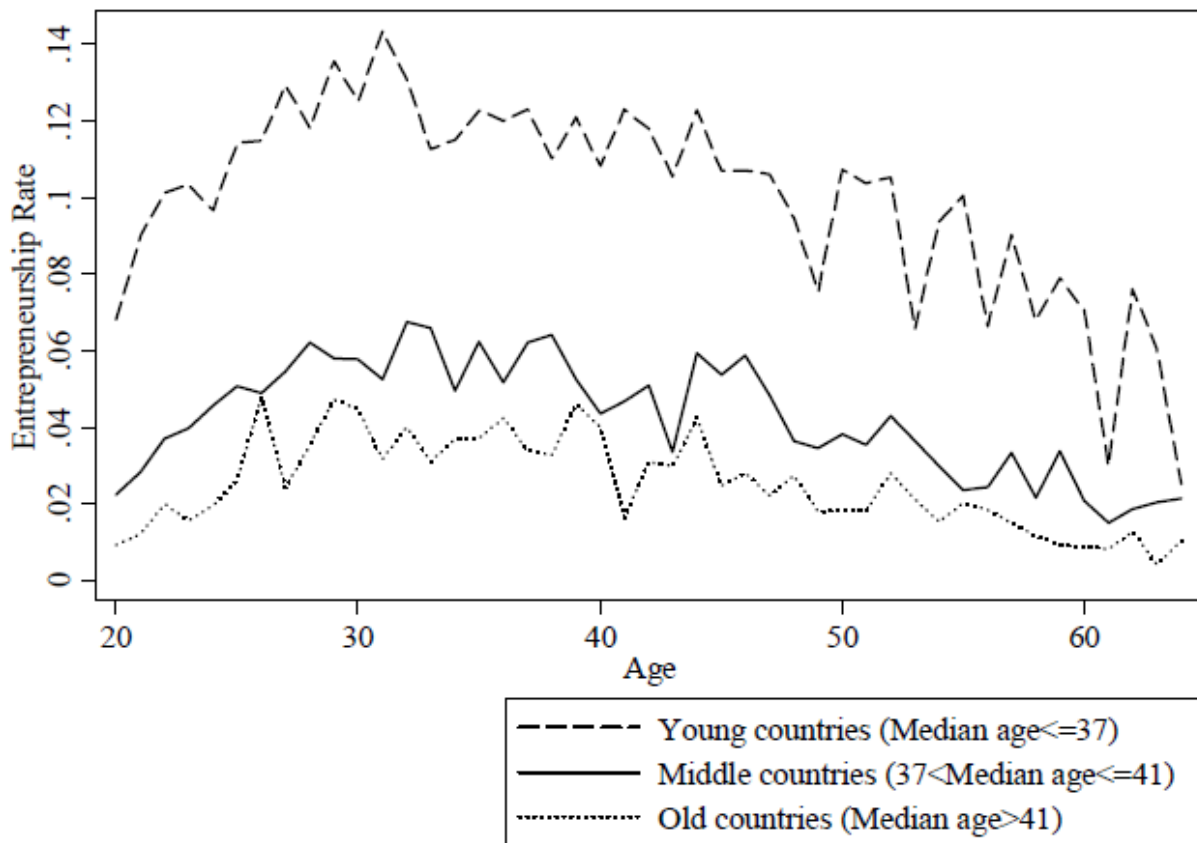
2.4. Het verband tussen ondernemerschap, regionale ontwikkeling en bevolkingsontwikkelingen

2.4.1. Het verband tussen ondernemerschap en regionale ontwikkeling

In de voorgaande paragrafen is besproken welke factoren mogelijk het locatiegedrag van ondernemers kunnen beïnvloeden. Echter, waarom is het zo belangrijk om te weten wat het locatiegedrag van een ondernemer kan beïnvloeden? Dit is belangrijk omdat het aantrekken van economische activiteiten vaak wordt gebruikt om regionale ontwikkeling te stimuleren. Dit komt omdat ondernemerschap wordt beschouwd als één van de belangrijkste drijfveren voor economische groei (Schumpeter, 1942). Nieuwe bedrijven hebben namelijk over het algemeen een positieve invloed op de werkgelegenheid (Wennekers & Thurik, 1999). Daarnaast versterken zij de leefbaarheid van een gebied. Tot slot introduceren ondernemers nieuwe technieken op de markt waardoor oude technieken worden uitgedaagd. Dit leidt tot onrust op de markt, waarbij bedrijven die vroeg innoveren een tijdelijke voorsprong hebben en andere bedrijven failliet gaan. Dit wordt door Schumpeter de creatieve destructie genoemd (Schumpeter, 1942). Hij stelde dat economische ontwikkeling het gevolg is van een evolutionair proces van creatieve destructie.

2.4.2. Het verband tussen bevolkingsontwikkelingen en ondernemerschap

Bevolkingsontwikkelingen in een regio, bijvoorbeeld krimp en vergrijzing, kunnen het proces van ondernemerschap beïnvloeden. In het geval van krimp neemt de bevolking af en dus ook het aantal potentiële ondernemers. Dit zal indirect weer leiden tot een afname in het aantal startups. Vergrijzing versterkt dit proces, dit komt omdat de waarschijnlijkheid om een bedrijf te starten zich vormt als een omgekeerde U. Na een bepaalde leeftijd neemt de kans dat iemand een bedrijf start af (Bönte et al. 2009; Schneider & Eichler 2007). Deze omgekeerde U-vorm is in figuur 2 terug te zien. Bovendien is in figuur 2 goed te zien dat landen met een jongere bevolking meer ondernemerschap tonen dan landen met een vergrijzende bevolking.



Figuur 2: Het verband tussen bevolkingsontwikkelingen en ondernemerschap
Bron: Liang, J. & Wang, H. & Lazear, E. P (2014)

Echter gaat het bij ondernemerschap niet alleen om startups en het oprichten van bedrijven maar bijvoorbeeld ook om de locatiekeuzes van ondernemers. In de literatuur wordt vaker het negatieve karakter van krimp en vergrijzing benadrukt wanneer het gaat om locatiekeuzes van ondernemers. Volgens Mazzarol en Choo (2003) hangt bijvoorbeeld het succes van een locatie af van de lokale vraag en van de arbeids-, transport- en productiekosten (Mazzarol and Choo, 2003; Disdier and Mayer, 2004), ook wel harde locatiefactoren genoemd. Krimp en vergrijzing hebben volgens hen een negatieve invloed op deze factoren en leiden bijvoorbeeld tot een tekort aan personeel of tot een stagnering van de vraag. Gebieden met krimp en vergrijzing zijn dus minder aantrekkelijk voor een rationele ondernemer die voor optimale winstmaximalisatie gaan. In dit geval zal ondernemerschap dus afnemen in gebieden met krimp en vergrijzing. Echter krimp en/of vergrijzing hoeft niet direct of noodzakelijk negatief te zijn. Ze leiden bijvoorbeeld ook tot kansen voor industrieën die zich richten op de grote potentiële markt die oudere mensen met zich mee brengen. Dit zijn bijvoorbeeld bedrijven die nieuwe diensten en producten realiseren, variërend van persoonlijk aangepaste zorg tot technologie dat makkelijk in gebruik is voor ouderen. Dit wordt 'Silver Economy' genoemd (Ahtonen, 2012). Daarnaast is het belangrijk om te realiseren dat een ondernemer aan meer denkt dan slechts het behalen van maximale winst (Stathopoulou et al., 2004). Er zijn meerdere factoren die het locatiebesluit beïnvloeden. Factoren die niets te maken hebben met het behalen van winst (Johnson and Rasker, 1995; Karakaya and Canel, 1998). De woonplaats kan bijvoorbeeld invloed hebben op het locatiebesluit van een ondernemer. Krimp en vergrijzing hoeven dus niet noodzakelijk te leiden tot een afname in ondernemerschap.

2.4.3 Het verband tussen bevolkingsontwikkelingen, ondernemerschap en regionale ontwikkeling

Uit meerdere studies blijkt dat in periodes met bevolkingsdaling de kans groter is dat er startups worden gegenereerd die op lange termijn onsuccesvol blijken te zijn en waar de impact op werkgelegenheid laag uitvalt (Mueller et al., 2008; Van Stel & Suddle, 2008). Dit komt omdat voornamelijk hoogopgeleide jongeren wegtrekken uit krimpregio's. Uit onderzoek blijkt dat er een positief verband bestaat tussen het opleidingsniveau van de ondernemer en het groeipotentieel van het bedrijf. Hoogopgeleide ondernemers zijn dus kansrijker om het bedrijf te laten groeien. Wanneer deze wegtrekken blijven de ondernemers met een lager groeipotentieel over. Daarnaast zijn jonge ondernemers dynamischer en nemen meer risico dan oudere ondernemers (Meccheri & Pelloni, 2006).

Toch blijkt uit eerder onderzoek dat het belangrijk is dat ondernemers zich vestigen in krimpregio's. Koster en Delfmann (2016) concludeerden in hun onderzoek dat nieuwe bedrijven in regio's met geringe bevolkingsdaling belangrijke generatoren zijn van werkgelegenheid en innovatie. Een toename van de werkgelegenheid en innovatie kunnen vervolgens leiden tot een toename van de productiviteit en concurrentie en dit kan uiteindelijk weer leiden tot regionale ontwikkeling.

2.5. Het effect van schokken op de economie

In de voorgaande paragrafen is uitgebreid gekeken naar bestaande theorieën over locatiekeuzes en de locatiefactoren die deze keuzes beïnvloeden. Naast dit meer algemene onderzoek, zal in dit hoofdstuk worden gekeken naar de effecten van 'schokken' op de aantrekkelijkheid van een gebied voor bedrijven. Dit wordt gedaan omdat het onderzoeksgebied Noord-Groningen beslaat en in deze regio veelal de effecten van de aardbevingen te zien zijn. Het is daarom interessant om te onderzoeken in hoeverre het vestigingsklimaat wijzigt als gevolg van deze 'schokken'.

Een crisis of een ramp heeft vaak een verwoestend en versturende impact op het (dagelijkse) leven van mensen. Immers, rampen kunnen onder andere bevolkingen verdrijven, gebouwen en infrastructuur verwoesten en de sociale cohesie van een gemeenschap aantasten. Al deze gevolgen hebben invloed op de economische groei en ontwikkeling van een gebied. Echter hangt de impact op de economie veelal af van het soort ramp.

Davis & Weinstein (2002) onderzochten of bombardementen tijdens de tweede wereldoorlog invloed hadden op de naoorlogse groei van Japanse steden. Zij concludeerden dat de schade, als gevolg van de bombardementen, geen langdurige impact had op de groei van Japanse steden. Brakman, Garretsen & Schramm (2004) kijken net als Davis & Weinstein (2002) naar het effect van de bombardementen tijdens de tweede oorlog maar richten zich in hun onderzoek op de naoorlogse groei van Duitse steden. Zij concludeerden dat de bommen een tijdelijk impact hadden op de naoorlogse groei van Duitse steden maar niet op lange termijn. Miguel en Roland (2011) focusten zich in hun onderzoek op het effect van de bombardementen tijdens de Vietnamoorlog. Zij concludeerden in overeenstemming met het onderzoek van Davis & Weinstein en Brakman et al. (2004) dat bombardementen geen lange termijn impact hebben op de groei van steden.

Rampen kunnen daarentegen ook natuurlijk van aard zijn. Er is de afgelopen jaren steeds meer onderzoek gedaan naar de effecten van natuurrampen op de economische groei (Loayza et al., 2012, Hallegatte and Dumas, 2009 en Strobl, 2012). In sommige van deze onderzoeken blijkt dat natuurrampen een positief effect hebben op economische groei terwijl uit ander onderzoek blijkt dat natuurrampen een negatief effect hebben of zelfs dat natuurrampen helemaal geen effect zouden

hebben op de economische groei. Zowel Skidmore & Toya (2002) en Fomby et al., (2009) vonden in hun onderzoek dat klimaatrampen (overstromingen) een positief effect hadden op de economische groei terwijl geologische rampen (zoals aardbevingen) geen significante impact hebben. Het positieve effect kan worden verklaard doordat verwoest kapitaal wordt vervangen door nieuw en verbeterd materiaal. Heger et al. (2008) vonden in hun onderzoek echter dat natuurrampen een negatief effect hebben op de regionale economie. Het is dus nog niet helemaal duidelijk wat het effect is van een natuurramp op de economische groei van een regio en of er überhaupt een effect is.

Daarnaast is er weinig bekend over het effect van (natuur)rampen op het gedrag van bedrijven. Een grote schok zoals een natuurramp kan namelijk de perceptie van ondernemers beïnvloeden, hierdoor kan het zijn dat nieuwkomers gebieden vermijden die last hebben van natuurrampen en kiezen voor andere locaties. Bedrijven lijden namelijk vaak schade van rampen en indirect zal dit effect hebben op de productiviteit van die bedrijven. Het zal daarom het gedrag van bedrijven kunnen beïnvloeden, zowel de investeringen als de export, de locatiekeuzes als de toetredingen en uitreding tot de markt.

Imaizumi et al. (2016) onderzochten wat het effect was van de Great Kanto aardbeving op de geografische verspreiding van industrieën in Japan. Zij concludeerden dat bedrijven na de aardbevingen veelal verhuisden naar gebieden waar hun klanten woonden. Siodla (2014) onderzocht wat het effect was van de aardbeving en de brand in San Francisco circa 1906 op de waarschijnlijkheid van een bedrijf om te verhuizen. Uit zijn resultaten bleek dat afgebrande bedrijven veel meer geneigd waren om naar een ander deel van de stad te verhuizen dan bedrijven die niet waren beschadigd en dat de waarschijnlijkheid om te verhuizen met dertig procent steeg.

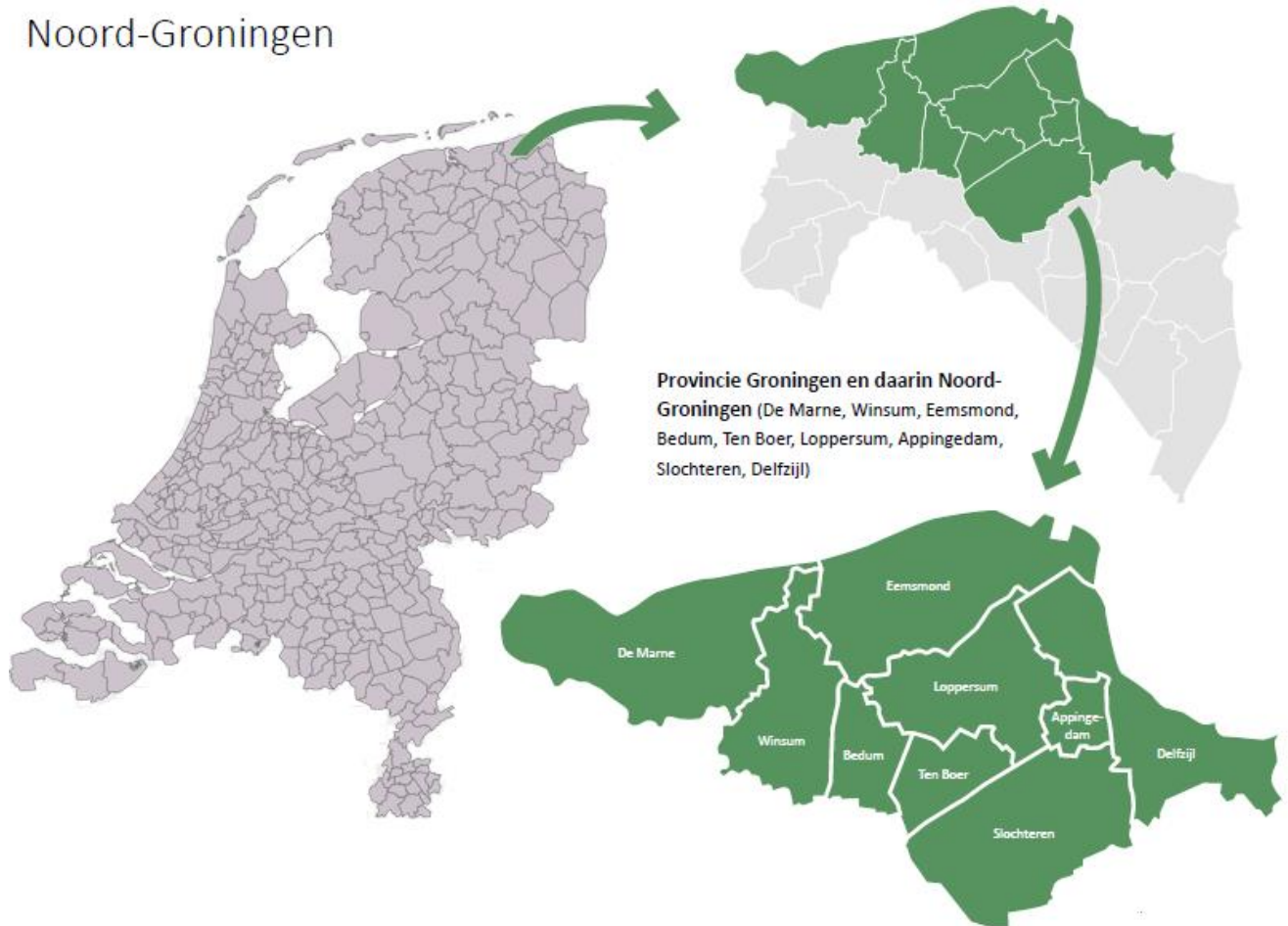
Uit de theorie blijkt dat een schok veelal effect heeft op de economische groei en ontwikkeling van een gebied. Vaak is dit effect tijdelijk en hebben de schokken geen lange termijn impact. Dit effect kan zowel negatief als positief zijn. Een negatief effect is bijvoorbeeld de schade die sommige schokken met zich meebrengen. Positieve effecten zijn bijvoorbeeld het geld dat wordt uitgegeven en de werkgelegenheid die wordt gecreëerd om een gebied weer op te bouwen. Als wordt gekeken naar het effect van een schok op het gedrag van bedrijven blijkt dat bedrijven die beschadigd of verwoest zijn tijdens de schokken, veelal hun bedrijfslocatie veranderen. Het is echter nog onduidelijk wat het effect is van schokken op het vestigingsklimaat van een gebied omdat hier nog weinig tot geen onderzoek naar is gedaan. Er is dus tot op het heden nog geen duidelijk beeld van het effect van een schok op het vestigingsklimaat van een gebied.

2.6. Conclusie

Een locatiebesluit wordt beïnvloed door harde locatiefactoren, zachte locatiefactoren, bedrijfsinterne kenmerken en kenmerken van de ondernemer. Eerder onderzoek constateert dat rampen op korte termijn een negatief of positief effect hebben op de economie van een gebied maar dat schokken op langere termijn geen of weinig impact hebben. Als het gaat om het effect van rampen op het gedrag van bedrijven ziet men dat bedrijven die schade hebben geleden veelal naar andere gebieden verhuizen. Echter, het is nog onduidelijk wat de effecten zijn van aardbevingen op het vestigingsklimaat van een gebied.

3. Locatiefactoren in beeld gebracht

Na deze theoretische basis zal er nu een kort profiel worden geschetst van de regio om een beter beeld te krijgen van het onderzoeksgebied. Dit zal worden gedaan aan de hand van een aantal van de locatiefactoren die in hoofdstuk 2 zijn beschreven. Niet alle locatiefactoren worden in beeld gebracht omdat hier geen data en/of informatie over beschikbaar was. In onderstaande figuur wordt de regio Noord-Groningen in kaart gebracht. De regio bestaat uit negen gemeenten: Appingedam, Bedum, Delfzijl, De Marne, Eemsum, Loppersum, Slochteren, Ten Boer en Winsum (zie figuur 3).



*Figuur 3: Kaart Noord-Groningen, Gemeente indeling 2017
Bron: Economic Board Groningen, Monitor Noord-Groningen 2016*

Noord-Groningen ervaart relatief gezien meer bevolkingsdaling dan andere gebieden in Nederland. De bevolking in Noord-Groningen neemt met 2,24% af terwijl de bevolking in Nederland met 1,49% toeneemt (tabel 1).

Regio	Bevolkingsontwikkeling in %
Appingedam	-0,43
Bedum	-0,71
Ten Boer	-1,67
Delfzijl	-4,70
Eemsum	-2,59
Loppersum	-3,13

De Marne	-3,14
Slochteren	1,04
Winsum	-2,53
Noord-Groningen	-2,24
Provincie Groningen	0,49
Nederland	1,49

Tabel 1: Bevolkingsontwikkeling, bevolking aan het begin van de periode 2012 – 2016

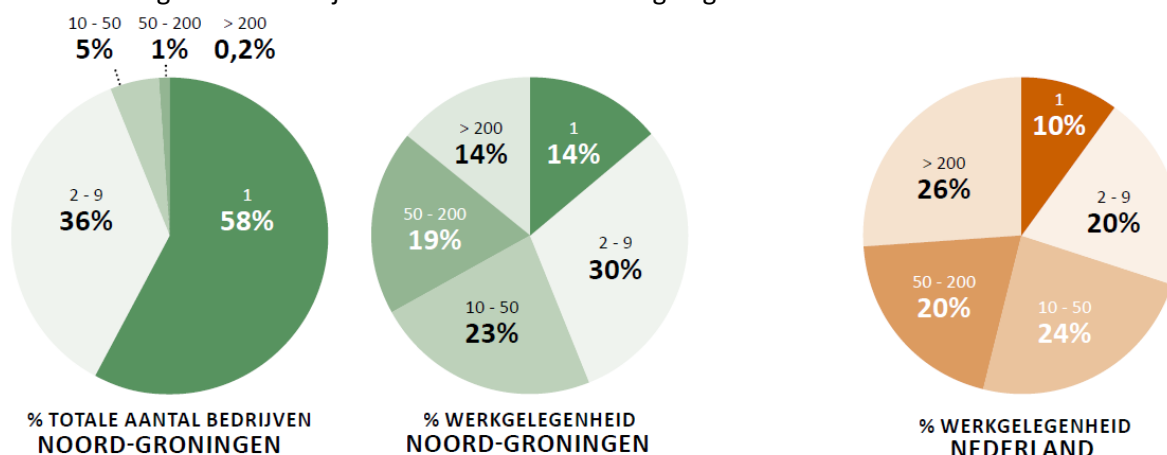
Bron: CBS, 2018a

De voornaamste oorzaak van deze bevolkingsdaling in Noord-Groningen is een negatieve natuurlijke aanwas, namelijk een afname van 2,2% terwijl dit in Nederland als geheel toeneemt met 1,4%. Met andere woorden, er sterven meer mensen in Noord-Groningen dan dat er worden geboren. Dit hangt samen met de vergrijzing in de regio. In 2016 nam het aantal ouderen in Noord-Groningen met 21,4% toe terwijl dit in de provincie Groningen met 18,4% toenam. Daarnaast is er sprake van een laag migratiesaldo. Het saldo in Noord-Groningen nam in 2016 met 1,43% toe terwijl dit in de provincie Groningen toenam met 10,6% (CBS, 2018b). De bevolkingsdaling in de regio wordt dus veroorzaakt door een negatief geboorteoverschot en een laag migratiesaldo.

3.1. Bedrijfsinterne factoren

3.1.1. Omvang bedrijven

Figuur 4 laat de verdelingen in bedrijfsgrootte in Noord-Groningen zien. 36% van de bedrijven in Noord-Groningen heeft 2-9 werknemers die zorgen voor 30% van de werkgelegenheid. Verreweg het grootste gedeelte van de bedrijven (94%) in Noord-Groningen heeft minder dan 10 werknemers. Deze bedrijven zorgen voor iets minder dan de helft van de werkgelegenheid (44%) in het gebied. In vergelijking met Nederland, waar de bedrijven met minder dan 10 werknemers goed zijn voor 30% van de werkgelegenheid, is dit hoog. De resterende 6% van de bedrijven met 10 of meer werknemers in Noord-Groningen draagt zorg voor iets meer dan de helft van de werkgelegenheid (56%). In Nederland zorgen deze bedrijven voor 70% van de werkgelegenheid.



Figuur 4: Bedrijvigheid naar grootte Noord-Groningen, 2014

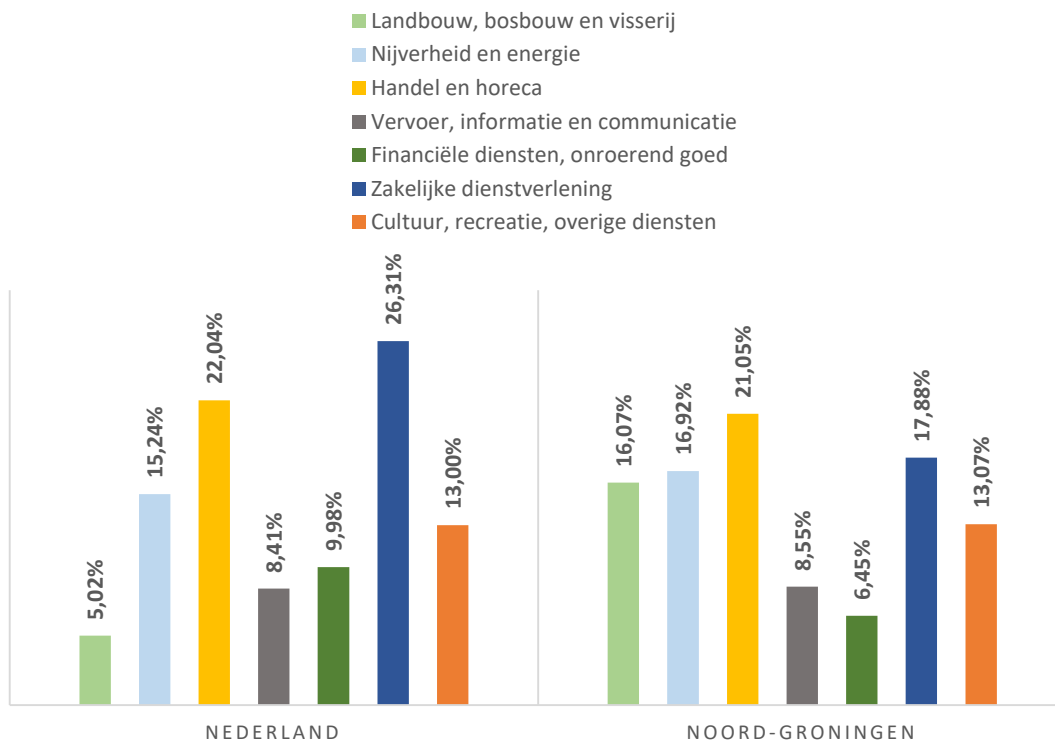
Bron: Economic Board Groningen, Monitor Noord-Groningen, 2016

3.1.2. Bedrijfssectoren

In onderstaande figuur blijkt dat Noord-Groningen ten opzichte van Nederland relatief goed scoort op de sectoren *Landbouw, bosbouw en visserij* en *Nijverheid en energie*. Het Noorden van Nederland is van oorsprong een agrarisch gebied (Gardenier et al., 2011) en scoort hierdoor waarschijnlijk

relatief hoog op de eerstgenoemde sector. De relatief hoge score van Groningen op de sector Nijverheid en energie wordt waarschijnlijk veroorzaakt door de gaswinning in Groningen.

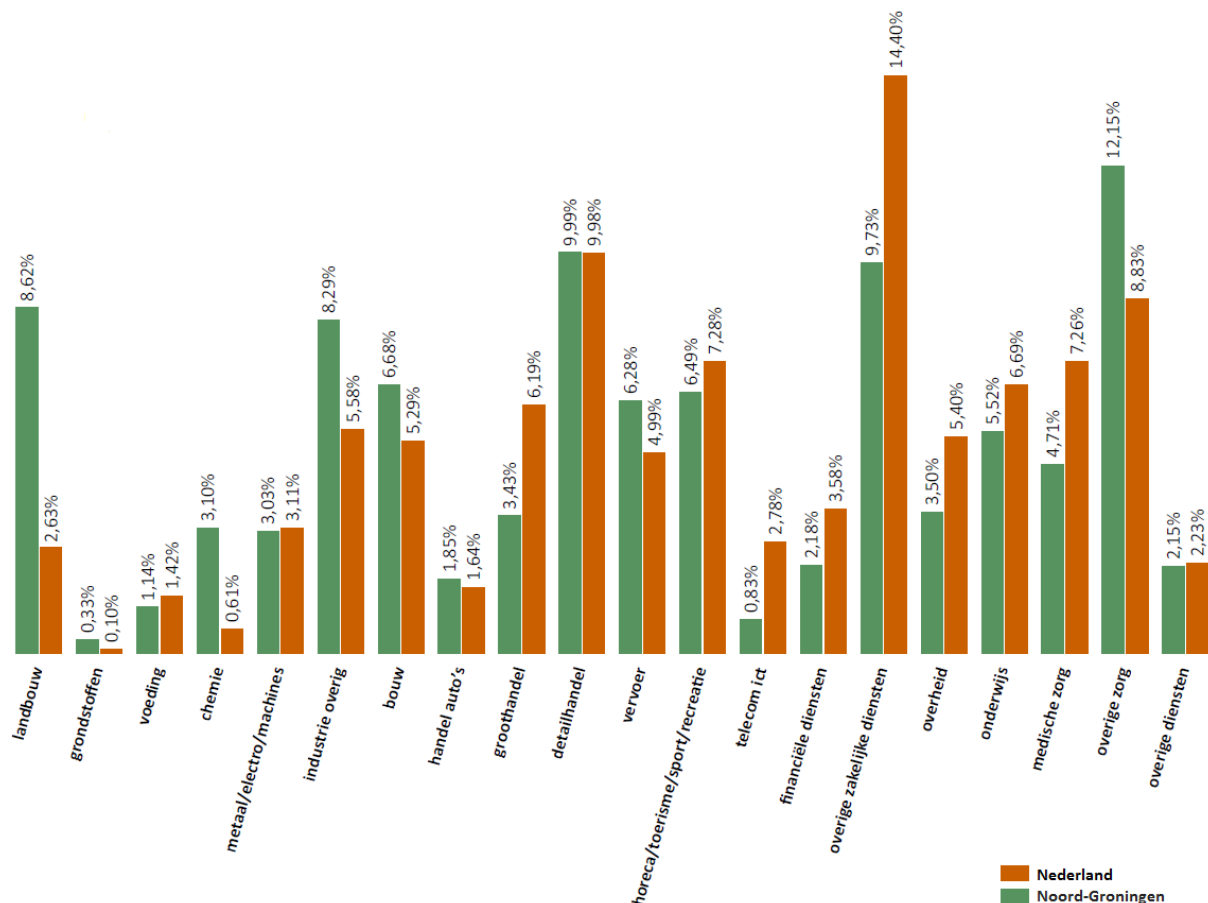
HET PERCENTAGE BEDRIJVEN PER SECTOR



Figuur 5: Aantal bedrijven per sector, 2016, N = 700

Bron: CBS, 2018b

In figuur 6 zijn de sectoren verder opgesplitst en wordt gekeken naar het aandeel van verschillende sectoren in de werkgelegenheid in Noord-Groningen en Nederland. Uit figuur 6 kan worden geconcludeerd dat de sectoren *Landbouw, Industrie (overig), Bouw en (Overige) Zorg* zowel absoluut als relatief groot zijn in Noord-Groningen ten opzichte van Nederland. De sector *Chemie* is in Noord-Groningen op zichzelf niet heel groot maar wel relatief gezien ten opzichte van Nederland. De hogere percentages in de *Chemie* en *Landbouw* komen overeen met figuur 5. Het relatief grote aandeel in de zorg kan worden verklaard door de vergrijzing. De vraag naar producten en diensten worden namelijk voor een deel beïnvloed door sociaal-demografische ontwikkelingen. Zo leidt de toename van het aantal oude ouderen (80 jaar en ouder) in veel regio's, in het bijzonder in de periferie, tot een toename van de vraag naar allerlei lokale zorgvoorzieningen (Ritsema van Eck et al, 2013). Het aandeel in de bouwsector kan worden verklaard door de aardbevingen. De aardbevingen leidden tot extra werkgelegenheid door herstelwerk en verstevigingsprogramma's (Royal HaskoningDHV, 2016).



Figuur 6: Werkgelegenheid per sector, 2015

Bron: Economic Board Groningen, Monitor Noord-Groningen 2016

3.2. Harde locatiefactoren

3.2.1. Arbeid (Kwaliteit, Kwantiteit, Prijs)

Opleidingsniveau van arbeid

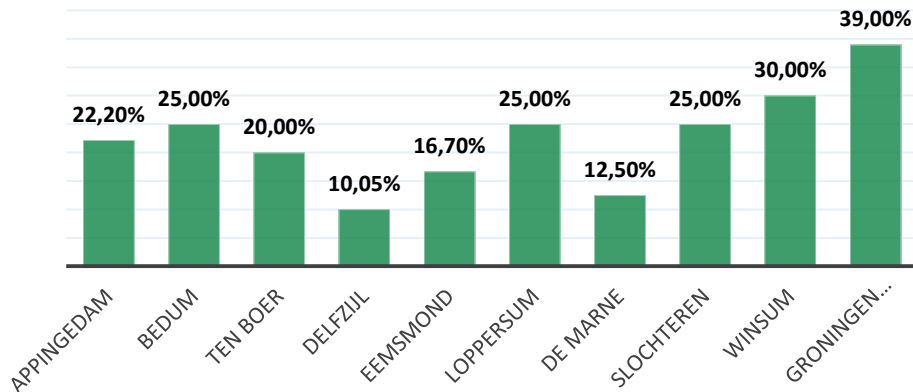
In de gemeente Groningen wonen relatief veel hoogopgeleide mensen. Dit kan worden verklaard door de aanwezigheid van een universiteit. Uit onderzoek blijkt dat hoogopgeleide mensen ook vaak wonen in de gemeenten die grenzen aan universiteitssteden. In figuur 7 zien we bijvoorbeeld dat er in de gemeenten Winsum en Bedum relatief veel hoogopgeleiden wonen. In de volgende quote van één van de geïnterviewden kwam dit ook naar voren¹.

“We hebben hier in het Noorden echt hele, hele goede hoogopgeleide mensen.” (Ondernemer B)

In de gemeenten die niet grenzen aan universiteitssteden is het aandeel hoogopgeleiden veelal kleiner. Dit is goed zichtbaar in de gemeenten die verder van de stad Groningen aflaggen. In Delfzijl is bijvoorbeeld het aandeel hoogopgeleiden relatief klein, namelijk 10,05% (Volksgezondheidszorg.info, 2018). Dit illustreert dat er in de provincie Groningen minder hoogopgeleiden wonen in de gemeenten die verder van Groningen aflaggen. Uitzondering is Appingedam.

¹ Voor de methodologische verantwoording van de interviews zie hoofdstuk 4.

Aandeel hoogopgeleiden per gemeente

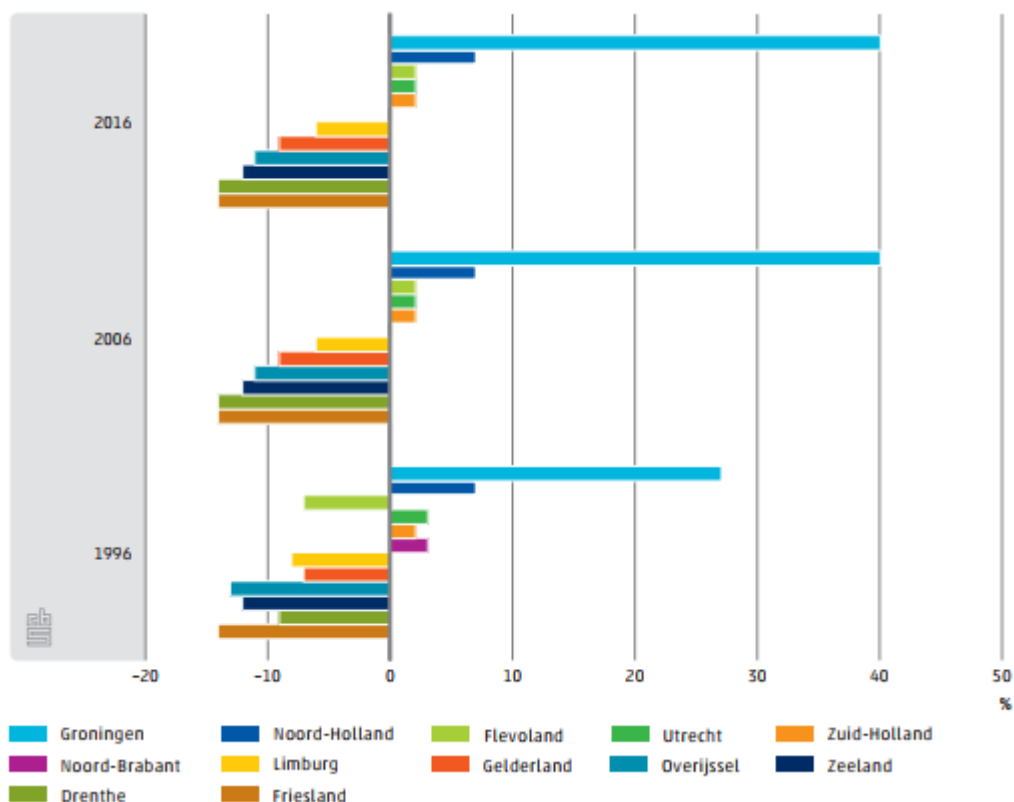


Figuur 7: Aandeel hoogopgeleiden per gemeente, 2015

Bron: Volksgezondheidszorg.info, 2018

Arbeidsproductiviteit

Uit onderzoek van het CBS blijkt dat de provincie Groningen jaarlijks de hoogste arbeidsproductiviteit heeft (figuur 8). Dit wordt veroorzaakt door de grote toegevoegde waarde van de delfstoffenwinning. De hoge arbeidsproductiviteit per saldo van de aardgaswinning is bepalend voor de overall productiviteit in de regio (Broersma & van Dijk, 2003). Deze cijfers zijn echter niet voor Noord-Groningen uit te splitsen.

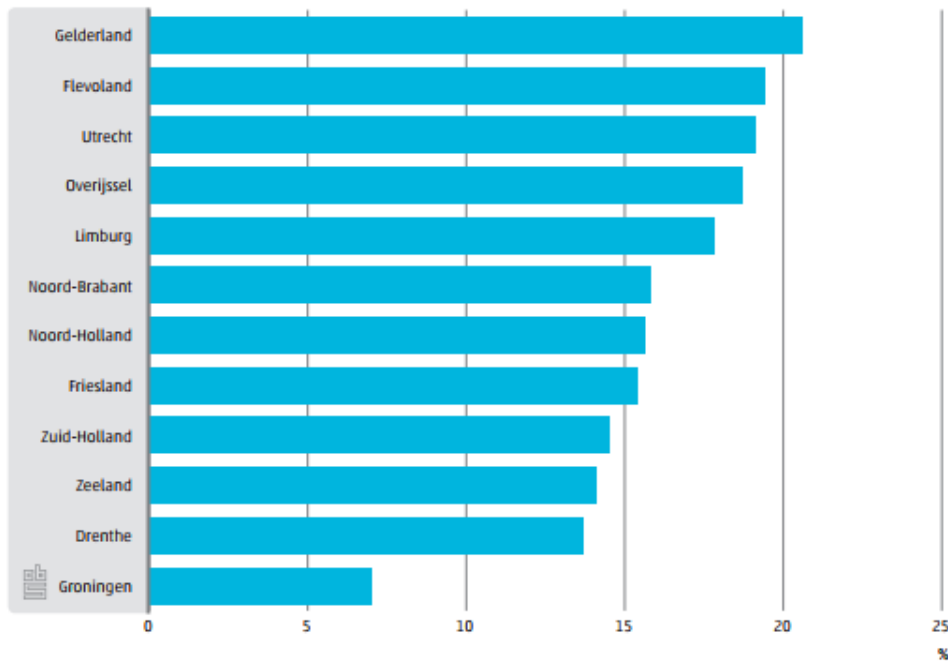


Figuur 8: Arbeidsproductiviteit als afwijking van het Nederlandse gemiddelde, 1995 - 2016

Bron: CBS, 2017

Arbeidskwantiteit

Uit onderzoek van CBS blijkt dat bedrijven in de Provincie Groningen het minst last hebben van personeelstekort. Ongeveer 7 procent van de bedrijven gaf in 2017 aan dat een tekort aan personeel een productiebelemmering vormde.

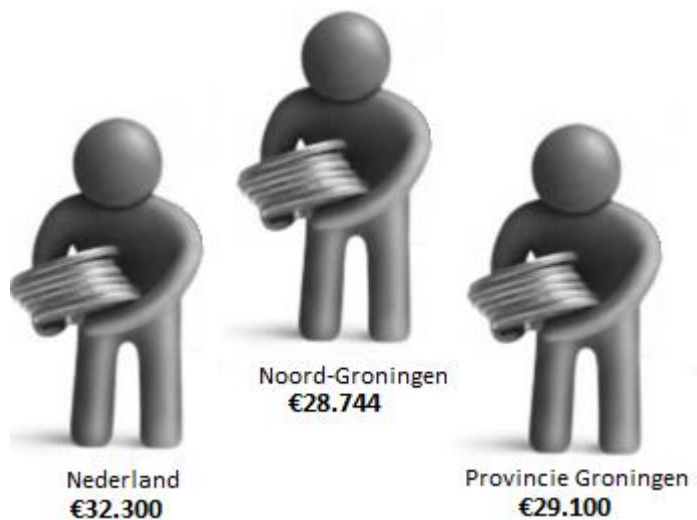


Figuur 9: Personeelstekort naar provincie, vierde kwartaal 2017

Bron: CBS, 2017

Inkomensniveau

Het gemiddelde inkomen in Noord-Groningen ligt lager dan het gemiddelde inkomen in Nederland en in de provincie Groningen. Het gemiddelde inkomen van Noord-Groningen is overigens wel vergelijkbaar met andere perifere regio's (Monitor Noord Groningen EBG, 2016).



Figuur 10: Gemiddeld inkomen van personen met 52 weken inkomen, 2015

Bron: CBS, 2018b

3.2.2. Grond (Kwantiteit, Prijs)

Ruimte

Uit het theoretisch kader bleek al dat genoeg ruimte voor een bedrijfslocatie erg belangrijk is. Voornamelijk omdat ruimte kansen biedt om in de toekomst uit te breiden. Uit de interviews van dit onderzoek kwam dit ook naar voren. Een aantal van de geïnterviewde ondernemers vond dat er in Noord-Groningen veel ruimte beschikbaar is. Of zoals één van de geïnterviewden het verwoordde:

“Ik hou wel van de wat opener ruimtelijke setting in Noord-Nederland. In het zuiden is het prima zakendoen, leuk om je even in te duiken maar om dagelijks op de A59 in de file te staan dan denk ik echt van jongens... daar word ik gewoon chagrijnig van.” (Ondernemer D)

Grondprijzen

Uit onderzoek blijkt dat de grondprijzen het laagst zijn in de noordelijke provincies van Nederland (Dienst Landelijk Gebied, 2013). Uit een onderzoek van de Dienst Landelijk Gebied blijkt dat de grondprijzen in de provincie Groningen zelfs lager zijn dan in Drenthe en Friesland. In 2012 was de prijs per hectare in Groningen €70.121 en in Drenthe en Friesland €188.937 en €71.774. De gemiddelde grondprijs in Nederland bedroeg in dat jaar €320.713. Het valt dus op dat de grondprijzen in de provincie Groningen laag zijn.

3.2.3. Transport

Noord-Groningen scoort goed op infrastructuur. Zoals hierboven al door ondernemer B werd genoemd zijn er minder congestieproblemen in Noord-Nederland dan bijvoorbeeld in de Randstad. De aanwezigheid van een haven, de nabijheid van een vliegveld (vliegveld Eelde) en een goed spoornetwerk, dat sinds maart 2018 ook naar de haven in Eemshaven rijdt (PrioRail, 2018), wordt daarnaast ook als voordelig gezien. Dit werd ook benoemd door één van de geïnterviewden.

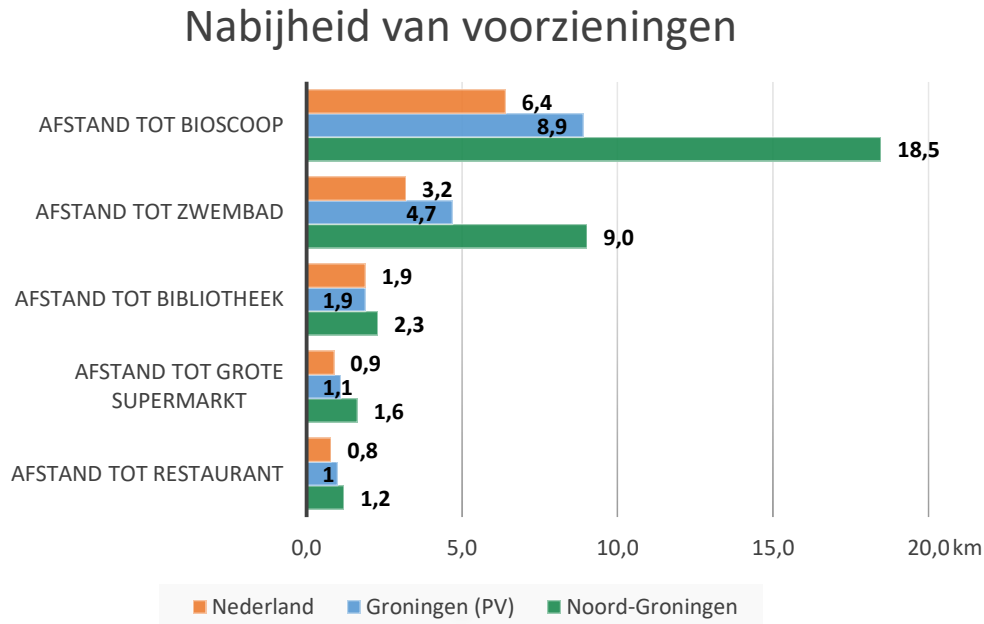
“We hebben in principe een goede zeehaven; We hebben een vliegveld; We hebben een redelijk goed Railway netwerk en er wordt gewerkt aan een betere ontginning van het achterland.” (Ondernemer H)

Het is daarentegen ingewikkeld om een beeld te schetsen van de bereikbaarheid van Noord-Groningen. Enerzijds, heeft de regio weinig last van congestieproblemen of opstoppingen. Anderzijds ligt *“de regio best ver weg van alles”* (Ondernemer B). De (relatieve) afstand naar het Zuiden van het land is bijvoorbeeld groot. Dit zou voor sommige ondernemers een belemmering kunnen zijn om zich in Noord-Groningen te vestigen.

3.3. Zachte locatiefactoren

3.3.1. Quality of life

Nabijheid van voorzieningen



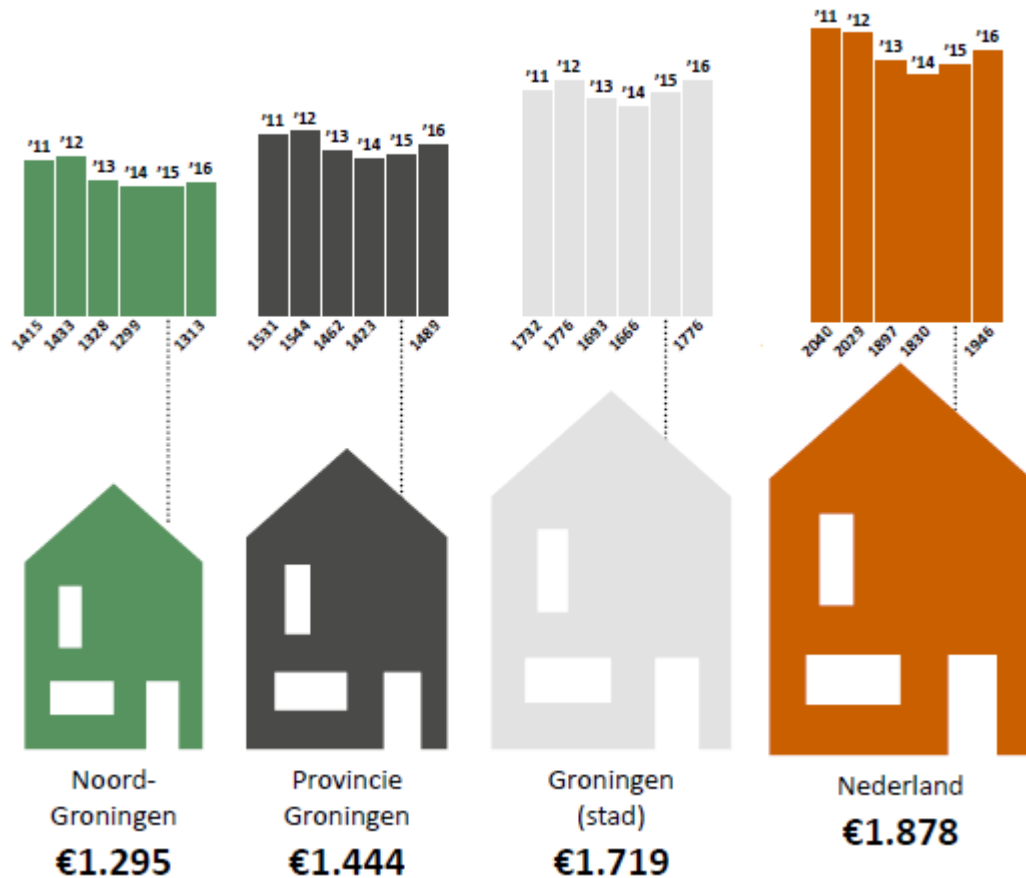
Figuur 11: Afstand tot voorzieningen in km, 2016

Bron: CBS, 2018b

De aanwezigheid van voorzieningen, zoals horeca en restaurants, theaters en bioscopen maakt een plaats aantrekkelijk. De voorzieningen dragen bij aan de kwaliteit van leven in een plaats. Zoals in het theoretische kader al is besproken neemt de 'Quality of Life' een steeds prominenter plek in als het gaat om de bedrijfslocatie (Pellenburg & Meester 1986). Figuur 11 illustreert dat Noord-Groningen minder goed scoort op het voorzieningenniveau dan bijvoorbeeld de provincie Groningen of Nederland als geheel. De afstand tot bepaalde voorzieningen is groter waardoor Noord-Groningen op dit gebied als minder aantrekkelijk kan worden ondervonden.

Kosten woningen

Huizenprijzen zijn een veelgebruikte indicator voor de aantrekkelijkheid van een regio als bedrijfs- en woonlocatie voor werknemers en consumenten. Als de woonkosten in een gebied relatief laag zijn, wordt dat gebied aantrekkelijker (Bremas et al., 2009). Het niveau van de huizenprijzen in Noord-Groningen ligt onder het landelijk gemiddelde (figuur 12). Dit betekent dat men goedkoop kan wonen in Noord-Groningen. Dit kan als voordelig worden gezien door ondernemers die hier willen vestigen of al in de regio wonen. Aan de andere kant kan het zijn dat lagere huizenprijzen worden veroorzaakt door negatieve ontwikkelingen en/of kenmerken van een plek (Roback, 1982). Een plek met lage huizenprijzen kan hiermee worden geassocieerd en juist minder aantrekkelijk worden gevonden. In Noord-Groningen zouden de lage huizenprijzen kunnen worden veroorzaakt door de aardbevingen (De Kam, 2016).



Figuur 12: Gemiddelde huizenprijzen per m², 2015

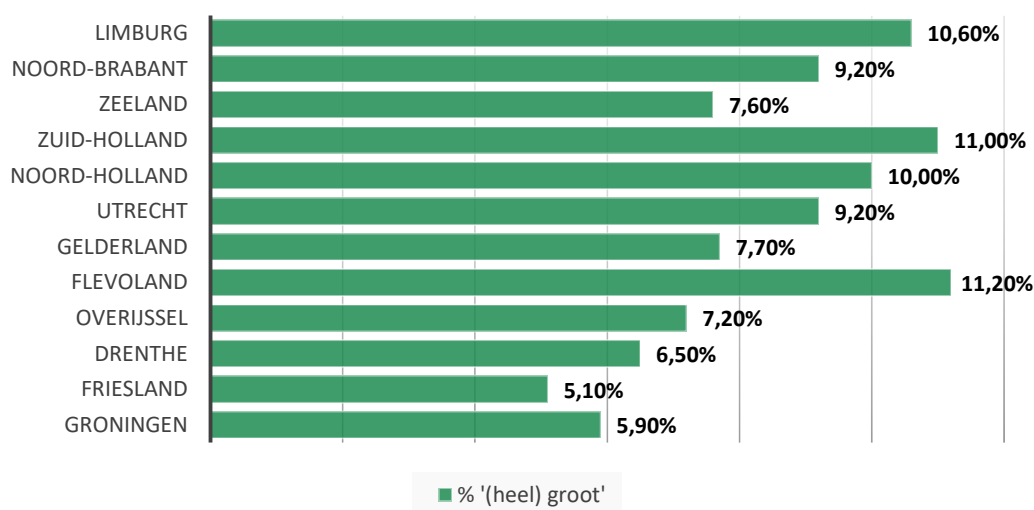
Bron: Economic Board Groningen, 2016

Veiligheid

Een veilig gevoel draagt daarnaast bij aan de 'Quality of Life' in een plaats. Figuur 13 illustreert hoe groot inwoners de kans achten dat er wordt ingebroken. Op Friesland na, voelen inwoners van de provincie Groningen zich het meest veilig. Zij achten de kans dat er bij hun wordt ingebroken minder dan 6%. Inwoners van Groningen voelen zich dus erg veilig in de provincie. Dit bleek ook uit het interview met ondernemer B.

"Als je een hightechbedrijf hebt en ik heb een pand aan op industriegebied in Amsterdam dan slaap ik 's nachts minder lekker als hier vanwege diefstal en inbraak." (Ondernemer B)

Kans om slachtoffer te worden van inbraak in woning



Figuur 13: Onveiligheidsgevoelens, 2016

Bron: CBS, 2018c

3.4. Conclusie

Uit dit hoofdstuk kan worden geconcludeerd dat Noord-Groningen op een aantal locatiefactoren goed scoort, namelijk: arbeidsproductiviteit, beschikbaarheid van arbeid, inkomensniveau, ruimte en grondprijzen. Noord-Groningen ervaart weinig personeelstekort en het gemiddelde inkomen van werknemers in Noord-Groningen is relatief gezien lager dan het gemiddelde van werknemers in Nederland als geheel. Daarnaast is er genoeg ruimte beschikbaar en zijn de grondprijzen in Noord-Groningen laag. Ook is het transportnetwerk in orde. Noord-Groningen scoort daarentegen minder goed op de aanwezigheid van voorzieningen. De afstand naar bepaalde voorzieningen is relatief groot in vergelijking met Nederland als geheel. Echter, dit varieert per gemeente in Noord-Groningen. Voor gemeenten die om de stad Groningen heen liggen is dit een minder groot probleem dan voor de gemeenten die verder van de stad aflaggen. De verschillen per gemeenten in Groningen zijn ook te zien als het gaat om het opleidingsniveau van arbeid. Gemeenten als Bedum en Winsum kunnen profiteren van de nabijheid van de stad en dus de universiteit. Echter, gemeenten als Eemsum en Delfzijl kunnen hier niet of minder van profiteren. Tot slot is het lastig om te beoordelen of Noord-Groningen goed scoort op bereikbaarheid. Enerzijds zijn er in Noord-Groningen weinig tot geen congestieproblemen. Anderzijds ligt Noord-Groningen ver van alles. Toch is het van belang om te bedenken dat een locatiebesluit persoonsgebonden is en daarom altijd in zekere mate subjectief blijft. Iemand die in de regio Noord-Groningen geboren is, kan de regio als aantrekkelijker beschouwen dan iemand die hier niet vandaan komt.

4. Methodologie

In dit hoofdstuk zal de methodologie van het onderzoek nader worden toegelicht. Allereerst wordt beschreven welke onderzoeksmethode er gehanteerd is. Vervolgens wordt ingegaan op de dataverzameling en de data-analyse. Hierna worden de ethische aspecten van dit onderzoek besproken en tot slot zal dit hoofdstuk eindigen met een reflectie op de kwaliteit van de data en het onderzoek.

4.1. Onderzoeksmethode

De vraag die in dit onderzoek centraal staat is wat de rol van Economic Board Groningen is met betrekking tot bedrijfsvestiging in de regio Noord-Groningen. Er zal daarom worden gekeken naar wat ondernemers aantrekkelijke locatiefactoren vinden en hoe zij denken over het vestigingsklimaat van Noord-Groningen. Ook zal er worden gekeken naar hoe ondernemers aankijken tegen de interventies van Economic Board Groningen om het gebied economisch te versterken en hoe dit zich relateert aan de vestigingsplaats voorkeuren en/of waardering van ondernemers. Omdat hier nog geen informatie over beschikbaar was, is gekeken of Economic Board Groningen beschikte over informatie over bedrijven waarmee zij bekend zijn. Dit was het geval. Economic Board Groningen beschikt namelijk op 1 juli 2017 (o.i.d.) over een acquisitie lijst met 113 bedrijven die (mogelijk) interesse hadden en/of hebben in een vestiging in Noord-Groningen. Deze acquisitielijst is gebruikt voor de benadering van bedrijven.

Economic Board Groningen gebruikt niet één specifieke acquisitie tool om bedrijven te werven. De bedrijven die op de acquisitielijst staan, zijn hier op verschillende manieren op terecht gekomen, namelijk:

1. Economic Board Groningen bezoekt beurzen om te kijken of hier bedrijven zijn die mogelijke uitbreidingsplannen hebben.
2. Een ander deel van de bedrijven op de lijst heeft bijvoorbeeld in de krant gestaan of is op de radio geweest en is daarna actief benaderd door Economic Board Groningen.
3. Met weer een ander deel van de bedrijven is Economic Board Groningen in contact gekomen via netwerkrelaties die (toevallig) bedrijven kenden die een locatie zochten.
4. Tot slot staan er bedrijven op de lijst die zelf Economic Board Groningen hebben benaderd.

Het bestand van 113 bedrijven is onderverdeeld in vijf uitsluitende categorieën, namelijk:

- A. Bedrijven die zich al in de regio hebben gevestigd
- B. Ondernemers waar EBG actief contact mee heeft
- C. Ondernemers waar EBG slechts eenmalig contact mee heeft gehad
- D. Ondernemers waar EBG contact mee heeft gezocht maar waar de bedrijven tot nog toe niet hebben gereageerd (eenzijdig contact) en tot slot;
- E. Ondernemers waar EBG nog geen contact mee heeft gezocht.

Met 64 van de 113 bedrijven had Economic Board Groningen al contact gehad (categorieën A, B & C), waarvan met 42 actief contact. Onder actief contact wordt in dit onderzoek verstaan herhaaldelijk contact afkomstig van beide kanten (categorieën A & B). Deze correspondentie kan hebben plaatsgevonden over de mail maar ook door een gesprek dat face-to-face heeft plaats gevonden.

Er is voor gekozen om tijdens dit onderzoek gebruik te maken van kwalitatief onderzoek aan de hand van semigestructureerde interviews. Het doel van kwalitatief onderzoek is om te begrijpen hoe mensen denken over bepaalde dingen en waarom (Valentine, 1997). Kwalitatieve onderzoeksmethodes kunnen dus gebruikt worden om onderzoek te doen naar het gedrag, de meningen, emoties en ervaringen van mensen.

In dit onderzoek is specifiek gekozen voor semigestructureerde interviews. Dit houdt in dat de volgorde van de vragen op voorhand is opgesteld, maar dat men wel de flexibiliteit krijgt om hiervan af te wijken (Longhurst, 2010). Het doel hiervan is om het gesprek zo natuurlijk mogelijk te laten verlopen (O’Leary, 2010). Daarnaast geeft het de participanten en de onderzoeker de vrijheid om tijdens het gesprek bepaalde onderwerpen toe te voegen. In de bijlage is de interview guide opgenomen.

4.2. Dataverzameling

Uiteindelijk zijn er bij negen ondernemers interviews afgenomen. Er is gebruik gemaakt van de acquisitielijst van EBG. De ordening van deze lijst is gebaseerd op de categorieën (A tot en met E) in de voorgaande paragraaf. De eerste vijf bedrijven in de lijst waren al in de regio gevestigd, met de 37 bedrijven daaronder had EBG actief contact en met de 22 bedrijven daaronder heeft EBG eenmalig contact gehad. Er is bovenaan de lijst begonnen met bellen totdat er zes ondernemers waren die mee wilden werken aan dit onderzoek. Tijdens het bellen van de ondernemers waren er een aantal ondernemers die de telefoon niet opnamen en er waren een aantal ondernemers die niet aan dit onderzoek wouden meewerken. Bij voorkeur is deze selectie dus niet selectief geweest. De overige drie ondernemers zijn benaderd tijdens een evenement en is gevraagd of zij mee wilden werken aan het onderzoek. Deze drie hebben overigens alle drie gebruik gemaakt van de diensten/financiering van Economic Board Groningen.

De respondenten zijn benaderd op basis van de methodes van ‘cold calling’ en ‘recruiting on location’. Cold calling kan hier het beste geïnterpreteerd worden als een methode waarbij direct op de potentiële respondent wordt afgestapt om medewerking aan het onderzoek te vragen (Longhurst, 2010). Dit is gedaan bij zes van de negen ondernemers die telefonisch zijn benaderd. Deze ondernemers zijn telefonisch benaderd omdat ondernemers het veelal druk hebben. Zij zullen daarom misschien niet of minder snel reageren op mails en/of post. De andere drie ondernemers zijn tijdens een evenement van Economic Board Groningen benaderd. Dit kan worden gezien als ‘recruiting on location’ of ‘on-site recruiting’.

4.3. Data-analyse

Nadat de diepte-interviews waren afgenomen zijn de interviews aan de hand van geluidsopnames getranscribeerd. Het transcriberen van de diepte-interviews biedt de mogelijkheid om de verkregen data te coderen. Hennink et al. (2011) geven aan dat bij kwalitatief onderzoek codes gebruikt kunnen worden om te refereren naar een onderwerp, idee, mening et cetera. Coderen helpt bij het beter begrijpen van je data. Voordat je gaat analyseren is het van belang dat je een onderscheid maakt tussen de relevante en niet relevante delen van de interviews. Met behulp van coderen kan de data gereduceerd, georganiseerd en geanalyseerd worden. Coderen selecteert dus de essentiële delen uit de interviews en organiseert de alinea’s in het transcript op onderwerp en/of thema (Cope, 2016).

Om de data van dit onderzoek te analyseren is eerst gekeken naar het theoretische kader en de concepten die gebruikt zijn. Deze zijn vervolgens via de deductieve methode vertaald naar codes.

Deductieve codes zijn codes die van tevoren door de onderzoeker zijn ontwikkeld op basis van de onderzoeksvragen, het theoretisch kader en het conceptuele model (Saldaña, 2013). De codes reflecteren de belangrijkste thema's in dit onderzoek, namelijk: bedrijfskenmerken, persoonlijke kenmerken, harde locatiefactoren, zachte locatiefactoren en externe regionale kenmerken.

Daarnaast is gekeken naar codes die zich voordoen in de data (Saldaña, 2013). Dit worden wel inductieve codes genoemd. In dit onderzoek zijn dit dus codes die afgeleid worden van de negen interviews. Inductieve codes vormen een samenvatting van de ideeën en meningen van de participanten (Hennink et al., 2011).

De data is vervolgens geanalyseerd met behulp van het programma Atlas.ti.

4.4. Ethiek

Onderzoekers dienen rekening te houden met ethische aspecten tijdens hun onderzoek. Hennink et al. (2011) geven aan dat ethiek een belangrijke rol speelt in kwalitatief onderzoek. Het is daarom van belang om zorgvuldig om te gaan met de verkregen informatie (Hennink et al., 2011). In het begin van elk interview is daarom aangegeven dat het interview alleen voor academische doeleinden gebruikt zal worden. Er is duidelijk gemaakt dat de onderzoeker, ondanks haar stage bij de Economic Board Groningen, objectief zal blijven. Dat de deelnemer het recht heeft om op elk gewenst moment, zonder uitleg, zich te onttrekken aan het onderzoek. Daarnaast is benoemd hoelang het interview ongeveer gaat duren zodat de respondent weet waar hij aan toe is. Vervolgens is er gevraagd of de participanten anoniem wilden blijven in het onderzoek. Tot slot is gevraagd of het interview opgenomen mocht worden. Aan het eind van het interview is bovendien gevraagd of de participant het onderzoek wilde ontvangen als dit klaar was.

Verder is er rekening gehouden met een paar andere aspecten tijdens het interviewen. Zo is het belangrijk dat de participant zich op zijn gemak voelt en daarnaast moet de geïnterviewde persoon de mogelijkheid hebben om vrijuit te kunnen spreken. Verder is het van belang dat de kwaliteit van de opnames van de diepte-interviews goed is, zodat het mogelijk blijft om alles terug te kunnen luisteren.

4.5. Reflectie

Er zijn in dit onderzoek dus negen interviews afgenomen. Echter, deze negen interviews zeggen niets over de 113 die op de acquisitielijst staan omdat het grootste gedeelte van de geïnterviewde bedrijven al in de regio zit of actief contact heeft met EBG. Ze zeggen dus niets over de ondernemers die slechts éénmalig contact hebben gehad met EBG of zelfs helemaal geen contact hebben met EBG. Daarnaast is de acquisitielijst van EBG ook niet selectief tot stand gekomen. EBG richt zich namelijk op bepaalde sectoren en benadert bedrijven op bepaalde manieren waardoor sommige bedrijven mogelijk worden uitgesloten. De negen bedrijven die zijn geïnterviewd zeggen dus weinig over het totaal aantal bedrijven waar EBG contact mee heeft. Daarnaast zijn de bedrijven die op de acquisitielijst staan van EBG geen representatieve afspiegeling van de bedrijfspopulatie. Per definitie gaat het dus over een hele selectieve groep.

Daarnaast is de acquisitielijst die is gebruikt voor het verzamelen van de data geordend op basis van de categorieën genoemd in hoofdstuk 4 (A tot en met E), met de bedrijven die al in de regio zijn gevestigd bovenaan en de bedrijven waar nog geen contact mee is geweest onderaan. Omdat bovenaan is begonnen met 'cold calling' is een groot deel van geïnterviewde bedrijven (met behulp van EBG) al gevestigd in de regio. Het verzamelen van de data is daarom niet willekeurig in termen van het contact met EBG. Het kan daarom zijn dat de bedrijven bovenaan de lijst positiever

tegenover EBG en de regio staan. Echter als wordt gekeken naar andere kenmerken, bijvoorbeeld sectorverdeling, is er geen veronderstelling die erop wijst dat bedrijven met bepaalde kenmerken bovenaan de lijst staan en gevestigd zijn in de regio.

Ondanks dat voorafgaand aan de interviews benoemd is dat de onderzoeker objectief zou blijven en er aangegeven is dat dit onderzoek wordt beoordeeld door de Rijksuniversiteit Groningen en niet door Economic Board Groningen, liep de onderzoeker op het moment van veldwerk stage bij Economic Board Groningen en zijn alle telefoonnummers via Economic Board Groningen verkregen. In dit onderzoek moet daarom rekening worden gehouden met de mogelijkheid dat een ondernemer zijn antwoorden hierdoor onbewust dan wel bewust heeft aangepast. Dit kan effect hebben op de kwaliteit van dit onderzoek.

Daarnaast hadden sommige vragen van het interview beter geformuleerd moeten worden. In het interview werd gevraagd naar locatiefactoren die de participant belangrijk vond. Echter, vaak begon de geïnterviewde dan locatiefactoren op te noemen die ze in Groningen als positief beoordeelden. Een andere vraag die de participanten verkeerd opvatten was op welke afzetmarkt het bedrijf gericht was. Beiden vragen zijn daarom nader toegelicht door middel van voorbeelden. Dit maakt de vraag in eerste instantie duidelijker maar kan ook als sturend worden opgevat. In een volgend onderzoek zal dit bij het opstellen van de interview guide al moeten worden meegenomen.

Er is gekozen om een deel van de ondernemers te interviewen die actief contact hebben met Economic Board Groningen. Er is gekozen om juist op deze ondernemers te focussen omdat dit onderzoek dieper in wilde gaan op de meningen van deze ondernemers. Indien we alle ondernemers hadden benaderd of random bedrijven hadden benaderd uit Nederland had dit geresulteerd in een onderzoek dat geen bijdrage leverde aan de wetenschap. Er is namelijk al veel onderzoek gedaan naar de locatievoordelen van plekken en welke locatiefactoren ondernemers belangrijk achtten (zie inleiding/theoretisch kader). In dit onderzoek was het belangrijk dat duidelijk werd wat de locatie voor- en nadelen van Noord-Groningen zijn; Hoe ondernemers aankijken tegen de interventies van Economic Board en hoe dit zich relateert aan de vestigingsplaats voorkeuren en/of waardering van ondernemers? Echter, het focussen op een zodanig kleine groep betekent dat de data zeer specifiek is voor deze participanten. Het betekent dat de resultaten niet representatief zijn en dat de data niet gegeneraliseerd kan worden.

5. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit de diepte-interviews gepresenteerd. Het beantwoorden van hoofdvraag: *Wat kunnen we leren van de bedrijven die zich mogelijk in Noord-Groningen willen vestigen voor de locatiefactoren van de regio?* vormt een belangrijk onderdeel van dit hoofdstuk.

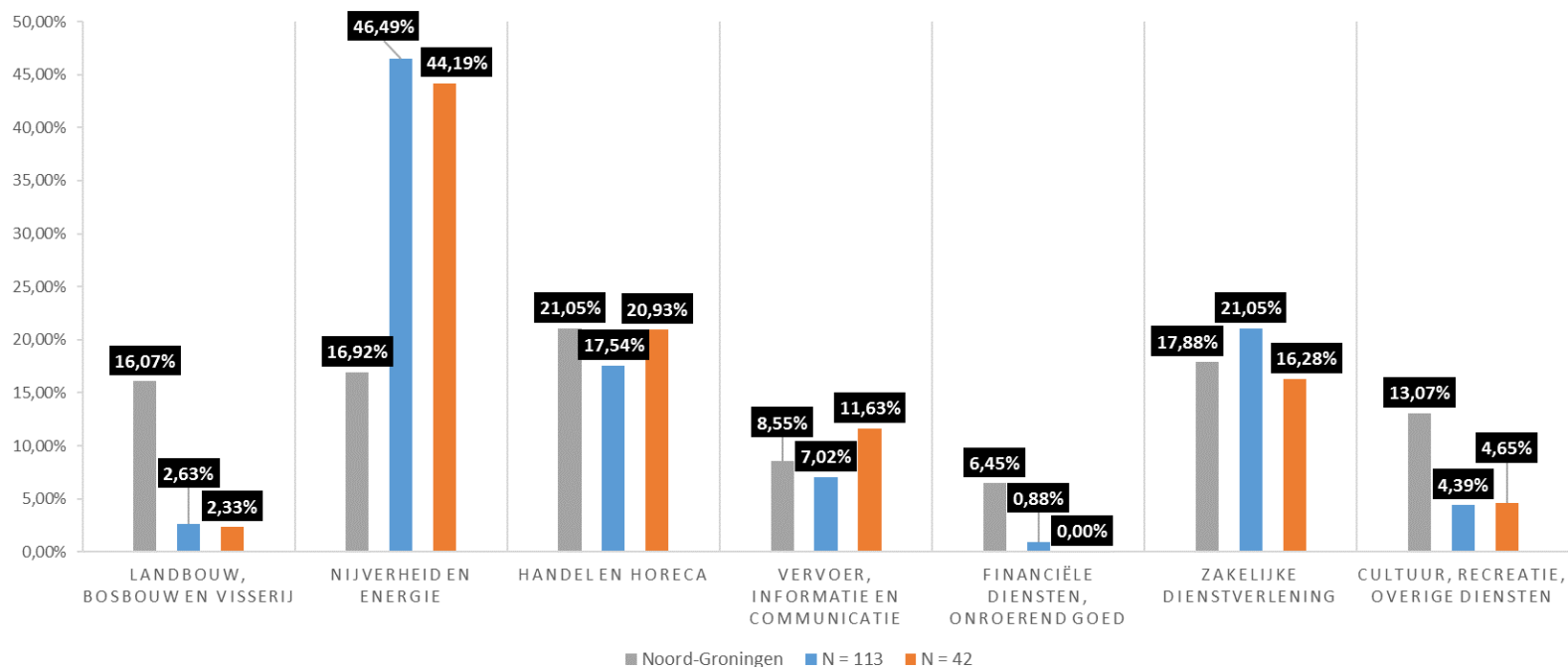
5.1. Analyse van de Acquisitielijst

Om een beter beeld te krijgen van de 113 bedrijven uit de acquisitielijst van EBG, en in bredere zin hoe EBG te werk gaat, zal de acquisitielijst op basis van verschillende kenmerken worden geanalyseerd. Dit zal worden gedaan aan de hand van grafieken. Met deze informatie wordt duidelijk hoe de bedrijven in de acquisitielijst op basis van verschillende kenmerken verdeeld zijn. Zijn de bedrijven bijvoorbeeld evenredig verdeeld over de verschillende sectoren of komen de meeste bedrijven uit één specifieke sector. Een vergelijking zal worden gemaakt tussen het percentage bedrijven per sector van de regio Noord-Groningen en de 113 bedrijven van de acquisitielijst van EBG. Daarnaast wordt een vergelijking gemaakt tussen alle bedrijven uit de acquisitielijst (113) en de 42 bedrijven waar EBG actief contact mee heeft (gehad) om te kijken of de 42 actieve bedrijven een afspiegeling zijn van de gehele acquisitielijst of dat de 42 bedrijven afwijken van de 113 bedrijven en specifieke kenmerken hebben.

De bedrijven uit de acquisitielijst kunnen worden onderverdeeld in de volgende sectoren.

Voor de analyse van de acquisitielijst is de sectorindeling van het CBS gebruikt. De sectorindeling van EBG (figuur 6) is erg uitgebreid waardoor sommige sectoren erg specifiek en afgebakend zijn en andere sectoren vrij uitgebreid en veelomvattend. De meeste bedrijven in de acquisitielijst (N = 113)

HET PERCENTAGE BEDRIJVEN PER SECTOR



Figuur 14: Bedrijven uit Noord-Groningen en de acquisitielijst onderverdeeld in sectoren. 2018.

van EBG behoren tot de sector Nijverheid en Energie, namelijk 46,49%. Dit percentage is veel hoger dan het percentage bedrijven dat in Noord-Groningen tot de Nijverheid en Energiesector behoort. Daarnaast komen veel bedrijven uit de acquisitielijst uit de sector Zakelijke Dienstverlening en uit de sector Handel en Horeca, respectievelijk 21,05% en 17,54%. Dit komt redelijk overeen met het

percentage van Noord-Groningen. De reden dat juist veel bedrijven in de acquisitielijst uit deze sectoren komen, is dat EBG zich voornamelijk richt op de sectoren Bouw, ICT, Toerisme, Agrochemie & Energie (Economic Board Groningen, 2017). Dit is ook waarom het percentage in de Nijverheid en Energiesector voor de acquisitielijst zo veel hoger ligt dan voor Noord-Groningen.

Economic Board Groningen richt zich onder andere op bedrijven in de bouwsector omdat er volgens EBG in de regio veel kennis kan worden opgedaan op het gebied van aardbevingsbestendig bouwen en er producten en diensten kunnen worden ontwikkeld in relatie tot taxatie, herstel en het bouwkundig versterken van gebouwen (Economic Board Groningen, 2014). De focus op de bouwsector verklaart mede het hoge percentage in de Handel en Horecasector. Dit komt omdat veel bedrijven die bouwproducten verkopen bij de Kamer van Koophandel als groothandel worden gezien. In bovenstaande grafiek behoren zij daarom tot de Handel en Horecasector.

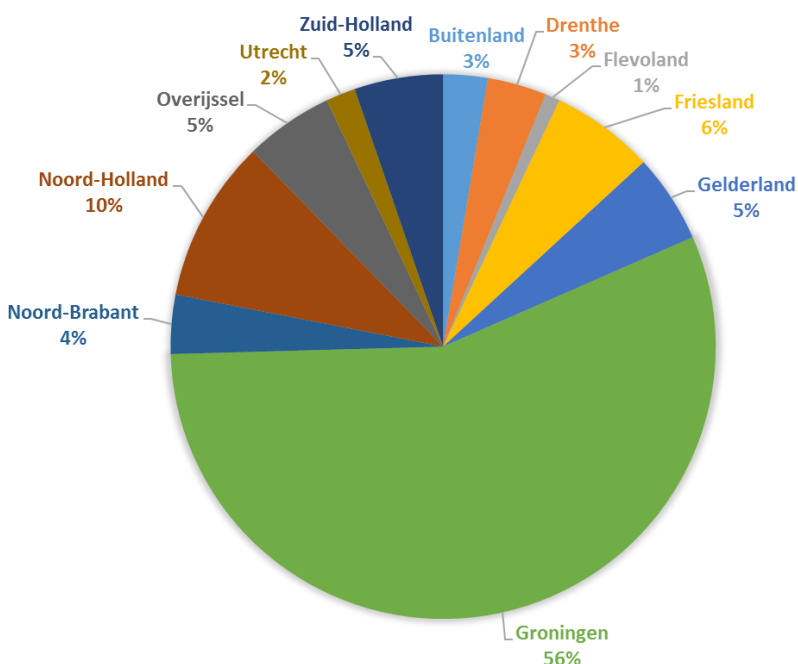
Het hoge percentage in de sector Nijverheid en Energie kan onder meer worden verklaard doordat Groningen een provincie is met een hoge concentratie aan chemische industrie door de aanwezigheid van steenzout en aardgas.

Het hoge percentage in de sector Zakelijke Dienstverlening wordt mogelijk veroorzaakt doordat veel bedrijven variërende diensten en/of producten aanbieden waardoor ze tussen verschillende sectoren vallen en ze door de Kamer van Koophandel in de zakelijke dienstverlening worden ingedeeld. Zo gaf ondernemer B aan dat het lastig was om het bedrijf in een bepaalde sector in te delen omdat het bedrijf zoveel verschillende dingen doet.

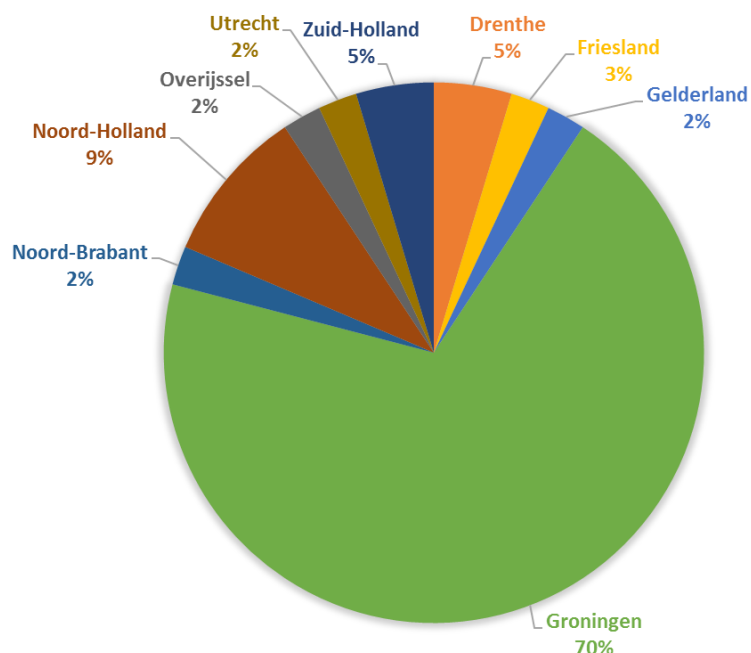
“Ik zou het -bedrijf B- tot de ICT-sector rekenen. Ik vind het namelijk heel moeilijk om dat te pinpointen, want we doen safety en security, dus dat is veiligheid gerelateerd, maar we richten ons ook op entertainment en geo diensten (Ondernemer B).”

Als wordt gekeken in welke sectoren de bedrijven vallen waar EBG actief contact mee heeft (N=42), valt op dat de sector financiële diensten en onroerend goed helemaal is weggefallen. EBG heeft dus omstreeks juni 2017 geen actief contact met bedrijven uit de financiële sector. Daarnaast is in figuur 14 te zien dat EBG ten opzichte van de acquisitielijst vooral met bedrijven in de Zakelijke Dienstverlening minder actief contact heeft en met de bedrijven die behoren tot de sectoren Vervoer, Informatie en Communicatie en Handel en Horeca meer.

HUIDIGE VESTIGINGSLOCATIE VAN DE BEDRIJVEN
IN DE ACQUISITIELIJST VAN EBG



HUIDIGE VESTIGINGSLOCATIE VAN DE BEDRIJVEN WAAR
EBG **ACTIEF** CONTACT MEE HEEFT



Figuur 15: Huidige vestigingslocatie van bedrijven uit de acquisitielijst 2018

In figuur 15 is te zien dat 64 van de 113 bedrijven uit Groningen komt, 11 bedrijven zijn gevestigd in Noord-Holland en 7 in Friesland. Als vervolgens gericht wordt gekeken naar de bedrijven waar EBG *actief* contact mee heeft, valt op dat EBG geen actief contact heeft met bedrijven uit het buitenland en met bedrijven uit Flevoland. Daarnaast valt op dat het percentage bedrijven uit Groningen groter is. 30 van de 42 bedrijven waar EBG actief contact mee heeft komt uit Groningen, hiervan komen 20 uit Noord-Groningen.

Het valt op dat het merendeel van de bedrijven uit de acquisitielijst tot de Nijverheid en Energiesector behoren. Dit geldt zowel voor de 113 bedrijven als voor de 42 bedrijven waar EBG actief contact mee heeft gehad. Een verklaring hiervoor is dat Economic Board Groningen zich onder andere richt op bedrijven uit de energiesector en bedrijven die aardbevingsbestendig bouwmaterialen produceren (Economic Board Groningen, 2016). De sectorverdeling van de 113 bedrijven en die van de 42 bedrijven komen redelijk overeen, er zijn dus geen beduidende verschillen. Als wordt gekeken naar de vestigingslocatie van de bedrijven valt op dat het merendeel van zowel de 113 bedrijven als de 42 bedrijven uit Groningen komt. Dit percentage is voor de 42 bedrijven waar EBG actief contact mee heeft zelfs hoger dan voor de 113 bedrijven. Hieruit blijkt dat een groot deel van de bedrijven waar EBG actief contact mee heeft dus uit de buurt komt.

5.2. Analyse interviews

Zoals in hoofdstuk 4 is benoemd zijn de negen interviews die zijn afgenomen aan de hand van geluidsopnames getranscribeerd. In dit hoofdstuk zullen de negen interviews met behulp van de transcripten worden geanalyseerd. Deze analyses geven gedetailleerde informatie over de ondernemers en hun bedrijven.

Ondernemer A: Ondernemer A is algemeen directeur bij een hightech monitoring bedrijf dat sensoren ontwikkeld. Het bedrijf is in 2009 opgericht. Het bedrijf behoort volgens de Kamer van Koophandel tot de zakelijke dienstverlening. Het bedrijf is begonnen in de gemeente Groningen en is sindsdien één keer verhuisd. Echter dit was binnen de gemeente Groningen en op dit moment huurt ondernemer A dus nog steeds een (hoofd)kantoor in de gemeente Groningen. Het bedrijf heeft zes vaste werknemers in dienst. Daarnaast zijn er nog zes flexibele krachten die worden ingehuurd tijdens drukke periodes of als er grote opdrachten worden binnengehaald. Het bedrijf is daarom een kleinbedrijf. De werknemers die ondernemer A in dienst heeft, zijn allemaal hoogopgeleid (een hbo-diploma of hoger). Het merendeel van de werknemers komt uit de omgeving. Het bedrijf maakt gebruik van een toeleverancier uit Friesland. De overige middelen en/of materialen die nodig zijn worden in de buurt gekocht.

De aardbevingen in de regio Noord-Groningen hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen. De aardbevingen brengen zelfs iets voordeligs. De producten die het bedrijf aanbiedt kunnen gebruikt worden in het aardbevingsgebied. De krimp en vergrijzing die op dit moment gaande zijn in de regio Noord-Groningen hebben ook geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer A de bereikbaarheid van een plek, de uitstraling (het imago) van een plek en de beschikbaarheid tot goed, hoogopgeleid personeel belangrijk. Noord-Groningen scoort volgens ondernemer A goed op infrastructuur, al kan dit nog verbeterd worden, ruimte en goed wonen voor relatief weinig geld.

Ondernemer B: Ondernemer B is oprichter, eigenaar en de R&D-vertegenwoordiger in een software en systeem bedrijf dat in 2011 is opgericht. Het bedrijf behoort volgens de Kamer van Koophandel tot de Vervoer, Informatie en Communicatiesector. Het hoofdkantoor van het bedrijf is gevestigd in Bedum. De reden dat ondernemer B met zijn bedrijf op deze locatie is gevestigd, is dat ondernemer B is opgegroeid in Bedum en ook in Bedum woont. Daarnaast heeft het bedrijf nog een kantoor in Zeist om klanten die in het Westen van Nederland zitten te bedienen. Het bedrijf heeft 30 werknemers die allemaal vast in dienst zijn. Het bedrijf is daarom een kleinbedrijf. Het merendeel van de werknemers is hoogopgeleid. Het bedrijf maakt gebruik van toeleveranciers die over de hele wereld zijn verspreid, waaronder Sony.

De aardbevingen hebben geen invloed op de overweging om in Noord-Groningen te blijven zitten. Ondernemer B ziet de aardbevingen als 'één grote kans'. De sensoren die ondernemer B maakt, zouden gebruikt kunnen worden bij het meten van de aardbevingen. Maar vooral omdat de economie een boost krijgt door de aardbevingen. Zonder de aardbevingen zou een organisatie zoals EBG niet zijn opgericht en zou er geen of minder geld in de regio Noord-Groningen worden 'gepompt'. De krimp en vergrijzing hebben ook geen effect omdat Bedum dicht bij Groningen en de universiteit ligt. Ondernemer B maakt hier (onbewust) een onderscheid in de verschillende gemeenten in Noord-Groningen, namelijk gemeenten die om de stad Groningen heen liggen en gemeenten die verder van de stad liggen.

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer B de aanwezigheid van hoogopgeleid personeel, een goede infrastructuur, de aanwezigheid van gerelateerde bedrijven en 'Quality of Life' (in het bijzonder veiligheid) erg belangrijk. Ondernemer vindt Bedum namelijk een fijne locatie omdat je er niet van 'die stadse fratsen' hebt. "Als je een hightechbedrijf hebt en ik heb een pand aan op industriegebied in Amsterdam dan slaap ik 's nachts minder lekker als hier." Voor ondernemer B komen de gewenste locatiefactoren overeen met de locatiefactoren waar Noord-Groningen, maar in specifiek Bedum, goed op scoort.

Ondernemer C: Ondernemer C is grondlegger en algemeen directeur van een bedrijf dat zich richt op duurzame energie. Ondernemer C richtte in 2005 een biodiesel fabriek op en verkocht deze in 2009 aan een Nederlands bedrijf. Ondernemer C ging daarna zelf verder met een ander bedrijf dat zich richtte op herwinbare energiebronnen maar focuste zich met dit bedrijf niet op de Nederlandse markt maar juist op de internationale markt. In 2010 kwam ondernemer C met zijn 'nieuwe' bedrijf weer terug naar Nederland en vestigde zich in Slochteren. Het bedrijf heeft daarnaast nog twee kantoren op andere locaties, namelijk in Saoedi-Arabië en in Dubai. Het bedrijf behoort volgens de Kamer van Koophandel tot de Nijverheid en Energiesector. Ondernemer C geeft aan nog drie man in dienst te hebben, het is echter onduidelijk of dit alleen geldt voor de vestiging in Slochteren of ook voor de buitenlandse vestigingen. De drie werknemers zijn vast in dienst en hoogopgeleid. Ondernemer C maakt gebruik van een toeleverancier die in Engeland is gevestigd. Ondernemer C koos Slochteren als locatie omdat hij op zoek was naar een pand met uitstraling en het pand waar het bedrijf nu in zit op dat moment vrijkwam en volgens ondernemer C erg veel uitstraling heeft. De aardbevingen en de krimp en vergrijzing die op dit moment gaande zijn in de regio Noord-Groningen hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen. Volgens ondernemer C is krimp gewoon een tijdelijke beweging en zullen regionale gebieden over een paar jaar weer aantrekkelijk worden. Daarom vindt hij het niet nodig om zich zorgen te maken over bevolkingsontwikkelingen zoals krimp. Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer C transport, ruimte en de nabijheid van aanverwante bedrijven erg belangrijk. Ondernemer C vindt dat Noord-Groningen ook goed scoort op deze locatiefactoren.

Ondernemer D: Ondernemer D is directeur en mede-eigenaar van een bedrijf dat zich richt op het produceren van duurzame, afbreekbare grondstoffen nijverheid en energie. Het bedrijf is in 2015 opgericht als spin-off van een ander bedrijf. Het 'moederbedrijf' is van oudsher meer een adviesbureau en binnen dit bedrijf waren er een aantal werknemers die meer de productie kant op wilde, met als gevolg de oprichting van bedrijf D. Op dit moment is het moederbedrijf nog een minderheidsaandeelhouder. Het is de bedoeling dat bedrijf D langzamerhand van het moederbedrijf gaat afsplitsen. Het bedrijf hoort volgens de Kamer van Koophandel tot de Nijverheid en Energiesector. Het bedrijf heeft naast ondernemer D nog twee mensen in dienst. De werknemers die ondernemer D in dienst heeft, zijn allemaal vast in dienst en hoogopgeleid (een hbo-diploma of hoger). Het bedrijf is gevestigd in de gemeente Groningen en deelt op dit moment nog een kantoor met het moederbedrijf. Het moederbedrijf komt van origine van het Zernike campus af en is dus ook in de gemeente Groningen begonnen. Het bedrijf maakt gebruik van toeleverancier die voornamelijk uit Duitsland, Japan en Amerika komen.

De bevolkingsdaling en vergrijzing die op dit moment gaande zijn in de regio Noord-Groningen hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen.

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer B de aanwezigheid van geschikt, hoogopgeleid personeel, ruimte, grondkosten en een goede infrastructuur erg belangrijk. Als het om Noord-Groningen gaat vindt ondernemer D dat de regio goed scoort op grondprijzen, op financieringsmogelijkheden en tot slot op bereikbaarheid. Al verschilt dit heel erg per gemeente en is Delfzijl eigenlijk net wat te ver voor ondernemer D.

Ondernemer E: Ondernemer E is oprichter en algemeen directeur van een bedrijf dat zich richt op het produceren en meten van trillingen met sensoren. Het bedrijf is in 2014 opgericht en behoort volgens de Kamer van Koophandel tot de zakelijke dienstverlening. Het bedrijf is begonnen in de gemeente Groningen op het Zerniketerrein en is sindsdien twee keer verhuisd. Op dit moment is het hoofdkantoor gevestigd in Winsum. Het bedrijf is gevestigd in Winsum vanwege het Groeifonds. Om financiering van het Groeifonds te ontvangen, moet een bedrijf gevestigd zijn in de regio Noord-Groningen. Ondernemer E heeft specifiek voor Winsum gekozen omdat zij hier een goed kantoor konden vinden die qua prijs en ruimte erg gunstig was. Daarnaast vond ondernemer E Winsum aantrekkelijk omdat volgens hem de verbindingen van Winsum naar Groningen goed zijn. Bedrijf E heeft ook nog een vestiging in Amstelveen. De keuze voor Amstelveen kan worden verklaard doordat ondernemer E zijn compagnon in deze plaats woont. Het bedrijf is een kleinbedrijf. Het heeft 12 werknemers in dienst waarvan een deel vast in dienst is en een deel tijdelijk. Alle 12 werknemers zijn hoogopgeleid. Het bedrijf maakt gebruik van toeleveranciers uit Appingedam. Hoogstwaarschijnlijk omdat het bedrijf hier op een bepaald moment ook heeft gezeten. Daarnaast maakt het bedrijf nog gebruik van internationale toeleveranciers.

De aardbevingen en de krimp en vergrijzing die op dit moment gaande zijn in de regio Noord-Groningen hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen omdat dit niet relevant is voor het bedrijf.

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer E bereikbaarheid erg belangrijk, zowel met de auto als met het openbaar vervoer. Daarnaast is de nabijheid van een stad erg belangrijk (in Noord-Nederland dichtbij de stad Groningen) en tot slot moet het gebouw er netjes uitzien. Ondernemer E geeft aan moeite te hebben met het noemen van locatiefactoren waar Noord-Groningen goed op scoort. Na even te hebben nagedacht komt ondernemer E met de volgende locatiefactoren: (voldoende) ruimte, het woonklimaat (ondernemer E vindt het prettig wonen in Noord-Groningen) en tot slot de financieringsmogelijkheden die in Noord-Groningen worden aangeboden. Vooral het laatste maakte Noord-Groningen voor ondernemer E aantrekkelijker dan andere gebieden in Nederland. Ondernemer E geeft later in het interview nog aan dat hij in de regio is opgegroeid waardoor hij de plek een fijne regio vindt. Ondernemer E geeft daarentegen wel aan dat het vinden van een goede en prettige plek in Noord-Groningen een heuse zoektocht was omdat er weinig aanbod is aan geschikte kantoorgebouwen. Daarnaast wilde ondernemer E niet te ver van de stad afzitten omdat er in Groningen veel IT-gerelateerde bedrijven zitten waardoor concurrentie ontstaat naar werknemers in deze sector. Hoe verder je van de stad af zit, hoe onaantrekkelijker het wordt voor potentiële werknemers om in bedrijf E te werken.

Ondernemer F: Ondernemer F is oprichter en algemeen directeur van een opslagbedrijf voor gevaarlijke stoffen dat in 2015 is opgericht. Het bedrijf behoort volgens de Kamer van Koophandel tot de sector: Vervoer, Informatie en Communicatie. Het bedrijf is gevestigd op het chemiepark in Farmsum. Er zijn een aantal redenen waarom ondernemer F Farmsum als bedrijfslocatie gekozen heeft. Allereerst werkte ondernemer F voordat hij bedrijf F opstartte, ook bij een opslagbedrijf voor

gevaarlijke stoffen op het chemiepark. Hierdoor had ondernemer F al goed contact met klanten die op het Chemiepark zaten en had hij reeds inzicht in de vraag van de bedrijven. Zijn doel was om niet de klanten van zijn vorige werkgever over te nemen maar om producten en diensten aan te bieden waar zijn vorige werkgever te kort kwam. Ten tweede zitten op deze locatie allemaal chemische bedrijven geconcentreerd bij elkaar en aangezien dat de potentiële klanten zijn, is deze locatie aantrekkelijk voor bedrijf F. In een gemeente als Bedum zitten bijvoorbeeld weinig tot geen chemische bedrijven. Dat maakt zo'n plek minder aantrekkelijk. Daarnaast is het chemiepark een goede locatie voor deze bedrijvigheid. Er is reeds kennis vanuit de fabrieken over de stoffen en het park is voorbereid op mogelijke calamiteiten. Ten derde is er weinig concurrentie van andere partijen (op uitzondering van het bedrijf waar hij hiervoor heeft gewerkt) en heeft hij al een netwerk in dit gebied. Tot slot is de locatie gekozen vanwege de financieringsmogelijkheden. Ondernemer F huurt daarnaast nog een loods in Hoogezand. Er werken twaalf werknemers in het bedrijf, waarvan negen in Hoogezand. De werknemers worden voor langere tijd van een uitzendbureau gehuurd. Ze werken fulltime en zijn allemaal laagopgeleid. Het bedrijf maakt weinig gebruik van toeleveranciers. De middelen en/of materialen die nodig zijn worden zo dicht mogelijk bij huis gekocht.

De aardbevingen zelf hadden geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen. De subsidies die het gevolg zijn van de aardbevingen (Groeifonds) wel. Ondernemer F zat namelijk eerst ook nog te kijken naar Emmen maar Noord-Groningen was aantrekkelijker omdat daar meer/hogere subsidies waren te halen. De krimp en vergrijzing die op dit moment gaande zijn in de regio Noord-Groningen hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen.

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer F de nabijheid van klanten, (voordelige) financieringsmogelijkheden en een (geschikt) gebouw belangrijk. Bij ondernemer F bepaalt de klant namelijk de locatie. Kijkend naar Noord-Groningen, vindt ondernemer F het woonklimaat aantrekkelijk. Ondernemer F koos voor Noord-Groningen omdat hij hier vandaan komt en omdat hij hier woont.

Ondernemer G: Ondernemer G is oprichter en eigenaar van een uitvaartcentrum dat in 2017 is opgericht. Het bedrijf behoort volgens de Kamer van Koophandel tot de sector: Cultuur, Recreatie en Overige Diensten. Het bedrijf is gevestigd in Slochteren. De reden dat ondernemer G met zijn bedrijf op deze locatie zit, is dat ondernemer G in Slochteren woont. Hij vindt het belangrijk dat hij binnen afzienbare tijd bij het bedrijf kan zijn. Daarnaast viel ondernemer G op dat er geen uitvaartcentrum in Slochteren en de nabije omgeving zat en hij wilde dit gat opvullen. Het dorp Slochteren ligt dan vrij centraal in de gemeente. Tot slot vond ondernemer G dit pand 'prachtig' en geschikt voor zijn bedrijf. Het bedrijf is een eenmanszaak en heeft verder geen werknemers in dienst. Het bedrijf is daarom een kleinbedrijf. Ondernemer G is hoogopgeleid. Hij werkt op dit moment ook nog bij een ander uitvaartbedrijf dat gevestigd is in de gemeente Groningen. Bedrijf G probeert zoveel mogelijk gebruik te maken van toeleveranciers uit de omgeving (bouwbedrijf en bloemenwinkel). Deze zitten voornamelijk in Slochteren en Kolham. Voor dingen die niet uit de regio kunnen worden gehaald (koeltafels), gaat hij naar een bedrijf in Brabant dat zich specifiek richt op uitvaart benodigdheden.

De aardbevingen hadden geen invloed op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen. Ondernemer G vindt het niet fijn, maar heeft er geen last van. De krimp en vergrijzing hebben ook geen effect. Ondernemer G heeft juist het idee dat het in Slochteren meer bedrijvigheid opkomt. En ook omdat er bedrijfjes en voorzieningen uit Slochteren weg zijn gegaan vindt ondernemer G het belangrijk om zich hier juist te vestigen.

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer B de locatie en het pand belangrijk, zijn bereikbaarheid dus dat hij snel bij het bedrijf kan zijn (in de buurt van zijn huis) en tot slot vindt hij het belangrijk dat het een locatie is waar nog geen uitvaartcentrum is gevestigd. Dat het een gat in de markt is. Noord-Groningen scoort volgens ondernemer G goed op het prijstechnische aspect, op de rust die men hier kan vinden en de nuchterheid die in Noord-Groningen heerst.

Ondernemer H: Ondernemer H is manager senior recruitment van een dienstverlenend bedrijf. Het bedrijf richt zich op het leveren van vaste werknemers voor hogere functies binnen organisaties. Bedrijf H is een nieuwe tak van een bestaande organisatie. Het moederbedrijf richt zich op tijdelijke posities en bedrijf H voornamelijk op vaste posities. Ondernemer H stuurt deze nieuwe organisatie aan; is eindverantwoordelijk en rapporteert aan het moederbedrijf. De nieuwe organisatie is sinds juli actief en heeft op dit moment nog geen werknemers. Het moederbedrijf is ongeveer 50 jaar geleden opgericht in Wirdum. Op dit moment is het moederbedrijf gevestigd in Sneek. Het moederbedrijf heeft daarnaast nog meerdere dochterbedrijven. De andere dochterbedrijven zijn allemaal gevestigd in het Noorden van Nederland. Bedrijf H behoort volgens de Kamer van Koophandel tot de Zakelijke Dienstverlening sector. Op dit moment is het bedrijf gevestigd in Meppel. Ondernemer H vindt dat Meppel mooi centraal ligt in het marktgebied. Vanuit deze locatie kun je Groningen bedienen en is het een mooie 'springplank' naar het midden en zuiden van het land. Dit omdat het doel is om uiteindelijk landelijk te gaan werken. Ondernemer H maakt gebruik van toeleveranciers op het gebied van ICT-ondersteuning. Deze zitten in Heerenveen en IJsselmuiden. Voor overige producten en/of diensten worden toeleveranciers gezocht die zoveel mogelijk in de buurt zitten. Ondernemer H geeft in eerste instantie aan dat hij geen locatie in Noord-Groningen zou overwegen indien het bedrijf gaat uitbreiden. De stad Groningen daarentegen wel. Veel van zijn 'relaties' zitten namelijk in Groningen. Echter ondernemer H heeft moeite met toelichten waarom Noord-Groningen geen optie is en nuanceert na deze vraag zijn aanvankelijke reactie. Hij geeft aan dat Bedum mogelijk een interessante locatie zou zijn omdat het dichtbij de stad ligt en affiniteit met de foodsector heeft (Friesland Campina).

De aardbevingen die op dit moment gaande zijn in de regio Noord-Groningen hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen, hoewel ondernemer H de financieringsmaatregelen die als gevolg van de aardbevingen worden aangeboden interessant vindt. Omdat ondernemer H zelf uit de provincie Groningen komt 'gunt' hij het aardbevingsgebied een hele goede economie. Hij geeft aan dat als hij daarin een bijdrage zou kunnen leveren door zich in Noord-Groningen te vestigen en daarmee gebruik zou kunnen maken van eventuele regelingen dat dit voor hem een overweging zou zijn. De bevolkingsdaling en vergrijzing hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen. Volgens ondernemer H zijn de laatste berekeningen van de krimp al weer wat bijgesteld en hoeft vergrijzing niet negatief te zijn. Voor andere sectoren, zoals de recreatieve sector, biedt vergrijzing bijvoorbeeld kansen omdat volgens ondernemer H de ouderen van tegenwoordig veel te spenderen hebben.

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer H een goede digitale snelweg, goede onderwijsvoorzieningen en een goede ruimte belangrijk. Noord-Groningen scoort volgens ondernemer H goed op de digitale snelweg, fysieke infrastructuur/bereikbaarheid en de aanwezigheid van onderwijsinstellingen. Echter ondernemer H geeft wel aan dat er een tekort aan werknemers is doordat studenten veelal uit Groningen wegtrekken.

Ondernemer I: Ondernemer I is algemeen directeur en eigenaar van een hoefijzerfabriek dat in 1909 is opgericht. Het bedrijf behoort volgens de Kamer van Koophandel tot Nijverheid en Energiesector. Het bedrijf is begonnen in de gemeente Groningen en is nooit verhuisd. 90% van de productie wordt geëxporteerd. Het bedrijf richt zich dus op de internationale markt. Het bedrijf heeft 42 vaste werknemers in dienst en in drukke periodes worden af en toe flexibele werknemers ingehuurd. 60% van de werknemers die ondernemer J in dienst heeft is laagopgeleid. Dit zijn voornamelijk de mensen die in de productie werken. Echter het bedrijf gaat steeds meer automatiseren en specialiseren waardoor er meer vraag ontstaat bij bedrijf I naar hoogopgeleid personeel. Het merendeel van het personeel zit doorgaans in de stad. Het bedrijf maakt gebruik van toeleveranciers over de hele wereld bijvoorbeeld voor de inkoop van grondstoffen. Kleinere producten en/of materialen die nodig zijn worden in de buurt gekocht.

De aardbevingen en de krimp en vergrijzing die op dit moment gaande zijn in de regio Noord-Groningen hebben geen effect op de overweging om het bedrijf in Noord-Groningen te vestigen. Waar het bedrijf wel moeite mee heeft, is het vinden van gekwalificeerd (technisch) personeel.

Kijkend naar locatiefactoren, vindt ondernemer I de bereikbaarheid, het imago van een plek en de kwaliteit van de grond belangrijk. Ondernemer I voegt hier nog aan toe dat de grondprijs ook belangrijk is en de houding van een gemeente. Het is belangrijk dat een gemeente ondernemers ondersteunt. Noord-Groningen scoort volgens ondernemer I goed op ruimte, bereikbaarheid en hij vindt het positief dat er geen congestieproblemen zijn. Voor een nieuwe locatie kijkt ondernemer I vooral naar het prijsverschil van grond. Hij vindt dat er weinig verschil zit tussen de grondprijzen in de stad Groningen en in de regio Noord-Groningen. Als het meeste personeel in de stad woont en er weinig prijsverschil tussen de stad Groningen en de omliggende gemeenten zit, blijft Groningen het meest aantrekkelijk volgens ondernemer I als bedrijfslocatie. Hij geeft aan dat EBG dus ook werd benaderd om te zien waarin EBG bedrijf J kon stimuleren. Voor ondernemer J zit er ook verschil tussen de gemeenten in Noord-Groningen. Delfzijl vindt Ondernemer I bijvoorbeeld een te grote afstand en geen aantrekkelijke woonplaats. Bedum daarentegen is wel interessant maar in Bedum is het bedrijventerrein al vol.

5.3. Het contact met Economic Board Groningen

Ondernemer A: Het bedrijf is via de NOM in contact gekomen met EBG omdat zij financiering nodig hadden om te groeien. Bedrijf A heeft in 2009, toen het bedrijf startte, een lening gekregen van de NOM. Op den duur liep deze lening af maar wilde bedrijf A een volgende stap maken en doorgroeien en hadden zij opnieuw financiering nodig. Toen is via de NOM, de Economic Board naar voren gebracht om samen deze financiering te verschaffen. Om te voldoen aan de voorwaarden voor financiering van EBG huurt ondernemer A een kantoor in Bedum. Eén van de voorwaarden voor de financiering van EBG is namelijk dat het bedrijf in de regio Noord-Groningen is gevestigd. Een deel van het personeel van bedrijf A zal daarom naar Bedum verhuizen als het bedrijf gegroeid is. Echter, ondernemer A zou niet geïnteresseerd zijn geweest in een locatie in Noord-Groningen als EBG hier geen financiële maatregelen aanbood. De regio Noord-Groningen heeft volgens ondernemer A namelijk geen internationale uitstraling.

Ondernemer B: Bedrijf B heeft zelf contact gezocht met EBG omdat ondernemer B een investeerder zocht. Het bedrijf wilde graag groeien in het buitenland en dit ging lastig vanuit de standaard omzet. Er was dus financiering nodig van een externe partij om te groeien. Ondernemer B

had tegelijkertijd ook contact gezocht met de NOM en uiteindelijk hebben de NOM en EBG allebei een financiering aan bedrijf B verschaft. Ondernemer B geeft aan dat hij het prettig vond dat EBG naast de financiering ook aandeelhouder werd. De reden hiervoor is dat Bedrijf B een klein bedrijf is en een eenling maar wel producten en diensten levert aan grote spelers zoals de politie en defensie. Met EBG als aandeelhouder krijgt het bedrijf iets meer body. Het vertrouwen in het bedrijf (door klanten) ging 'gewoon iets omhoog'.

Ondernemer C: Ondernemer C heeft contact gezocht met Economic Board omdat hij een fabriek wil neerzetten in Delfzijl en hiervoor financiering nodig heeft. Ondernemer C vertelde in zijn interview dat de bank niet meer dan 50% wilde financieren en dat daarom financieringsmaatregelen zoals die van EBG interessant zijn. Het is een manier om sneller groot te worden en een proces versneller. Banken gaan namelijk sneller mee in de financiering als er andere partijen betrokken zijn. Echter Ondernemer C benadrukte dat het hem vooral ging om de locatie. Volgens hem is het vinden van een locatie met de omgevingsfactoren die het beste passen bij je bedrijf belangrijker dan de financieringen die een regio aanbiedt. Economic Board Groningen heeft volgens ondernemer C wel een stimulerend effect maar is voor hem niet doorslaggevend om zich ergens te vestigen. Toch speelden de financieringsmogelijkheden voor ondernemer C wel mee bij het maken van een beslissing tussen twee locaties waarvan één wel in Noord-Groningen en de ander niet.

Ondernemer D: Ondernemer D vertelde tijdens zijn interview dat het bedrijf plannen heeft om de productiecapaciteit uit te breiden. De huidige locatie biedt niet genoeg ruimte om aan de slag te gaan en daarom is hij aan het rond kijken naar mogelijke, nieuwe locaties. Ondernemer D heeft "een zwak voor Noord-Nederland in brede zin" en kijkt daarom onder andere ook naar Noord-Groningen en de financieringsmogelijkheden die hier worden aangeboden. Ondernemer D heeft daarom contact gezocht met EBG om te kijken wat er beschikbaar is aan financieringsmogelijkheden en waar bedrijf D zich in Noord-Groningen zou kunnen vestigen. Dus een soort van faciliterende rol als het gaat om het zoeken van een geschikte locatie in Noord-Groningen.

Ondernemer E: Ondernemer E heeft contact gezocht met EBG omdat bedrijf E sneller wilde groeien dan dat ze op dat moment aankonden. Het bedrijf zocht hulp bij EBG voor begeleiding, bijvoorbeeld bij het schrijven van plannen en het bedrijf had financiering nodig. Daarnaast heeft EBG, bedrijf E ondersteund bij het vinden van een locatie. Het bedrijf was ongeveer een half jaar geleden verhuisd naar Winsum. Onder andere om te voldoen aan de criteria van EBG voor het krijgen van financiering, namelijk in de regio Noord-Groningen zitten.

Ondernemer F: Bedrijf F is via Bureau Economische Zaken (Eemdelta\EZ) bij EBG beland. Het aantal klanten van bedrijf F was in het afgelopen jaar aanzienlijk gegroeid en daarom wilde ondernemer F graag uitbreiden. Voor deze uitbreiding had ondernemer F financiering nodig. Hij heeft hiervoor weer gebruik gemaakt van de RIG. Maar om de financiering makkelijker te maken, onder andere voor de bank, heeft hij contact gezocht met de gemeente om te kijken of hier nog subsidie viel te halen. Eemdelta\EZ heeft vervolgens het contact tussen bedrijf F en EBG (Groeifonds) gelegd. EBG werd dus alleen benaderd voor financiering. Voor ondernemer F was dit bedoeld als een stukje risicokapitaal, waar een bank geen geld voor wil geven. Daarnaast verleent een bank sneller geld als er andere financiële partijen meedoen. Ondernemer F was echter niet positief over de

financieringsmogelijkheden van EBG. Volgens hem waren de rentes veel te hoog waardoor EBG veel minder uitleent dan het eigenlijk kan. En hiermee stimuleer je de economie niet.

Ondernemer G: Ondernemer G heeft zelf contact gezocht met EBG omdat hij ondersteuning zocht, bijvoorbeeld bij het schrijven van een bedrijfsplan en omdat hij financiering nodig voor het opstarten van bedrijf G. EBG was aantrekkelijk omdat het startende ondernemers vooruithelpt. Daarnaast denkt een organisatie als EBG in mogelijkheden en niet zoals een bank in beperkingen. Daarentegen vond ondernemer G het aanbod aan instanties die op dit moment in Groningen actief zijn, verwarrend. Hij vond het onduidelijk bij welke organisatie je waarvoor moet zijn.

Ondernemer H: Ondernemer H is bij EBG terecht gekomen omdat hij een paar werknemers van de organisatie kent. Hij heeft slechts eenmalig een gesprek gehad met EBG. De reden voor dit gesprek is voornamelijk bedoeld om te netwerken maar ook omdat ondernemer H de financieringsmaatregelen van EBG interessant vindt. Ondernemer H komt namelijk zelf uit de provincie Groningen en 'gunt' het aardbevingsgebied een 'hele goede economie'. Hij geeft aan dat als hij daarin een bijdrage zou kunnen leveren door zich in Noord-Groningen te vestigen en daarmee gebruik zou kunnen maken van eventuele regelingen dat dit voor hem een overweging zou zijn. Op dit moment is ondernemer H echter nog maar net van start met het bedrijf en heeft nog geen duidelijke wensen om zich in de regio te vestigen.

Ondernemer I: Bedrijf I heeft contact gezocht met EBG omdat zij mogelijk wilden verhuizen. Het bedrijf wordt te groot voor de huidige locatie en is daarom alvast aan het rondkijken naar een nieuwe locatie. Ondernemer I wil graag in de provincie Groningen blijven en EBG zou kunnen helpen bij het vinden van een geschikte locatie voor het bedrijf. Hij wil in de provincie Groningen blijven omdat hij hier wortels heeft. Hij heeft hier zijn hele leven gewoond waardoor een binding ontstaat met Groningen. Bedrijf I heeft ook contact gehad met de NOM maar ondernemer I geeft aan dat de NOM niet veel voor het bedrijf kon doen omdat de NOM alleen financiering aanbiedt en dit heeft het bedrijf niet nodig.

5.4. Conclusie

Aan de hand van de negen analyses van de interviews is een tabel gemaakt waar de ondernemers en bedrijven op verscheidene kenmerken worden onderverdeeld op basis van harde locatiefactoren, zachte locatiefactoren, kenmerken van de ondernemer en bedrijfsinterne kenmerken. Deze tabel is te vinden als bijlage in hoofdstuk 8.

Als wordt gekeken naar de bedrijfsinterne kenmerken valt op dat zes van de negen bedrijven zijn gevestigd in de regio Noord-Groningen. Vijf van deze zes bedrijven hebben meer dan één vestiging. Twee van de ondernemers geven in hun interview aan dat zij nog een locatie hebben in het Westen van het land omdat daar veel klanten zitten. Een extra locatie maakt het bedienen van de Nederlandse markt makkelijker. De tabel geeft daarnaast weer dat zeven van de negen bedrijven zich richten op de internationale markt, één bedrijf richt zich op de nationale markt en één richt zich op de lokale markt. Als er vervolgens naar de sectoren wordt gekeken, valt op dat drie bedrijven tot de Nijverheid en Energiesector behoren, drie bedrijven tot de Zakelijke Dienstverlening sector, twee tot de Vervoer, Informatie en Communicatiesector en één tot de Cultuur, Recreatie en Overige Dienstensector. Het valt op dat de dienstverlenende bedrijven die zijn geïnterviewd bereikbaarheid

belangrijk vinden en dit illustreert mogelijkwerwijs dat dienstverlenende bedrijven in zijn algemeenheid bereikbaarheid belangrijk zouden kunnen vinden. De geïnterviewde, dienstverlenende bedrijven ontvangen klanten van buiten de regio en reizen ook naar klanten toe. Het is daarom belangrijk dat je gemakkelijk en snel van plek A naar plek B toe kan. De nabijheid van een stad is daarnaast ook belangrijk. Zowel ondernemer B als D geven aan dat de nabijheid van een stad belangrijk is vanwege het aantrekken van personeel. Zij willen daarnaast het liefste in de buurt van kennisinstellingen zitten en deze zitten veelal in de steden. Kijkend naar de leeftijd van de bedrijven, blijkt dat acht van de negen bedrijven in de afgelopen tien jaar zijn opgericht. Eén van de bedrijven is echter veel eerder opgericht, namelijk in 1909. Van zeven van de negen bedrijven is het merendeel van het personeel hoogopgeleid, van twee bedrijven is het voornamelijk laagopgeleid. De geïnterviewde ondernemers die relatief veel hoogopgeleid personeel in dienst hebben, vertelden dat geschikt (en goed) personeel niet eenvoudig te krijgen is en dat ze hun personeel niet kwijt willen raken. Zij vinden het daarom belangrijk om rekening te houden met het personeel. De werknemers moeten bijvoorbeeld niet te ver hoeven reizen. Een plek moet daarom goed bereikbaar zijn. Daarnaast valt op dat het personeel in acht van de negen bedrijven vast in dienst is. Tot slot, hebben vier van de negen bedrijven meer dan één eigenaar.

Als vervolgens wordt gekeken naar de kenmerken van de ondernemers blijkt ten eerste dat een groot deel van de geïnterviewde ondernemers is geboren en/of woont in Noord-Groningen. Drie van de negen ondernemers zijn in Noord-Groningen geboren en twee hiervan wonen nog steeds in de regio. Daarnaast woont er nog één ondernemer in de regio die hier niet geboren is. De gesprekken met deze ondernemers geven dus niet een representatief beeld van bedrijven waarmee EBG in contact is, maar het geeft wel een goed overzicht van motieven en overwegingen. Het valt op dat deze vier ondernemers allemaal met hun bedrijf in de regio zijn gevestigd. Deze ondernemers hebben waarschijnlijk geen afweging gemaakt tussen verschillende locatiefactoren maar hebben deze locatie voornamelijk gekozen omdat zij hier geworteld zijn. Ze hebben de contacten in de regio, kennen het gebied en de bedrijven die hier zitten en hebben hier, naar eigen zeggen, verder alles. 'Ze komen hiervandaan', waardoor het voor de ondernemers bijna logisch is om zich in de regio te vestigen. Het komt gewoon niet in ze op om te verhuizen. Dit komt terug in het evolutionaire perspectief op locatiekeuzes. Vooral de padafhankelijkheid van een bedrijf. De ondernemers kennen de regio, ze weten wat hier is en hoe de economie in de regio werkt, door de kennis en ervaringen die zij in het verleden hebben opgedaan, wordt het aantrekkelijk om zich in de regio te vestigen. Het beïnvloedt het gedrag van de ondernemers en van de bedrijven. Tot slot valt op dat het merendeel van de geïnterviewden hoogopgeleid is, namelijk acht van de negen ondernemers.

In de tabel zijn de verschillende locatiefactoren die de negen ondernemers belangrijk vinden onderverdeeld in harde en zachte locatiefactoren. Als naar de tabel wordt gekeken, valt op dat harde locatiefactoren vaker benoemd worden dan zachte locatiefactoren. Vooral infrastructuur wordt vaak benoemd, acht van de negen geïnterviewden geven aan dat infrastructuur tot hun top drie van locatiefactoren behoort. Vijf van de negen geïnterviewden gaven zelfs aan dat infrastructuur op nummer één staat. Als het gaat om zachte locatiefactoren, blijkt dat vijf van de negen ondernemers 'Quality of Life' erg belangrijk vinden. Echter, deze zachte locatiefactor wordt door de ondernemers niet op één gezet in hun top drie van belangrijkste locatiefactoren. Dit wekt de indruk dat de negen geïnterviewden harde locatiefactoren belangrijker vinden dan zachte locatiefactoren omdat alle ondernemers een harde locatiefactor op nummer één hebben gezet in hun top drie van belangrijkste locatiefactoren.

Wat opvalt als gekeken wordt naar de locatiefactoren waar Noord-Groningen volgens de geïnterviewde ondernemers goed op scoort is dat, net zoals in de voorgaande alinea, harde locatiefactoren vaker worden genoemd dan zachte locatiefactoren. Harde locatiefactoren worden in de ondernemers hun top drie vaak op nummer één of twee gezet. Vooral infrastructuur en grond worden veelal bovenaan gezet. In hoofdstuk twee was al benoemd dat een locatie over genoeg ruimte moet beschikken. Er moet nog een mogelijkheid zijn om te groeien op een locatie. Als dit er namelijk niet is, dan moet een bedrijf verhuizen. Dit kwam ook terug in het interview met ondernemer I. Bedrijf I is op zoek naar een nieuwe locatie omdat het bedrijf een ruimtegebrek ervaart in de huidige locatie in de gemeente Groningen. Het bedrijf kan op de huidige locatie niet meer groeien en is daarom op zoek naar een nieuwe locatie. Noord-Groningen is voor ondernemer I interessant omdat hier genoeg ruimte beschikbaar is. Dit illustreert dat Noord-Groningen als vestigingslocatie aantrekkelijk omdat hier genoeg grond beschikbaar is. Als wordt gekeken naar zachte locatiefactoren komt naar voren dat zes van de negen geïnterviewden vonden dat Noord-Groningen goed scoorde op de zachte locatiefactor 'Quality of Life'. Echter, net zoals bij de vorige alinea, worden de zachte locatiefactoren niet op nummer één gezet in de top drie.

Uit acht van de negen interviews bleek dat de ondernemers contact hebben (gehad) met EBG vanwege financiering. Het merendeel van deze bedrijven had financiering nodig omdat zij sneller wilden groeien dan hun capaciteit toeliet. Een aantal van deze bedrijven combineerden de financiering van EBG met financiering van de bank maar een ander deel van de bedrijven kreeg geen financiering van de bank omdat de bank de financiering te risicovol vond. De financiering van EBG wordt dus ook wel gebruikt als risicokapitaal en als financieringsinstrument bovenop de reguliere banken. Vooral voor de geïnterviewde ondernemers die niet in de regio wonen of hier geboren zijn, viel op dat hun interesse in de regio grotendeels wordt veroorzaakt door de financieringsmaatregelen die in Noord-Groningen worden aangeboden. Zo huurt ondernemer A een kantoor in Bedum, alleen om gebruik te kunnen maken van de financieringsmaatregelen. Om financiering te ontvangen van EBG moet een bedrijf namelijk in Noord-Groningen gevestigd zijn of moet het bedrijf zich in Noord-Groningen gaan vestigen. Toch dient EBG niet alleen als een financieringsbron. Een deel van de bedrijven gaf namelijk aan dat EBG voor hen ook een faciliterende rol heeft. Zo hielp EBG drie bedrijven met het zoeken naar een (mogelijke) nieuwe locatie en kregen twee bedrijven hulp bij het schrijven van een ondernemingsplan. Dit illustreert dat financieringsmaatregelen van EBG bijdragen aan het aantrekken van bedrijven van buiten de regio maar dat de organisatie de ondernemers vervolgens ook helpt en/of faciliteert met het ondernemen van bepaalde activiteiten.

Wat opvalt, is dat de aardbevingen geen directe invloed hebben op de locatiebeslissingen van geïnterviewden. De aardbevingen beïnvloeden de overweging van de geïnterviewden om in Noord-Groningen te blijven of zich in Noord-Groningen te vestigen niet. Een deel van de ondernemers geeft aan dat de aardbevingen ook positieve gevolgen hebben, namelijk het vrijkomen van stimuleringsgelden voor de Noord-Groningse economie. Zonder de aardbevingen was Economic Board Groningen niet opgericht en waren de financieringsmaatregelen er niet geweest. De aardbevingen zelf beïnvloeden de locatiekeuze namelijk niet, maar de financieringsmaatregelen als gevolg van de aardbevingen hebben wel een stimulerend effect. De financieringsmaatregelen zullen niet doorslaggevend zijn, maar als er een keuze moet worden gemaakt tussen twee locaties zullen de financieringsmaatregelen wel meespelen.

De bevolkingsdaling en vergrijzing hebben ook geen effect op de overweging om in Noord-Groningen te blijven of te vestigen. Een paar ondernemers vinden zelfs dat krimp een tijdelijke

beweging is (geweest) en dat het allemaal wel meevalt. Eén van de ondernemers geeft bovendien aan dat krimp geen invloed heeft omdat Bedum zo dicht bij de stad ligt. Dit illustreert dat sommige ondernemers een onderscheid maken tussen de gemeenten. Een aantal geïnterviewde ondernemers gaven namelijk aan dat zij wel geïnteresseerd waren in de gemeenten grenzend aan de stad omdat deze gemeenten beter bereikbaar zijn. De gemeenten die verder van de stad afliggen waren minder aantrekkelijk omdat ze minder bereikbaar zijn. Een deel van de geïnterviewde ondernemers maakt een onderscheid tussen de gemeenten als het gaat om de aantrekkelijkheid van een locatie.

6. Conclusie

6.1. Conclusie

Er is al veel onderzoek gedaan naar waar bedrijven zich vestigen en waarom ze zich daar vestigen. Uit de theorie blijkt dat een locatiebesluit vooral wordt beïnvloed door harde en zachte locatiefactoren, bedrijfsinterne kenmerken en de kenmerken van een ondernemer. Zo spelen locatiefactoren mee als het gaat om de aantrekkelijkheid van een plek.

Dit onderzoek startte met de vraag: Wat is de rol van Economic Board Groningen met betrekking tot bedrijfsvestiging in de regio Noord-Groningen?

Als wordt gekeken naar de regio Noord-Groningen komt uit dit onderzoek naar voren dat Noord-Groningen goed scoort op de aanwezigheid van ruimte. Uit de theorie bleek dat een locatie aantrekkelijk is als het over genoeg ruimte beschikt. Het moet voor een groeiend bedrijf mogelijk zijn om te kunnen uitbreiden. In Noord-Groningen is deze ruimte nog beschikbaar en dat maakt de regio aantrekkelijk. Echter, een locatiekeuze is niet alleen gebaseerd op harde feiten maar ook op de emoties van een ondernemer. Dit betekent dat de locatiekeuze voor ieder bedrijf anders kan zijn. Zo speelt voor sommige ondernemers de woonplaats of geboorteplaats een belangrijke rol als het gaat om de bedrijfslocatie. Dit komt deels omdat zij hier de contacten hebben en omdat zij het gebied kennen maar een ander deel heeft te maken met de binding van een ondernemer aan een locatie. Zij vestigen zich hier 'gewoon omdat ze hier wonen en hiervandaan komen'. Dit illustreert het feit dat veel van de locatiefactoren en ook de locatiekeuze bepaald worden door evolutionaire aspecten. Of je in een regio bent opgegroeid en/of woont of al in een regio bent gevestigd heeft effect op het locatiebesluit. De geïnterviewde ondernemers hebben niet noodzakelijkerwijs een rationeel besluit gemaakt. Zij zitten 'gewoon' al in de regio en zij blijven daar ook 'gewoon' zitten. Het monitoren van kosten en opbrengsten zoals de eerste locatietheorieën maar ook de New Economic Geography veronderstelden, hebben hier dus niets mee te maken.

Bij het bepalen van de waarde die door de ondernemer aan verschillende locatiefactoren wordt gehecht spelen ook de bedrijfskenmerken een rol. Bedrijven uit verschillende sectoren hechten waarde aan verschillende locatiefactoren. Uit dit onderzoek bleek bijvoorbeeld dat dienstverlenende bedrijven bereikbaarheid erg belangrijk vinden terwijl de andere bedrijven dit niet noemden. Dit wordt deels veroorzaakt omdat dienstverlenende bedrijven veel contact hebben met klanten en het daarom belangrijk is dat ze snel bij klanten kunnen komen of makkelijk bereikbaar zijn voor klanten. Voor een bedrijf in de sector Nijverheid en Energie is dit minder het geval.

Van de actieve bedrijven waarmee EBG contact heeft, bevinden zich een groot deel al in de regio. De interviews illustreren dat een deel van deze ondernemers vrij calculerend contact heeft gezocht met Economic Board Groningen. Deze ondernemers zijn niet door EBG op het spoor gezet om zich in Noord-Groningen te vestigen. Deze ondernemers hebben of hadden al een bepaald spoor of plan om zich in de regio te vestigen of zitten al in de regio en hebben plannen om te groeien. Zij hebben contact met EBG omdat zij proberen aansluiting te zoeken bij de Economic Board voor financiering. EBG wordt dus in een bepaalde mate gebruikt als een soort financiering 'vehicle' waardoor men zich kan afvragen of EBG uiteindelijk wel een ander doel of functie heeft dan andere regionale ontwikkeling maatschappijen, bijvoorbeeld de NOM of de Provincie Groningen.

De aardbevingen hebben volgens de geïnterviewden geen effect op de aantrekkelijkheid van Noord-Groningen als bedrijfslocatie. Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt namelijk dat de aardbevingen geen invloed hebben op de overwegingen van de geïnterviewden om zich in Noord-

Groningen te vestigen. De financieringsmaatregelen als gevolg van de aardbevingen hebben daarentegen wel een stimulerend effect op de overweging om in Noord-Groningen te vestigen. De financieringsmaatregelen zullen niet doorslaggevend zijn maar als er een afweging moet worden gemaakt tussen twee locaties die beiden geschikt zijn, zullen de financieringsmaatregelen wel meespelen.

De krimp en vergrijzing hebben ook geen effect op de overweging om in Noord-Groningen te blijven of te vestigen. Een paar ondernemers vinden zelfs dat krimp een tijdelijke beweging is (geweest) en dat het allemaal wel meevalt. Vergrijzing speelt niet mee omdat het voor veel bedrijven niet relevant is. Zij richtten zich niet op de lokale consument en een bevolkingsontwikkeling als vergrijzing heeft dus geen effect op het bedrijf.

6.2. Aanbevelingen

Op basis van dit onderzoek worden er in deze paragraaf een aantal aanbevelingen gedaan voor toekomstig onderzoek.

Voor toekomstig onderzoek, is het interessant zijn om een soortgelijk onderzoek uit te voeren maar met meer respondenten. Eén van de doelen van dit onderzoek was namelijk om te weten te komen wat de locatie voor- en nadelen zijn van Noord-Groningen. Dit is grotendeels beantwoord door de theorie te koppelen aan data van onder andere CBS. Tevens is aan negen geïnterviewden gevraagd waar Noord-Groningen volgens hen goed of minder goed op scoort. Omdat dit slechts negen ondernemers zijn, zijn er maar een paar (duidelijke) patronen te ontdekken tussen de negen interviews. Dit kan natuurlijk worden veroorzaakt doordat elke ondernemer iets anders belangrijk vindt. Echter, als er meerdere respondenten in het onderzoek worden meegenomen, zou dit kunnen leiden tot het ontstaan van meerdere patronen. Ook zou een vergelijking kunnen worden gemaakt tussen Economic Board Groningen en andere regionaal economische ontwikkelingsmaatschappijen. Hoe gaan andere organisaties aan het werk en hoe benaderen deze organisaties bijvoorbeeld bedrijven. Misschien blijkt uit een vergelijking van de strategieën van meerdere regionale organen wel dat financieringsmogelijkheden de meest effectieve tools zijn om een bedrijf naar een regio te trekken. Voor Economic Board Groningen, wordt aanbevolen om in de toekomst meer te focussen op de bedrijven die al in de regio zitten. Uit het onderzoek blijkt dat veel ondernemers al 'gepikt en gemazeld' waren in de regio en dat het voornamelijk gaat om bedrijven die hier willen groeien. Daarom zou een deel van de tijd, energie en financiering van de organisatie kunnen worden geïnvesteerd in de bedrijvigheid van de regio zelf. Bedrijven van buiten de regio worden namelijk vooral aangetrokken door de financieringsmaatregelen. Waardoor de vraag ontstaat of de bedrijven die gebruik hebben gemaakt van de financiering van EBG wel voor langdurige tijd in Noord-Groningen blijven of dat zij na een paar jaar weer wegtrekken. Het risico bestaat namelijk dat zodra je ophoudt met financieren, de grootste pull factor voor deze bedrijven wegvalt. De vraag is dan of het aantrekken van bedrijven van buiten de regio met financiële middelen op langere termijn wel leidt tot het versterken van de regio. In die zin wordt het interessant om op langere termijn te monitoren hoe het gaat met de bedrijven die financiële steun hebben gekregen van Economic Board Groningen en of er verschil ontstaat tussen de bedrijven die van oorsprong uit de regio komen en bedrijven die van buiten de regio komen.

Daarnaast heeft deze thesis zich gericht op één hele kleine en specifieke onderzoeksgroep, namelijk ondernemers die actief contact hebben (gehad) met Economic Board Groningen. Voor volgend onderzoek zouden de ondernemers die eenmalig contact hebben gehad met Economic Board Groningen mogelijk ook benaderd kunnen worden omdat dit kan leiden tot een bredere

invalshoek. Ervan uitgaande dat de meeste ondernemers die actief contact hebben (gehad) met Economic Board Groningen mogelijk positiever tegenover de regio en/of organisatie staan dan ondernemers die eenmalig of zelfs helemaal geen contact hebben gehad met Economic Board Groningen.

7. Literatuurlijst

Ahtonen, A. (2012). *Healthy and active ageing: turning the 'silver' economy into gold*. Brussel: European Policy Centre.

Artikis, G. P. (1993). Financial Factors in Plant Location Decisions: A Case Study in the Greek Metal Industry. *International Journal of Operations & Production Management*, 13(8), 58 - 71

Artikis, G. P., Merikas, A. & Vozikis, G. S. (2011). Revisiting the Use of Financial Incentives as an Instrument of Regional Economic Development Policy: The Case of Greece. *Journal of Applied Business Research*, 12(4), 89 – 99.

Atzema, O., Lambooy, J., Rietbergen, T. van & Wever, E. (2002). *Ruimtelijke economische dynamiek*. Bussum: Coutinho.

Berg, N. van den (2016). *Mien Grunningerland*. Masterscriptie Bestuur en Beleid. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Bönte, W., Falck, O. & Heblich, S. (2009). The impact of regional age structure on entrepreneurship. *Economic Geography*, 85, 269–287.

Boschma, R.A., Frenken, K. & Lambooy, J. G. (2002). *Evolutionaire Economie. Een inleiding*. Bussum: Coutinho.

Brakman, S., Garretsen, H., & Schramm, M. (2004). The strategic bombing of German cities during World War II and its impact on city growth. *Journal Of Economic Geography*, 4(2), 201-218

Breman, B. C., Luttik, J., & Vreke, J. (2009). *De aantrekkingskracht van het Nederlandse landschap: Een verkenning naar de relatie tussen ruimtelijke factoren en inkomend toerisme*. Wageningen: Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu.

Brouwer, A. E., Mariotti, N. V., Ommeren, J. N. van, & Mariotti, I. (2004). The firm relocation decision: An empirical investigation. *Annals of Regional Science*, 38(2), 335-347.

Brueckner, K. J., Jacques-François, T. & Yves, Z. (1999). Why is central Paris rich and downtown Detroit poor? An amenity-based theory. *European Economic Review*, 43(1): 91 – 107.

Bruinsma, F., Rienstra, S., & Rietveld, P. (1997). Economic Impacts of the Construction of a Transport Corridor: A Multi-level and Multiapproach Case Study for the Construction of the A1 Highway in the Netherlands. *Regional Studies*, 31(4), 391-402.

Bryan, J., Hill, S., Munday, M., & Roberts, A. (1997). Road infrastructure and economic development in the periphery: the case of A55 improvements in North Wales. *Journal of Transport Geography*, 5(4), 227-237

Burdina, M. (2004). *Impact of Transportation on Business Location Decision in Rural Upper Great Plains*. Master Thesis. North Dakota: North Dakota State University of Agriculture and Applied Science.

Burmanje, T. S. (2013). *Wisselwerking tussen lokale bedrijven en de ruimtelijke omgeving in het Utrechtse Groene Hart*. Masterscriptie. Utrecht: Universiteit Utrecht.

Button, K. J., Leitham, S., McQuaid, R. W., & Nelson, J. D. (1995). Transport and industrial and commercial location. *The Annals Of Regional Science: An International Journal Of Urban, Regional And Environmental Research And Policy*, 29(2), 189-206

- Caves, R. E. (1998). Industrial Organization and New Findings on the Turnover and Mobility of Firms. *Journal of Economic Literature*, 36(4), 1947 – 1982.
- CBS (2017). De regionale economie 2016. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS (2018a). *Bevolkingsontwikkeling; regio per maand*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS (2018b). *Regionale kerncijfers Nederland*. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- CBS (2018c). (On)veiligheidsbeleving; regio. Den Haag/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Chen, M. X. and Moore, M. O. (2010). Location Decision of Heterogeneous Multinational Firms. *Journal of International Economics*, 80, 188 - 199.
- Christaller, W. (1933). *Central Places in Southern Germany*. Engelse vertaling (1966) red. London: Prentice-Hall.
- Clark, G. L., Feldman, M. P. & Gertler, M.S. (2003). *The Oxford Handbook of Economic Geography*. Oxford: Oxford University Press.
- Cohen, N. (2000). *Business Location Decision–Making and the Cities: Bringing Companies Back*. The Brookings Institution: Center on Urban and Metropolitan Policy. Washington, DC.
- Cope, M. (2016). Transcripts (coding and analysis). In M. Goodchild, A. Kobayashi, W. Liu, R. Marston, D. Richardson (eds). *International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology*. Washington, DC: Wiley –AAG.
- Cushman & Wakefield (2011). *European Cities Monitor 2011*. London: Cushman & Wakefield.
- Currid, E., & Williams, S. (2010). Two Cities, Five Industries: Similarities and Differences within and between Cultural Industries in New York and Los Angeles. *Journal Of Planning Education And Research*, 29(3), 322-335.
- Dahl, S. M. & Sorensen, O. (2012). Home sweet home: Entrepreneurs: location choices and performance of their ventures. *Management Science*, 58(6), 1059 – 1071.
- Davis, D. R. & Weinstein, D. E. (2002). Bones, Bombs and Break Points: The Geography of Economic Activity. *The American Economic Review*, 92(5), 1269-1289.
- Delfmann, H. & Koster, S. (2016). The effect of new business creation on employment growth in regions facing population decline. *The Annals of Regional Science*, 56(1), 33 – 54.
- Dienst Landelijk Gebied. (2013). *Grondprijzmonitor 2012*. Utrecht: Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. Dienst Landelijk Gebied.
- Disdier A. & Mayer T. (2004). How different is Eastern Europe? Structure and determinants of location choices by French firms in Eastern and Western Europe. *Journal of Comparative Economics*, 32(2), 280-296
- Economic Board Groningen (2014). *Route voor het versterken van de economie in Noordoost Groningen*. Groningen: Economic Board Groningen.
- Economic Board Groningen (2016). *Economic Board Groningen stelt acquisitiemanager aan om nieuwe bedrijfsvestigingen naar Noord-Groningen te halen*. Geraadpleegd op 10-01-2018 via <https://www.economicboardgroningen.nl/nieuws/economic-board-groningen-stelt-acquisitiemanager-aan-om-nieuwe-be> Groningen: Economic Board Groningen.

- Economic Board Groningen (2018). *Over EBG*. Geraadpleegd op 10-01-2018 via <https://www.economicboardgroningen.nl/over-ebg> Groningen: Economic Board Groningen.
- Feng, C.M., Wu, P.J. and Chia, K.C. (2010). A Hybrid Fuzzy Integral Decision-Making Model for Locating Manufacturing Centers in China: A Case Study. *European Journal of Operational Research*, 200, 63 - 73.
- Folmer, E., Risselada, A. & Sleutjes, B. (2011). Zelfstandige ondernemer behoorlijk honkvast, *City Journal*, 7(3), 18 – 19.
- Fomby, T., Ikeda, Y. & Loayza, N. (2009). The Growth Aftermath of Natural Disasters. *Journal of Applied Econometrics*, 28, 412 – 434.
- Forkenbrock, D. J., & Foster, N. S. J. (1996). Highways and Business Location Decisions. *Economic Development Quarterly: The Journal Of American Economic Revitalization*, 10(3), 239 – 248.
- Glaeser, E. (2000). The New Economics of Urban and Regional Growth. In G. Clark, M. Gertler en M. Feldman (red.), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, (pp. 83 – 98). Oxford: Oxford University Press.
- Gottlieb, P. D. (1994). Amenities as an Economic Development Tool: Is There Enough Evidence? *Economic Development Quarterly*, 8(3), 270 – 285.
- Hallegatte, S., & Dumas, P. (2009). Can natural disasters have positive consequences? Investigating the role of embodied technical change. *Ecological Economics*, 68(3), 777-786
- Hanson, A. and Rohlin, S. (2011), Do location-based tax incentives attract new business establishment? *Journal of Regional Science*, 51, 427 – 449.
- Harvey, D. (1989). From managerialism to entrepreneurialism: The transformation in urban governance in late capitalism. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography* 71: 3 – 17.
- Hayter, R. (1997). *The Dynamics of Industrial Location: The Factory, The Firm and The Production System*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Heger, M., Julca, A. & Paddison, O. (2008). *Analysing the impact of natural hazards in small economies: the Caribbean case*. UNU-WIDER research paper no. 2008/25
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2011). *Qualitative research methods*. London: Sage
- Hoek, E. van der (2007.) *De rol van zachte locatiefactoren voor buitenlandse bedrijven in Noord Brabant. Het besluitvormingsproces, de locatiefactoren, het oordeel van buitenlandse bedrijven over de locatiefactoren in Noord Brabant*. September 2007.
- Holl, A. (2004). Manufacturing location and impacts of road transport infrastructure: empirical evidence from Spain. *Regional Science and Urban Economics*, 34(3), 341-363
- Hotelling, H. (1929). Stability in competition. *The economic journal*, 39, 52 – 79.
- Imaizumi, A., Ito, K., & Okazaki, T. (2016). Impact of natural disasters on industrial agglomeration: The case of the Great Kantō Earthquake in 1923. *Explorations In Economic History*, 60(1), 52-68.
- Jack S. L. & Anderson A. R. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), 467-487
- Jansen, J. (2009). *Segmentatie van kantoorgebruikers op basis van bedrijfsstijl; een methodiek om de omvang en de kwaliteit van de vraag op elkaar aan te sluiten*. Amsterdam: Amsterdam School of Real Estate.

- Johnson J. D. & Rasker R. (1995). The role of economic and quality of life values in rural business location. *Journal of Rural Studies*, 11(4), 405-416.
- Julka, N., Baines, T., Tjahjono, B., Lendermann, P. & Vitanov, V. (2007). A Review of Multi-Factor Capacity Expansion Models for Manufacturing Plants: Searching for a Holistic Decision Aid. *International Journal of Production Economics*, 106(2), 607 - 621.
- Kahn, J. A. & Henderson, D. A. (1992). Location Preferences of Family Firms: Strategic Decision Making or "Home Sweet Home"? *Journal of the Family Firm Institute*, 5(3), 271 – 282.
- Kam, de G. (2016), *Waardedaling van woningen door aardbevingen in de provincie Groningen: Een doorrekening op postcode 4 niveau*. URSI report 352 edn, Rijksuniversiteit Groningen. Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Groningen
- Karakaya, F. & Canel, C. (1998). Underlying dimensions of business location decisions. *Industrial management & data systems*, 98(7), 321-329.
- Kenis, N. (2011). *Ondernemerspassie bij familiale ondernemers: op zoek naar verklaringsmechanismen*. Universiteit Hasselt: Hasselt.
- Knoben, J., L. & Oerlemans, A. G. (2008). Ties that spatially bind? A relational account of the causes of spatial firm mobility. *Regional Studies*, 42(3), 385 – 400.
- Kronenberg, K. (2013). Firm relocations in the Netherlands: Why do firms move, and where do they go? *Papers in Regional Science*, 92(4), 691 – 713.
- Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. *Journal of Political Economy*, 99(3), 483 – 499.
- Lambooy, J.G. (1980). *Ekonomie en ruimte: inleiding in de economische geografie en de regionale economie*. Assen: Van Gorcum.
- Lambooy, J. G. (1988). *Regionale economische dynamiek: Inl. in de econom. geografie*. Muiderberg: Coutinho.
- Lambooy, J. G., Atzema, O. & Wever, E. (1997). *Ruimtelijke economische dynamiek. Een inleiding in de theoretische aspecten van de economische geografie*. Bussum: Coutinho.
- Leitham, S., McQuaid, R. W., & D Nelson, J. (2000). The influence of transport on industrial location choice: a stated preference experiment. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 34(7), 515-535.
- Loayza N.V., Rigolini J., Christiaensen L., & Olaberria E. (2012). Natural Disasters and Growth: Going Beyond the Averages. *World Development*, 40(7), 1317-1336
- Looy, B. van, Debackere, K., & Andries, P. (2001). Regionale ontwikkeling door kennisgedreven ondernemerschap. *Tijdschrift Voor Economie En Management*, 46, 203-238.)
- Longhurst, R.. (2010). Conducting Questionnaire Surveys. In N. Clifford & S. French & G. Valentine (Red.), *Key Methods in Geography* (pp. 103 – 115). 2e Editie. London: SAGE Publications.
- Louw, E. & Needham, B., Olden, H. & Pen, C. J. (2009). *Planning van bedrijventerreinen*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Mariotti, I. (2005). Firm relocation and regional policy. A focus on Italy, the Netherlands and the United Kingdom. *Nederlandse Geografische Studies*, 331.

- Mazzarol T. & Choo S. (2003). A study of the factors influencing the operating location decisions of small firms. *Property Management*, 21(2), 190-208.
- McLafferty, S. L. (2010). Conducting Questionnaire Surveys. In N. Clifford & S. French & G. Valentine (Red.), *Key Methods in Geography* (pp. 77 – 88). 2e Editie. London: SAGE Publications.
- McNee, R. B. (1958). Functional Geography of the Firm, with an Illustrative Case Study from the Petroleum Industry. *Economic Geography*, 34(4), 321 – 337.
- Meccheri, N. & Pelloni, G. (2006). Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(5), 371 – 392.
- Medda, E., Nijkamp, P. & Rietveld, P. (1999). Urban industrial relocation: the theory of edge cities. *Environment & Planning B*, 26(5), 751 – 761.
- Meester, W. J. (1999). Subjectieve waardering van vestigingsplaatsen door ondernemers. *Groningen Studies*, 261.
- Michelacci, C. & Silva, O. (2007). Why so many local entrepreneurs? *The Review of Economics and Statistics*, 89(4), 615 – 633.
- Miguel, E., & Roland, G. (2011). The long-run impact of bombing Vietnam. *Journal Of Development Economics*, 96(1), 1-15
- Mingione, E., Zajczyk, F., dell' Agnese, E., Mugnano, S. & d' Ovidio, M. (2009). Why in Milan? Working and living in Milan: An attractive environment for the creative and knowledge workers? The views of high-skilled employees, managers and transnational migrants. *Urban Geographies (AMIDST, FMG), ACRE wp, No. 8.12*.
- MKB Nederland (2015). *Informatie over het MKB (midden- en kleinbedrijf) in Nederland; MKB Cijfers, definities en organisaties belangrijk voor marktonderzoek*. <http://www.mkb servicedesk.nl>. Geraadpleegd op: 19-03-2017.
- Mueller, P., Stel, A. van & Storey, D. J. (2008). The Effects of New Firm Formation on Regional Development over Time: The Case of Great Britain. *Small Business Economics*, 30(1), 59 - 71.
- Murray, M. N., Dowell, P. & Mayes, D. T. (1999). *The location decision of automotive suppliers in Tennessee and the Southeast*. Center for Business and Economic Research Knoxville, Tennessee: University of Tennessee.
- Navaretti, G. B., Castellani, D. & Pieri, F. (2014). Age and firm growth: evidence from three European countries. *Small Business Economics*, 43(4), 823 – 837.
- Nelson, R. R. & Winter, S. G. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Belknap Press/Harvard University Press: Cambridge.
- Nguyen, C. Y., Sano, K., Tran, T. V. & Doan, T. T. (2013). Firm relocation patterns incorporating spatial interactions. *Annual Regional Science*, 50, 685 – 703.
- O'Leary, Z. (2010) *The essential guide to doing your research project*. Reprint. London: Sage.
- Onderzoeksraad voor Veiligheid (2016). *Aardbevingsrisico's in Groningen*. Geraadpleegd op 02-02-2017 via <https://www.onderzoeksraad.nl/nl/onderzoek/1991/aardbevingsrisico-s-in-groningen/onderzoek/1511/onderzoeksraad-start-onderzoek-naar-gaswinning-groningen>
- Peck J, (2005). Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, 29(4), 740 – 770.

- Pellenbarg, P. H. & Meester, W. J. (1986). *Het imago van Noord-Nederland: problemen en opgaven bij een behaviorale benadering van het vestigingsplaatsvraagstuk*. Paper Nederlandse Geografendagen Utrecht.
- Pellenbarg, P., Wissen, L. van, Dijk, J., van & McCann, P. (2002). Firm migration. In P. McCann (Red.), *Industrial Location Economics* (pp. 110-148). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Pellenbarg, P., & Steen, P. van (2005). Housing in the Netherlands. Spatial variations in availability, price, quality and satisfaction. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 96(5), 593-603.
- Peric, M. & Vitezic, V. (2016). Impact of global economic crisis on firm growth. *Small Business Economics: An Entrepreneurship Journal*, 46(1), 1 – 12.
- Persillet, V. & Shonkwiler, J. S. (2013). *Determinants of firm relocation. A study of agro-food processors*. Nantes: Working Paper Smart-LERECO.
- Petak, W. J. and Elahi, S. (2001). *The Northridge Earthquake, USA and its economic and social impacts*. Euroconference on Global Change and Catastrophe Risk Management. Geraadpleegd op 08-02-2017 via http://www.iiasa.ac.at/Research/RMP/july2000/Papers/Northridge_0401.pdf.
- ProRail (2018). / *Spoorlijn Roodeschool – Eemshaven*. Geraadpleegd op 20-4-2018 via <https://www.prorail.nl/projecten/spoorlijn-roodeschool-eemshaven> Utrecht: PrioRail.
- Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, MacMillan.
- Rietbergen, A. van, Brinkman, M., Kuypers, S., Rammos, I. & Witte, P. A. (2008). Evolutionaire geografie. Blijvertje of modegrill? *Geografie*, 17(8), 28 – 30.
- Rijksoverheid (2016). *Gaswinning in Groningen*. Geraadpleegd op 02-02-2017 via <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/aardbevingen-in-groningen/inhoud/aardbevingen-door-gaswinning-in-groningen>.
- Roback, J. (1982). Wages, Rents, and the Quality of Life. *Journal of Political Economy*, 90(6), 1257-1278
- Romein, A., & Trip, J. J. (2009). *Key elements of creative city development: An assessment of local policies in Amsterdam and Rotterdam*. Delft: Delft University of Technology.
- Saldaña, J. (2013). *The coding manual for qualitative researchers*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Schneider, L. & Eichler, S. (2007). Ageing in East Germany: Remarkable reduction of entrepreneurship. *Wirtschaft Wandel*, 13(4), 102-109.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper and Row.
- Simon, H. A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. *The Quarterly Journal of Economics*, 69(1), 99 – 118.
- Siodla, J. (2014). *Making the Move: The Impact of the 1906 San Francisco Disaster on Firm Relocations*. Colby College. Mimeo.
- Skidmore, M. & Toya, H. (2002). Do Natural Disasters Promote Long-Run Growth? *Economic Inquiry*, 40(4), 664 – 687.

- Sociaal Planbureau Groningen (2014). *Aardbevingen in Groningen; wat zijn de ervaringen van burgers?* Geraadpleegd op 04-02 via <http://sociaalplanbureau Groningen.nl/page/327/aardbevingen.html>
- Stam, E. & Mueller, P. (2007). Why butterflies don't leave: locational behavior of entrepreneurial firms. *Economic Geography*, 83(1), 27 – 50.
- Stathopoulos, S., Psaltopoulos, D. & Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10(6), 404 – 425
- Stec Groep (2001). *Logica in Locatiepatronen*. Nijmegen: Resultaten Database Locatiebeslissingen Nederland.
- Stel, A. van & Suddle, K. (2008). The impact of new firm formation on regional development in the Netherlands. *Small Business Economics*, 30(1), 31 – 47.
- Strobl, E. (2012). The economic growth impact of natural disasters in developing countries: Evidence from hurricane strikes in the Central American and Caribbean regions. *Journal Of Development Economics*, 97(1), 130-141.
- Thünen, J. H. von (1826). *Der Isolirte Staat in Beziehung Auf Landwirthschaft Und Nationalökonomie, Oder, Untersuchungen Über Den Einfluss, Den Die Getreidepreise, Der Reichthum Des Bodens Und Die Abgaben Auf Den Ackerbau Ausüben*. Hamburg: F. Perthes.
- Valentine, G. (1997). Tell Me About Using Interviews as a Research Methodology. In: Flowerdew, E. and Martin, D. (eds.). *Methods in Human Geography; a Guide for Students Doing a Research Project* (pp 110-253). London: Longman.
- Vlachou, H. & Iakovidou, O. (2013). The journey of business location factors through years: a literature review.
- Volksgezondheidszorg.info. (2018). Hoogopgeleide bevolking 2015. Bilthoven: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu.
- Wennekers, S. & Thurik, A. R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13(1), 27 – 55.
- Yang, J. & Lee, H. (1997). An AHP decision model for facility location selection. *Facilities*, 15(9), 241 - 54.

8. Bijlagen

8.1. Interview guide

Voordat we beginnen wil ik nog even benadrukken dat dit een onafhankelijk onderzoek betreft voor studie doeleinden en uw anonimiteit zal worden gewaarborgd indien u dit wenst.

Het interview zal ongeveer vijftien a twintig minuten duren. Als u vragen heeft tijdens het interview mag u mij onderbreken. Heeft u bezwaar als ik dit interview opneem?

Heeft u verder nog vragen voor we beginnen, of is alles duidelijk?

Bedrijfskenmerken

1. Wat is uw functie in het bedrijf?

2. Kunt u eerst iets vertellen over het bedrijf? (wat voor soort bedrijf is het? Wat wordt er bijvoorbeeld geproduceerd/verkocht/aangeboden)

.....

3. Hoeveel werknemers heeft uw bedrijf/het bedrijf waar in uw dienst bent in dienst? (vast, flexibel / hoop- en laagopgeleid)

.....

4. Tot welke sector behoort het bedrijf? (hou SBI-indeling in de gaten!)

.....

5. Wanneer is het bedrijf opgericht?

.....

6. Is het bedrijf onderdeel van een grotere onderneming (bijvoorbeeld een grotere onderneming met meerdere nevenvestigingen) of is het een eenmanszaak?

.....

7. In welke gemeente is het (hoofd)kantoor uw bedrijf gevestigd?

.....

8. Is het bedrijf al eens verhuisd? (zo ja: waarvandaan, waarom)

.....

9. Op welke afzetmarkt is het bedrijf gericht?

.....

10. Maakt u gebruik van toeleveranciers? (soort toeveranciers, waar zitten deze?)

.....

De regio Noord-Groningen

11. Heeft u (recentelijk?) contact gehad met de EBG?

12. Hoe bent u in contact gekomen met Economic Board Groningen? *(Eigen initiatief of bent u benaderd? Indien eigen initiatief: wat is daarvan de reden?)*

.....

13. Overweegt u een locatie in Noord-Groningen? *(Waarom wel/waarom niet? Indien het bedrijf al in de regio gevestigd is, waarom is hiervoor gekozen?)*

.....
.....
.....

14. Beïnvloeden de aardbevingen in deze regio uw overwegingen om zich hier te vestigen *(waarom wel/waarom niet?)*

.....
.....
.....

15. Beïnvloeden de bevolkingsontwikkelingen in Noord-Groningen zoals vergrijzing en krimp uw overwegingen?

.....
.....
.....

Gebiedskenmerken

16. Ik ben geïnteresseerd in welke locatiefactoren voor u het meeste van belang zijn. Onder locatiefactoren versta ik Kunt u drie noemen die u voor u het meest van belang zijn? Zou u deze voor mij ook op volgorde van belang willen rangschikken? *(waarom vindt u deze locatiefactoren zo belangrijk?)*

17. Op welke locatiefactoren scoort Noord-Groningen het best? Kunt u daarvan ook drie noemen. Zou u deze voor mij ook op volgorde van belang willen rangschikken?

Persoonskenmerken

18. Wat is uw leeftijd?

.....

19. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

a) Basisschool

- b) Middelbare school
- c) MBO
- d) HBO
- e) WO
- f) Anders namelijk:

20. Wat is uw woonplaats?

.....

21. Wat is uw geboorteplaats?

.....

Wilt u nog iets toevoegen aan dit interview of heeft u nog opmerkingen?

.....

Dit was het einde van het interview. Ik wil u hartelijk bedanken voor uw medewerking.

Zou u mijn scriptie ook toegestuurd willen krijgen als deze af is?

8.2. Tabellen voor analyse

Kenmerken Ondernemer

Ondernemer	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Leeftijd	62	45	58	32	40	40	40	56	64
Hoogst genoten opleiding	HBO	MBO	HBO	WO	HBO	HBO	HBO	HBO	HBO
Geboren in Noord-Groningen	Nee	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja	Nee	Nee	Nee
Wonend in Noord-Groningen	Nee	Ja	Nee	Nee	Nee	Ja	Ja	Nee	Nee
Heeft het bedrijf meerdere eigenaren?	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja	Nee	Nee	Ja	Nee

Bedrijfskenmerken

Wat is de afzetmarkt?	Internationaal	Internationaal	Internationaal	Internationaal	Internationaal	Internationaal	Lokaal	Nationaal	Internationaal
Is het bedrijf een spin-off	Nee	Nee	Nee	Ja	Nee	Nee	Nee	Ja	Nee
Heeft het bedrijf meerdere vestigingen?	Ja	Ja	Ja	Nee	Ja	Ja	Nee	Nee	Nee

Wanneer is het bedrijf opgericht?	Aantal werknemers	Is het merendeel van de werknemers hoogopgeleid?	Is het merendeel van de werknemers vast in dienst?	Is het bedrijf in Noord-Groningen gevestigd? Zo ja, in welke gemeente?	Is het bedrijf al eens verhuisd?	Zo ja, is het bedrijf van provincie veranderd
2009	6 – 12	Ja	Ja	Bedum	Ja	Nee
2011	30	Ja	Ja	Bedum	Nee	-
2010	3	Ja	Ja	Slochteren	Nee	-
2015	2	Ja	Ja	Nee	Nee	-
2014	12	Ja	Ja	Winsum	Ja	Nee
2015	12	Nee	Nee	Farmsum	Nee	Nee
2017	0	-	-	Slochteren	Nee	-
2017	0	-	-	Nee	Nee	-
1909	42	Nee	Ja	Nee	Nee	-

Ondernemer	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Sector	Zakelijke Dienstverlening	Vervoer, Informatie en Communicatie	Nijverheid en Energie	Nijverheid en Energie	Zakelijke dienstverlening	Vervoer, Informatie en Communicatie	Cultuur, Recreatie en Overige Diensten	Zakelijke Dienstverlening	Nijverheid en Energie

Locatiefactoren die de ondernemer belangrijk vindt

Ondernemer	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Harde locatiefactoren									
Arbeid	3	1		1				2	
Grond			2	2					3
Mogelijkheden financiering						2			
Infrastructuur	1	2	1	3	1		2	1	1
Gebouw					3	3	1	3	
Nabijheid klanten						1			
Nabijheid soortgelijke bedrijven			3						
Zachte locatiefactoren									
Quality of Life	2	3			2		3		2

Locatiefactoren waar Noord-Groningen volgens de ondernemer goed op scoort

Ondernemer	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Harde locatiefactoren									
Arbeid		1						2	
Grond	1		2	2	1		1		1
Mogelijkheden financiering				1	2				
Infrastructuur	2	2	1	3				1	2
Gebouw									
Nabijheid klanten									
Nabijheid soortgelijke bedrijven									
Zachte locatiefactoren									
Quality of Life	3	3	3		3	1	2		

Externe ontwikkelingen

Ondernemer	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Bang voor aardbevingen	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee
Kan het product gebruikt worden als het gaat om de aardbevingsproblematiek.	Ja	Ja	Nee	Nee	Ja	Nee	Nee	Nee	Nee
Beïnvloeden krimp en vergrijzing de ondernemers	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee	Nee
Maakt de ondernemer onderscheid tussen de gemeenten in Noord-Groningen	Nee	Ja	Nee	Ja	Ja	Nee	Nee	Ja	Ja