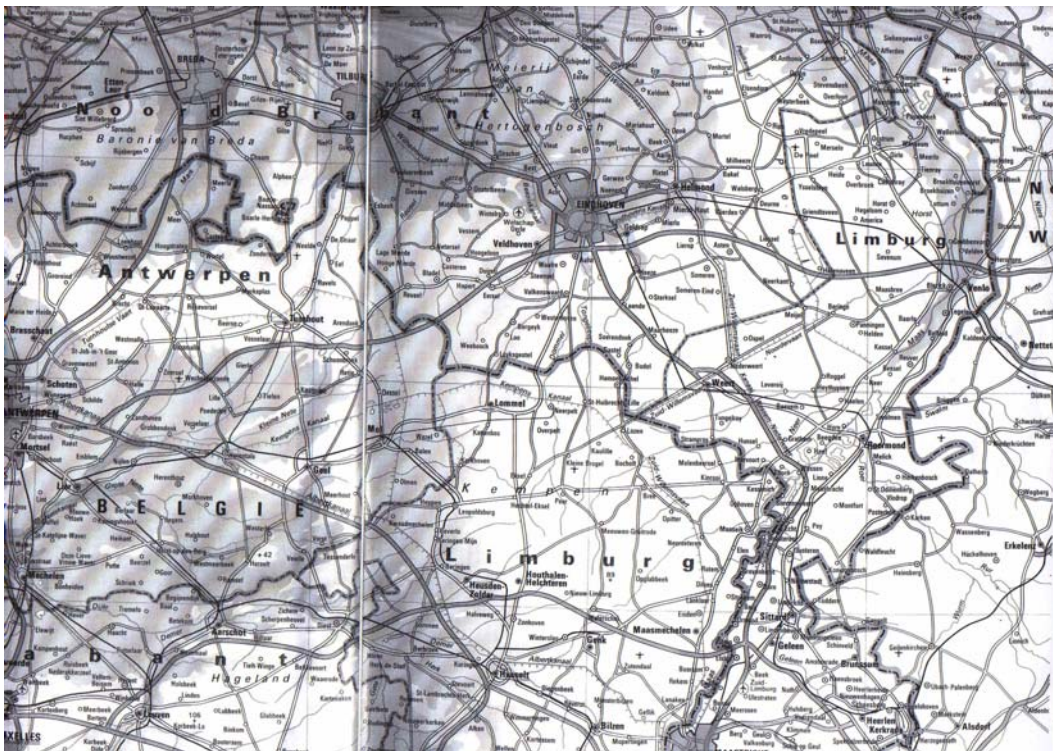


# Getwijfeld over België?

Een onderzoek naar de interesse van  
Zuidoost Brabantse bedrijven om zich in  
aangrenzend Belgisch Limburg te vestigen.



# **Getwijfeld over België?**

**Een onderzoek naar de interesse van Zuidoost  
Brabantse bedrijven om zich in aangrenzend  
Belgisch Limburg te vestigen**

**Guido Scheepers  
Juli 2005  
Nijmegen**

**Masterscriptie Sociale Geografie  
Faculteit der Managementwetenschappen  
Radboud Universiteit Nijmegen**

**Begeleider: Prof. Dr. E. Wever  
Tweede lezer: Drs. G. van Vilsteren**

*Grenzeloos*  
*Verleg ik mijn grenzen*  
*Totdat*  
*Ik de grens bereik*  
(Uit: Chris Naezer (2001), *Grenzeloos*)

## **Voorwoord**

De totstandkoming van een masterscriptie is topsport. Voortdurend ben je bezig je prestaties te verbeteren, je grenzen van je kunnen te verleggen. Dit gaat gepaard met pieken en dalen en het blijft maar gissen naar het uiteindelijke resultaat. Het uiteindelijke resultaat verschilt per persoon, maar van belang is dat je voldoening hebt van je verrichte prestatie, dat je het gevoel hebt dat je de grens van je kunnen benaderd bent. Om dit te kunnen ben je sterk afhankelijk van mensen die helpen. Zij kunnen je net dat laatste zetje geven dat nodig is voor een goed resultaat.

Hulp heb ik ondermeer met betrekking tot lay-out technische zaken gekregen. Grote dank aan Toine Penders voor het bewerken van het kaartje, Judith de Valk voor het scannen van diverse plaatjes en aan Natalie Hurkmans die in het ongestructureerde verhaal structuur heeft aangebracht. Daarnaast dank aan Wilfred de Beijer en Martin Schreurs voor de inhoudelijke reacties.

Natuurlijk ook grote dank aan mijn begeleider Prof. Dr. Wever voor zowel de inhoudelijke en procesmatige reflecties op mijn verrichtingen. Zijn no-nonsense aanpak heb ik erg gewaardeerd. Ook in de periode dat er weinig vooruitgang zat in mijn scriptie bleef hij erg optimistisch. Als het nodig was kon ik hem altijd bellen en/of mailen.

Ten slotte wil ik vooral mijn familie, vriendin, huisgenoten en vrienden bedanken voor de tijd die ik met jullie heb doorgebracht zonder dat ik aan de scriptie hoefde te denken. Als mens is het belangrijk ook naast de scriptie de gedachten even te kunnen verleggen naar andere zaken. Een bakje koffie drinken en een praatje maken in de kamer waar medestudenten (druk) bezig zijn aan de scriptie, een pilsje gaan pakken met medestudenten, activiteiten ondernemen met de vriendin, een hartelijk welkom bij het thuisfront allemaal zaken die indirect geholpen hebben bij het maken van de scriptie. Bedankt hiervoor!

## Inhoudsopgave

<b>Hoofdstuk 1 Inleiding</b>	<b>7</b>
1.1 Introductie	7
1.2 Aanleiding	7
1.3 Doelstelling en probleemstelling	7
1.4 Afbakening onderzoeksgebied	8
1.5 Leeswijzer	9
<b>Hoofdstuk 2 Theoretische achtergrond</b>	<b>11</b>
2.1 Klassieke theorieën	11
2.2 Behaviorale theorieën	12
2.3 Institutionele theorieën	12
2.4 Resumé	13
<b>Hoofdstuk 3 Ruimte en bedrijfslocaties</b>	<b>14</b>
3.1 Inleiding	14
3.2 Strijd om ruimte	15
3.3 Interpretatiekader	16
3.3.1 <i>Bedrijfssector</i>	17
3.3.2 <i>Grootte van de onderneming</i>	17
3.3.3 <i>Ruimtelijk niveau</i>	18
3.4 De locatiebeslissing	18
3.4.1 <i>Het opzetten van een nevenvestiging</i>	19
3.4.2 <i>Het verplaatsen van bedrijven</i>	20
3.5 Locatiefactoren in de praktijk	21
3.6 Vestigingspatronen	22
3.6.1 <i>Vestigingspatronen in Nederland</i>	22
3.6.2 <i>Bedrijvendynamiek van Zuidoost Brabant</i>	23
3.6.3 <i>Buitenlandse vestigingen in Belgisch Limburg</i>	25
3.7 Locatiekeuzes en (het beleid inzake) bedrijventerreinen	26
3.7.1 <i>Bedrijventerreinen Zuidoost Brabant</i>	26
3.7.2 <i>Bedrijventerreinen Belgisch Limburg</i>	30
3.8 Prijspeil bedrijventerreinen Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg	32
3.9 Resumé	33
<b>Hoofdstuk 4 Internationalisering</b>	<b>35</b>
4.1 Inleiding	35
4.2 Eclectisch paradigma	35
4.3 Kritische blik op het eclectisch paradigma	36
4.4 Mentale afstand benadering	37
4.5 Internationalisatie op micro-economisch niveau	37
4.6 Vestiging in het buitenland	38
4.7 Voorafgaande empirische onderzoeken	39
4.7.1 <i>Euregio Rijn-Waal</i>	39

<u>Getwijfeld over België?</u>	
4.7.2 <i>Midden-Brabant- Kempen</i>	40
4.7.3 <i>Interregio Brabant/Limburg</i>	40
4.7.4 <i>Euregio Scheldemond</i>	41
4.8 Brabantse ondernemingen in aangrenzend België	41
4.8.1 <i>Redenen voor vestiging in België</i>	41
4.8.2 <i>Redenen voor vestiging in Antwerpen cq. Limburg</i>	42
4.9 Resumé	43
<u>Hoofdstuk 5 Zuidoost Brabantse bedrijven in Limburg</u>	<u>45</u>
5.1 Inleiding	45
5.2 Onderzoekspopulatie	45
5.3 De responderende bedrijven	47
5.4 Algemene kenmerken van de responderende bedrijven	48
5.4.1 <i>Vestigingsjaar, vestigingsachtergrond en Belgische vestigingsplaats van de Belgische nevenvestiging</i>	48
5.4.2 <i>Vestigingsplaats</i>	49
5.4.3 <i>Belangrijkste activiteiten van de Belgische vestigingen</i>	50
5.4.4 <i>Werknemers bij Belgische nevenvestiging</i>	51
5.4.5 <i>Afzetmarkt van de Belgische nevenvestiging</i>	52
<u>Hoofdstuk 6 Redenen voor vestiging in België</u>	<u>53</u>
6.1 Inleiding	53
6.2 Motieven om zich te vestigen in Belgisch Limburg volgens de respondenten	53
6.2.1 <i>Motieven om een vestiging te openen in België</i>	53
6.2.2 <i>Motieven om een vestiging te openen in Belgisch Limburg</i>	54
6.3 Resumé	55
<u>Hoofdstuk 7 Conclusie</u>	<u>56</u>
<u>Literatuurlijst</u>	<u>58</u>
<u>Bijlage</u>	<u>63</u>

## Hoofdstuk 1 Inleiding

### 1.1 Introductie

In economisch geografisch onderzoek staat een tweetal aspecten centraal te weten de locatiekeuze en de regionale groei (Lambooy e.a., 1997, p.21). Voor economisch geografisch onderzoek is de locatiekeuze vooral interessant op het moment dat een ondernemer besluit het bedrijf te verplaatsen of een nevenvestiging op te richten. Beiden hebben namelijk een duidelijke ruimtelijke dimensie (Pellenbarg, 1985, p.12). Onderzoek naar het locatiekeuzegedrag van ondernemingen is voortgekomen uit de klassieke locatietheorie, die ervan uit gaat dat ‘algemene krachten’ de locatie bepalen. Vanuit wetenschappelijk oogpunt is het van belang te achterhalen welke overwegingen een rol spelen bij een locatiekeuze en tot welke ruimtelijke patronen dit voor gevolg heeft.

Inzicht in vestigingsplaatskeuzes van ondernemingen is verder van belang vanwege de regionale werkgelegenheidseffecten, en in het verlengde hiervan de economische groei van de regio. Voor regio's is het daarom van belang om inzicht te krijgen in de motieven waarom bedrijven kiezen voor een bepaalde locatie en wat voor gevolgen dit kan hebben voor de economische situatie van een regio. Centraal in dit onderzoek staan de motieven waarom Zuidoost Brabantse bedrijven juist wel of niet een locatie te kiezen net over de landsgrens in Belgisch Limburg.

Met de Europese eenwording in het achterhoofd zou het logisch zijn dat bedrijven sterker dan voorheen de mogelijkheden afwegen om zich in het buitenland te vestigen. Het zou te verwachten zijn dat bedrijven in toenemende mate niet alleen kijken naar de mogelijkheden in de eigen vertrouwde omgeving, maar ook een locatie in het buitenland overwegen. Voornamelijk voor bedrijven die zich op dit moment gevestigd hebben op een locatie in de nabijheid van de grens zou een verplaatsing naar of het oprichten van een nevenvestiging in een aangrenzend buitenlands gebied gunstig kunnen zijn, vanwege bijvoorbeeld de aanwezigheid van voldoende ruimte en een lage grondprijs.

### 1.2 Aanleiding

Vanuit het bedrijfsleven ontvangt de provincie Noord-Brabant regelmatig signalen dat bedrijven vanwege onvrede met het ‘bedrijfsonvriendelijk’ beleid van de diverse overheden en het gebrek aan uitbreidingsruimte in de nabije omgeving mogelijk een toevlucht zouden zoeken in België. Met name zou dit gelden voor bedrijven die zich bevinden in de nabijheid van België in de grensregio's. Op een geringe afstand van de regio Zuidoost Brabant liggen aan de Belgische zijde voldoende kavels vrij. Tevens ligt de prijs van de kavels een stuk lager dan in Nederland (Streekplatform Noord-Limburg, 2002, p.64). Met het verdwijnen van de binnengrenzen binnen de EU zou men kunnen verwachten dat bedrijven eerder kiezen voor een locatie over de grens. Dit zou een verklaring kunnen geven voor de signalen.

### 1.3 Doelstelling en probleemstelling

In de regio Eindhoven-Helmond wordt het steeds moeilijker om aan plaats voor nieuwe bedrijventerreinen te komen. Aanleggen van nieuwe bedrijventerreinen zal in toenemende mate alleen kunnen plaatsvinden op gronden, die op de één of andere manier al een waarde hebben voor bijvoorbeeld cultuurhistorie, landbouw en natuur (Streekplan Noord-Brabant, 2002, p.11).

Diverse rapporten, zoals de Regionale Bedrijventerreinen-structuurvisie (2000) geven aan dat na 2015 het ruimtekort voor de regio Eindhoven-Helmond mogelijk voor problemen kan gaan zorgen. Eén van de oplossingen die het streekplan van de provincie Noord-Brabant voorstelt is om gebruik te maken van bedrijventerreinen in het buitenland. In het streekplan is ten aanzien van dit punt de opdracht vermeld dat: “...bij een aantal infrastructurele

investeringen en bij de aanleg van bedrijventerreinen is een grensoverschrijdende aanpak geboden (Streekplan Noord-Brabant, 2002, p.122). Naast grensoverschrijdende samenwerking in het Rijn-Schelde-Delta-gebied wordt hoofdzakelijk hier de relatie tussen de stedelijke regio Eindhoven-Helmond en het gebied Bocholt-Lommel-Overpelt en het noordelijk deel van Antwerpen vermeld.

Diverse mensen hebben in het verleden reeds verschillende onderzoeken gedaan naar de economische interactie in het grensgebied van België en Nederland, zoals Allaert (1998) en Van Houtum (1997). Op dit moment is er echter vrij weinig praktische kennis beschikbaar over het grensoverschrijdende locatiegedrag van bedrijven in dit grensgebied tot op heden. Dit geldt zowel voor het huidige aantal verplaatsingen van Zuidoost Brabantse bedrijven naar aangrenzend België als het aantal Zuidoost Brabantse hoofdzetels met een nevenvestiging aan de Belgische zijde van de grens. Daarnaast is er weinig kennis over de beweegredenen voor Zuidoost Brabantse ondernemers om activiteiten te verplaatsen naar aangrenzend België.

Deze masterscriptie is erop gericht deze kennisleemte gedeeltelijk op te vullen door onderzoek te doen naar het vestigingsgedrag van Zuidoost Brabantse bedrijven in aangrenzend België.

Deze doelstelling zal worden nagestreefd door de beantwoording van de volgende probleemstelling:

*In welke mate bestaat er vanuit het bedrijfsleven uit de regio Eindhoven-Helmond concrete interesse een vestiging te openen in Belgisch Limburg en wat zijn de motieven hiervoor?*

### **1.4 Afbakening onderzoeksgebied**

Het zijn voornamelijk industriële bedrijven naast bedrijven in de logistieke sector die veel ruimte eisen en die niet overal gewenst zijn. Gedacht kan worden aan geluidshinder, geuroverlast en aantrekkelijk verkeer. De kans is daarom groot dat juist deze bedrijven mogelijk zullen uitwijken naar plaatsen waar zij wel voldoende ruimte krijgen om hun economische activiteiten te ontplooiën. Het zijn ook voornamelijk deze bedrijven waarvan wordt verwacht dat zij kiezen voor een verplaatsing van productievestigingen naar een locatie in het buitenland waar zij goedkoper kunnen produceren (Etin Adviseurs, 2002b, p.57).

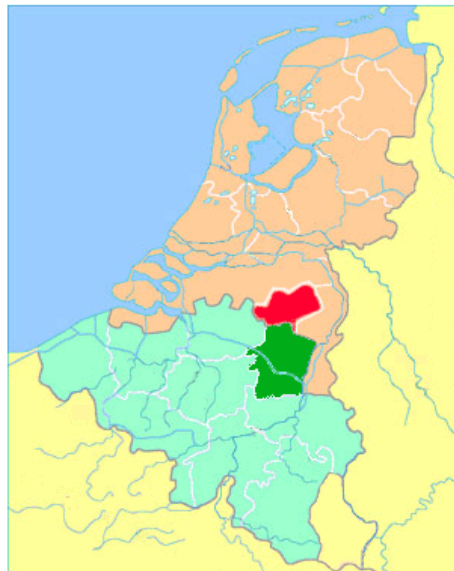
In Nederland is een belangrijk deel van de moderne industrie gevestigd in de provincie Noord-Brabant. Binnen Noord-Brabant ligt het zwaartepunt van de industrie in Zuidoost Brabant. Ongeveer één op de vier Zuidoost Brabantse bedrijven behoort tot de industriële sector, terwijl andere regio's in Noord Brabant een percentage hebben van zo'n 20%. Ook in het aandeel mensen dat werkzaam is het belang van de industrie te zien. Ruim één op de vijf banen is deze regio te vinden in de industrie, landelijk is dit ongeveer één op zeven (Etin Adviseurs, 2002, p.19).

Belgisch Limburg neemt binnen België een belangrijke positie in de industrie, maar wordt bovendien gekenmerkt door een lagere grondprijs en een ruime beschikbaarheid aan bedrijventerreinengrond (Ballaer e.a., 2002, p.43). Bovendien grenst Limburg voor een groot gedeelte aan Zuidoost Brabant. Interesse van Zuidoost Brabantse industriële bedrijven om zich in Belgisch Limburg te vestigen zou mogelijk kunnen zijn.

Onderstaand figuur geeft de positionering van beide regio's binnen Nederland en België als geheel. Het fel rood ingekleurde gedeelte is Zuidoost Brabant; het groen ingekleurde gebied is Belgisch Limburg.



*Figuur 1.1 Positionering Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg*



### **1.5 Leeswijzer**

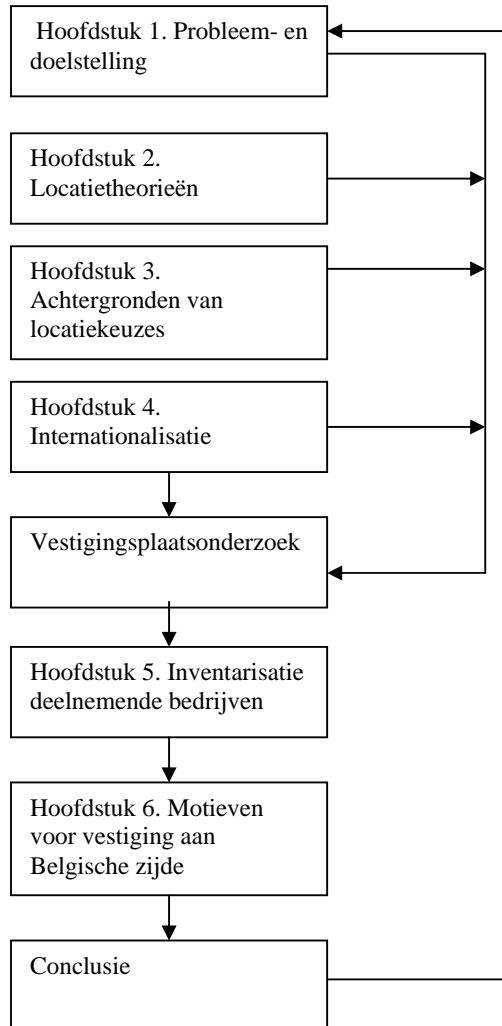
De opbouw van de scriptie is als volgt. In hoofdstuk 2 komen de theorieën aan bod die trachten een verklaring te geven voor het locatiegedrag van ondernemingen. Hoofdstuk 3 gaat vervolgens in op de achtergronden van het locatiekeuzegedrag van de ondernemers. Uitgebreid zal ingegaan worden op de rol die ruimte speelt bij het locatiegedrag van ondernemingen.

In hoofdstuk 4 zal worden ingegaan op het internationaliseringsproces van ondernemingen, zowel vanuit theoretisch als praktisch oogpunt. Speciale aandacht is er voor voorafgaande onderzoeken naar economische interactie in het Nederlands-Belgische grensgebied.

De verkregen inzichten uit de hoofdstukken twee, drie en vier zullen vervolgens gebruikt worden ter ondersteuning van het uitgevoerde vestigingsplaatsonderzoek dat in hoofdstuk vijf en zes aan bod komt. In hoofdstuk vijf wordt een inventarisatie gemaakt van de bedrijven die hebben deelgenomen aan het onderzoek. Hoofdstuk zes zal ingaan op het aantal Zuidoost Brabantse bedrijven dat verplaatst is of een nevenvestiging heeft opgericht in aangrenzend België en de motieven hiervoor.

In het laatste deel van het onderzoek zullen ten slotte de belangrijkste conclusies worden weergegeven. Onderstaande figuur geeft schematisch de opbouw van deze scriptie weer.

Figuur 1.2 Schematische opbouw scriptie



## Hoofdstuk 2 Theoretische achtergrond

In de economische geografie is een belangrijke plaats weggelegd voor de locatiekeuze van bedrijven. De locatietheorie of vestigingsplaatsleer houdt zich expliciet bezig met de vestigingsplaatskeuze. Getracht wordt een verklaring te geven welke economische activiteiten waar en waarom daar plaatsvinden. Aan de basis van de ontwikkeling van de klassieke vestigingsplaatsleer staat het werk van de Duitse economen Von Thünen (1826) en Weber (1909). Het werk van Von Thünen is sterk gebaseerd op de locatiekeuze van bedrijven binnen de landbouwsector. Weber neemt het in Europa aan de gang zijnde industrialisatieproces als basis voor de ontwikkeling van zijn theorie. Sindsdien zijn er talloze publicaties verschenen in aanvulling op deze basistheorieën (Pen, 2002, p.34).

Pellenbarg (1985, p.129) benadrukt dit door te stellen dat er niet gesproken kan worden van één vestigingsplaatsleer, maar dat er in feite sprake is van een grote reeks afzonderlijke bijdragen, die ieder een 'eigen theorie' geven, maar wel in te delen zijn in groepen. Omdat het onmogelijk is alle theorieën te behandelen is er voor gekozen, in navolging van Louw (1996), Ebels (1997), Hayter (1997) en Pen (2002) onderscheid te maken tussen de (neo-) klassieke, behaviorale en institutionele stroming. Het doel van dit hoofdstuk is slechts een inleiding te geven van de ontstane vestigingsplaatsleertheorieën, zodat een beter inzicht kan worden verkregen in hedendaagse locatiekeuzes. In het volgende hoofdstuk zal expliciet naar de praktische vertaling gekeken worden.

### 2.1 Klassieke theorieën

De basis voor de klassieke theorieën ligt in het klassiek-liberale economisch gedachtegoed. Hierin wordt ieder afzonderlijk bedrijf beschouwd als een volledig geïnformeerde, rationeel handelende actor. Voor de verklaring van de locatiekeuze van een bepaald bedrijf worden modellen ontwikkeld, die gebaseerd zijn op één of meerdere economische variabelen. Gedacht kan worden aan grond- en energieprijzen, transportafstanden en de beschikbaarheid van productiefactoren (Meester, 1999, p.33).

Von Thünen (1826) kan gezien worden als de grondlegger van de locatietheorie (Lambooy, 1980, p.69). In zijn werk de 'Isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie', richt hij zich in beginsel op de optimale locatie voor agrarische productie op basis van de afstand en het volume en de daaraan verbonden transportkosten tot de markt. Hij probeert niet te verklaren waarom een bedrijf op een bepaalde plaats is gevestigd, maar de vraag te beantwoorden waarom agrarische ondernemingen verschillende producten verbouwen.

Voor dit onderzoek is het gedachtegoed van voornamelijk Weber van groot belang. Weber was namelijk de eerste die op basis van een volledige theorie de locatiekeuze van ondernemingen trachtte te verklaren. Weber gaat in de beschrijving van zijn theorie uit van individuele industriële bedrijven, die in vrije concurrentie om grondstoffen, arbeidskrachten en afzet ieder voor zich een zo laag mogelijk niveau van productiekosten proberen te bereiken ('least cost' benadering) (Pellenbarg, 1985, p.130).

In aanvulling en reactie op deze zogenaamde 'least cost' benadering zijn door auteurs in een later stadium nieuwe standpunten ontwikkeld die bekend werden als 'market-oriented' en 'locational interdependence' theorieën. Hierin wordt respectievelijk de afzetmaximalisatie en de onderlinge locationele beïnvloeding als uitgangspunt genomen in tegenstelling tot voorheen waar slechts kostenminimalisatie van belang werd geacht (Pen, 2002, p.35).

Toch zijn er wel degelijk overeenkomsten te ontdekken tussen de hierboven genoemde theorieën. De eerste overeenkomst is dat er in alle gevallen getracht wordt een algemeen model op te stellen, waarin gezocht wordt naar de optimale vestigingsplaats voor een bedrijf, of een aantal bedrijven, op basis van 'economische' overwegingen met betrekking tot

grondstof- en energieprijzen, transportafstanden, beschikbaarheid van grond, kapitaal en arbeid, ligging van de markt en agglomeratievoordelen. De tweede overeenkomst is dat alle theorieën die geplaatst worden bij de klassieke vestigingsplaatsleer gebaseerd zijn op de klassieke economische theorieën, waarin een rationeel, economisch handelende mens wordt verondersteld, die voortdurend volledig is geïnformeerd over alle aspecten van een voor hem gesteld probleem en ook over de gevolgen van zijn handelingen (Pellenbarg, 1985, p.131-132).

## **2.2 Behaviorale theorieën**

De klassieke theorieën gaan ervan uit dat de ondernemer zich gedraagt als een ‘economic man’. Dit houdt in dat hij beschikt over alle relevante informatie ten aanzien van alle relevante productiefactoren en marktomstandigheden en deze op een rationele wijze kan benutten. In de behaviorale benadering worden volledig geïnformeerde en rationeel gedragende ondernemers in de praktijk als een illusie gezien. Zo is het voor het vinden van een bedrijfslocatie bijna onmogelijk kennis te hebben van alle mogelijke vestigingsplaatsen. De ondernemer moet in deze benadering daarom gezien worden als een ‘satisficer’ die een keuze maakt uit een beperkt aantal mogelijke locaties. Daarbij laat hij/zij zich niet alleen leiden door te kiezen voor de locatie waarop in eerste instantie een zo hoog mogelijke winst te behalen valt. Het handelen van bedrijven wordt mede bepaald door gebeurtenissen uit het verleden, de omgeving waarin men leeft en werkt, de sociale en ruimtelijke relaties die men onderhoudt en de door de via het waarden- en normenstelsel ontwikkelde voorkeuren (Lambooy e.a., 1997, p.59).

In plaats van een ondernemer te zien als een ‘economic man’ moet de ondernemer in de behaviorale benadering gezien worden als een ‘homo psychologicus’. Deze ‘homo psychologicus’ heeft niet de beschikking over volledige informatie en kan daarom slechts binnen bepaalde grenzen rationele beslissingen nemen. Daarnaast heeft de ondernemer te maken met onzekerheid wat betreft de juistheid van de te nemen beslissingen. Twee vormen van onzekerheid kunnen onderscheiden worden, namelijk ‘knowledge gaps’ en ‘true uncertainty’. Door meer informatie te verzamelen kunnen ‘knowledge gaps’ worden opgeheven. ‘True uncertainty’ ontstaat echter door onvoorspelbaarheid van gebeurtenissen en ontwikkelingen in de toekomst en kan daardoor niet worden weggenomen (Meester, 1997, p.34).

De behaviorale locatietheorie neemt het principe van de ondernemer als ‘homo psychologicus’ als basis voor een verdere specifieke uitwerking. In de behaviorale locatietheorie staat het (locatie)- gedrag van de ondernemers en diens motieven centraal. Belangrijk is het hierbij te kijken naar de wijze waarop ondernemers hun vestigingsplaatskeuze bepalen en daarnaast aandacht te schenken aan de informatie waarop deze keuze gebaseerd is.

## **2.3 Institutionele theorieën**

In de institutionele benadering moeten locatiebeslissingen gezien worden als een uiting van de investeringsstrategie van bedrijven. De aandacht gaat vooral uit naar grote bedrijven met meerdere vestigingen, in het bijzonder multinationals. Bij de institutionele benadering hebben deze multinationals een dermate grote invloed dat vestigingsplaatsfactoren in een gebied voor hen niet vaststaand zijn. Dergelijke bedrijven gebruiken hun macht om de vestigingscondities, zoals transportkosten, infrastructuur, regionale subsidies en gunstige locatie op een bedrijventerrein naar hun hand te zetten. Macht is dus een centraal begrip in de institutionele theorie. Actoren met een grote invloed, zoals grote bedrijven, overheid, ontwikkelingsmaatschappijen, vakbonden en andere belangengroepen proberen allen hun eigen belangen na te streven, waarbij hun langetermijndoelstellingen als leidraad dienen.

Omdat deze groeperingen andere belangen hebben zijn zij gedwongen met elkaar te onderhandelen. De investeringsstrategie van het bedrijf kan gezien worden als het resultaat van zo'n onderhandelingsproces, en ook de locatiebeslissingen van ondernemers zijn hierop terug te voeren (Meester, 1997, p.34).

## 2.4 Resumé

Tot op heden is er nog steeds een discussie gaande tussen de voorstanders van de (neo-) klassieke, behaviorale en institutionele benadering. Critici van de neoklassieke benadering hebben vooral bezwaren tegen bepaalde veronderstellingen in het concept van de 'homo economicus'. Belangrijke veronderstellingen in dit concept zijn volledigheid van informatie, de mogelijkheden van de ondernemer om deze informatie optimaal te benutten, het streven naar maximalisering van de winst en het ontbreken van andere drijfveren. Deze veronderstellingen zijn volgens critici niet realistisch. Zo worden in de behaviorale benadering volledig geïnformeerde en rationeel gedragende ondernemers in de praktijk als een illusie gezien.

De behaviorale benadering is er echter niet in geslaagd een vlekkeloos alternatief te bieden voor de (neo-)klassiek benadering. Kritiek op de behaviorale benadering is veelal gericht op de methodologische problemen bij de toepassing van de behaviorale benadering in empirisch onderzoek. Andere bezwaren zijn het gebrek aan toetsbaarheid van de veronderstellingen waarop deze benadering is gebaseerd en het ontbreken van voorspellend vermogen ten aanzien van het menselijke gedrag.

De institutionele benadering is in mindere mate dan de (neo-) klassieke benadering aan kritiek onderhevig. Ook deze benadering kent echter problemen bij de toepassing ervan in empirisch onderzoek. Daarnaast is er kritiek op de sterke fixatie op grote bedrijven van deze benadering.

Al hoewel de behaviorale- en institutionele benadering getracht hebben de beperkingen van de (neo-) klassieke benadering op te vangen, toch geven beide benaderingen weinig inzicht in de locatiekeuze van ondernemingen in de werkelijkheid (Pellenbarg, 1985, p.137). Omdat vele factoren van invloed zijn op de locatiekeuze is het maar de vraag of het mogelijk is een theorie te ontwikkelen die dat wel kan. Dit wil echter niet zeggen dat het locatiegedrag en de hieraan ten grondslag liggende vestigingsvoorkeuren van ondernemers niet van belang zijn. Ten eerste is inzicht in het locatievraagstuk van belang voor de ondernemers zelf. Voor hen is een locatiekeuze een investeringsbeslissing die een sterke invloed heeft op het functioneren van het bedrijf. Ten tweede is het vestigingsgedrag van ondernemers van belang voor lokale, regionale en nationale overheden bij het uitstippelen van hun ruimtelijk-economisch beleid en het ruimtelijke orderingsbeleid (Pellenbarg, 1985, p.13). Beide punten zullen in het volgende hoofdstuk uitvoerig aan de orde komen.

## Hoofdstuk 3 Ruimte en bedrijfslocaties

### 3.1 Inleiding

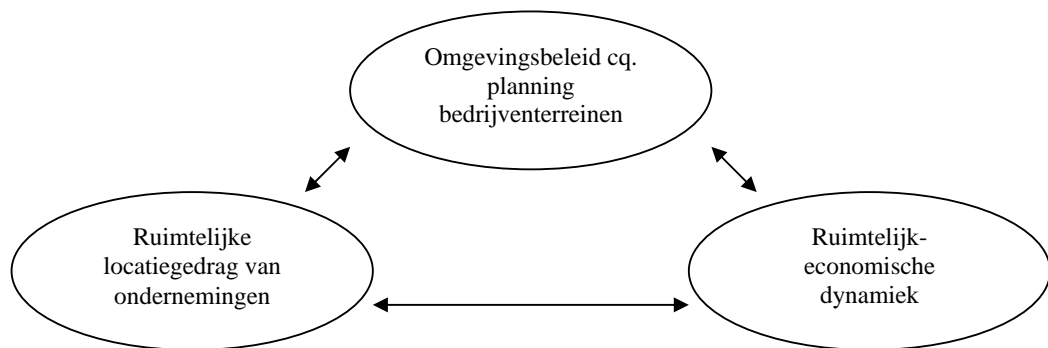
De locatiekeuze van bedrijven neemt binnen de economische geografie een belangrijke plaats in. In de afgelopen jaren is het voornamelijk de strijd om de ruimte voor economische activiteiten die de locatiekeuze en in het bijzonder het verplaatsen van bedrijven uitdrukkelijk weer op de voorgrond heeft gebracht. Uit een onderzoek van Louw en Hiethaar (2000) blijkt dat ongeveer 90% van de ruimtebehoefte van bedrijven bepaald wordt door bedrijfsverplaatsingen. Mogelijk zullen veel bedrijven migreren dan wel uitbreiden op grotere en/of kwalitatief betere locaties of een locatie kiezen in lege of beter bereikbare gebieden nu en in de nabije toekomst.

Uit onderzoek komt naar voren dat verplaatsende bedrijven zich graag willen vestigen op een bedrijventerrein (Buck Consultants International 1998; Pen 2002). Enkele voordelen om een bedrijf op een bedrijventerrein te vestigen is allereerst de goedkope grondprijs ten opzichte van een locatie in de stad. Daarnaast is er zeker in vergelijking met locaties in de stad in veel gevallen een ruim aanbod van kavels en is de bereikbaarheid vrij goed. Omdat ook bedrijven in de naaste omgeving produceren zijn er minder klachten te verwachten met betrekking tot geluids-, geur-, verkeersoverlast (Louw e.a., 2004). Het is dan ook niet verwonderlijk dat voor een lange tijd vooral ruimte-intensieve industriële bedrijven zich op een bedrijventerrein gingen vestigen. De laatste decennia is er ook een toenemende interesse van andere bedrijfssectoren. In dit onderzoek wordt daarom de volgende definitie voor een bedrijventerrein gebruikt (Pen, 2002, p.129):

*“een terrein dat volgens zijn bestemming bestemd en geschikt is voor gebruik door handel, nijverheid, commerciële en niet-commerciële dienstverlening en industrie.”*

Om de ruimtelijke plannen te onderbouwen is het voor diverse overheden van belang om inzicht te krijgen in de (toekomstige) vraag naar bedrijventerreinen (Louw en Hiethaar, 1999). Daarbij komt dat de wijze waarop bedrijventerreinen gepland worden ook invloed heeft op de locatiekeuze van ondernemingen. Onderstaand figuur geeft de relatie tussen het ruimtelijke locatiegedrag en het omgevingsbeleid cq. bedrijventerreinplanning.

Figuur 3.1 Het speelveld van ruimtelijke interactie



Bron: Gorter, Bruinsma en Nijkamp, 2001, p.2

Uit de figuur komt ook duidelijk naar voren dat het locatiegedrag van ondernemingen ook niet los te zien is van de ruimtelijk –economische dynamiek. Aan de grondslag van deze ruimtelijk- economische dynamiek liggen tal van factoren. Naast veranderende

bedrijfsstrategieën en het omgevingsbeleid van de diverse overheden is het op dit moment voornamelijk internationalisering dat in de belangstelling staat. Diverse onderzoeken onder het Nederlandse bedrijfsleven geven aan dat er een groei te verwachten is in het aantal bedrijven dat activiteiten verplaatst naar het buitenland, hoofdzakelijk door het oprichten van nevenvestigingen. (Ministerie van Economische Zaken, 2005, p.7). In het volgende hoofdstuk zal uitvoerig worden ingegaan op de mogelijke gevolgen van internationalisering van bedrijven in Nederland.

In dit hoofdstuk zal er ingegaan worden op de relatie tussen ruimte en het locatiegedrag van ondernemingen. In paragraaf 3.2 zal vooral ingegaan worden op aspecten van de ruimtelijk-economische dynamiek die invloed hebben op de (toekomstige) vestigingsplaats en het vestigingsgedrag van ondernemingen. Vervolgens zullen allereerst de achtergronden van het locatiegedrag van ondernemingen besproken worden. Daarna zullen de feitelijke vestigingspatronen die van belang zijn voor Nederland, Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg aan bod komen. Ten slotte zal ingegaan worden op de relatie tussen (het plannen van) bedrijventerreinen en de locatiekeuzes van bedrijven.

### 3.2 Strijd om ruimte

Economische groei gaat vaak gepaard met een toenemende druk op de ruimte. Extra ruimte wordt gevraagd door het (expanderende) bedrijfsleven. Ook de toenemende mobiliteit vraagt om extra ruimte. In de strijd om de schaars aanwezige ruimte moet het bedrijfsleven concurreren met andere ruimtegebruikers zoals recreatie en natuur, water, landbouw. (ETIN Adviseurs, 2002, p.106). Het belang van de overige ruimtegebruikers lijkt in verhouding met die van het bedrijfsleven toe te nemen. Vanuit het bedrijfsleven komen er dan ook regelmatig signalen dat ruimtegebrek als een belangrijk probleem wordt ervaren.

Al in de Vijfde Nota wordt ingegaan hoe er omgegaan moet worden met het toekomstige ruimtegebruik in Nederland. Gestreefd wordt naar vitale en aantrekkelijke steden en een vitaal en aantrekkelijk landelijk gebied. Hierbij gaat de vraag naar meer ruimtelijke kwaliteit gepaard met de extra behoefte aan ruimte. Dit komt in de praktijk neer op een bundeling en concentratie van de bebouwing in de steden en dorpen.

In de provincie Noord- Brabant werd al veel langer een concentratie in de stedelijke regio's geambieerd. In het streekplan uit 1992 werd aan dit principe al invulling gegeven door voor elke gemeente te bepalen in hoeverre er groei van bedrijvigheid kon plaatsvinden, door de gemeenten onder te verdelen in groeiklassen. In het streekplan uit 2002 komt naar voren dat het doel van het provinciaal ruimtelijk beleid is om er voor te zorgen dat de economische dynamiek in zoverre ruimte wordt gegeven dat zij bijdraagt aan het behoud en versterking van de sociaal-culturele en ecologische kwaliteiten (Streekplan 2002, p.32).

Dit komt concreet neer op een drietal punten:

- Een zorgvuldiger gebruik van de ruimte in Noord-Brabant. De groei van de economie mag daarbij niet leiden tot een evenredige ruimteclaim. Voor het beleid inzake bedrijventerreinen heeft dit met name tot gevolg dat de nadruk ligt op de revitalisering van oude terreinen en intensivering van zowel oude als nieuwe terreinen.
- Het tegengaan van een verdere aantasting van het buitengebied in de gebieden die niet vallen binnen de stedelijke regio's. Er moet in deze zogenaamde landelijke gebieden slechts plaats worden geboden aan lokale kleinschalige bedrijven. Middelgrote ondernemingen moeten terecht kunnen op een paar grootschaligere bedrijventerreinen, die vooral gelegen zijn in of nabij kernen met een regionale werkgelegenheidsfunctie.
- Concentratie van verstedelijking. Nieuwe bedrijventerreinen moeten zoveel mogelijk aangelegd worden in de stadsregio's.

Voor Zuidoost Brabant heeft dit als gevolg dat nog sterker dan nu het geval is de werkgelegenheid in de stedelijke regio's geconcentreerd moet worden. Onduidelijkheid bestaat er of hiervoor wel genoeg ruimte binnen de grenzen van de stadsregio aanwezig is en/of in de toekomst zal zijn. In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk zal hierop uitvoeriger worden ingegaan.

### 3.3 Interpretatiekader

De keuze voor een nieuwe locatie start voor veel bedrijven op het moment dat ze worden geconfronteerd met groeiende activiteiten. Daarnaast kan de keuze voor een andere locatie voortkomen uit veranderingen die plaatsvinden in de bedrijfsomgeving. Genoemd kunnen worden veranderingen in het overheidsbeleid en economische veranderingen zoals de Europese eenwording.

Naar aanleiding van deze veranderende omstandigheden kan het voor bedrijven aanleiding zijn om zich af te vragen of de activiteiten die men als ondernemer wil ontplooiën op de huidige locatie nog wel naar tevredenheid kunnen worden verricht. Indien blijkt dat dit niet het geval is omdat bijvoorbeeld de huidige bedrijfsruimte geen mogelijkheden biedt om nieuwe activiteiten te beginnen zal er een oplossing gevonden moeten worden. Ondernemers gaan daarbij sterk risicomijdend te werk. In eerste instantie zullen ze vaak ter plaatse willen uitbreiden. Hoewel ook dan een locatiekeuze wordt gemaakt is deze voor een locatiekeuze-onderzoek niet echt interessant, omdat deze in de praktijk moeilijk is waar te nemen (Pellenbarg, 1985, p.11).

Indien een uitbreiding ter plaatse niet mogelijk blijkt te zijn zal er getracht worden aangrenzende gebouwen te verwerven (North, 1974, p.221). Pas in laatste instantie overwegen bedrijven een overname van of fusie met een ander bedrijf, het oprichten van een nevenvestiging of een verplaatsing. Vooral de laatste twee zijn belangrijk voor locatiekeuze-onderzoek. Bedrijven die zich verplaatsen of een nevenvestiging oprichten zoeken bewust naar een locatie om zich te vestigen. Inzicht in de achterliggende motieven voor een verplaatsing of het oprichten van nevenvestiging kunnen een beeld geven van de locatievoorkeuren van een dergelijke groep bedrijven.

Op het moment dat een bedrijf besluit te verplaatsen zal dit veelal over korte afstand gaan. Het minimaliseren van de afstand is hierbij van belang omdat de bestaande toeleveringsrelaties en de tewerkstelling niet in het gedrang mogen komen bij een verhuizing van het bedrijf. Een onderzoek van de Gewestelijke Ontwikkelingsmaatschappij Limburg (GOM Limburg) wees uit dat maar liefst 86% van de bedrijven die verhuizen, voorheen gevestigd was in dezelfde (62%) of in een aanliggende gemeente (24%). Tot een soortgelijke conclusie kwam een onderzoek van de B&A groep (1998, p.20). Ongeveer 20% van de verhuisde bedrijven is op hetzelfde bedrijventerrein gebleven of vlak bij de oude locatie neergestreken. Bijna 60% van de bedrijven heeft op een andere plek binnen dezelfde gemeente opnieuw onderdak gevonden en de overige 20% is verhuisd naar een andere gemeente.

Een andere mogelijkheid voor een bedrijf is om een nevenvestiging op te richten. Dit betreft bedrijven die hun activiteiten uitbreiden door een vestiging te openen zonder daarbij de bestaande vestigingen te sluiten (Meester, 1999, p.29). Daarbij zijn zeer zeker ook interessant Nederlandse vestigingen die een nevenvestiging openen in het buitenland. Marktvergroting en betere omstandigheden om te produceren worden vaak als belangrijk motief gezien om een nevenvestiging op te richten (North, 1974, p.235). Inzicht in de keuze van het land kan een beeld geven van de aantrekkelijkheid van het land voor buitenlandse investeerders.

Het locatievraagstuk moet bezien worden vanuit verschillende invalshoeken. Het maakt immers een groot verschil uit of een startende ondernemer een locatiekeuze maakt of dat een



groot bedrijf besluit een nieuwe vestiging op te zetten in het buitenland. Aandacht dient er dus te zijn voor de verschillende kenmerken van bedrijven alsmede de situaties waarin locatiekeuzes zich voordoen. Hier wordt een onderscheid gemaakt tussen de bedrijfssector, de grootte van de onderneming en het ruimtelijke schaalniveau waarop de locatiekeuze wordt gemaakt.

### 3.3.1 Bedrijfssector

Er zijn grote verschillen in de verplaatsingsgeneigdheid tussen de verschillende bedrijfssectoren. In het algemeen is het zo dat met name de groothandel en de zakelijke dienstverlening relatief het meest verplaatsen. De industrie blijft hierbij achter, maar is echter ook nog verhuisbereid (Pellenbarg, 1995, p.61). Dit komt onder andere naar voren in een onderzoek voor Noord- Brabant naar de verplaatsingsgeneigdheid van industriële en distributiebedrijven (ETIN Adviseurs, 1998, p.17). Uit dit onderzoek bleek dat er een grote kans bestond dat bedrijven uit de maakindustrie zich zouden verplaatsen. In onderstaande tabel wordt zowel onderscheid gemaakt tussen sectoren als regio's. Net als er verschil tussen sectoren valt te verwachten kunnen de kenmerken van een bepaalde regio een bedrijf doen besluiten zich te verplaatsen zowel binnen dezelfde regio als daarbuiten.

Tabel 3.1 Verplaatsingsgeneigdheid van bedrijven uit Noord –Brabant 1998-2000

	Niet		Geringe kans		Redelijke kans		Vrijwel zeker	
	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Procesindustrie	40	81,6	5	10,2	1	2,0	3	6,1
Maakindustrie	99	59,3	30	18,0	15	9,0	23	13,8
Distributie	84	67,2	17	13,6	9	7,2	15	12,0
West	51	62,1	12	14,6	9	11,0	10	12,2
Midden	47	70,1	9	13,4	5	7,5	6	9,0
Noordoost	52	68,4	12	15,8	4	5,3	8	10,5
Zuidoost	73	62,9	19	16,4	7	6,0	17	14,7
<b>Totaal</b>	<b>223</b>	<b>65,4</b>	<b>52</b>	<b>15,2</b>	<b>25</b>	<b>7,3</b>	<b>41</b>	<b>12,0</b>

Bron: Bewerking van ETIN Adviseurs, 1998, p. 45

Opmerkelijk is dat vooral bedrijven uit Zuidoost Brabant en West Brabant overwegen zich binnen afzienbare tijd te verplaatsen. Voor Zuidoost Brabant ligt het percentage dat vrijwel zeker een andere locatie zoekt iets boven het gemiddelde. Hoewel er geen zekerheid is dat bedrijven uit deze regio daadwerkelijk in grotere mate verplaatsen geven deze cijfers wel een signaal voor de locatiedynamiek.

Een soortgelijk signaal komt tevens naar voren wanneer er gekeken wordt naar de uitbreidingsplannen van bedrijven uit Zuidoost Brabant ten opzichte van bedrijven uit andere Brabantse regio's. Ruim 70% van de ondervraagde Zuidoost Brabantse bedrijven blijken binnen afzienbare tijd uit te willen breiden, terwijl bijvoorbeeld voor de regio's West- en Noordoost Brabant dit percentage rond de 60% ligt (Ibid. p.10). Indien uitbreiding op de huidige locatie niet mogelijk blijkt te zijn zou de onderneming ervoor kunnen kiezen om op een andere locatie een nevenvestiging op te richten.

### 3.3.2 Grootte van de onderneming

Het aantal werknemers dat een bedrijf in dienst heeft blijkt van groot belang wanneer een bedrijf locatiekeuze dient te maken. Zo blijkt uit een onderzoek van Van Steen (1998) dat de verhuiskans bij bedrijven met 1 tot 9 werknemers het grootst is en dat vervolgens de volgende klassen een neergaande tendens hebben. De gemiddelde omvang van de verplaatste bedrijven

is in zijn algemeenheid erg klein. Uit onderzoeken van eind jaren '90 komt naar voren dat de gemiddelde grootte van een verplaatst bedrijf om en nabij de drie werkzame personen ligt. Uit onderzoek van Pellenbarg blijkt dat het gemiddelde verhuizende bedrijf groter is geworden. In 2002 heeft het gemiddelde verhuizende bedrijf 3,6 werknemers (Pellenbarg, 2005, p.106).

Ook uit tal van andere onderzoeken blijkt dat met name jongere, kleine, zelfstandige en groeiende bedrijven zich verplaatsen (Pellenbarg, 1995, p.52). Deze kenmerken staan in nauw verband met de bedrijfslevencyclus waarin de meeste verplaatsingen plaatsvinden, namelijk de eerste groeifase na de startfase. In de startfase speelt het locatievraagstuk slechts een beperkte rol. Gekozen wordt er vaak om te starten in de eigen woning of in een ander beschikbare beperkte en goedkope huisvesting (Ibid.).

Middelgrote en grote ondernemingen zullen eerder geneigd zijn ook andere opties, zoals het oprichten van een nevenvestiging mee te nemen wanneer er een locatiekeuze moet worden gemaakt. In het bijzonder voor kapitaalintensieve productiebedrijven kan dit een oplossing zijn, omdat het verhuizen van machines en installaties erg duur kan zijn.

### *3.3.3 Ruimtelijk niveau*

De locatiekeuze van een bedrijf is sterk gerelateerd aan het ruimtelijke niveau waarop deze locatiekeuze betrekking heeft. Doorgaans wordt er een onderscheid gemaakt tussen het nationale, regionale en lokale schaalniveau. Een dergelijk onderscheid is van belang, omdat per niveau verschillende locatiefactoren van belang zijn. Vestigingsmotieven van internationale ondernemingen zijn immers anders dan van bedrijven die zich uitsluitend richten op binnenlandse vestigingslocaties. In de volgende hoofdstukken zal uitgebreider ingegaan worden op vestigingsmotieven op verschillende schaalniveaus. In die hoofdstukken wordt namelijk gekeken naar grensoverschrijdende verplaatsingen en het opzetten van een nevenvestiging in het buitenland. In deze context is het vooral van belang te weten dat de locatiekeuze betrekking kan hebben op verschillende schaalniveaus en dat de motieven per niveau sterk kunnen verschillen.

In deze paragraaf is getracht een kader te schetsen waarbinnen locatiekeuzes van bedrijven plaatsvinden. In de komende paragrafen zullen enkele achtergronden van de locatiekeuze, zoals de locatiebeslissing de relevante locatiefactoren besproken worden.

### **3.4 De locatiebeslissing**

Klassieke benaderingen met betrekking tot locatiekeuzes gaan uit van een statische omgeving, waarin voor dynamische factoren zoals ondernemingsgroei en ondernemingsgedrag geen plaats is. Door dynamische factoren buiten beschouwing te laten kan de locatiebeslissing volgens de klassieke benadering gezien worden als een eenmalige locatiebeslissing die uitsluitend gebaseerd is op winstmaximalisatie (Hamilton, 1974, p.13). Als reactie hierop proberen de behaviorale benaderingen meer inzicht te krijgen in wat er zich afspeelt voordat een locatiebeslissing genomen wordt. De keuze voor een locatie wordt daarmee geplaatst in een dynamisch kader. Dit komt onder andere naar voren in de belangstelling om inzicht te krijgen in de factoren die ervoor zorgen dat bedrijven zich verplaatsen of een nevenvestiging oprichten.

Vooraf het besluitvormingsproces bij het maken van een locatiekeuze heeft in het verleden in de belangstelling gestaan in de behaviorale benaderingen. Door verschillende stadia te onderscheiden werd geprobeerd inzicht te krijgen in het locatiekeuzeprocess. Een aanname binnen de behaviorale benadering is dat ondernemers niet beschikken over alle mogelijke informatie en dat ondernemers keuzes niet alleen maken op economische gronden. De problemen die spelen bij locatievraagstukken moeten daarbij gezien worden als een leerproces, waarbij de perceptie van de beslissers beslissend is bij het maken van een locatiebeslissing.

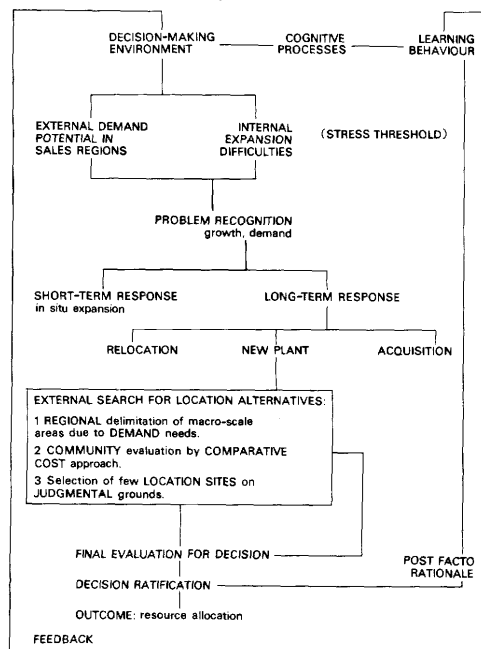
Doordat subjectieve elementen een belangrijke rol spelen bij de locatiebeslissing en de problemen om de waarde van deze elementen empirisch te toetsen is het binnen de behaviorale benadering vrij moeilijk om modellen te ontwikkelen.

In de volgende paragrafen zal toch geprobeerd worden inzicht te geven over het locatiebeslissingsproces van enerzijds nevenvestigingen en anderzijds verplaatsingen.

### 3.4.1 Het opzetten van een nevenvestiging

Het kiezen van een locatiekeuze komt sterk naar voren wanneer een bedrijf besluit een nevenvestiging op te richten. In deze situatie worden bestaande activiteiten uitgebreid door een nieuwe vestiging op te richten zonder dat bestaande vestigingen hoeven te sluiten. Rees (1974) ontwikkelde een model waarin de vestigingsplaatsprocedure weergegeven wordt van een (industriële) onderneming die een nevenvestiging wil oprichten.

Figuur 3.2 Het beslissingsproces voor het oprichten van een nevenvestiging



Bron: Rees, 1974, p.191

Het model is opgebouwd uit drie fasen, te weten (Rees, 1974, p.190):

1. probleemherkenning
2. vaststellen van mogelijke acties
3. kiezen van de locatie uit een set van mogelijkheden

De beslissing voor een nieuwe vestiging kan vaak worden gezien als een reactie op een vraagprobleem. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen interne en externe vraagfactoren. Bij de interne factoren kan gedacht worden aan ruimtegebrek of een inefficiënte bedrijfsinrichting. Een externe factor zou bijvoorbeeld kunnen zijn de uitbreiding van de afzetmarkt naar markten die voorheen nog niet werden bediend. Voor dergelijke problemen zal de onderneming oplossingen moeten vinden. Daarvoor is het allereerst noodzakelijk een duidelijke probleemformulering op te stellen.

In de tweede fase zal allereerst gekeken worden naar de oplossingen binnen de bestaande bedrijfsvestiging. Indien het bedrijf bijvoorbeeld kampt met ruimtegebrek kan er gekeken worden in hoeverre op de bestaande locatie nog uitgebreid kan worden. Indien blijkt dat dit niet mogelijk is zullen externe oplossingen gezocht moeten worden. Mogelijke oplossingen zijn het verplaatsen van het bedrijf, het overnemen van of fuseren met een ander bedrijf of het oprichten van een nevenvestiging. Uiteindelijk zal het bedrijf kiezen voor een bepaalde oplossing.

In de laatste fase zal ten slotte de gekozen oplossingsrichting ten uitvoer worden gebracht. Indien het bedrijf besluit een nevenvestiging op te richten zal het bedrijf een duidelijk beeld moeten hebben van de eisen waaraan de nieuwe locatie moet voldoen. Van belang is bijvoorbeeld het zoekgebied van de nieuwe vestiging (internationaal, nationaal, regionaal, lokaal) en de locatiefactoren die ervoor moeten zorgen dat het bedrijf goed kan functioneren. Op basis van deze eisen zal vervolgens gezocht worden naar een aantal geschikte locaties. Enerzijds zullen objectief vast te stellen factoren zoals de grondprijs en de aanwezigheid van voldoende ruimte een rol kunnen spelen. Anderzijds kan het ook zijn dat 'subjectieve' factoren zoals de relaties met de gemeente en het imago van bepaalde locaties van invloed zijn op de uiteindelijke locatie.

Uit onderzoek van Van Steen (2005, p.44) is gebleken dat hoe kleiner het aantal vestigingen in een meervestingonderneming, hoe groter de kans is dat het hoofdkantoor in de nabijheid te vinden is van de nevenvestiging. Voor bedrijven met twee vestigingen, een hoofdkantoor en een nevenvestiging, bleek het merendeel van de hoofdvestigingen in dezelfde provincie gevestigd te zijn als de nevenvestiging. Pas op het moment dat een bedrijf vijf of zes nevenvestigingen heeft lijken bedrijven ook locaties op grotere afstand te betrekken bij hun locatiekeuze.

### *3.4.2 Het verplaatsen van bedrijven*

Het locatiekeuzeproces bij een verplaatsing toont grote overeenkomsten met die van het oprichten van een nevenvestiging. Het grote verschil tussen bedrijfsverplaatsingen en nieuw opgerichte (neven)vestigingen is dat de huidige vestiging wordt opgeheven en een nieuwe vestiging op een andere locatie wordt opgericht. De beslissing om het bedrijf te verplaatsen cq. daadwerkelijk over te gaan tot bedrijfsverplaatsing omvat niet alleen de keuze voor een nieuwe vestigingsplaats. Ook moet er namelijk besloten worden of het bedrijf wel of niet verplaatst wordt. Hiervoor is het noodzakelijk om allereerst kennis te verkrijgen over het plaatsnut, door Lambooy e.a. (1997, p.61) omschreven als de mate waarin een bepaalde plaats voldoet aan de door een bedrijf gestelde vestigingseisen. Bij een steeds dalend plaatsnut zal een bedrijf steeds meer geneigd zijn een andere vestigingslocatie te kiezen. In de behaviorale benadering ligt bij het zoekproces de nadruk op de verplaatsingsmotieven van de ondernemers. In veel gevallen wordt hierbij een onderscheid gemaakt tussen push-, pull en keepmotieven. Push-motieven worden omschreven als overwegingen om een bepaalde plek te verlaten. Uit diverse onderzoeken blijkt dat de voornaamste push-factor het gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden op de huidige locatie is.

Pull-motieven zijn overwegingen die leiden tot een voorkeur voor een bepaalde nieuwe vestigingsplaats. In eerste instantie zou hierbij gedacht kunnen worden aan een veel goedkopere grondprijs, voldoende beschikbare bedrijfsruimte voor een bedrijf, subsidies en een goede ontsluiting via de weg.

Keepmotieven ten slotte zijn argumenten die een bedrijf op de bestaande locatie vasthouden. Een belangrijke keepfactor is de vrees bij de ondernemer om zijn huidige personeel kwijt te raken indien hij/zij besluit het bedrijf te verplaatsen. In een situatie waarin de keep-factoren belangrijker zijn voor de ondernemer dan de push-factoren zal de ondernemer zich niet bezighouden met de afweging of een andere vestigingslocatie meer

geschikt is voor zijn bedrijf. Pas op moment dat in grote mate ontevredenheid bestaat over de huidige locatie door de aanwezigheid van storende push-factoren zal de ondernemer mogelijk overwegen een ander locatie te kiezen.

### 3.5 Locatiefactoren in de praktijk

In de vorige paragraaf is ingegaan op het beslissingsproces dat vooraf gaat aan een locatiekeuze. In deze paragraaf zullen de locatiefactoren die van belang zijn voor het functioneren van ondernemingen en zodoende een belangrijke rol spelen in de locatiekeuze aan bod komen. Onder locatiefactoren kan worden verstaan de redenen op basis waarvan de onderneming een vestigingsplaats kiest (Buck Consultants International, 1998, p.33).

Informatie over de locatievoorkeuren van bedrijven geeft de kwaliteiten aan die een locatie moet hebben om bedrijven goed te kunnen laten functioneren. Het is dan ook niet verwonderlijk dat zowel overheden op zowel nationaal, provinciaal als lokaal niveau deze informatie hebben gebruikt als basis voor het uit te stippelen bedrijventerreinbeleid.

De kenmerken van een locatie waar een bedrijf naar vraagt zijn, volgens Hayter (1997, p.147) 'most clearly during a firm migration process and a location decision is a sort of revealed preference for the locational attributes of a given area'. Inzicht in de verplaatsingen van bedrijven zouden meer kunnen zeggen over de locatiekeuze van ondernemingen en de daaraan ten grondslag liggende locatiefactoren. Met name voor de vraag naar locaties op bedrijventerreinen is dit belangrijk, omdat een aanzienlijk gedeelte van die vraag komt van bedrijven die zich willen verplaatsen.

Om een beeld te krijgen van de verschillende vestigingsmotieven, of te wel de gevraagde locatiefactoren door het bedrijfsleven, wordt veelal via enquêtes aan (onlangs verhuisde) bedrijven gevraagd welke locatiefactoren voor hen van belang waren om deze locatiekeuze te maken. De resultaten van deze enquêtes worden vervolgens vaak gebruikt voor nota's over bedrijvenplanning of regionale ontwikkeling. Zo werden de resultaten van het bedrijfsmigratieonderzoek van Buck Consultants International gebruikt voor de regeringsnota inzake het ruimtelijke economisch beleid.

Onderstaande tabel geeft zowel de belangrijkste redenen die de ondervraagde bedrijven uit dit onderzoek genoemd hebben om de oude locatie te verlaten (pushfactoren) als de voornaamste factoren om te kiezen voor de nieuwe locatie (pullfactoren).

Tabel 3.2 De belangrijkste push- en pullfactoren

	<i>Pushfactoren</i>	<i>Pullfactoren</i>
1	Ruimtegebrek	Ruimtegebrek/groeimogelijkheid
2	Bedrijfseconomische redenen	Marktligging
3	Bereikbaarheid/ligging	Bereikbaarheid
4	Fusies/overnames	Regio-gebonden
5	Niet-functionele huisvesting	Fusie/overname/afplitsing
6	Milieueisen	Snel beschikbaar
7	Eigendomsvorm huisvesting	Woon-werkafstand
8	Hoge kosten	Prijs/kwaliteitsverhouding
9	Representativiteit	Representativiteit
10	Afstand woon-werklocatie	Huisvestingfaciliteiten
11	Te ruime huisvesting	Nabij andere vestigingen

Bron: Buck Consultants International, 1998, p.40-41

Naar voren komt het grote belang van de factor bedrijfsruimte, zowel als push- en als pullfactor. Dit beeld komt overeen met het feit dat het vaak jonge en groeiende bedrijven zijn die ervoor kiezen zich te verplaatsen. Ruimtegebrek speelt ook een belangrijke rol bij de keuze om een nevenvestiging op te richten. Indien een bedrijf een gebrek aan ruimte heeft op

de huidige locatie kunnen bedrijven ervoor kiezen om in plaats van het gehele bedrijf te verplaatsen een nevenvestiging op te richten op een locatie waar wel voldoende ruimte aanwezig is (Rees, 1974, p.228).

Een andere belangrijke push-factor zijn de bedrijfseconomische redenen, waarbij gedacht kan worden aan groeimogelijkheden, reorganisatie en verandering in activiteiten. Bij het oprichten van een nevenvestiging is deze vaak verbonden met de marktligging. Bedrijven kiezen vaak voor een nevenvestiging wanneer blijkt dat de markt van de huidige vestiging verzadigd is. Om de producten en/of diensten aan te bieden aan een nieuw marktgebied wordt vaak gekozen voor een vestiging in dat nieuwe gebied (Ibid, p.226).

Bij de verplaatsing van een bedrijf of het oprichten van een nevenvestiging spelen meerdere factoren een rol. Wanneer ranglijsten worden gegeven van locatiefactoren komt onvoldoende naar voren in hoeverre deze factoren samenhangen. In 2002 heeft Pen daarom het bedrijfsmigratieproces diepgaander onderzocht. Door hem worden 46 verschillende factoren die gedurende het proces een rol spelen onderscheiden. Hij heeft door middel van factoranalyse gekeken naar de samenhang tussen de factoren. Het bleek dat achter de belangrijkste factor dat uit alle onderzoeken naar voren komt, namelijk het gebrek aan ruimte, verschillende oorzaken lagen. Aan een bedrijfsverplaatsing liggen vaak ontwikkelingen in het primaire bedrijfsproces of organisatorische veranderingen ten grondslag. Bij ontwikkelingen in het primaire bedrijfsproces kan gedacht worden aan een groei van het productievolume, waardoor het bestaande pand het niet mogelijk maakt het productieproces op efficiënte wijze te huisvesten. Daarnaast zou het kunnen dat een ondernemer de onderneming wil verplaatsen naar een locatie waar de productievoorwaarden beter zijn of dat de ondernemer een nieuwe vestiging wil openen om beter een nieuwe markt te kunnen bedienen. Organisatorische veranderingen, zoals fusies en overnames, kunnen bedrijven er toe besluiten bedrijven of onderdelen van bedrijven samen te voegen om zodoende efficiënter te kunnen produceren.

### **3.6 Vestigingspatronen**

In de voorgaande paragrafen is uitvoerig ingegaan op de achtergronden van de locatiekeuze van de ondernemingen. In deze paragraaf wordt gekeken naar de locatiepatronen die zowel in Nederland als in Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg kunnen worden waargenomen. Door inzicht te krijgen in de vestigingspatronen kan gekeken worden welke vestigingsregio's de voorkeur genieten bij ondernemingen.

In de komende paragraaf zal allereerst ingegaan worden op het aantal bedrijfsverplaatsingen binnen Nederland. Vervolgens zal er gekeken worden welke gebieden in Nederland het meest aantrekkelijk zijn voor ondernemers om zich te vestigen. Vervolgens zal er specifiek gekeken worden naar bedrijfsmutaties in Zuidoost Brabant. Om de aantrekkelijkheid van Belgisch Limburg te bepalen is er ten slotte gekeken naar het aantal buitenlandse bedrijven dat zich daar de afgelopen paar jaar heeft gevestigd.

#### *3.6.1 Vestigingspatronen in Nederland*

Sinds het eind van de jaren '80 zijn het vooral Kemper en Pellenburg geweest die op nationale schaal keken naar bedrijfsmigratiepatronen in Nederland. Door middel van mutatiecijfers uit het bedrijvenregister van de Kamer van Koophandel scheppen zij een beeld van het belang van verplaatste bedrijven. Het aantal bedrijfsverplaatsingen blijkt van 1986 tot 1995 elk jaar gestegen, van respectievelijk 27.000 tot bijna 68.000. Het aandeel van verhuisde bedrijven in het totaal ingeschreven bedrijven steeg van 5% in 1986 tot 7,9% in 1995, waardoor in relatieve zin meer is verhuisd (Kemper en Pellenburg, 1997). Het groeiende aantal bedrijfsverplaatsingen kon enerzijds gezien worden als een reactie op uitgestelde groei- en

verhuisplannen uit de voorgaande recessiejaren. Anderzijds was er sprake van een weerspiegeling van nieuwe groei- en verhuisplannen van bedrijven in een groeiende economie. In de jaren hierna neemt het aantal verplaatsingen nog steeds toe, maar niet in zo'n sterke mate. Doordat het aantal bedrijfsverplaatsingen gelijke tred houdt met de groei van de bedrijvenpopulatie, stijgt het verhuispercentage niet verder. In de eerste jaren van de 21<sup>e</sup> eeuw lag het percentage tussen de 7,6% en 7,8 % (Pellenburg 2005, p. 108).

De mutatiecijfers uit het bedrijvenregister van de Kamer van Koophandel geven tevens een beeld van de migratiecijfers van de provincies. Met betrekking tot de sectoren industrie, groothandel en zakelijke diensten blijkt tussen 1988 en 1995 dat de provincies Noord- en Zuid- Holland bedrijven verliezen aan respectievelijk Noord-Brabant, Utrecht en Gelderland. Na deze periode zijn door de Kamer van Koophandel geen officiële publicaties meer verschenen die inzicht kunnen verschaffen over de provincieoverschrijdende bedrijfsverhuizingen van deze drie sectoren gezamenlijk. De problematiek rond het op juiste wijze registreren van vooral verplaatsingen in de groothandel en zakelijke diensten is hier debet aan (Ibid. p.110).

In 2003 hebben Pellenburg en Van Steen nog wel onderzoek gedaan naar bedrijfsverplaatsingen van grotere industriële bedrijven opgesplitst per landsdeel (in het jaar 2001). Vanuit het westen blijft er een relatief sterke trek naar het zuiden van het land waarneembaar.

### *3.6.2 Bedrijvendynamiek van Zuidoost Brabant*

Een belangrijke indicator voor het vestigingsklimaat van een bepaald gebied is de bedrijvendynamiek. Bedrijvendynamiek heeft betrekking op veranderingen in de bedrijvenpopulatie. Het gaat daarbij enerzijds over de komst en anderzijds over het vertrek van vestigingen. Bedrijven uit Zuidoost Brabant geven regelmatig signalen af dat zij vanwege onvrede met het 'bedrijfsonvriendelijk' beleid van de diverse overheden en het gebrek aan uitbreidingsruimte in de nabije omgeving mogelijk een toevlucht zouden zoeken in een andere regio. In deze paragraaf zal gekeken worden of Zuidoost Brabant ook daadwerkelijk geconfronteerd wordt met een negatief vestigingsklimaat.

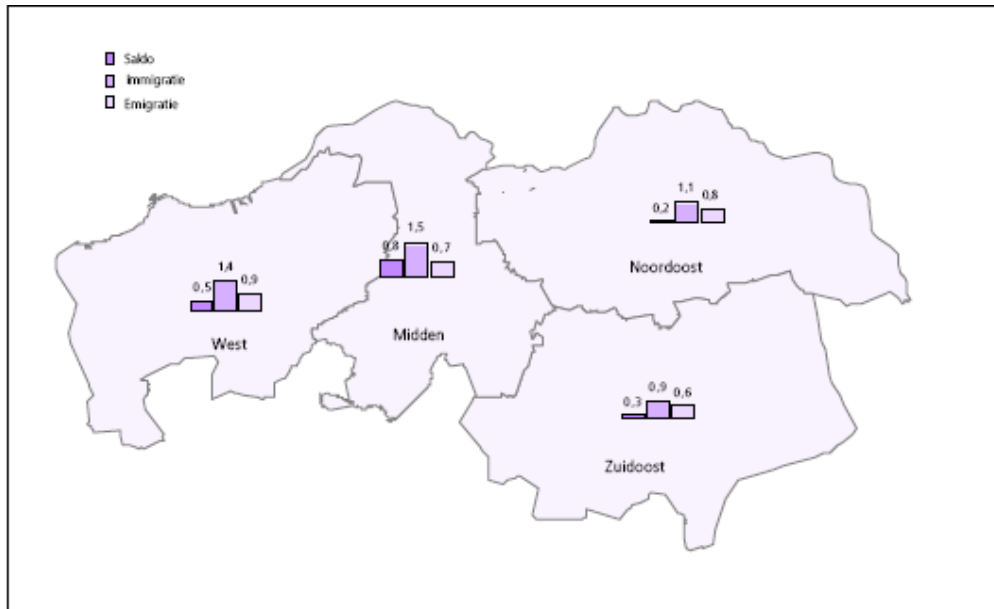
In dit deel zal naar twee aspecten van de bedrijvendynamiek worden gekeken. Ten eerste het migratiesaldo dat berekend wordt op basis van de jaarcijfers van 2003 afkomstig van de Kamers van Koophandel. Ten tweede zal er gekeken worden naar het aantal nevenvestigingen dat is opgericht in de Oost Brabantse regio's in de afgelopen paar jaren in vergelijking met een omliggende regio en het Nederlandse gemiddelde.

### **Migratiecijfers Zuidoost Brabant**

Zoals in de voorgaande paragraaf al is aangegeven komen locatievoorkeuren vooral naar voren bij bedrijfsverplaatsingen, omdat hierbij immers een weloverwogen keuze voor een bepaalde locatie duidelijk wordt. Actuele bedrijfsverplaatsingen zijn daarom geschikt om vestigingstendensen in het bedrijfsleven weer te geven.

De Kamers van Koophandel van Noord-Brabant gingen in hun jaarverslag in op zowel het aantal bedrijven dat verhuisd is naar de regio (immigratie) als het aantal bedrijven dat uit de regio is vertrokken (emigratie). Om een vergelijking tussen de gebieden mogelijk te maken wordt er gebruikt gemaakt van percentages.

Figuur 3.3 Migratiecijfers van bedrijven in de vier Brabantse regio's uitgesplitst in immigratie en emigratie als percentage van het totale aantal bedrijven



Bron: [www.onnohoes.politicusonline.nl](http://www.onnohoes.politicusonline.nl)

Wat opvalt is dat alle Brabantse regio's een positief migratiesaldo hadden. Dit betekent dat er in 2003 meer bedrijven naar de regio's zijn gekomen dan dat er zijn vertrokken. In tegenstelling tot West en Midden Brabant heeft Noordoost en Zuidoost Brabant wel lagere migratiecijfers. Beide hebben namelijk een positief migratiesaldo van 0,3%, terwijl West en Midden Brabant een saldo hebben van respectievelijk 0,5% en 0,8%.

Aangezien het percentage berekend is op basis van het totale aantal bedrijven is het ook mogelijk een indicatie te krijgen van het aantal bedrijven dat nu verplaatst is. Uitgaande van het gegeven dat er anno 2003 ongeveer 43000 Zuidoost Brabantse bedrijven waren, betekent dit dat er zo'n 387 bedrijven door middel van verplaatsing bijgekomen zijn in Zuidoost Brabant en zo'n 256 bedrijven deze regio hebben verlaten (Caten en Oude Hengel, 2003, p.15). Het aantal bedrijven dat er in 2003 is bijgekomen ligt om en nabij de 129.

In Noord-Brabant zijn er in 2003 14 buitenlandse ondernemingen bij gekomen.<sup>1</sup> Daarvan hebben 11 bedrijven zich gevestigd in Zuidoost Brabant.<sup>2</sup> Van alle regio's in Noord-Brabant blijkt Zuidoost Brabant in deze periode de grootste aantrekkingskracht te hebben.

Voor de nabije toekomst zijn de verwachtingen ook goed. Zo wordt in de Sociaal Economische Verkenning de verwachting uitgesproken dat zowel Noord- Brabant als Zuidoost Brabant zijn positie als regio met een positief migratiesaldo zal handhaven de komende jaren. Ook de Brabantse Ontwikkelingsmaatschappij (BOM) verwacht een stijging in de komende periode van het geïnvesteerde kapitaal vanuit het buitenland in Noord-Brabant en Zuidoost Brabant.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> [www.bom.nl](http://www.bom.nl)

<sup>2</sup> [www.rede.nl](http://www.rede.nl)

<sup>3</sup> [www.economie-in-brabant.nl](http://www.economie-in-brabant.nl)



### Aantal nevenvestigingen

Een andere indicator voor de aantrekkelijkheid van een bepaald gebied is het aantal nevenvestigingen dat wordt opgericht. Gekeken wordt naar Zuidoost Brabantse bedrijven die een nevenvestiging oprichten in de eigen regio. Wanneer bedrijven een gebied als gunstig ervaren zijn zij eerder bereid in dit gebied te investeren door bijvoorbeeld een nevenvestiging op te richten. Onderstaande tabel geeft de ontwikkelingen aan van het aantal nevenvestigingen dat tussen 2001 en 2005 is opgericht.

Tabel 3.3 Aantal opgerichte nevenvestigingen dat tussen 1 januari 2001 en 1 januari 2005 is opgericht

	2001	2002	2003	2004
Noordoost Brabant	1314	1282	1186	1207
Zuidoost Brabant	1924	1696	1561	1535
Oost-Brabant	3238	2978	2747	2742
Nederland	35235	33868	33638	36776

Bron: Bewerking gegevens [www.eindhoven.kvk.nl](http://www.eindhoven.kvk.nl)

Uit bovenstaande tabel komt naar voren dat het aantal bedrijven dat een nevenvestiging opricht in Zuidoost Brabant in een neergaande spiraal zit. Waar in 2001 nog 1924 nevenvestigingen werden opgericht, in 2004 was dit aantal gedaald naar 1535. Procentueel betekent dit een daling van zo'n 20%. Zeker wanneer deze resultaten vergeleken worden met die van Nederland lijkt de aantrekkelijkheid van Zuidoost Brabant laag. Voor Nederland als geheel is namelijk een stijgende tendens te zien in het aantal nevenvestigingen dat wordt opgericht. In de Sociaal Economische Verkenning 2005 van Noord Brabant wordt hiervoor de oorzaak gezocht in het relatief grote aantal industriële bedrijven dat Zuidoost Brabant rijk is. Industriële bedrijven zijn in tegenstelling tot de zakelijke dienstverlening minder geneigd een nevenvestiging op te richten.

### 3.6.3 Buitenlandse vestigingen in Belgisch Limburg

De aantrekkelijkheid van een bepaald gebied kan afgemeten worden aan het aantal buitenlandse bedrijven dat een vestiging opent in dat gebied. De Gewestelijke Ontwikkelingsmaatschappij Limburg (GOM Limburg), is de belangrijkste instantie die bijhoudt hoeveel buitenlandse bedrijven zich jaarlijks in Limburg vestigen. Tot 2005 hebben zich zo'n 240 (veelal industriële) buitenlandse bedrijven in Limburg gevestigd.

In totaal zijn er in de periode 1 januari 1995 tot 1 januari 2005 65 buitenlandse vestigingen bijgekomen. Onderstaande tabel geeft een beeld van de herkomst van de buitenlandse bedrijven.

Tabel 3.4 Gevestigde bedrijven in Limburg ingedeeld naar herkomst

	2001	2002	2003	2004
Nederland	2	5	2	2
Frankrijk				1
Zweden				1
Italië	1			1
Japan	1			2
Taiwan		1		1
Indië				1
USA	2	1		
<b>Totaal</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>9</b>

Bron: Bewerking gegevens [www.gomlimburg.be](http://www.gomlimburg.be)

De interesse om zich in Belgisch Limburg te vestigen blijkt vooral vanuit Nederland te komen. Ruim 45% van de bedrijven die zich de afgelopen vier jaar in deze provincie gevestigd hebben blijkt uit Nederland te komen. In hoofdstuk vijf zal gekeken worden in welke mate deze bedrijven Noord-Brabant dan wel Zuidoost Brabant komen.

### 3.7 Locatiekeuzes en (het beleid inzake) bedrijventerreinen

Een opvallende ontbrekende factor in veel onderzoeken naar vestigingsplaatsmotieven van bedrijven is de rol van de overheid. Redelijkerwijs zou het te verwachten zijn dat het regionale en het ruimtelijk beleid invloed hebben op het locatiegedrag van bedrijven. Slechts enkele bedrijfsverplaatsingsstudies vermelden een grotere rol van de overheid met name als push-factor. Er is sprake van een overheid die onder andere door haar milieubeleid en bestemmingsplannen bedrijven ‘verdrijft’ van hun huidige locatie. Zo bleek uit een inhoudsanalyse over bedrijfsverplaatsingen in een 500-tal krantenberichten van Pen dat meer dan de helft van de bedrijfsmigraties te maken had met het ruimtelijke beleid, hoofdzakelijk van de gemeente, op het gebied van ruimtelijke ordening, volkshuisvesting of milieu (Pen, 2002, p.159).

Indien na een verhuizing aan de ondernemer wordt gevraagd naar de motieven waarom hij het bedrijf heeft verplaatst blijken andere motieven, zoals ruimtegebrek/onvoldoende groeimogelijkheden toch van groter belang. Op de achtergrond kan het ruimtelijke beleid echter wel degelijk een grote rol spelen. Het ruimtelijke beleid kan bijvoorbeeld door de uitbreidingsmogelijkheden op de huidige locatie te beperken er uiteindelijk (mede) voor zorgen dat een bedrijf zich genoodzaakt voelt zich elders te vestigen.

In deze paragraaf zal worden ingegaan op één aspect waarmee de overheid tracht invloed te hebben op het ruimtelijke gedrag van bedrijven, namelijk het beleid inzake bedrijventerreinen. In de nieuwe sturingsfilosofie zijn provincies, regio’ en gemeenten verantwoordelijk voor het reserveren van voldoende ruimte op langere termijn en voor het tijdig beschikbaar stellen van ruimte op korte termijn. Overheidsinstanties maken hiervoor gebruik van het segmenteringsbeleid.

#### 3.7.1 Bedrijventerreinen Zuidoost Brabant

Het Regionaal Structuurplan regio Eindhoven onderscheidt op basis van de bedrijfsmigratie in de regio Zuidoost Brabant een viertal typen terreinen (Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, 2004, p.172):

- Kleinschalig /lokaal
- Gemengd
- Hoogwaardig gelabeld
- Grootschalig

Op basis van dit onderscheid zal er in deze paragraaf concreet gekeken worden in hoeverre er een confrontatie is tussen de vraag vanuit het bedrijfsleven naar voldoende vestigingsmogelijkheden en het aanbod van bedrijventerreinen op dit moment en in de (nabije) toekomst. Tevens zal er een onderscheid worden gemaakt tussen de stedelijke regio (stadsregio) en de niet-stedelijke regio. In de toekomst zal sterker dan voorheen de functie werken in de stedelijke regio geconcentreerd worden. Op het gebied van bedrijventerreinen is het echter de vraag of er wel voldoende ruimte in de stedelijke regio gevonden kan worden.

Om hier inzicht in te krijgen is het allereerst van belang te kijken naar het huidige aanbod op de bedrijventerreinen in Zuidoost Brabant in vergelijking met voorgaande jaren en de plannen voor uitgifte van nieuw bedrijventerrein tot aan 2015 zoals deze er op dit moment liggen. Het tweede deel zal zich vooral richten op de vraag vanuit het bedrijfsleven naar ruimte tot aan 2015. Op basis van deze gegevens kan ten slotte een vergelijking worden gemaakt tussen vraag en aanbod.

### *Aanbod bedrijventerreinen*

Op 1 januari 2004 had Zuidoost Brabant netto 3101 ha oppervlakte bedrijventerrein tot haar beschikking, waarvan 2789 ha was uitgegeven. Ruim 10% van het totale aanbod, zo'n 311 ha is zodoende nog beschikbaar, waarvan ruim 1/3 terstond uitgifbaar.

*Tabel 3.5 Aanbod bedrijventerrein Zuidoost Brabant per 1 januari 2004 in ha.*

	Aanbod uitgifbaar terrein		
	Terstond uitgifbaar	Niet terstond uitgifbaar	Totaal
Stedelijke regio	95,99	160,95	256,94
Niet-stedelijke regio	16,34	38	54,34
De Peel	8,93	9,74	18,67
De Kempen	6,45	9,21	15,66
Heeze-Leende Cranendonck	0,96	19,05	20,01
Zuidoost Brabant	112,33	198,95	311,28

Bron: <http://bedrijventerreinen.economie-in-brabant.nl>

In vergelijking met het aantal hectare dat op 1 januari 2000 direct beschikbaar was is een geringe stijging waarneembaar. In 2000 was iets meer dan 107 hectare aan nieuw bedrijventerrein te verkrijgen, op 1 januari 2004 is er een aanbod van 112 hectare. Om te bepalen of een bepaald aanbod voldoet wordt vaak als richtlijn gehanteerd dat het aanbod in een bepaald gebied kan voorzien in één a twee maal de gemiddelde jaarlijkse uitgifte die terstond voor uitgifte beschikbaar is (Etin Adviseurs, 2000, p.50). De afgelopen vijf jaar is gemiddeld 51 hectare uitgegeven. Het aanbod is op 1 januari ruim 2,2 maal zo hoog, waarmee aan deze eis voldaan is. Ook indien de gemiddelde jaarlijkse uitgifte gebaseerd wordt op cijfers van de afgelopen 20 jaar blijkt ruim aan de richtlijn voldaan te kunnen worden.

Om een indicatie te krijgen van het aanbod in de komende jaren is ervoor gekozen om naar de plannen voor de aanleg van nieuwe bedrijventerreinen in Zuidoost Brabant tot aan 2015 te kijken. Zowel voor de stedelijke als de niet-stedelijke regio worden deze genoemd in het Regionaal Structuurplan Regio Eindhoven (RSP). In het bestuurlijk akkoord van het Bestuurlijk Overleg Randgemeenten (BOR) worden alleen plannen voor de stedelijke regio vermeld. Het gaat hier niet alleen om plannen waarvan nagenoeg zeker is dat zij daadwerkelijk gerealiseerd zullen worden, de zogenaamde harde plancapaciteit. Ook de zachte plancapaciteit, waaronder wordt verstaan het geheel aan plannen die in de procedure de status van ontwerpplan nog (lang) niet hebben bereikt en waarvan het nog lang niet zeker is dat zij die status ooit bereiken, zal worden meegenomen.

Tabel 3.6 Bedrijventerreinplannen

	Oppervlakte restplannen c.q. harde plannen	Oppervlakte nieuwe RSP/Borlocaties	Totaal aan harde en nieuwe plannen
Stedelijke regio	250	662	912
<i>Kleinschalig</i>	14	16	30
<i>Gemengd</i>	118	354	472
<i>Hoogwaardig</i>	28	212	240
<i>Grootschalig</i>	90	80	170
Niet stedelijke regio <sup>4</sup>			347,5
Totaal Zuidoost Brabant			1259,5

Bron: Regioraad van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, 2004, p.172

Indien alle plannen gerealiseerd worden zou er tot aan 2015 een aanbod zijn van 1259,5 hectare bedrijventerrein. Niet meegenomen in deze berekening is de te behalen ruimtewinst die door middel van intensief en zorgvuldig ruimtegebruik behaald zou kunnen worden. De reden hiervoor is dat het tot op heden onduidelijk is in welke mate hiermee ruimtewinst te behalen is.

Een indicatie om te bepalen of er voldoende ruimte gevonden kan worden in de stedelijke regio is om te kijken naar de voorraad aan harde plancapaciteit. Als richtlijn om te bepalen of er voldoende voorraad aan harde plancapaciteit is wordt er vaak voor gekozen om de oppervlakte restplannen en de harde plannen in verband te brengen met de jaarlijkse uitgifte (Etin Adviseurs, 2000, p.50). Indien de oppervlakte aan restplannen vijf a zes maal zo groot is kan deze het direct uitgiftebare aanbod voldoende snel aanvullen. Met een jaarlijks uitgiftecijfer van 51 hectare per jaar zou er minimaal 255 hectare aanwezig moeten zijn. Met een aanbod van 250 hectare voldoet deze nagenoeg aan deze richtlijn.

#### Vraag

Om de ruimtebehoefte te bepalen tot aan 2015 wordt in dit onderzoek de Regionale Bedrijventerreinen-structuurvisie (RBSV) 2000 als uitgangspunt genomen. Het RBSV 2000 gaat uit van een behoefte van 57 hectare netto bedrijventerrein per jaar. Dit komt in een periode van 15 jaar neer op een behoefte van 855 hectare. In het Regionaal Structuurplan

<sup>4</sup> In het Regionaal Structuurplan regio Eindhoven wordt voor de niet-stedelijke regio slechts alleen het totaal aan harde en nieuwe plannen vermeld.

Regio Eindhoven uit december 2004 zijn deze cijfers geactualiseerd en waar nodig enigszins aangepast. Op basis van deze gegevens die uitgaan van 1 januari 2003 als begindatum wordt de vraag naar bedrijventerreinen tot aan 2015 op 645 hectare geschat. Onderstaand figuur geeft de verdeling per segment aan.

Tabel 3.7 Ruimtevrage naar netto hectare uitgifbaar bedrijventerreinen tot 2015

	Kleinschalig	Gemengd	Hoogwaardig gelabeld	Grootschalig
Stedelijke regio	59	162	117	56
Niet-stedelijke regio:	62	189		
<i>De Peel</i>	26	80		
<i>De Kempen</i>	29	89		
<i>Heeze-Leende</i>	7	20		
<i>Cranendonck</i>				
Zuidoost Brabant	121	351	117	56

Bron: Regioraad van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, 2004, p.71

Uit de figuur blijkt dat er vooral vraag is naar gemengde bedrijventerreinen. Dit geldt zowel voor het landelijke gebied als de stedelijke regio. De stedelijke regio wordt daarnaast gekenmerkt door een grote vraag hoogwaardig gelabelde bedrijventerreinen. In de landelijke gebieden is er naast de vraag naar gemengde terreinen voornamelijk vraag naar kleinschalige/lokale terreinen. De bedrijventerreinen hebben hier duidelijk een lokale functie. In de stedelijke regio is dit veel minder het geval. De terreinen in de stedelijke regio hebben naast een functie voor de eigen bedrijven ook als doel vestigingsplaats te bieden aan bedrijven van elders (Etin Adviseurs, 2000, p.19).

#### Confrontatie vraag en aanbod tot 2015

Indien alle harde plannen gerealiseerd worden en de zachte plancapaciteit daadwerkelijk gerealiseerd wordt levert dit voor een langere termijn (2005-2015) een overschot aan bedrijventerreinen op van 363,5 ha.

Tabel 3.8 Vraag en aanbod confrontatie Zuidoost Brabant

	Behoefte 2005-2015	Oppervlakte restplannen c.q. harde plannen	Oppervlakte nieuwe RSP/Borlocaties	Totaal aan harde en nieuwe plannen	<i>Tekort of overschot</i>	behoefte 2015-2020	<i>Tekort of overschot</i>
Stedelijke regio	394	250	662	912	267	147	120
<i>Kleinschalig</i>	59	14	16	30	<i>-43</i>	12	<i>-55</i>
<i>Gemengd</i>	162	118	354	472	191	76	115
<i>Hoogwaardig</i>	117	28	212	240	95	33	62
<i>Grootschalig</i>	56	90	80	170	24	26	<i>-2</i>
Niet stedelijke regio	251			347,5	96,5	69	27,5
Totaal	645	250	662	1259,5	363,5	216	147,5

Bron: Bewerking Regioraad van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven, 2004, p.172

Een tekort wordt alleen verwacht bij de kleinschalige bedrijventerreinen. Oplossingen voor het tekort kunnen mogelijk gevonden worden in kwalitatieve zin, zoals het bevorderen van in gebruik name van leegstaande bedrijfspanden, herstructurering en inbreiding. Voor de overige segmenten wordt een overschot in 2015 verwacht. Het ruimteprobleem in Zuidoost Brabant lijkt daarmee anno 2004 een stuk lager uit te vallen dan in het RBSV uit 2000 verwacht werd. In dit plan werd namelijk nog rekening gehouden met een tekort voor de gehele regio van 85 ha tot aan 2015 (ETIN Adviseurs, 2000, p. 45).

Het verwachte aanbod tot aan 2015 is echter sterk gebaseerd op weinig concrete plannen. Veel uitbreidingsplannen voor het gebied zijn in studie of hebben nog geen definitieve begindatum. Onduidelijkheid bestaat er dus nog in hoeverre dit verwachte aanbod daadwerkelijk gerealiseerd gaat worden. Wanneer alleen wordt gekeken naar de plannen waarvan vrij zeker is dat deze ook in de praktijk ten uitvoer wordt gebracht blijkt de vraag het aanbod sterk te overschrijden op alle segmenten. Indien alle harde plannen daadwerkelijk worden omgezet in direct uitgeefbaar aanbod zal er alleen al in de stedelijke regio in totaliteit een tekort van bijna 400 hectare zijn. De hoeveelheid aan zachte plannen (de Rsp/Borlocaties) is echter dermate groot dat indien er bepaalde plannen in het ontwikkelingsproces afvallen, zij deze kan opvangen. Het is daarom onwaarschijnlijk dat er tot aan 2015 sprake zal zijn van een gebrek aan ruimte in kwantitatieve zin.

Na 2015 lijkt het overschot aan bedrijventerreinen een stuk lager uit te vallen. Naast een tekort aan kleinschalige terreinen zou er ook een klein tekort aan grootschalige bedrijventerreinen kunnen ontstaan. Niet alle plannen voor de realisatie van nieuwe bedrijventerreinen voor de periode 2015-2020 zijn op dit moment echter bekend. Harde conclusies over een eventueel tekort aan bedrijventerreinen voor die periode kunnen moeilijk gegeven worden.

### *3.7.2 Bedrijventerreinen Belgisch Limburg*

Nadat er een inventaris is gemaakt van de bedrijventerreinen in Zuidoost Brabant zal in deze paragraaf gekeken worden naar de situatie op de bedrijventerreinen in Belgisch Limburg en met name naar de situatie in het arrondissement Maaseik. Dit is het gebied dat direct grenst aan Zuidoost Brabant. Met betrekking tot Belgisch Limburg, vooral het arrondissement Maaseik, wordt er vaak gesuggereerd dat er ruimte in overvloed is om nieuwe (buitenlandse) bedrijven aan te trekken. Op basis van cijfermateriaal van de Gewestelijke Ontwikkelingsmaatschappij Limburg, een organisatie die zicht bezighoudt met het plannen van bedrijventerreinen, zal er nagegaan of er daadwerkelijk genoeg ruimte beschikbaar is in aangrenzend Belgisch Limburg.

Allereerst zal er gekeken worden naar het aanbod van bedrijventerreinen op 1 januari 2005. Vervolgens zal er een vergelijking worden gemaakt tussen vraag en aanbod.

#### *Aanbod van bedrijventerreinen*

In het gewestplan is voor arrondissement Maaseik in totaal bijna 3536 ha voorzien. De grootste terreinen, qua oppervlakte, liggen in Overpelt (Nolim Park 266 ha, Zinkfabriek 182 ha), Lommel (Balendijk 313 ha, Dorperheide 465 ha, Maatheide 161 ha, testbaan Ford 324 ha) Bocholt (Kaulille 214 ha), Houthalen-Helchteren (Centrum-Zuid 228 ha en Europark 112 ha), Dilsen-Stokkem (Lanklaar 206 ha en Rotem 116 ha), Bree (Bree Kanaal 158 ha) en Hamont (Varkensbos 74 ha).

Van het totale aanbod van bedrijventerreinen in Maaseik is per 1 januari 2005 meer dan 2900 ha bezet, dat is bijna 85 %.

Tabel 3.9 Aanbod bedrijventerreinen Maaseik en Belgisch Limburg

	Opp. volgens gewestplan (in ha.)	Bezet (in ha.)	Bezettingsgraad (%)	Bouwrijp markt (in ha.)	Niet-realiseerbare oppervlakte
Bocholt	298,88	262,27	87,8		36,6
Bree	194,92	167,32	85,8	9,58	18,02
Dilsen-Stokkum	344,04	263,10	76,5	12,42	46,74
Hamont-Achel	105,46	98,77	93,7	0,65	6,05
Hechtel-Eksel	29,73	25,35	85,3		3,88
Houthalen-Helchteren	410,43	305,67	74,5		81,08
Kinrooi	44,98	42,75	95,0		2,23
Lommel	1333,35	1173,3	88,0	134,27	12,37
Maaseik	130,83	102,29	78,2	0,18	18,37
Meeuwen-Gruitrode	32,97	31,48	95,5		1,49
Neerpelt	31,67	12,65	39,9		19,02
Overpelt	280,39	256,71	91,6	10,5	13,19
Neerpelt/Overpelt	140,22	106,55	76,0	24,89	8,78
Peer	57,98	55,73	96,1	0,49	0,77
<b>Totaal Arrondissement Maaseik</b>	<b>3435,85</b>	<b>2903,94</b>	<b>84,5</b>	<b>192,98</b>	<b>268,59</b>
<b>Totaal Limburg</b>	<b>9.871,86</b>	<b>8.120,18</b>	<b>82,3</b>	<b>594,06</b>	<b>1029,80</b>

Bron: www.gomlimburg.be

In vergelijking met Limburg als geheel ligt dit percentage vrij hoog. Naast enkele volledig bezette bedrijventerreinen, zoals Bree-Kanaal en Overpelt Nolim Park zijn er ook enkele terreinen waar nog veel ruimte beschikbaar is. Vooral in Lommel is nog voldoende hectare bouwrijpe grond aanwezig.

Door het saneren van bestaande sterk vervuilde bedrijventerreinen, uitbreiding van de huidige bedrijventerreinen en de aanleg van nieuwe bedrijventerreinen zorgt deze gemeente ervoor dat er constant een groot aanbod aan bedrijventerreinen beschikbaar is. Van de 193 hectare die per 1 januari 2005 direct beschikbaar was in het arrondissement Maaseik, was meer dan 2/3 te vinden in de gemeente Lommel. Een studie van Buck Consultants International bevestigt het enorme potentieel: *“In de interregio (Belgisch Limburg, Nederlands Limburg en Noord-Brabant) valt vooral de positie van Lommel op. Deze gemeente is zowel langs Belgische als Nederlandse zijde de enige met een onmiddellijk beschikbare en voldoende grote voorraad aan bouwrijpe bedrijventerreinen.”*<sup>5</sup>

Andere gemeentes in Maaseik hebben te maken met een groot aantal hectares die niet direct omgezet kunnen worden in bouwrijpe gronden. De belangrijkste reden hiervoor is dat deze gronden, als gevolg van vroegere industriële activiteit, sterk vervuild zijn en dus niet geschikt zijn om nieuwe bedrijven te huisvesten (Streekplatform Noord-Limburg, 2002, p.60).

<sup>5</sup> [www.petervanvelthoven.be](http://www.petervanvelthoven.be)

### *Vraag en aanbod confrontatie*

Om een beeld te krijgen van de vraag naar en aanbod van bedrijventerreinen in de nabije toekomst is ervoor gekozen cijfers te gebruiken zoals deze worden weergegeven in het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen (RSPV). Het RSPV heeft het aantal bijkomende bedrijventerreinen berekend op basis van de inventaris van GOM Limburg op 1 januari 2002. Hoewel de gegevens dus redelijk gedateerd zijn geeft het wel een indicatie van de verhoudingen tussen vraag en aanbod aan bedrijventerreinen in Limburg.

*Tabel 3.10 Confrontatie tussen vraag en aanbod van bedrijventerreinen Limburg (Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen)*

totale oppervlakten voorzien aan bedrijventerreinen op het gewestplan	9.872 ha
aanbod (som van bouwrijpe en uit te rusten gronden)	1.841 ha
vraag (op basis van het aandeel tewerkstelling 13.09%)	1.309 ha
ruimtebalans voor de provincie Limburg overschot	532 ha

Bron: Bewerking gegevens [www2.vlaanderen.be](http://www2.vlaanderen.be)

Het aantal bouwrijpe terreinen in de provincie Limburg bedroeg in 2002 751 ha en het aantal nog uit te rusten terreinen 611 ha. Het aanbod aan bedrijventerreinen overtreft tot aan 2007 in ruime mate de vraag voor de provincie Limburg. Het RSPV komt uit op een overschot van 532 ha tot 2007. Voorlopig blijkt er dus in kwantitatieve zin nog wel voldoende grond op bedrijventerreinen beschikbaar te zijn.

Een groot gevaar voor Belgisch Limburg is dat er opvallend weinig nog uit te rusten bedrijventerreinen zijn anno 2005. Nog geen 100 hectare kan er in de nabije toekomst worden uitgerust. Tevens is het aanbod aan bouwrijpe grond teruggelopen. In 2002 was nog 751 hectare bouwrijp, op 1 januari 2005 was voor geheel Limburg nog maar 595 hectare direct beschikbaar.

Net als in Zuidoost Brabant blijkt aanleg van nieuwe bedrijventerreinen ook in Belgisch Limburg in de (nabije) toekomst beperkt te worden. In de laatste herziening van het RSPV is weinig ruimte gelaten voor Limburg om nieuwe terreinen aan te leggen.

### **3.8 Prijspeil bedrijventerreinen Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg**

Naast het overheidsbeleid is het de grondprijs die in onderzoeken naar vestigingsplaatsmotieven nauwelijks genoemd wordt. In een onderzoek naar de vestigingskeuze van bedrijven in grensregio's blijkt dat het verschil in grondprijzen tussen grensgebieden niet onderschat mag worden bij een besluit om een vestiging te openen in een buurland (Boekema en Ten Caten (1991)). In deze paragraaf zal ingegaan worden op de prijzen die betaald moeten worden voor een m<sup>2</sup> bouwrijpe grond in Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg.

Anno 2005 blijkt er in Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg een groot verschil te zitten in grondprijzen. Waar in Belgisch Limburg zo'n 20 euro per m<sup>2</sup> bouwrijpe grond betaald moet worden is een bedrijf voor een B-locatie aan de Nederlandse zijde gemiddeld al minimaal het viervoudige kwijt. De toplocaties in Zuidoost Brabant worden aangeboden voor bedragen om en nabij de 200 euro. Bij het vergelijken van cijfers dient te worden opgemerkt dat dit moeilijk is, omdat niet altijd van dezelfde definitie van het begrip 'bouwrijp' wordt uitgegaan. Zo zijn bijvoorbeeld de kosten voor ontsluiting en/of aansluiting van nutsvoorzieningen, vergunningen, en belasting niet altijd in de grondprijs verdisconteerd.



Tabel 3.11 Prijzen van bedrijventerrein in Noord-Brabant (2005)

	<i>Gemiddeld prijsniveau</i>	
	<i>minimum</i>	<i>maximum</i>
West Brabant	86	102
Midden Brabant	95	123
Noordoost Brabant	98	115
Zuidoost Brabant	110	120
<b>Noord-Brabant</b>	<b>98</b>	<b>114</b>

Bron: Bewerking gegevens [www.economie-in-brabant.nl](http://www.economie-in-brabant.nl)

Ook in vergelijking met het Brabantse en Nederlandse gemiddelde ligt de prijs in Zuidoost Brabant gemiddeld aan de hoge kant. De gemiddelde prijs in Nederland lag eind 2004 tussen 90 en 100 euro. De gemiddelde prijzen voor bedrijventerrein liggen het laagst in de Noordelijke provincies en in Zeeland. Ook de gemeenten in de provincies Overijssel, Limburg en Flevoland hanteren gemiddeld een prijsniveau dat beneden het landelijke gemiddelde ligt. Zowel de drie Randstadprovincies als Gelderland en Noord-Brabant hebben hogere gemiddelde grondprijzen.<sup>6</sup>

Het belang van de grondprijs bij het maken van een locatiebeslissing moet echter niet overschat worden. Grondkosten kunnen gezien worden als een kostenfactor die slechts een onderdeel vormt van de totale kosten van een onderneming. Het hangt af van het aandeel van de grondkosten in de totale ondernemingskosten in welke mate de grondprijs zal gaan doorwegen bij een beslissing een bedrijf te verplaatsen naar een gebied waar lagere grondprijzen gelden (Kuijken, 1995, p.85).

### 3.9 Resumé

Om het vestigingsonderzoek dat in hoofdstuk vijf en zes aan de orde komt te ondersteunen, is in dit hoofdstuk geprobeerd enig inzicht te geven in de vele aspecten die te maken hebben met het locatiekeuzevraagstuk. Zo kan door inzicht te krijgen in de vestigingspatronen gekeken worden welke vestigingsregio's de voorkeur genieten bij ondernemingen. In dit hoofdstuk is vooral gekeken naar de aantrekkelijkheid van Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg om zich daar als ondernemer te vestigen. Het vestigingsklimaat van Zuidoost Brabant is gebaseerd op mutatiecijfers op dit moment nog niet zo slecht. Zo kwamen in 2003 meer bedrijven van buiten deze regio zich in Zuidoost Brabant vestigen dan er vertrokken. Zowel bij bedrijven uit het buitenland als uit andere regio's blijkt Zuidoost Brabant nog steeds vrij populair.

Belgisch Limburg blijkt wanneer het gaat om buitenlandse investeringen vooral in trek bij Nederlandse ondernemingen. Bijna de helft van de buitenlandse bedrijven die zich de afgelopen vier jaar in deze provincie gevestigd hebben blijkt uit Nederland te komen.

Informatie over de locatievoorkeuren van bedrijven geeft tevens de kwaliteiten aan die een locatie moet hebben om bedrijven goed te kunnen laten functioneren. De belangrijkste locatiefactor die van belang is voor het functioneren van ondernemingen blijkt de bedrijfsruimte te zijn. Provincies, regio' en gemeenten zijn verantwoordelijk voor het reserveren van voldoende ruimte op langere termijn en voor het tijdig beschikbaar stellen van ruimte op korte termijn. In Zuidoost Brabant blijkt voorlopig in kwantitatieve zin nog voldoende ruimte op bedrijventerreinen beschikbaar tot aan 2015 te zijn. Voor Belgisch Limburg zijn de vooruitzichten tot aan 2007 nog zeer goed. In ruime mate is er nog grond op

<sup>6</sup> [www.ibis.nl](http://www.ibis.nl)

bedrijventerreinen, vooral in Lommel, aanwezig. Na deze periode lijkt ook in Belgisch Limburg de overvloed aan bedrijventerreinen langzaam af te nemen. De laatste herziening van het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen geeft namelijk aan dat de aanleg van nieuwe terreinen aan banden worden gelegd.

## Hoofdstuk 4 Internationalisering

### 4.1 Inleiding

De Europese Unie streeft er naar om het grensoverschrijdend ondernemen grens te bevorderen. Diverse onderzoeken zijn er sinds het verdwijnen van de formele grenzen reeds gedaan naar de mate waarin er economische relaties bestaan tussen kleine en middelgrote ondernemingen aan beide zijden van de grens. Zo zijn er onder andere empirische onderzoeken gedaan naar de mate waarin grensoverschrijdende economische activiteiten plaatsvinden tussen Nederlandse, Belgische en Duitse ondernemingen die zich bevinden in het grensgebied. Wat opvalt in deze onderzoeken is dat zij de redenen en de mate waarin de grens een barrière vormt in het internationaliseringsproces van met name kleine en middelgrote ondernemingen centraal stellen. Deze onderzoeken geven een beeld van de redenen waarom economische activiteiten juist daar en niet elders plaatsvinden. De verklaring welke economische activiteiten waar en waarom daar plaatsvinden staat tevens aan de basis van de locatietheorieën. De onderzoeksresultaten zijn daarom geschikt om meer inzicht te krijgen in de mogelijkheden en beperkingen die ondernemers ervaren om een vestiging aan de andere zijde van de staatsgrens te openen. In het tweede deel van dit hoofdstuk zullen daarom de resultaten behandeld worden.

Allereerst is het echter van belang inzicht te krijgen in de theoretische achtergronden van het internationaliseringsproces van ondernemingen. Al vanaf de jaren zeventig is er zowel vanuit de (neo)klassieke- als behaviorale benadering geprobeerd te achterhalen waarom bedrijven handel dreven met ondernemingen in een ander land of hun productie internationaliseerden. Tot op heden is het vooral het eclecticisch paradigma van Dunning dat gebruikt wordt om het internationaliseringsproces te verklaren. Deze benadering stelt de transactiekosten die gepaard gaan met het economisch handelen van ondernemers centraal en behoort daarom tot de neoklassieke benadering. Vanuit de behaviorale kant is het voornamelijk de 'psychic distance' benadering die gebruikt wordt om het internationaliseringsproces te beschrijven. De bijdragen van de netwerkbenadering met betrekking tot het internationaliseringsproces blijven veelal beperkt tot kritiek op vooral de transactiekostenbenadering, zonder dat een goed alternatief wordt gegeven. Daarom zal deze niet afzonderlijk worden behandeld.

Van Houtum heeft getracht diverse elementen uit de verschillende inzichten van zowel de (neo)klassieke-, netwerk- en behaviorale benadering te combineren om zo te komen tot een nieuw inzicht in het internationaliseringsproces van kleine en middelgrote ondernemingen.

### 4.2 Eclecticisch paradigma

Het is in het bijzonder John H. Dunning geweest die gedurende de zeventiger en tachtiger jaren een voortrekkersrol heeft gespeeld om het internationalisatieproces van ondernemingen te verklaren. In zijn zogenaamde 'eclecticisch paradigma' wordt internationalisering gezien als een incrementeel proces. De eerste fase wordt gevormd door export, de tweede fase het werken met samenwerkingscontracten en het opzetten van een productiefaciliteit als laatste fase (Dunning, 1988, p.199). De keuze van een bedrijf om zich op de internationale markt te begeven of de stap naar een volgende fase binnen het internationaliseringsproces te maken wordt daarbij bepaald door de markttransacties die voortkomen uit een tweetal voordelen. Ten eerste de specifieke competitieve voordelen van het bedrijf en de voordelen van de locatie. Ten tweede de voordelen van internationalisering van de markttransacties (Van Houtum e.a., 1996, p.536).

Met betrekking tot het opzetten van een productiefaciliteit in het buitenland geldt dat specifiek voldaan moet worden aan een drietal aspecten (Lambooy e.a., 1997, p.70):

- Ownership-specific advantages, waaronder wordt verstaan de bedrijfsspecifieke knowhow, die bepaalt in hoeverre de onderneming zich zal kunnen handhaven in de concurrentiestrijd
- Location-specific factors, de specifieke voordelen van het productiemilieu van een bepaald land of van een bepaald gebied binnen dat land
- Internalization of owner-specific advantages: de beslissing om bedrijfsspecifieke knowhow in eigen hand te houden

In het kort komt het er op neer dat bedrijven alleen een vestiging openen in een ander land indien men iets bijzonders heeft aan te bieden, wanneer de condities om te produceren in het andere land goed zijn en/of wanneer het voordelig is voor een bedrijf zelf activiteiten uit te voeren.

In het internationaliseringsproces zijn de transactiekosten beslissend voor de mate van internationalisatie. In het kort gezegd zijn het volgens Dunning de transactiekosten die bepalen wanneer het gunstiger is voor een bedrijf om op een bepaald moment te internationaliseren of te kiezen voor een volgende fase binnen het proces. Transactiekosten geven duidelijkheid in de onzekerheid en complexiteit van de economische omgeving. De kosten bij een transactie worden gemaakt in een drietal fasen. Allereerst de contactfase, waarin de kosten die gepaard gaan met het zoeken van informatie centraal staat. Ten tweede de contractfase, waarin de kosten die gemaakt worden bij het vaststellen van het contract die met een transactie verbonden is worden meegenomen. En tenslotte de controle fase, waarin kosten worden gemaakt bij het uitvoeren van controle op naleving van dit contract.

### 4.3 Kritische blik op het eclecticisch paradigma

Alhoewel het eclecticisch paradigma vaak gezien wordt als de belangrijkste theorie om het internationaliseringsproces van bedrijven te omschrijven hebben Van Houtum e.a. (1996) een aantal punten van kritiek op deze benadering geformuleerd. Enkele kritiepunten zullen hieronder kort worden aangestipt.

Het eerste kritiekpunt is dat in het eclecticisch paradigma niet wordt ingegaan op de gronden waarop ondernemers hun acties meestal baseren. Het gevolg hiervan is dat het in deze theorie uitgesloten is dat ondernemers waarde hechten en hun acties baseren op het oordeel en de perceptie van anderen. In tegenstelling tot het eclecticisch paradigma waar ervan uitgegaan wordt dat onzekerheid en risico het gevolg zijn van de complexiteit van de omgeving, zou onzekerheid en risico ook het gevolg kunnen zijn van zowel bewuste als onbewuste keuzes die ondernemers maken ten opzichte van hun omgeving. Persoonlijke eigenschappen van een ondernemer en de 'relationele inbedding' in zijn omgeving hebben als gevolg een sterke invloed op de perceptie van risico en onzekerheid.

Daarnaast heeft de structuur van de 'relationele inbedding' invloed op de ruimtelijke cognitie van de ondernemer. Indien zijn sociale identiteit voornamelijk lokaal/regionaal/nationaal is, dan is aan te nemen dat ook zijn ruimtelijke cognitie dat ook zal zijn. Het gevolg is dat de gebieden die buiten de ruimtelijke cognitie van de ondernemer vallen als onvertrouwd worden ervaren, wat derhalve weer een negatieve invloed heeft op de mate van internationalisatie.

Het tweede kritiekpunt is dat het niet alleen kosten zijn die bepalen of een bedrijf internationaliseert of niet. Met name de netwerkbenadering benadrukt het feit dat grensoverschrijdende interactie niet alleen gebaseerd is op efficiency, maar dat ook vertrouwensaspecten een cruciale rol spelen bij het aangaan van een relatie met een partner aan de andere zijde van de grens. Vertrouwen bepaalt daarbij in grote mate de inhoud en de diepgang van deze economische relatie. Het verkrijgen van vertrouwen moet daarbij gezien

worden als een dynamisch proces, waarin economische actoren leren van ervaringen uit het verleden.

#### 4.4 Mentale afstand benadering

Naast het eclectisch paradigma ontstond in de zeventiger jaren de ‘psychic distance’ benadering. Deze werd ontwikkeld door “de Scandinavische school”. Belangrijk in deze benaderingswijze is de centrale rol die toebedeeld wordt aan psychologische en leeraspecten van het ondernemen. Het begrip ‘psychic distance’, de mentale afstand, waaronder wordt verstaan “*factors preventing or disturbing firms learning about and understanding a foreign environment*” werd hierbij geïntroduceerd (Nordström en Vahlne, 1992, p.3). De gedachte achter deze benadering is dat ondernemers met name geneigd zijn markten te penetreren die psychologisch dicht bij de eigen cultuur staan. Hoewel het concept oorspronkelijk bedoeld was om Zweedse export- en directe investeringsstromen te kunnen verklaren en om de argumentaties, waarin economische concepten en fysieke afstand, aan te vullen werd zij ook gebruikt om grensoverschrijdende economische relaties in zijn algemeenheid te verklaren.

De ‘psychic distance’ benadering gaat ervan uit dat indien een onderneming opereert in een buitenlandse markt, de ‘psychic distance’ zal afnemen als gevolg van een kennistoename van de markt en gewenning. Voorbeelden van het kennisgebrek zijn taalverschillen, waarden- en normen verschillen, verschillen in juridische en wettelijke verschillen, sociale organisatieverschillen, ondernemingsklimaat, culturele patronen, structuur van het marktsysteem en karakteristieken van de individuele klanten. Het verkrijgen van deze kennis en zekerheid zal er toe moeten leiden dat de activiteiten in het buitenland in de loop van de tijd zullen toenemen. Waar in de transactiekostenbenadering de kosten een centrale rol vervulden, in deze benadering is de ‘psychic distance’ tot de markt van belang.

Het gebruik van een fasemodel van internationalisatie vloeit voort uit deze gedachte. Allereerst wordt begonnen met export, vervolgens volgt de afzetrelatie, daarna een productieprocesrelatie (toelevering of uitbesteding) of zeggenschapsrelatie. In het laatste stadium van het internationaliseringsproces wordt uiteindelijk een eigen vestiging in een ander land geopend.

#### 4.5 Internationalisatie op micro-economisch niveau

Onduidelijk in beide theorieën geen blijft de betekenis en invloed van de landsgrens op de internationale acties van en interacties tussen ondernemers. Als reactie hierop ontwikkelde Van Houtum een aantal onderzoeksmodellen die de ontwikkelingen van grensoverschrijdende economische relaties op micro-economisch niveau kunnen verklaren. Het eerste model probeert het wel of niet hebben van grensoverschrijdende economische relaties aan te geven. Het tweede model zoekt een verklaring voor het aantal economische relaties dat bedrijven gemiddeld hebben (Van Houtum 1998, p.274).

Uit de twee modellen komt naar voren dat de directe nabijheid van de grens zelf een belangrijk probleem is in de ontwikkeling van grensoverschrijdende economische relaties. De fysieke afstand tot de grens gering is dan wel gering, de mentale afstand is nog veel groter. Dit heeft als gevolg dat ondernemers zich in hun ruimtelijk-economisch gedrag laten leiden door de abstracte bestuurlijke grenzen van de provincie en landen (Ibid, p.275). Zo ervaren bedrijven zonder economische relaties over de grens grensoverschrijdend ondernemen als iets dat gepaard gaat met grotere risico’s in vergelijking met binnenlandse economische relaties. Het negatieve gevolg is dat het aantal grensoverschrijdende economische relaties beperkt zijn.

De oriëntatie op de mogelijkheden die het buitenland biedt, het verkrijgen van marktkansen en het meebeslissen over de uitbreiding van het marktgebied moet echter gezien worden als een leerproces, waarin ervaringen het beeld van grensoverschrijdende relaties positief kunnen beïnvloeden. Net als bij de ‘psychic distance’ benadering speelt het vertrouwd

raken met de regelgeving en de culturele aspecten van het andere land bij de mate van internationalisering een rol. Nog belangrijker in deze benadering is de perceptie die de ondernemer heeft ten aanzien van grensoverschrijdend ondernemen. Ondernemers blijken niet volledig te kunnen of te willen worden geïnformeerd. Daarnaast blijken ondernemers zich niet louter te laten leiden door handelingen die economisch het meest gunstig zijn. Ondernemers laten zich leiden door eigen ruimtelijke grenzen en bepaalde 'belief sets' die primair worden geleid door economische belangen.

### 4.6 Vestiging in het buitenland

In het proces van internationalisering vormt de locatiekeuze een belangrijk aspect. Vooral wanneer het bedrijf besluit zich te verplaatsen dan wel een nevenvestiging te openen in een ander land. De keuze van een onderneming om economische activiteiten naar het buitenland te verplaatsen dan wel uit te breiden maakt deel uit van een door de onderneming uitgestippelde strategie. De keuze voor de uiteindelijke locatie van de nieuwe vestiging kan daarom ook worden beschouwd als onderdeel van een buitenlandse investeringsbeslissing. Lambooy e.a., 1997, p.66 onderscheiden deze buitenlandse investeringen op basis van:

- **Marktoverwegingen:** Bedrijven die in een ander land één of meerdere vestigingen op richt om de buitenlandse markt beter te kunnen bedienen via een verkoopkantoor en/of productievestigingen
- **Kostenoverwegingen:** Ondernemingen die een buitenlandse vestiging openen om goedkoper te kunnen produceren of vanwege de exploitatie van natuurlijke hulpbronnen

Voor dat een bedrijf besluit een verkoopkantoor en/of productievestiging in een ander land te openen zal eerst vaak ervaring opgedaan worden met het andere land. Gedacht kan worden aan exportactiviteiten en verkoop door een handelsagent. Indien de afzet in die mate toeneemt dat het voordeliger is om een eigen verkoopkantoor te openen dan wel te produceren in het buitenland, zal het oprichten van een vestiging in het andere land interessant worden (Lambooy, 1997, p.66). Dit laatste kan zowel plaatsvinden door de oprichting van een nieuwe productie-eenheid, als door een overname van een bestaande onderneming.

Het tweede aspect, de kostenoverwegingen, wordt ook vaak genoemd in relatie met internationale investeringsbeslissingen. Op de ene locatie zijn nu immers andere locatiespecifieke factoren aanwezig dan op de andere. Dit kan zich in de praktijk bijvoorbeeld uiten in een comparatief vestigingsvoordeel van een land, regio of streek. Ondernemingen die zich vestigen in een bepaald gebied kunnen kostenvoordelen hebben op ondernemingen die zich in andere gebieden gevestigd hebben. Dit kostenvoordeel kan zich uiten in bijvoorbeeld een goede ligging waardoor de logistieke kosten een stuk lager zijn, een lagere grondprijs, een hoge arbeidsproductiviteit, een gunstig fiscaal klimaat of geringere milieueisen.

Andere locatiespecifieke factoren zijn de verschillen in taal en cultuur. Deze factoren kunnen invloed hebben op de afstand tussen het land van herkomst en het land waarin geïnvesteerd wordt. Vanwege overeenkomsten in bijvoorbeeld taal kan een Nederlandse onderneming die in het buitenland wil investeren de voorkeur hebben om in België een bedrijf op te zetten (Loeve, 1985, p.67).

Nadat er inzicht gegeven is in de (theoretische) achtergronden van internationalisering en in het bijzonder van het vestigen van een onderneming in het buitenland zal er in de komende paragrafen gekeken worden naar empirische onderzoeken in met name het Belgisch Nederlands grensgebied.

#### 4.7 Voorafgaande empirische onderzoeken

Na het verdwijnen van de grenzen binnen de EU was de algemene verwachting dat er nieuwe kansen zouden ontstaan voor met name bedrijven in de grensgebieden. Juist deze bedrijven lijken het duidelijkst geconfronteerd te worden met de gevolgen van het formele opheffen van de Europese binnengrenzen. Meer afzetmogelijkheden, goedkope inkoopmogelijkheden en een groter aanbod van kennisaanbieders kunnen gezien worden als kansen voor bedrijven die niet langer geconfronteerd worden met een begrensd achterland (o.a. in Corvers e.a. (1994) en Wever (2003)).

Voor Nederlandse, Belgische en Duitse bedrijven die gevestigd zijn in grensgebieden (de zogenaamde Euregio's) is reeds diverse malen in onderzoeken gekeken naar de redenen voor bedrijven om juist wel of niet te internationaliseren en de wijze waarop zij de buitenlandse markt betreden.

Vanuit België heeft Georges Allaert, werkzaam op de Universiteit Gent al diverse onderzoeken uitgevoerd naar de mogelijkheden en problemen met betrekking tot grensoverschrijdende (economische) relaties tussen met name Belgisch Limburg en Noord-Brabant en Belgisch Limburg-Nederlands Limburg, een gebied dat valt onder de Euregio Benelux Middengebied.

Henk van Houtum, werkzaam op de Radboud Universiteit Nijmegen heeft met name gekeken naar de rol die de grens vervult in de totstandkoming van grensoverschrijdende economische relaties. De nadruk ligt bij hem bij de vraag hoe Nederlandse bedrijven aankijken tegen grensoverschrijdende relaties in het Euregio Scheldemondgebied. Daarnaast heeft hij een bijdrage geleverd in een onderzoek naar de rol die de grens speelt met betrekking tot grensoverschrijdende economische activiteiten in het gebied Midden-Brabant- Turnhout. Kort zal in dit hoofdstuk worden ingegaan op de bijdragen van deze personen om inzicht te krijgen in wat er zich nu afspeelt in dit grensgebied.

Allereerst zal echter een onderzoek besproken worden dat gedaan is grensoverschrijdende activiteiten in de Euregio Rijn-Waal, een grensgebied tussen Duitsland en Nederland.

##### 4.7.1 Euregio Rijn-Waal

In 1994 werd door het Instituut voor Toegepast Wetenschappelijk Onderzoek Nijmegen naar de kansen en bedreigingen voor grensoverschrijdende economische interactie in de Euregio Rijn-Waal voor het midden- en kleinbedrijf na het formele verdwijnen van de binnengrenzen van de EU. Onderzocht werd hoeveel procent van de bedrijven contact had met een buitenlandse partner, uit welk gebied deze partner afkomstig was en de tijdsperiode van de grensoverschrijdende contacten (Van den Tillaart en Busse (1994)).

Naar voren kwam dat het klein- en middenbedrijf weinig economische contacten had in het buitenland. Ruim tweederde van de ondervraagde bedrijven had geen zakelijke relatie met een partner aan de andere zijde van de grens. Van de helft van de bedrijven die wel grensoverschrijdend handelden was de omzet die behaald werd in het buitenland minder dan 10 %.

Ten aanzien van de knelpunten en belemmeringen voor het aangaan van economische relaties over de grens kwam een viertal factoren naar voren die voor ondernemers zonder economische relaties in het buitenland een obstakel vormde voor de ontwikkeling van grensoverschrijdende activiteiten in de Euregio Rijn-Waal, te weten:

- de kansen die de binnenlandse markt de bedrijven nog kon bieden
- het gebrek aan informatie over de buitenlandse markt
- de grootte van het bedrijf
- het ontbreken van tijd en energie

Daarnaast werd er in het onderzoek gekeken naar de knelpunten en bedreigingen rond grensoverschrijdende ontwikkelingen in de Euregio voor bedrijven die wel relaties hadden met het buitenland. Naar voren kwamen dat er vooral problemen waren met het verkrijgen van de benodigde vergunningen, het verkrijgen van inzicht in de toegang tot de markt aan de andere zijde van de grens en het ontbreken van contacten.

### 4.7.2 Midden-Brabant- Kempen

In 1992 werd vanuit Nederlandse zijde reeds onderzoek gedaan naar economische relaties tussen bedrijven uit het Nederlands-Belgisch grensgebied Midden-Brabant en de Belgische Kempen. Uit het onderzoek kwam naar voren dat de grens een duidelijke breuklijn vormde in het aantal economische relaties tussen beide gebieden (Dagevos e.a., 1992, p.125) Dit blijkt onder andere uit het gegeven dat het aandeel van de export in de totale omzet, die aan Nederlandse zijde op 25 procent ligt en aan Belgische zijde op 1/3. Knelpunten bleken zich te concentreren rond de thema's (Ibid. p.179):

- Vergunningen
- Fiscale wetgeving
- Kosten van het passeren van de grens
- Informatie over subsidieregelingen
- Sociale wetgeving
- Milieuwetgeving
- Ontbreken van informatie over het gebied Turnhout en de ondernemingen die zich daar gevestigd hebben.
- Gebrekkige verbindingen tussen beide gebieden

Naar voren kwam dat de mate waarin de grens als breuklijn werd ervaren sterk afhankelijk was van de individuele ervaringen van de ondernemers en de specifieke kenmerken van de ondernemingen. Met name bij de kleinere en middelgrote ondernemingen bestond er enige scepsis met betrekking tot het aangaan van economische relatie met het buurland (ibid. p. 180).

### 4.7.3 Interregio Brabant/Limburg

Eind jaren '90 werd op verzoek van de Stuurregio Interregio Brabant/Limburg<sup>7</sup> door Allaert en het Nederlands Economisch Instituut een onderzoek gedaan naar de ruimtelijk-economische positionering van de regio Brabant/Limburg. Het onderzoek moet gezien worden als een inventariserend onderzoek naar de relatie tussen internationalisering en de economische effecten van grenzen. Geconcludeerd werd er dat er tot op heden, ondanks het feit dat de economische structuren van de deelgebieden op bepaalde punten goed op elkaar aansluiten en de mogelijkheden voor de grensregio's sinds de Europese eenwording sterk zijn vergroot, grensoverschrijdende economische relaties slechts in beperkte mate van de grond komen. De grens tussen beide landen blijkt een grote barrière te vormen. Door ondernemers wordt met name een mentale afstand ervaren tussen ondernemers aan beide zijden van de grens. Vooral (zakelijke) cultuurverschillen en het gebrek aan informatie over samenwerkingspartners zorgen ervoor dat er weinig grensoverschrijdende economische relaties van de grond komen.

---

<sup>7</sup> In deze stuurgroep waren diverse provinciale, lokale overheden en vertegenwoordigende instanties uit het bedrijfsleven zowel uit Nederland als uit België vertegenwoordigd. Een belangrijk doel van deze stuurgroep is de versterking van het economische weefsel in de regio, enerzijds door het versterken van de relaties over de grenzen heen en anderzijds door de interne en externe profilering van de regio te bevorderen.



#### *4.7.4 Euregio Scheldemond*

Midden jaren '90 heeft Van Houtum voor drie regio's aan de Nederlands-Belgische grens, te weten Zeeuws-Vlaanderen en Midden- en Noord-Zeeland aan Nederlandse zijde en het gewest Gent/Eeklo in aan Belgische zijde gekeken naar de invloed van de grens in het ruimtelijk handelen van de ondernemingen. Uit zijn onderzoek bleek dat het merendeel van de economische relaties in de eigen regio en het eigen land wordt aangegaan. Gemiddeld over de drie regio's heeft een bedrijf bijna vijf keer zoveel economische relaties in eigen land als in het buurland.

Het belangrijkste probleem in het aangaan van grensoverschrijdende economische relaties is voor de bedrijven uit alle drie de regio's is dat de staatsgrens tussen Nederland en België op diverse terreinen nog steeds een institutionele barrière is. Er bestaan nog steeds administratieve belemmeringen die ervoor zorgen dat er nog steeds geen sprake is van een vrij economisch verkeer. Daarnaast zorgt de staatsgrens voor afstemmingsproblemen. In het buurland worden andere regels gehanteerd en zijn er andere instanties en conventies.

#### **4.8 Brabantse ondernemingen in aangrenzend België**

Hoewel de in de vorige paragraaf aangehaalde onderzoeken inzicht geven in de mate waarin er tot op heden grensoverschrijdende economische relaties bestaan vooral in het Nederlands Belgische grensgebied is er geen directe koppeling met de mate van interesse van Nederlandse ondernemers om zich in aangrenzend België te vestigen.

In de periode na de formele verdwijning van de binnengrenzen tussen de EU-lidstaten werd aangenomen dat bedrijven in toenemende mate de vestigingsmogelijkheden over de landsgrenzen heen zouden zoeken (Boekema en Ten Caten, 1991, p.287). Uit voorgaande paragrafen blijkt dat vooral klein en middenbedrijven niet erg geneigd zijn om te kijken naar de vestigingsmogelijkheden over de grens. Een afstudeerscriptie uit 1996 ondersteunt dit. Daadwerkelijke bedrijfsverplaatsingen vanuit Noord-Brabant naar aangrenzend België hebben zich tot op heden nauwelijks voorgedaan. Wel hebben Noord-Brabantse bedrijven ervoor gekozen een nevenvestiging in de provincies Antwerpen en Limburg op te richten. Het aantal Brabantse bedrijven met een nevenvestiging in de provincies Limburg en Antwerpen dat achterhaald kon worden lag op bijna 200 (Kuijken en Boekema, 1996, p.10).

Om een duidelijk beeld te krijgen van de vestigingsmotieven voor Brabantse ondernemingen die van invloed zijn geweest op de beslissing om een nevenvestiging op te richten in (dit deel van) België werd gebruik gemaakt van een schriftelijke enquête. In de volgende twee paragrafen zal een beeld worden geschetst van de resultaten.

##### *4.8.1 Redenen voor vestiging in België*

Ruim 94% van de ondervraagde 54 bedrijven gaf aan dat de grotere toegangsmogelijkheden tot de Belgische markt een zeer belangrijke reden was voor de oprichting van de nevenvestiging. Opmerkelijk is ook dat ondanks de fiscale harmonisering tussen lidstaten van de Europese Unie, een gunstig fiscaal klimaat door bedrijven wordt gezien als motief om zich in België te vestigen. In onderstaande tabel worden ook de andere motieven genoemd die invloed hadden op de oprichting van een nevenvestiging (Ibid. p.78).

Tabel 4.1 Redenen om zich in België te vestigen

Motieven voor vestiging in België	Aantal keer genoemd	
	Abs.	%
Centrale ligging t.o.v. de Europese Unie	33	22,2
Grotere toegangsmogelijkheden tot de Belgische afzetmarkt	51	94,4
Toeleveringsmogelijkheden door Belgische bedrijven	21	38,9
Kwaliteit infrastructurele voorzieningen	12	22,2
Kwantitatief aanbod van arbeid	9	16,7
Kwalitatief aanbod van arbeid	12	22,2
Lage arbeidskosten	7	13,0
Investeringspremies	12	22,2
Gunstig fiscaal klimaat	17	31,7
Gunstig klimaat m.b.t. milieuregelgeving	11	20,4
Andere motieven	16	29,6

#### 4.8.2 Redenen voor vestiging in Antwerpen cq. Limburg

In het onderzoek van Kuijken van midden jaren '90 komen naast de motieven voor vestiging in België ook expliciet de motieven om zich te vestigen op een locatie in de provincie Antwerpen cq. provincie Limburg naar voren. Op verschillende ruimtelijke schaalniveaus kunnen namelijk verschillende locatiefactoren een rol gaan spelen. Zo is een gunstige fiscaal klimaat typisch een nationaal fenomeen en is de kwaliteit van de woonomgeving een typisch lokale/regionale factor. Het is echter mogelijk dat sommige factoren zowel betrekking hebben op het nationale niveau als op het lokale/regionale niveau, zoals de afstand tot het marktgebied. De belangrijkste motieven staan vermeld in onderstaand figuur (Ibid., p.81).

Tabel 4.2 Redenen om zich te vestigen in aangrenzend België

Motieven voor vestiging op de locatie in Antwerpen/Limburg	Aantal keer genoemd	
	Abs.	%
Afstand tot toeleveranciers	16	29,6
Afstand tot marktgebied	41	75,9
Aanwezigheid van ondernemingen uit dezelfde branche	7	13,0
Aanwezigheid van ondernemingen uit andere branches	6	11,1
Beschikbaarheid van bedrijventerreinen	18	33,3
Prijs van bedrijventerreinen	19	35,2
Ligging t.o.v. hoofdvestiging en/of moedermaatschappij	33	61,1
Aansluiting op hoofdwegennet	24	44,4
Aanwezigheid railverbinding	1	1,9
Aanwezigheid van binnenvaarwater	0	0,0
Aanbod ongeschoold personeel	7	13,0
Aanbod geschoold personeel	8	14,8
Lokale/provinciale subsidiemogelijkheden	9	16,7
Kwaliteit dienstverlening lokale overheid	8	14,8
Kwaliteit woonomgeving	7	13,9
Persoonlijke motieven	9	16,7
Andere motieven	8	14,8

Van groot belang om zich in op deze locatie in de provincie Limburg dan wel de provincie Antwerpen te vestigen is vooral de afstand tot het marktgebied en de ligging ten opzichte van de hoofdvesting en/of moedermaatschappij. Daarnaast blijkt uit de tabel tevens het belang van de beschikbaarheid van bedrijventerreinen. Hoewel de prijs van een stuk grond op een bedrijventerrein vaak als motief is genoemd om zich op die locatie te vestigen bleek in geen enkel geval dat de prijs een bepalende factor is geweest. Wat in enkele gevallen wel meespeelde was dat er op Noord-Brabantse bedrijventerreinen onvoldoende mogelijkheden waren voor uitbreiding. Het productiemilieu in Noord-Brabant blijkt daarmee nauwelijks van invloed op de keuze om zich te vestigen op een locatie aan de Belgische kant van de grens.

### 4.9 Resumé

Uit de diverse onderzoeken blijkt dat de grens tot op heden een barrière heeft gevormd in het economische handelen van de ondernemers in de grensgebieden. Met name klein- en middelgrote ondernemingen blijken nog weinig interesse te hebben om naar de mogelijkheden te kijken aan de andere zijde van de grens. Indien er net als in de diverse theorieën aangenomen wordt dat internationalisatie gezien kan worden als een proces dat gepaard gaat met fases is de fase waarin geëxporteerd wordt naar het buitenland voor veel kleine en middelgrote bedrijven reeds een grote stap. Er bestaat een grote onbekendheid over de mogelijkheden die (mogelijk) aanwezig zijn aan de andere zijde van de grens. Vervolgstappen in het internationaliseringsproces, zoals het opzetten van een nevenvestiging, zijn op dit moment voor veel kleine en middelgrote ondernemingen niet aan de orde. Tot aan 1996 blijken grensoverschrijdende verplaatsingen zich in ieder geval vanuit Noord-Brabant naar België nauwelijks te hebben voorgedaan.

Specifiek voor de kleine en middelgrote ondernemingen zijn hiervoor een aantal redenen voor te geven. De eerste is dat dit soort bedrijven in tegenstelling tot grotere bedrijven vaak veel minder financiële middelen tot zijn beschikking heeft. Het risico dat deze bedrijven lopen is daardoor bij het falen van de internationaliseringsstrategie een stuk groter. Het midden- en kleinbedrijf zal er logischerwijs voor kiezen zijn positie op de binnenlandse markt te optimaliseren alvorens naar de mogelijkheden in het buitenland te kijken.

De tweede reden voor de fixatie van het midden- en kleinbedrijf op de mogelijkheden in het eigen land is het ontbreken van een internationaal georiënteerd management. In tegenstelling tot grootbedrijven hebben en kleine en middelgrote ondernemingen vaak geen management dat zich richt op grensoverschrijdende mogelijkheden. Het midden- en kleinbedrijf heeft als gevolg minder mogelijkheden om tijd en energie om naar de mogelijkheden aan de andere kant van de grens te kijken.

Het penetreren van een buitenlandse markt wordt daarom vaak iets gezien als een mogelijkheid voor de lange termijn. In vergelijking met marktvergroting in het eigen land vergen de mogelijkheden voor marktvergroting in het buitenland meer inspanning. Daarnaast worden de kosten die gepaard gaan met grensoverschrijdende economische handelingen hoger ingeschat dan voor economische handelingen binnen het eigen land. Gedacht kan worden aan investeringen die nodig zijn om de noodzakelijke informatie in te winnen met betrekking tot de fiscale-, sociale- en milieuwetgeving die geldt in het andere land.

Natuurlijk moeten grotere bedrijven indien zij voor het eerst in het buitenland investeren dezelfde kosten maken bij het inwinnen van deze informatie. In verhouding met de totale kosten van het productieproces liggen deze bij het klein en- middenbedrijf een stuk hoger.

De derde reden is de drempelvrees die ondernemers ervaren. De grens blijkt zowel direct als indirect invloed uit te oefenen op het economische handelen van de ondernemers. De splitsende rol van grens tussen landen heeft er lange tijd voor gezorgd dat er een verschil

in institutionalisering optrad, die er onder andere voor zorgde dat bedrijven vaak niet verder keken dan het eigen land.

Voor de ondernemingen die kiezen voor een vestiging in het buitenland zijn vooral markt- en kostenoverwegingen van belang geweest. Uit het onderzoek van Kuijken bleek dat voor Noord Brabantse vooral marktoverwegingen van belang zijn om zich in België te vestigen.

## Hoofdstuk 5 Zuidoost Brabantse bedrijven in Limburg

### 5.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken is vooral ingegaan op de achtergronden van de locatiekeuze van ondernemingen. Deze achtergronden zijn ook van toepassing op het locatieonderzoek dat in dit gedeelte centraal staat. Dit hoofdstuk van het onderzoek probeert meer duidelijkheid te geven over het aantal en het soort Zuidoost Brabantse bedrijven dat zich via een verplaatsing of het opzetten van een evenvestiging gevestigd heeft in aangrenzend Belgische Limburg. In het volgende hoofdstuk zal worden nagegaan welke motieven van belang waren om zich in Belgisch Limburg te vestigen.

Om de benodigde informatie te verkrijgen is er besloten bedrijven telefonisch te benaderen. Het grote voordeel van een telefonische enquête is dat binnen enkele minuten een duidelijk beeld ontstaat van wat je wilt weten. Daarnaast is er een grote respons te verwachten omdat de enquête slechts enkele minuten voor de respondent in beslag neemt. Een groot percentage van bedrijven dat wil meewerken is voor dit onderzoek van cruciaal belang omdat de totale onderzoekspopulatie vrij klein is (zo'n 18 bedrijven).

In de komende paragrafen zal ingegaan worden op de opzet en de uitvoering van de telefonische enquête. Daarnaast zullen enkele algemene kenmerken van de bedrijven aan bod komen.

### 5.2 Onderzoekspopulatie

Om de benodigde informatie te verkrijgen heeft er een enquête plaatsgevonden onder het bedrijfsleven in Zuidoost Brabant. De regio Zuidoost Brabant is daarbij omschreven als het geografische gebied zoals deze door NV Rede, een Economische Ontwikkelingsmaatschappij voor dit gebied wordt gehanteerd.

*Figuur 5.1 De positie van Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg*



Bron: [www.sicoimg.itslogic.nl](http://www.sicoimg.itslogic.nl)

Aangrenzend aan de regio Zuidoost Brabant ligt de provincie Belgisch Limburg met de arrondissementen Maaseik, Hasselt en Tongeren.

De bedrijven die ondervraagd werden dienden te voldoen aan een viertal criteria.

- Het bedrijf moet oorspronkelijk uit Zuidoost Brabant komen, dan wel de hoofdvestiging in Zuidoost Brabant hebben staan.
- Het Zuidoost Brabantse bedrijf moet 10 of meer werknemers hebben
- Binnen een straal van 25 kilometer van de grens zitten
- Na 1993 verplaatst zijn naar dan wel een nevenvestiging opgericht hebben in aangrenzend België

In vergelijking met Noord-Brabant als geheel wordt juist in Zuidoost Brabant een gebrek aan ruimte als een belangrijk probleem ervaren. Het gebrek aan ruimte voor het bedrijfsleven komt duidelijk naar voren uit een onderzoek van ETIN Adviseurs uit november 1998, waarin onder andere gekeken werd naar uitbreidingsmogelijkheden van bedrijven op de huidige locatie. Bijna 60 % van de ondervraagde Zuidoost Brabantse bedrijven had in sterke mate of enigszins problemen met de uitbreidingsmogelijkheden. Voor Noord-Brabant als geheel lag dit percentage op 50% (Etin Adviseurs, 1998, p.8).

Ook met betrekking tot de ruimte om economische activiteiten te ontplooiën blijkt de situatie in Zuidoost Brabant het slechtst. Terwijl voor Brabant als geheel de ruimte om economische activiteiten te ontplooiën door 19 % in sterke mate als een probleem werd ervaren, lag dat percentage voor Zuidoost Brabant op bijna 25 %. Daarnaast vond bijna 28% het enigszins een probleem ten opzichte van een percentage van 22% voor geheel Noord-Brabant (ibid.).

Aangezien een gebrek aan ruimte voor veel bedrijven als het belangrijkste motief wordt gezien om het bedrijf te verplaatsen, zou het voor de hand liggen dat bedrijven, bij het oprichten van een nieuwe vestiging, kiezen voor een locatie waar wel ruimte te vinden is. In dit geval zou het logisch zijn dat de mogelijkheden in aangrenzend Belgisch Limburg worden gezien.

Met betrekking tot het tweede punt is gekozen voor bedrijven met meer dan 10 werkzame mensen in dienst. Bij dergelijke grote ondernemingen komen tendensen van bepaalde sectoren sterker naar voren. Grotere ondernemingen houden namelijk naar alle waarschijnlijkheid meer rekening met andere locatiefactoren zoals, de aanwezigheid van geschikt personeel en bereikbaarheid. De vestigingskeuze van een startende ondernemer hangt sterk af van de persoonlijke voorkeur en woonsituatie van de ondernemers (Meester, 1999, p.28).

De 25 kilometer grens is getrokken, omdat bedrijven veelal bij de keuze van een nieuwe vestiging zo dicht mogelijk bij hun oude locatie blijven zitten. Het Nederlandse personeel is zo in staat ook in de toekomst bij het bedrijf te blijven werken (o.a. Pellenbarg 1985). Het arrondissement Maaseik valt in zijn geheel onder de 25 kilometer grens. Van het arrondissement Hasselt voldoen alleen de meest noordelijke gemeenten aan dit criteria.

Daarnaast is ervoor gekozen slechts Zuidoost Brabantse bedrijven te betrekken die zich na 1 januari 1993 in Belgisch Limburg hebben gevestigd. Gekozen voor deze datum is omdat vanaf deze datum formeel de binnengrenzen tussen de EU-landen zijn verdwenen, waardoor grenzen een minder beperkende rol zouden moeten spelen bij de keuze om het bedrijf te verplaatsen dan wel een nevenvestiging op te richten.

In vergelijking met andere bedrijfsmigratiestudies is dit een vrij lange periode. In een vestigingsmotievenonderzoek wordt vaak een periode van maximaal vijf jaar genomen. Dit

gebeurt met name omdat bij een langere periode de kans groter is dat (Pellenburg, 1985, p.46-50):

- De personen die de lokatiebeslissing hebben genomen niet meer werken bij de onderneming met als gevolg dat niet de volledige (correcte) informatie kan worden gegeven
- De motieven die destijds van belang werden geacht op dit moment minder of niet meer belangrijk worden gevonden
- De keuze voor een bepaalde locatie wordt gerationaliseerd

Een belangrijke reden om toch te kiezen voor deze langere periode is omdat anders er te weinig bedrijven bij dit onderzoek betrokken konden worden. Deze lange periode neemt wel met zich mee dat de resultaten met enige voorzichtigheid moeten geïnterpreteerd.

### 5.3 De responderende bedrijven

De bepaling van het aantal Zuidoost Brabantse bedrijven dat zich net over de grens heeft gevestigd is vrij gecompliceerd. Voor de hand liggende instanties zoals grensgemeentes en de Kamer van Koophandel in de regio Eindhoven-Helmond hebben weinig zicht op het aantal verplaatsingen naar de andere zijde van de grens. Daarnaast is in België gezocht naar databestanden waarmee adressen van Zuidoost Brabantse bedrijven in Belgisch Limburg achterhaald konden worden. Dit soort bestanden bleek of niet te bestaan of ze bleken slechts beperkt te gebruiken.

De uiteindelijk benaderde bedrijven zijn op twee manieren achterhaald. De Gewestelijke Ontwikkelingsmaatschappij (GOM) van Limburg was in het bezit van een lijst met Nederlandse bedrijven die de afgelopen 40 jaar een belang hebben gekregen in Limburg. Op deze lijst stonden 95 bedrijven, waarvan door de GOM werd verondersteld dat het bedrijven waren die in Limburg waren gevestigd maar van Nederlandse herkomst waren.

Door de bedrijven telefonisch te benaderen en informatie te verkrijgen via de websites van de desbetreffende bedrijven kon veelal achterhaald worden of de bedrijven daadwerkelijk voldeden aan de criteria die er vooraf gesteld werden.

Van deze 95 bedrijven op de lijst konden 20 bedrijven achterhaald worden die aantoonbaar uit de provincie Noord-Brabant kwamen. Slechts bij één bedrijf was er sprake van een volledige verplaatsing van het bedrijf. Bij de overige bedrijven was er sprake van het oprichten van een nevenvestiging. Van deze twintig bedrijven kwamen er 14 uit Zuidoost Brabant. Hiervan bleek één bedrijf zich al vóór 1993 in Belgisch Limburg te hebben gevestigd.

GOM Limburg beschikt daarnaast over een gedetailleerde inventaris van de bedrijventerreinen per gemeente. Van de gemeenten die binnen een afstand van 25 kilometer van de Nederlands-Belgische grens liggen is nagegaan of de genoemde bedrijven mogelijk als een Zuidoost Brabantse nevenvestiging bestempeld konden worden. Dit leverde een vijftal nieuwe bedrijven op. Omdat één bedrijf zich al vóór 1993 in Belgisch Limburg had gevestigd bleven er vier bedrijven over die voldeden aan de gestelde criteria.

In totaal konden dus achttien bedrijven achterhaald worden die voldeden aan de gestelde criteria. Deze bedrijven werden telefonisch benaderd. Veertien bedrijven waren bereid om medewerking te verlenen aan het onderzoek. De meerderheid van de responderende bedrijven behoort tot de industriële sector. Daarnaast zijn het met name bedrijven uit de groothandel die hebben meegewerkt aan het onderzoek.

Tabel 5.1 Bedrijfstak en aantal werknemers van responderende bedrijven

	Zuidoost Brabant
<b>Bedrijfstak</b>	
Groothandel	3
Industrie	9
Distributie	1
Anders	1
<b>Aantal werknemers</b>	
10-19	1
20-49	2
50-99	3
100-199	3
200-499	3
500-749	1
750-999	0
>1000	1

De responderende bedrijven verschillen erg in het aantal werknemers dat in dienst is. Ongeveer één vijfde van de responderende bedrijven kan tot het kleinbedrijf<sup>8</sup> worden gerekend. Ruim 42% van de responderende bedrijven behoort tot het middenbedrijf (minder dan 250 werknemers), terwijl iets meer dan 35% een grootbedrijf is (250 werknemers of meer).

#### 5.4 Algemene kenmerken van de responderende bedrijven

In de volgende paragrafen zal inzicht gegeven worden in enkele kenmerken van de Belgische nevenvestigingen. Zo komen de activiteiten van de nevenvestiging en het aantal werknemers aan bod. Allereerst zal er echter ingegaan worden op het jaartal waarin de nevenvestiging is opgericht, de vestigingsachtergrond en de uiteindelijke plaats waar de vestiging is opgezet.

##### 5.4.1 Vestigingsjaar, vestigingsachtergrond en Belgische vestigingsplaats van de Belgische nevenvestiging

Zoals in paragraaf 6.2 al is aangegeven is het om de betrouwbaarheid van de gegeven informatie te waarborgen van belang de onderzoeksperiode zo recent mogelijk te houden. In dit onderzoek is ondanks de genoemde bezwaren gekozen voor de periode vanaf 1993. In onderstaande tabel is het aantal oprichtingen van Belgische nevenvestigingen gerangschikt naar vestigingsjaar.

Tabel 5.2 Vestigingsperiode van de Belgische nevenvestigingen

Periode van vestiging	Aantal	percentage
Van 1 jan. 1993-1 jan. 1996	2	14,3
Van 1 jan. 1996- 1 jan. 1999	3	21,4
Van 1 jan. 1999- 1 jan. 2002	2	14,3
Van 1 jan. 2002- 1 jan. 2005	7	50

Duidelijk komt naar voren dat vooral in de laatste drie jaar ervoor is gekozen om een vestiging te openen in het aangrenzende Belgisch Limburg.

<sup>8</sup> Het kleinbedrijf heeft hooguit 50 personeelsleden



In de telefonische enquêtes is ingegaan op de wijze waarop de Belgische vestiging tot stand is gekomen. Op basis van de signalen uit het bedrijfsleven dat zij mogelijk het bedrijf zouden verplaatsen naar België is in eerste instantie gelet op het aantal bedrijven dat daadwerkelijk in zijn geheel is verplaatst naar Belgisch Limburg. Van de ondervraagde bedrijven bleek geen één bedrijf zich tot op heden volledig te hebben verplaatst. Een gedeeltelijke verplaatsing van activiteiten heeft wel plaatsgevonden. Eén bedrijf gaf aan een gedeelte van het bedrijf verplaatst te hebben.

Het grootste deel van Belgische nevenvestigingen bleek echter nieuwoprichtingen te zijn. Bijna 2/3 van de deelnemende Zuidoost Brabantse bedrijven bleek een bedrijf opgericht te hebben dat functioneerde naast de hoofdvestiging.

*Tabel 5.3 Responderende bedrijven naar vestigingsachtergrond*

	Aantal	Percentage
Nieuwoprichting	9	64,3
Gedeeltelijke verplaatsing	1	7,1
Overname	2	14,3
Joint venture	1	7,1
Anders	1	7,1

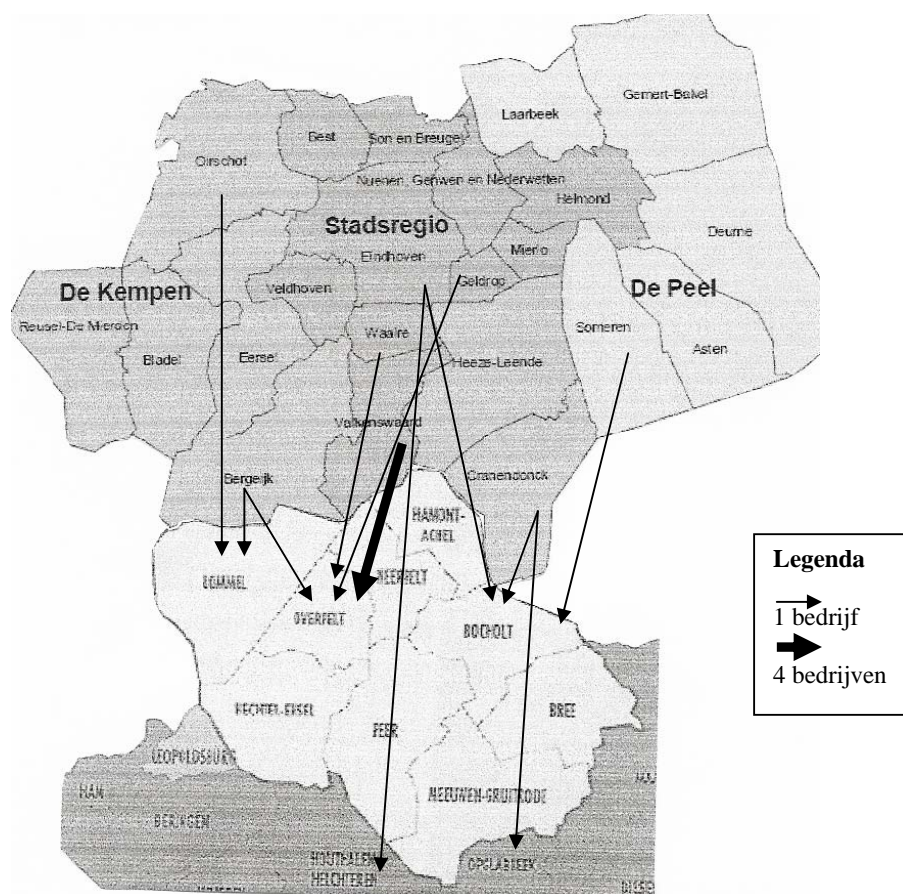
Twee Belgische vestigingen werden door een Zuidoost Brabants bedrijf overgenomen in de periode tussen 1993 en 2005. Hoewel bij een overname de vestigingsplaats voor een groot deel wordt bepaald door de locatie van het overgenomen bedrijf is in één geval wel degelijk een belangrijke locatiekeuze gemaakt. Door het Zuidoost Brabantse bedrijf werd besloten om op de locatie van het overgenomen bedrijf, naast gebruik te maken van het bestaande gebouw, een voor het bedrijf geheel nieuwe activiteit te beginnen waarvoor het bouwen van een nieuwe fabriek noodzakelijk was.

Bij één bedrijf was sprake van verplaatsing van activiteiten vanuit een andere Belgische nevenvestiging die gevestigd was in een andere gemeente.

### *5.4.2 Vestigingsplaats*

Van de veertien bedrijven die meededen aan de telefonische enquête waren de Nederlandse (hoofd) vestigingen vooral in de gemeentes gevestigd die direct aan België grenzen. Zo kwam er een viertal bedrijven uit Valkenswaard, twee uit Bergeijk en twee uit Cranendonk. De overige bedrijven kwamen uit Someren (1), Bladel (1), Oirschot (1), Geldrop (1) en Eindhoven (2).

Figuur 5.2 Het vestigingsgedrag van Zuidoost Brabantse ondernemers in Limburg



Zoals bovenstaande figuur weergeeft kiezen bedrijven uit Zuidoost Brabant ervoor om een vestiging te openen in plaatsen net over de grens zoals op het Nolimpark in Overpelt, Bocholt en Lommel. Bij voorkeur wordt gekozen voor een gemeente die (nagenoeg) grenst aan de gemeente waar de hoofdvestiging gevestigd is. Deze bevinding is in overeenstemming met de resultaten uit het onderzoek van Van Steen uit 2005. Illustratief is de relatief grote belangstelling van Valkenswaardse bedrijven om een vestiging te openen in Overpelt.

Het blijkt dat het juist bedrijven uit de industriële sector zijn die ervoor kiezen zich binnen een straal van 20 kilometer van de Zuidoost Brabantse vestiging te vestigen. Uit de gesprekken bleek dat hoofdzakelijk het ruimtegebrek op de oorspronkelijke locatie er toe heeft geleid dat een vestiging opgezet werd in dit deel van België waar ruimte voldoende aanwezig was. In het volgende hoofdstuk zal hier dieper op worden ingegaan.

### 5.4.3 Belangrijkste activiteiten van de Belgische vestigingen

In de telefonische enquête is ook ingegaan op de hoofdactiviteit van de Belgische vestiging. Naar voren komt dat het naast productiebedrijven voornamelijk verkoopkantoren zijn die zich net over de grens gaan vestigen.

Tabel 5.3 Hoofdvastiviteit van de Belgische nevenvestiging

	Aantal	Percentage
Verkoop	5	35,7
Productie	6	42,9
Distributie	2	14,3
Opslag	1	7,1

Om na te gaan in welke mate de activiteiten van de Belgische nevenvestiging invloed hebben gehad op de activiteiten van de Zuidoost Brabantse vestiging is er ook gevraagd naar de relatie tussen de activiteiten in Nederland en België. Bij nagenoeg alle bedrijven blijken de activiteiten die in de Belgische vestiging uitgeoefend worden een uitbreiding van bestaande activiteiten in de vestiging in Nederland. Slechts bij één bedrijf bleek het te gaan om een compleet nieuwe activiteit die werd ontplooid in de nieuwe vestiging. Bij één bedrijf was er sprake van een verplaatsing van bestaande activiteiten vanuit de Zuidoost Brabantse vestiging.

#### 5.4.4 Werknemers bij Belgische nevenvestiging

Het zijn vooral de middelgrote en grote ondernemingen die besluiten een vestiging te openen in het buitenland. Onduidelijk is het hoe groot nu de nevenvestigingen zijn. In dit onderzoek is daarom gevraagd naar het totale aantal werknemers dat minimaal 15 uur per week werkzaam is in de Belgische nevenvestiging. Onderstaande tabel geeft de verdeling weer van het aantal werknemers. Gekozen is er om de resultaten te groeperen door middel van grootteklassen.

Tabel 5.4 Aantal werknemers in de Belgische nevenvestiging

	Absoluut	Percentage
1 tot en met 4	1	7,1
5 tot en met 9	1	7,1
10 tot en met 19	4	28,6
20 tot en met 49	3	21,4
50 tot en met 99	4	28,6
meer dan 100	1	7,1

Duidelijk komt uit de tabel naar voren dat het aantal mensen dat werkzaam is in de Belgische nevenvestiging vrij groot is. Meer dan 85% van de bedrijven heeft meer dan 10 werknemers in dienst. Slechts een tweetal bedrijven heeft minder werknemers in dienst.

Vervolgens is er gevraagd naar het aantal Nederlandse werknemers dat in de Belgische nevenvestiging werkzaam is. Aangenomen werd dat bedrijven bij de opening van een nieuwe vestiging een groot aantal werknemers mee verplaatsen. Uit de enquête is gebleken dat slechts een zeer gering aantal werknemers de Nederlandse nationaliteit heeft. Met name voor de Zuidoost Brabantse bedrijven waarvoor de nevenvestiging als verkoopkantoor dient is dit logischerwijs te verklaren. Uit een onderzoek uit 1992 al blijkt dat cultuurverschillen er toe bijdragen dat Belgische afnemers niet direct relaties aangaan met Nederlandse bedrijven. Om dit probleem te ondervangen is het gebruik maken van Belgische werknemers in een Belgische vestiging een mogelijkheid om beter de Belgische markt te kunnen betreden (Dagevos e.a., 1992).

#### *5.4.5 Afzetmarkt van de Belgische nevenvestiging*

In de enquête werd ten slotte gevraagd naar de belangrijkste afzetmarkt van de Belgische onderneming. Niet verwonderlijk is het dat voor de Belgische nevenvestigingen die dienen als verkoopkantoor België het belangrijkste afzetgebied is. De binding met Nederland is voor productiebedrijven een stuk groter. Ruim de helft van dit soort bedrijven geeft te kennen dat Nederland de belangrijkste afzetmarkt is. Hoewel in het volgende hoofdstuk de motieven waarom Zuidoost Brabantse bedrijven een vestiging openen in Belgisch Limburg aan bod komen moet worden opgemerkt dat deze bedrijven met name vanwege de prijs en beschikbaarheid van bedrijventerreinen gekozen hebben om zich in Belgisch Limburg te vestigen. Om toch de Nederlandse markt goed te kunnen blijven bedienen en mogelijk ook nog verkoopactiviteiten te ontplooiën in België ligt een vestigingslocatie op korte afstand van de grens voor de hand.

Eén bedrijf gaf aan dat de landen binnen de EU de belangrijkste afzetmarkt waren. Het betrof hier een distributiebedrijf dat internationaal actief was.

## Hoofdstuk 6 Redenen voor vestiging in België

### 6.1 Inleiding

Om inzicht te krijgen in de motieven om een bedrijf te verplaatsen of een nevenvestiging op te richten aan de Belgische zijde van de grens is allereerst ervoor gekozen te zoeken naar literatuur die hier mogelijk een antwoord op kon geven. Omdat bij een dergelijke beslissing in principe twee locatiebeslissingen worden gemaakt is het in de literatuur gebruikelijk een onderscheid te maken naar 'situation' (de keuze voor het land van vestiging) en 'site' (de keuze van de vestigingsplaats/regio binnen het gekozen land) (Loeve, 1989, p.213). Dit onderscheid zal ook in dit onderzoek aangehouden worden. Sommige bedrijfsexterne factoren werken immers op een andere ruimtelijke schaal dan de andere (Lambooy e.a., 1997, p.23). In de enquête is er allereerst gevraagd naar de redenen waarom Zuidoost Brabantse bedrijven kiezen voor België als vestigingslocatie voor hun nevenvestiging. Vervolgens is er gevraagd waarom deze bedrijven nu specifiek gekozen hebben voor Limburg.

### 6.2 Motieven om zich te vestigen in Belgisch Limburg volgens de respondenten

Dit onderzoek heeft onder andere als doel om te achterhalen wat de belangrijkste redenen zijn voor Zuidoost Brabantse bedrijven om een bedrijf op te zetten in België cq. Belgisch Limburg. Er is voor gekozen om de respondenten geheel vrij te laten in de beantwoording. Het voordeel hiervan is dat de respondenten zich niet laten leiden door de geboden mogelijkheden. Bij een beperkt aantal respondenten is een vrije beantwoording goed mogelijk, omdat het niet te verwachten is dat de gegeven antwoorden te divers zijn om te kunnen analyseren.

#### 6.2.1 Motieven om een vestiging te openen in België

De redenen waarom Zuidoost Brabantse bedrijven nu specifiek voor België kiezen bij het opzetten van een vestiging komt vooral sterk naar voren bij de bedrijven die een verkoopkantoor hebben opgezet in België. Om toegang te krijgen tot de Belgische afzetmarkt voelen de bedrijven zich genoodzaakt een verkoopkantoor op te zetten in het andere land. Uit onderzoek is namelijk gebleken dat Belgen cultuurverschillen ervaren bij het zaken doen met Nederlandse bedrijven en hierdoor terughoudend zijn. Een ander probleem dat vaak speelt is het gebrek aan informatie over mogelijke partners aan de andere zijde van de grens. Door een verkoopkantoor in België op te zetten verwachten de Nederlandse ondernemers de drempel voor potentiële Belgische afnemers te verlagen.

Voor het distributiebedrijf bleek vooral de centrale ligging ten opzichte van de Europese Unie van belang om voor België te kiezen. Het bedrijf gaf aan dat de gunstige ligging van het distributiecentrum het mogelijk maakt de vestigingen die zich verspreid hebben op verschillende locaties in Europa eenvoudig te bevoorraden.

Uit de beantwoording van bedrijven uit de industriële sector komt naar voren dat zij geen direct onderscheid maken tussen motieven om zich in België en motieven zich in Belgisch Limburg te vestigen. Dit blijkt onder andere uit het antwoord van een respondent:

*“In onze oorspronkelijke vestigingsplaats was geen bouwgrond meer te krijgen. Bovendien lag de grondprijs in België een stuk lager waardoor de keuze voor ons niet moeilijk was toen ons bedrijf aan uitbreiding toe was.”*

Van primair belang voor deze bedrijven is de beschikbaarheid en de prijs van bedrijventerreinen in de nabijheid van de hoofdvestiging. De aanwezigheid van voldoende vestigingsmogelijkheden en een goedkope grondprijs moeten echter gezien worden als een typisch Limburgs fenomeen dat niet geldt voor België als geheel. De genoemde motieven

kunnen dus beter behandeld worden in de volgende subparagraaf, waarin de motieven om zich in Belgisch Limburg te vestigen aan bod komen.

### 6.2.2 Motieven om een vestiging te openen in Belgisch Limburg

Voor de Zuidoost Brabantse bedrijven blijken vier redenen van belang om een nevenvestiging in Belgisch Limburg op te zetten. Namelijk het vergroten van het marktgebied, de afstand tot het moederbedrijf en de prijs en beschikbaarheid van de bedrijventerreinen aan de Belgische zijde van de grens. De rest van de motieven wordt slechts door een enkel bedrijf als een belangrijk motief gezien.

Tabel 6.1 Motieven voor een Zuidoost Brabants bedrijf om zich in Belgisch Limburg te vestigen

	Absoluut	Percentage
Afstand tot marktgebied	6	42,9
Subsidies	1	7,1
Aanbod van arbeid	1	7,1
Soepele bouwvergunning	1	7,1
Afstand tot moederbedrijf	8	57,1
Beschikbaarheid van bedrijventerreinen	10	71,4
Prijs van bedrijventerreinen	11	78,6
Persoonlijke motieven	1	7,1

Uit de tabel blijkt het belangrijkste motief de beschikbaarheid en prijs van bedrijventerreinen te zijn. Ongeveer 75 procent van de respondenten gaf aan dat dit de belangrijkste redenen waren om zich op de Belgische locatie te vestigen. Illustratief is de beantwoording van één van de respondenten.

*“ Ons bedrijf kon op de huidige locatie geen kant meer op... De opslag van gebruikte units neemt te veel ruimte op het terrein in Oirschot in beslag. Daarvoor is de grond hier eerlijk gezegd te duur. We hebben in het Belgische Lommel vier hectare grond gekocht waar we deze afdeling gaan onderbrengen.”*

Gepaard met een beschikbaarheid van ruimte en de grondprijs wordt door met name industriële- en distributiebedrijven vaak de nabijheid van de moedervestiging als motief genoemd om net over de grens een nevenvestiging te openen. Wanneer in de eigen plaats of regio geen beschikbare grond meer verkrijgbaar is zal het bedrijf naar andere mogelijkheden kijken om toch de benodigde ruimte te bemachtigen. De Belgische grensstreek wordt door sommige bedrijven dan ook gezien als een goed alternatief voor vestigingslocaties in Nederland, aangezien deze locaties zich niet of nauwelijks op grotere afstand bevinden dan potentiële Nederlandse vestigingslocaties. In een situatie waarbij ook de vestigingscondities aan de Belgische zijde van de grens beter en/of goedkoper zijn is de keuze voor deze bedrijven vlug gemaakt.

Bijna de helft van de respondenten gaf aan dat de grotere toegangsmogelijkheden tot het marktgebied van belang waren om zich juist in Belgisch Limburg te gaan vestigen. Grotere toegangsmogelijkheden tot de Belgische markt werd ook op landelijk niveau door Zuidoost Brabantse bedrijven als het belangrijkste motief gezien om te investeren in België. Het gegeven dat op beide schaalniveaus het marktmotief naar voren komt geeft aan dat marktoverwegingen sterk van belang zijn geweest voor Brabantse bedrijven om zich in België te vestigen.

Een enkele respondent gaf ook nog andere redenen aan waarom het interessant was om de vestiging te openen op de Belgische locatie, zoals subsidies, het eenvoudig verkrijgen van een bouwvergunning en de aanwezigheid van arbeidskrachten. Eenmaal werd een persoonlijk motief aangedragen als reden om zich over de grens te vestigen. Uit het gesprek kwam naar voren dat de ondernemer al geruime tijd woonachtig was op een locatie in het Belgische grensgebied en de beslissing voor hem niet moeilijk was om ook een bedrijf op deze locatie te beginnen.

### 6.3 Resumé

In de hoofdstukken vijf en zes zijn de resultaten besproken die voortgekomen zijn uit het vestigingsplaatsonderzoek. Allereerst is er getracht inzicht te verkrijgen in de mate waarin de signalen vanuit het Zuidoost Brabantse bedrijfsleven om hun toevlucht te zoeken in België er daadwerkelijk toe hebben geleid dat bedrijven zijn verplaatst of een nieuwe vestiging hebben opgericht in aangrenzend België. Een vestigingsmotief zoals een ruim aanbod van goedkope grond zou hier aanleiding voor kunnen zijn.

Om dit te toetsen is ervoor gekozen om informatie in te winnen over het aantal en het soort Zuidoost Brabantse bedrijven dat sinds 1993 besloten heeft een nevenvestiging te openen in Belgisch Limburg dan wel zich volledig verplaatst heeft naar deze provincie.

Uit de verkregen informatie kwam naar voren dat er vanuit het Zuidoost Brabantse bedrijfsleven tot op heden weinig interesse is om een vestiging te openen in ieder geval in dit deel van België. Een gehele verplaatsing heeft er niet plaatsgevonden. Slechts een klein aantal Zuidoost Brabantse, met name industriële bedrijven heeft in deze periode besloten een vestiging op te richten in Belgisch Limburg. Deze bevindingen zijn in overeenstemming met een eerder grootschaliger onderzoek uit 1996 waarin op een provinciaal niveau werd gekeken naar het aantal Noord-Brabantse vestigingen in de provincie Limburg en provincie Antwerpen.

Daarnaast is er gekeken naar de motieven voor deze bedrijven hadden om zich aan de Belgische zijde van de grens te vestigen. De Belgische grensstreek bleek voor met name de industriële bedrijven een goed alternatief voor locaties in Nederland door de beschikbaarheid en de prijs van de bedrijventerreinen in dit gebied.

Ook marktoverwegingen hebben ertoe bijgedragen dat Zuidoost Brabantse bedrijven zich in Belgisch Limburg hebben gevestigd. Door een verkoopkantoor op te richten aan de Belgische zijde van de grens wordt getracht de Belgische markt binnen te dringen.

## Hoofdstuk 7 Conclusie

Naar aanleiding van signalen vanuit het bedrijfsleven dat Noord-Brabantse ondernemers en vooral die ondernemers die gevestigd zijn in de grensstreek overwogen om aan de Belgische zijde van de grens een vestiging op te richten, dan wel een vestiging verplaatsen naar aangrenzend België is mede in opdracht van de Provincie Noord-Brabant eind 2004 en de eerste helft van 2005 onderzoek gedaan naar de interesse van Zuidoost Brabantse bedrijven om zich in aangrenzend België te vestigen en de motieven hiervoor.

In het kader van de Europese eenwording zou het te verwachten zijn dat bedrijven in toenemende mate kijken naar vestigingslocaties in het buitenland. Voornamelijk voor bedrijven in de nabijheid van de grens zou een verplaatsing naar of het oprichten van een nevenvestiging in een aangrenzend buitenlands gebied gunstig kunnen zijn, vanwege bijvoorbeeld de aanwezigheid van voldoende ruimte en een lage grondprijs. Voor Zuidoost Brabantse ondernemers zou de Belgische grensstreek mogelijk een goed alternatief zijn voor locaties in Nederland, zeker omdat de afstand tot dit gebied niet of nauwelijks groter is dan die van potentiële vestigingslocaties in Nederland.

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat ondanks de signalen Zuidoost Brabantse bedrijven tot op heden niet zijn overgegaan tot een gehele verplaatsing van het bedrijf naar aangrenzend België. Wanneer in ogenschouw wordt genomen dat er alleen al in 2003 enkele honderden bedrijven Zuidoost Brabant verlieten voor een locatie in een andere regio is dit een opvallende bevinding. Bedrijven blijken wanneer zij van plan zijn zich te verplaatsen een sterke voorkeur te hebben voor een herlocatie binnen dezelfde gemeente of regio. Indien bedrijven interregionaal verplaatsen dan wordt veelal gekozen voor een locatie in dezelfde provincie. Een belangrijke oorzaak hiervan is dat bedrijven zich hoofdzakelijk willen vestigen op een locatie die ze goed kennen. Een grensoverschrijdende verplaatsing brengt voor veel bedrijven een te grote onzekerheid en onbekendheid met zich mee.

Hoewel de mate waarin de grens concreet als (mentale en/of fysieke) barrière wordt ervaren sterk afhankelijk is van de individuele ervaringen van de ondernemers en de specifieke karakteristieken van het bedrijf (bedrijfstak, grootte) lijkt het echter dat voor veel ondernemers de grens in de hoofden van de ondernemers hardnekkig blijven voortleven. Dit geldt met name voor het midden- en kleinbedrijf. Dit betreft niet alleen gebrek aan kennis over de mogelijkheden op de Belgische markt, waarbij gedacht kan worden aan een gebrek aan kennis over de wetgeving aan de andere zijde van de grens en het consumentengedrag, maar zeker ook de algemene kennis over hoe een onderneming te draaiende te houden in een onbekend gebied.

Voor het oprichten van een nevenvestiging geldt een ander verhaal. Bij het opzetten van een nevenvestiging gaat het vaak om een uitbreiding van de huidige activiteiten, waarbij de hoofdvestiging in Zuidoost Brabant gevestigd blijft. De onzekerheid is bij een dergelijke locatiekeuze een stuk geringer dan bij een gehele verplaatsing.

Van achttien Zuidoost Brabantse bedrijven kon achterhaald worden dat zij sinds 1 januari 1993 een vestiging hadden geopend in aangrenzend Belgisch Limburg. Van het totale aantal buitenlandse bedrijven dat een vestiging opent in Belgisch Limburg gedurende de periode 2001-2004 is het aandeel van Zuidoost Brabantse bedrijven in Belgisch Limburg aanzienlijk. Van de 24 buitenlandse vestigingen in de periode 1 januari 2002- 1 januari 2005 komt bijna 1/3 uit Zuidoost Brabant.

Nabijheid blijkt daarmee een belangrijke factor voor vestiging in Belgisch Limburg. Dit blijkt tevens uit de belangrijkste motieven van de Zuidoost Brabantse bedrijven om zich in aangrenzend België te vestigen. Meer dan de helft van de respondenten gaf de afstand tot het



moederbedrijf als reden op om zich in Belgisch Limburg te vestigen. Dit waren vooral de industriële bedrijven die onvoldoende uitbreidingsmogelijkheden hadden op de huidige locatie en daarom een vestiging openden aan de andere zijde van de grens. In Belgisch Limburg was er voldoende grond beschikbaar en lag het prijspeil op zo'n 1/5 van het Zuidoost Brabantse prijspeil.

Dit wil echter niet zeggen dat in geheel Zuidoost Brabant geen ruimte meer beschikbaar is. Op dit moment is er nog meer dan 100 hectare in deze regio beschikbaar. Indien de plannen voor nieuwe bedrijventerreinen die er momenteel bestaan daadwerkelijk worden uitgevoerd zijn er in kwantitatieve zin zeker tot aan 2015 voldoende vestigingsmogelijkheden in de regio. Voor Belgisch Limburg lijkt de periode voorbij dat er in overvloed grond op bedrijventerreinen beschikbaar is. Op dit moment zijn er weinig nog uit te rusten bedrijventerreinen en wordt de aanleg van nieuwe bedrijventerreinen sterk aan banden gelegd in het Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen.

In tegenstelling tot het oprichten van een nevenvestiging in Belgisch Limburg vanwege ruimteproblemen op de huidige locatie en de overvloed van ruimte op een locatie net over de grens zijn er tevens vanwege andere redenen nevenvestigingen in dit gebied opgericht. Een groot deel van de Zuidoost Brabantse bedrijven met een nevenvestiging geeft aan dat grotere toegangsmogelijkheden tot de Belgische afzetmarkt een belangrijke reden is om zich in België te vestigen. Wanneer een Zuidoost Brabants bedrijf besluit zich op de Belgische markt te begeven wordt er vaak voor gekozen een verkoopkantoor. Door een verkoopkantoor in België op te zetten verwachten ondernemers de drempel, die mede wordt veroorzaakt door cultuurverschillen, voor potentiële Belgische afnemers te verlagen.

## Literatuurlijst

- B&A Groep, *Vestigingsplaatsfactoren: belang, waardering en knelpunten*, Ministerie van Economische Zaken, Den Haag, 1998
- Ballaer, R. van, van Hilst, L., Willems, P., Peeters, L. (2002), *Limburgs Economische Strategisch Ontwikkelingsplan (LIESOP)*, Limburg
- Boekema, F., en J.H. ten Caten (1991), Kiezen of Wählen: de vestigingskeuze in Nederlands-Duitse grensregio's, *Rooilijn 24*, pp. 287-291
- Buck Consultants International (1998), *Locatievoorkeur en ruimtegebruik van verhuisde bedrijven*, Nijmegen
- Caten H. ten, en B. Oude Hengel (2003), *Eindhoven en omgeving. De sociaal-economische verplechting van Eindhoven*, Dienst Algemene en Publiekszaken, gemeente Eindhoven
- Corvers, F., Dankbaar, B., en Hassink, R. (1994a), *Nieuwe kansen voor bedrijven in grensregio's. Eindrapport*. COB/SER: Den Haag
- Dagevos, J. , Oerlemans, L., Hulsinck, P., Houtum, H. van, en Boekema, F. (1992), *Grensoverschrijdend perspectief. Een kennismaking tussen en met het Midden-Brabantse- en Kempense bedrijfsleven*, EIT, Economisch Instituut Tilburg: Tilburg
- Dunning, J.H. (1988), *Explaining international production*, Unwin Hyman, London
- Ebels, H. J. (1997), *Oudere stadsdelen en de ruimtelijke effecten van bedrijfsverplaatsingen. Een toespitsing op de niet-consumentverzorgende sectoren in Amsterdam en Rotterdam*, Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen Universiteit van Amsterdam, Amsterdam
- Etin Adviseurs (1998), *Ondernemen en Ruimte*, Tilburg
- Etin Adviseurs (2000), *Regionale Bedrijventerreinen-structuurvisie SRE 2000*, Tilburg
- Etin Adviseurs (2002a), *Economisch profiel regio Eindhoven*, Tilburg
- Etin Adviseurs (2002b), *Sociaal Economische Verkenning voor Noord- Brabant*, Tilburg
- Gom Limburg (1994), *Integraal Ontwikkelingsplan Limburg 2010. Syntheserapport*, Hasselt
- Gorter, C., F. Bruinsma en P. Nijkmap (2001), *A flow approach to industrial sites, firm dynamics and regional employment growth: a case study of Amsterdam –North*, TESS 92, p.2-6
- Hayter, R. (1997), *The dynamics of industrial location: the factory, the firm and the production system*, John Wiley & Sons, Chisestre
- Houtum, H. van, Donkers, M., Boekema, F., Hassink, R., Corvers, F., en van den Tillaart H. (1996), *Ondernemen over de grens. Tijdschrift voor Economie en Management, XLI (4)*, p. 535-560

Houtum, H. van (1997), *De totstandkoming van grensoverschrijdende economische relaties. Een onderzoek naar de vorming van grensoverschrijdende economische relaties tussen bedrijven in Zeeuws-Vlaanderen, Midden- en Noord-Zeeland en het gewest Gent/Eeklo in het kader van het Interreg II-project 'Euregionaal Zakendoen'. Samenvatting.* European Regional Affairs Consultants: Boxtel

Houtum H. van (1998), *The development of cross-border economic relations. A theoretical and empirical study of the influence of the state border on the development of cross-border economic relations between firms in border regions of the Netherlands and Belgium*, Center for Economic Research, Tilburg

Kemper, J. en P.H. Pellenbarg (1997), De Randstad als hogedrukpan. *Economisch Statistische Berichten* 82, p. 508-512

Kuijken, P.A.P. (1995), *Motieven van Brabantse bedrijven voor vestiging in België*, Tilburg 1995

Kuijken, P.A.P. en F. Boekema. (1996), Brabantse bedrijven in Vlaanderen. Belgische markt belangrijkste motief. *Geografie* 5 (december), 10-11

Lambooy, J.G. (1980), *Ekonomie en ruimte. Inleiding in de economische geografie en de regionale Ekonomie. Deel 1 Lokatietheorie en regionale vraagstukken*, Van Gorcum, Assen

Lambooy, J.G., E.Weaver en O.A.L.C. Atzema (1997), *Ruimtelijke Economische Dynamiek*, Coutinho, Bussum

Loeve, A. (1985), *Internationale ondernemingen in Nederland. StePro-rapport 30b*, Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Utrecht

Loeve, A. (1989), *Buitenlandse ondernemingen in regionaal perspectief, vestigingsstrategieën en regionale effecten van buitenlandse bedrijven in Nederland*, Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Utrecht, Utrecht

Louw, E., (1996), *Kantoorgebouw en vestigingsplaats. Een geografisch onderzoek naar de rol van huisvesting bij locatiebeslissingen van kantoorhoudende organisaties.* Delftse Universitaire Pers, Delft

Louw, E., en J.F.H. Hiethaar (2000), *Ramingen gewogen. Een analyse van provinciale behoefteramingen voor bedrijventerreinen*, Delft University Press, Delft

Louw, E., B. Needham, H. Olden en C.J. Pen (2004), *Planning van bedrijventerreinen*, Sdu Uitgevers bv, Den Haag

Meester, W.J., (1999), *Subjectieve waardering van vestigingsplaatsen door ondernemers*, Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen Rijksuniversiteit Groningen, Groningen

Ministerie van Economische Zaken (2005), *Visie op verplaatsing. Aard, omvang en effecten van verplaatsing van bedrijfsactiviteiten naar het buitenland*, Den Haag

NEI en Allaert, G. (1998), *Brabant/Limburg: Industriële Mainport van formaat*, Rotterdam/Gent, 1998

North, D.J. (1974), *The Process of Locational Change in Different Manufacturing Organizations*. In Hamilton, F.E.I. (1974), *Spatial Perspectives on Industrial Organisations and Decisionmaking*. John Wiley & Sons, Ltd. London

Nordström, K. A., en J.E. Vahlne (1992), *Is the globe shrinking? Psychic distance and the establishment of Swedish sales subsidiaries during the last 100 years*. *Conference Paper. International trade and Finance Associations Annual Conference*, Laredo Texas

Pellenbarg, P.H. (1985), *Bedrijfsrelokatie en ruimtelijke cognitie. Onderzoekingen naar bedrijfsverplaatsingsprocessen en de subjektieve waardering van vestigingsplaatsen door ondernemers in Nederland*, Geografisch Instituut, Rijksuniversiteit Groningen

Pellenbarg, P.H. (1995), *Bedrijfsverhuizingen als teken van ruimtelijke dynamiek in het bedrijfsleven*. In: Velden W. van der, E. Wever (red.), *Nederland is meer dan de Randstad; de economische emancipatie van overig Nederland*, pp.49-65. Assen: Van Gorcum

Pellenbarg, P.H. (1995), *Bedrijfsverplaatsingen*. In Pellenbarg P.H. e.a. (2005), *Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendynamiek in Nederland*, koninklijke Van Gorcum, Assen

Pellenbarg, P.H. en P.J.M. van Steen (2003), *The Netherlands in Maps. Demography of firms (3) Firm migration in manufacturing industry. TESG (Journal of Economic and Social Geography) 94/3*, 2003

Pen, C.J. (2002), *Wat beweegt bedrijven. Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*, Nederlands Geografische Studies, Groningen

Provincie Noord-Brabant (2002), *Brabant in Balans. Streekplan Noord-Brabant 2002*, 's Hertogenbosch

Rees, J. (1974), *Decision-Making, the Growth of the Firm and the Business Environment*. In Hamilton, F.E.I. (1974), *Spatial Perspectives on Industrial Organisations and Decisionmaking*. John Wiley & Sons, Ltd. London

Regioraad van het Samenwerkingsverband Regio Eindhoven (2004), *Regionaal Structuurplan regio Eindhoven; provinciaal uitwerkingsplan Zuidoost-Brabant*, Combinatie Biblio/Van Gerwen, 's Hertogenbosch

Steen, P.J.M. van (1998), *Bedrijvenlandschap 2000+. Bedrijfsverplaatsingen en de vraag naar bedrijfslocaties in Nederland*, Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen/ Rijksuniversiteit Groningen, Groningen

Steen, P.J.M. van (2005), *Bedrijvendynamiek onder het vergrootglas*. In Pellenbarg P.H. e.a. (2005), *Ruimtelijke aspecten van de bedrijvendynamiek in Nederland*, koninklijke Van Gorcum, Assen

Streekplatform Noord-Limburg (2002), *Streekvisie Noord-Limburg. Van vergeten grensregio naar een dynamische contactzone*, Bocht

Tillaart, H.J.M. van den en G. Busse (1994), *Unternehmer ohne Grenzen? Grenzüberschreitende Aktivitäten kleiner und mittlerer Unternehmen in der Euregio Rhein-Waal*, Instituut voor Toegepaste Sociale Wetenschappen, Nijmegen

Wever, E. (2003), *De verdwenen grens. Economische interactie in een Euregio, inaugurale rede*, Nijmegen

### Websites

bedrijventerreinen.economie-in-brabant.nl  
www.bom.nl  
www.economie-in-brabant.nl  
www.eindhoven.kvk.nl  
www.gomlimburg.be  
www.ibis.nl  
www.onnohoes.politicusonline.nl  
www.rede.nl  
www.sicoimg.itslogic.nl  
www2.vlaanderen.be

### Figuren

<i>Figuur 1.1 Positionering Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg</i>	9
<i>Figuur 1.2 Schematische opbouw scriptie</i>	10
<i>Figuur 3.1 Het speelveld van ruimtelijke interactie</i>	14
<i>Figuur 3.2 Het beslissingsproces voor het oprichten van een nevenvestiging</i>	19
<i>Figuur 3.3 Migratiecijfers van bedrijven in de vier Brabantse regio's uitgesplitst in immigratie en emigratie als percentage van het totale aantal bedrijven</i>	24
<i>Figuur 5.1 De positie van Zuidoost Brabant en Belgisch Limburg</i>	45
<i>Figuur 5.2 Het vestigingsgedrag van Zuidoost Brabantse ondernemers in Limburg</i>	50

### Tabellen

<i>Tabel 3.1 Verplaatsingsgeneigdheid van bedrijven uit Noord-Brabant 1998-2000</i>	17
<i>Tabel 3.2 De belangrijkste push- en pullfactoren</i>	21
<i>Tabel 3.3 Aantal opgerichte nevenvestigingen dat tussen 1 januari 2001 en 1 januari 2005 is opgericht</i>	25
<i>Tabel 3.4 Gevestigde bedrijven in Limburg ingedeeld naar herkomst</i>	26
<i>Tabel 3.5 Aanbod bedrijventerrein Zuidoost Brabant per 1 januari 2004 in ha.</i>	27
<i>Tabel 3.7 Ruimte vraag naar netto hectare uitgeefbaar bedrijventerreinen tot 2015</i>	29
<i>Tabel 3.8 Vraag en aanbod confrontatie Zuidoost Brabant</i>	29
<i>Tabel 3.9 Aanbod bedrijventerreinen Maaseik en Belgisch Limburg</i>	31
<i>Tabel 3.10 Confrontatie tussen vraag en aanbod van bedrijventerreinen Limburg (Ruimtelijk Structuurplan Vlaanderen)</i>	32
<i>Tabel 3.11 Prijzen van bedrijventerrein in Noord-Brabant (2005)</i>	33
<i>Tabel 4.1 Redenen om zich in België te vestigen</i>	42
<i>Tabel 4.2 Redenen om zich te vestigen in aangrenzend België</i>	42
<i>Tabel 5.1 Bedrijfstak en aantal werknemers van responderende bedrijven</i>	48
<i>Tabel 5.2 Vestigingsperiode van de Belgische nevenvestigingen</i>	48
<i>Tabel 5.3 Responderende bedrijven naar vestigingsachtergrond</i>	49
<i>Tabel 5.3 Hoofdactiviteit van de Belgische nevenvestiging</i>	51

<i>Tabel 5.4 Aantal werknemers in de Belgische nevenvestiging</i>	51
<i>Tabel 6.1 Motieven voor een Zuidoost Brabants bedrijf om zich in Belgisch Limburg te vestigen</i>	54

## Bijlage

