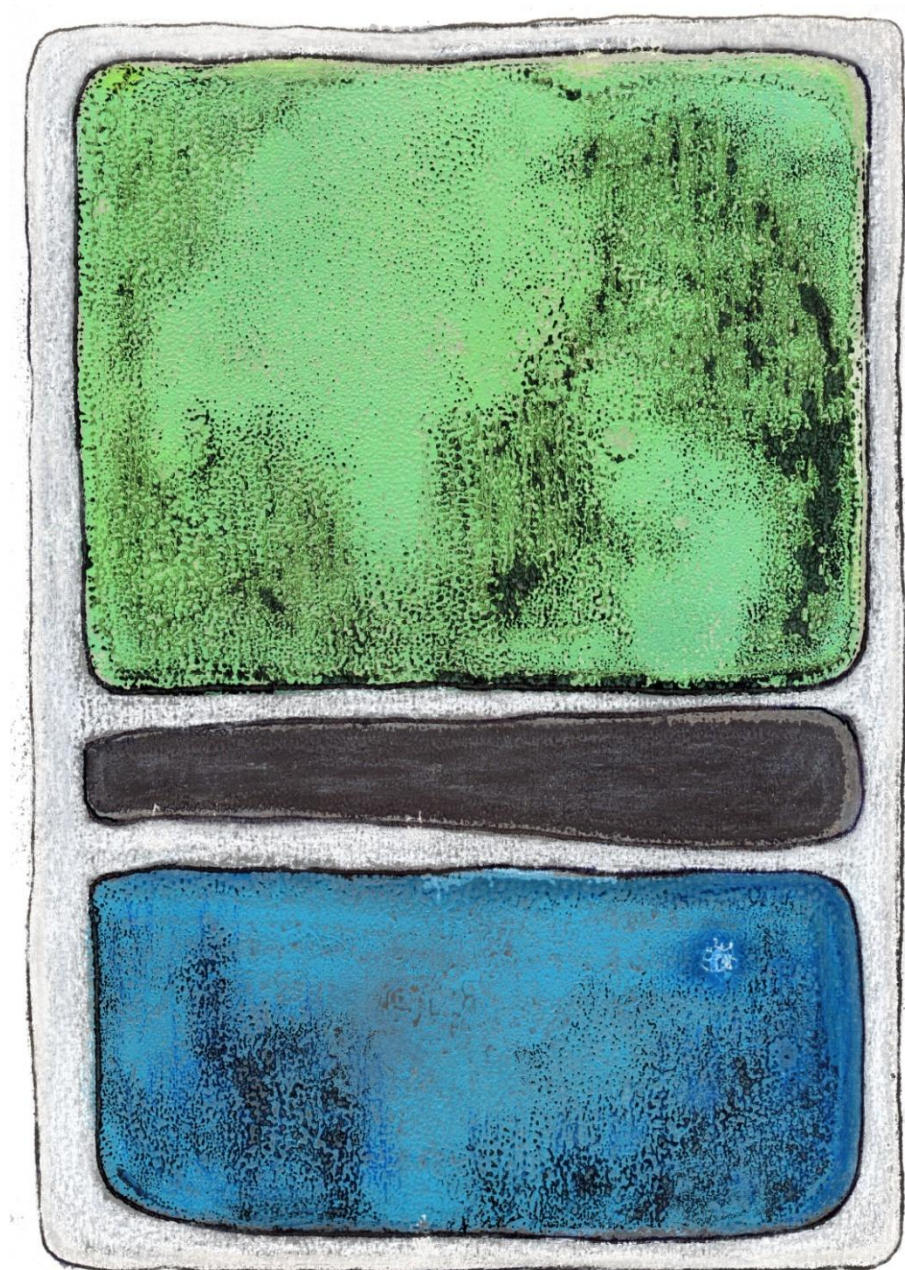




De drempel voorbij

*Een onderzoek naar de rol van 'indifference' bij
inactiviteit van Nederlandse ondernemers
uit de grensregio Rijn-Waal in de Duitse grensregio*

Albert Jan van de Griend

De drempel voorbij

Een onderzoek naar de rol van 'indifference' bij inactiviteit van Nederlandse ondernemers uit de grensregio Rijn-Waal in de Duitse grensregio

Albert Jan van de Griend

S0114375

ajvandegriend@gmail.com

Masterthesis

Maart 2011

Radboud Universiteit Nijmegen

Begeleider: Dr. B.M.R. van der Velde

Tweede lezer: Dr. O.T. Kramsch

Inhoudsopgave

Lijst van figuren.....	V
Voorwoord.....	VI
Samenvatting.....	VII
1 Aanleiding en vraagstelling.....	1
1.1 Aanleiding van het onderzoek.....	1
1.2 Maatschappelijke relevantie	3
1.3 Wetenschappelijke relevantie.....	4
1.4 Doel- en vraagstelling.....	4
1.5 Werkwijze en leeswijzer	5
2 Theoretisch kader en conceptueel model	7
2.1 Inleiding	7
2.2 Locaties, bedrijven en grensregio's: een economisch-geografische uiteenzetting	7
2.2.1 (Neo-)Klassieke economische geografie.....	7
2.2.2 De cultural turn in de economische geografie	8
2.2.3 De economische geografie en de grensregio	10
2.3 Grenzen als scheidslijn of verbinding; een uiteenzetting van het grensdebat	11
2.3.1 Grensbenaderingen	11
2.3.2 De cultural turn in het grensdenken.....	12
2.4 Indifference en habitus	13
2.4.1 Naar indifference	13
2.4.2 Naar habitus.....	15
2.4.3 Indifference en habitus.....	16
2.5 Threshold of indifference	17
2.5.1 Het begrip 'the threshold of indifference'	17
2.5.2 Kritiek op indifference	20
2.5.3 De toepassingen van 'indifference'	21
2.6 Veronderstelling en het conceptuele model.....	24
2.6.1 Veronderstelling	24
2.6.2 Het conceptuele model	25
2.6.3 Aandachtspunten.....	26

3	Methoden, analyseopbouw en cases	28
3.1	Inleiding	28
3.2	Karakterisering van het onderzoek	28
3.3	De casestudy.....	30
3.4	De opbouw van de analyse	31
3.5	De selectie van de cases.....	33
3.5.1	Steekproeftrekking en -criteria.....	33
3.5.2	De daadwerkelijke cases.....	34
3.6	Validiteit	36
4	De analyse	38
4.1	Inleiding	38
4.2	Eerste fase van de interviews - voor de drempel: de verkenningsfase.....	39
4.2.1	De verkenningsfase: de drie cases.....	39
4.2.2	De verkenningsfase: het algemene beeld	42
4.3	Tweede fase van de interviews - op de drempel: de confrontatiefase.....	43
4.3.1	De confrontatiefase: de drie cases	44
4.3.2	De confrontatiefase: het algemene beeld	44
4.4	Derde fase van de interviews - over de drempel: de rationaliseringsfase.....	45
4.4.1	De rationaliseringfase: drie cases	46
4.4.2	De rationaliseringfase: het algemene beeld.....	49
5	Een andere invulling van het model	55
5.1	Inleiding	55
5.2	De resultaten	55
5.3	Een nieuwe invulling.....	56
5.4	Beperkingen van de resultaten	58
6	Conclusie	59
	Referenties	63
	Bijlage Interviewgide	67

Lijst van figuren

Model 2.1	The threshold of indifference.....	19
Model 2.2	The threshold of indifference voor ondernemers.....	26
Figuur 3.1	Het wetenschappelijke onderzoeksproces.....	34
Kaart 3.1	Overzicht van de respondenten in de regio Rijn-Waal.....	35
Tabel 3.1	Overzicht met kenmerken van de geïnterviewde ondernemers.....	36
Model 5.1	De nieuwe invulling – ‘the phase of ease’	57

Voorwoord

Een aantal vrienden kwam in de loop van vorig jaar naar mij toe met de mededeling dat het nu of nooit was en dat ze er nog een keer alles aan gingen doen om me aan het schrijven te krijgen. Dat triggerde me om er voor te gaan! Joris, Jasper, Joëlle, bedankt! Eindelijk is het zover - ik ben 'de drempel voorbij'.

Ik vond een rustige werkplek bij mijn oude stageadres bij de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland - dank collega's, dat deze mogelijkheid er was! En ik vond een passender begeleider bij mijn uiteindelijke onderzoeksthema - dank Olivier, dat je me deze ruimte liet en daarnaast tweede lezer wilde zijn. Ondertussen schreef ik weer iets, gooide veel weg aan tijd en pagina's, maar begon met het benaderen van mijn eerste respondenten. Na de eerste interviews kwam er leven in het onderzoek en kwam, met enige horten en stoten, vaart in het schrijven - dank aan mijn respondenten! En toen was het eigenlijk uit het niets af - gewoon af - een dag of wat voor de deadline. Dank, beide broers voor jullie hulp, kritische en vooral snelle commentaar en dank ouders, voor nalezen op fouten en inconsistentie!

Niet in de laatste plaats wil ik Martin erg hartelijk bedanken. Zijn positieve en ook pragmatische aanpak heeft gemaakt dat er nu überhaupt een schrijfsel ligt en ook een waar ik achter kan staan. Je bleef vertrouwen houden, of in ieder geval uitspreken, op momenten dat mij het afhaken ook reëel leek. Wel in de laatste plaats, maar niet in de minste, dank aan Janneke, voor alle steun, zowel procesmatig, als bij de inhoud!

Nu wacht de arbeid! In het veld, in een ander veld, 40 jaar, 50 jaar, wie zal het zeggen, maar in ieder geval met een afgerond diploma! Tof, erg tof!

Albert Jan van de Griend
Maart 2011

Samenvatting

Het idee voor deze scriptie is gebaseerd op de gedachte dat de grensoverschrijdende inactiviteit van ondernemers gelijkenis zou kunnen vertonen met de inactiviteit bij werknemers, zoals onderzocht is met het concept *threshold of indifference*. Het beeld van inactiviteit wordt bevestigd door onderzoekers van de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland. Het bredere doel van het onderzoek is om een verbeterd inzicht te krijgen in de inactiviteit van MKB-ondernemers in een grensregio. Hiermee wordt een bijdrage geleverd aan het begrip van de geringe economische interactie in Europese grensregio's. Dit heeft geleid tot de volgende hoofdvraag voor dit onderzoek:

"In hoeverre kan 'indifference' de inactiviteit van MKB-ondernemers uit het Nederlandse gedeelte van de grensregio Rijn-Waal verklaren, waar het gaat om het benutten van mogelijkheden op respectievelijk de afzet- en personeelsmarkt in het Duitse gedeelte van diezelfde grensregio?"

De grens in de grensregio Rijn-Waal is een 'zachte grens', omdat de scheidende werking hiervan door ontwikkelingen in Europa is afgenomen. Om tot beantwoording van de hoofdvraag te kunnen komen is het onderzoek opgedeeld in een theoretisch, een methodologisch en een analytisch hoofdstuk. Daarop volgt een hoofdstuk met een nieuwe invulling van het model, en een conclusie.

Theorie

De klassieke en neoklassieke economische geografie gaat uit van een ideaal voorgestelde wereld en houdt vast aan het betwistbare uitgangspunt dat een actor volledig rationeel handelt. Als een reactie op deze neoklassieke stroming ontstaat meer aandacht voor de actor, gezien in haar sociaal-culturele omgeving; er is sprake van een *cultural turn* in de economische geografie. Het algemene uitgangspunt van deze *cultural turn* is dat het economische landschap pas begrepen kan worden als incomplete kennis en sociaal-culturele *soft factors* meegenomen worden meegenomen bij de analyse van keuzes van ondernemers naast de *economic hard factors*. De mix van disciplines als economie, geografie en sociologie is het speelveld voor dit onderzoek.

Dit onderzoek past goed in de *people approach*, een aanpak waarbij het draait het om achterliggende sociale verbanden - de *homo socialis*. De grens wordt daarbij gezien als een mentaal construct. Er wordt tot op heden veelal geredeneerd vanuit geslaagde grensoverschrijdende interactie en ontstane mobiliteit. De onderkenning van het belang van *immobiliteit* voor grensoverschrijdende mobiliteit heeft geleid tot het concept van de *threshold of indifference*. Het begrip *habitus*, een onderbewust systeem van sociale normen, begrippen en patronen dat gedrag stuurt, maar niet volledig bepaalt, van de Franse socioloog Bourdieu kan gezien worden als het theoretische fundament voor dit concept. De *threshold of indifference* is een subtiel begrip, dat een toevoeging is aan het (rationele) beslissingsmodel. The *threshold of indifference* stelt dat er een fase vóór deze afwegingen zit en het stadium waarin een bewuste economische afweging gemaakt kan worden is in veel gevallen niet bereikt. Deze scriptie geeft nieuwe empirische invulling aan het begrip. Het uitgangspunt voor dit onderzoek is dat de *black-box* van de niet-actie van de geïnterviewde ondernemer evenzeer beïnvloed wordt door zijn *habitus* en dat zijn perceptie van de mogelijkheden daardoor nationaal ingekaderd kan zijn. De verwachting is dat *indifference* daarin een rol speelt.

Methode

Het belangrijkste selectie criterium voor respondenten is dat de Nederlandse MKB-ondernemers inactief zijn op tenminste één van de twee gebieden zoals genoemd in de onderzoeksvraag: de afzetmarkt en de personeelsmarkt in de Duitse grensregio. Om te voorkomen dat conclusies sterk worden beïnvloed door de toevallige omstandigheden in één sector, zijn er bedrijven uit meerdere sectoren geselecteerd. Uiteindelijk zijn er 10 ondernemers geïnterviewd voor het onderzoek. De diepte-interviews zijn geanalyseerd aan de hand van nieuwe invulling van het *threshold-model* conceptuele model en met aandacht voor parameters die zijn samengesteld uit de literatuur: mogelijkheden, informatie & (sociale) netwerken en emotionele vs. rationele overwegingen. Het onderzoeken van *indifference* vereist een specifieke interviewmethode, waarbij het onderzoeksthema niet genoemd mag worden.

De analyse

In de analyse wordt op een impliciete manier gewerkt met een vergelijkende casestudybenadering volgens de comparatieve methode, door drie cases zoveel mogelijk intact te laten en daarmee de onderlinge vergelijkbaarheid en de diversiteit te laten zien. Vervolgens worden de andere zeven cases geplaatst ten opzichte van deze drie cases. De analyse geeft inzicht in het proces dat schuilgaat achter grensoverschrijdende inactiviteit van Nederlandse ondernemers in Duitse grensregio. De analyse die volgt uit deze methode kent een opbouw in drie fases.

In fase 1 (de verkenningfase) wordt het probleem van het niet kunnen benoemen van het onderzoeksthema ondervangen door in deze fase het onderzoeksthema nadrukkelijk niet te noemen. Er wordt zo inzicht verkregen in wat ondernemers zien als hun (potentiële) handelingsgebied voor wat betreft afzet en voor het aantrekken van personeel. In deze fase laten de cases een divers beeld zien. Het afzetgebied varieert van alleen lokale mogelijkheden tot Europese mogelijkheden. Datzelfde geldt, zij het in mindere mate, voor het (potentiële) gebied waarin gezocht wordt naar werknemers.

In fase 2 (de confrontatie) wordt uitgelegd wat de insteek is van het onderzoek en er wordt gekeken op welke manier de respondenten hierop reageren. De reacties van de ondernemers lopen uiteen van een ondernemer die geen mogelijkheden gezien heeft en deze voor de toekomst ook niet ziet, via een ondernemer die zich afvraagt waarom hij daar eigenlijk nooit over na heeft gedacht, tot een ondernemer die bewust de stap niet maakt.

In fase 3 (de rationaliseringsfase) wordt dieper ingegaan op de redenen die ondernemers aanvoeren voor het niet-actief zijn, en wordt de duiding die ondernemers geven aan het onderzoeksthema geanalyseerd. Daarbij komt aan bod in hoeverre er sprake is van bewuste overwegingen. De ondernemers laten wisselende reacties zien. Er komt een aantal topics naar voren bij hun achterliggende motivatie of belemmering. De rol van het netwerk is een belangrijke. Het aantrekken van personeel uit de Duitse grensregio wordt vooral gezien in relatie met het betreden van de afzetmarkt in dit gebied. Het merendeel van de respondenten ziet wel mogelijkheden aangaande de afzetmarkt, maar benut deze niet.

Een nieuwe invulling van het model

De meeste geïnterviewde ondernemers vertonen weinig kenmerken van *indifference*, en toch is er sprake van niet-actie in de Duitse grensregio; bewustheid en onbewustheid hiervan is lastig te scheiden. De algemene indruk die is ontstaan na de analyse is daarom dat de *threshold of indifference* voor ondernemers diffuser is. Het beeld is dat veel van de inactieve geïnterviewde ondernemers in een fase zitten voor de bewuste keuze, maar toch niet indifferent zijn. Het voorstel is om de *threshold of indifference* te vervangen door een '*phase of ease*', waarin sprake is van een sluimerend bewustzijn, maar geen actieve keuzes gemaakt worden. Ondernemers lijken te handelen uit een bepaald comfort in het eigen land, eerder dan dat zij indifferent zijn voor de Duitse grensregio. Onder invloed van informatie of netwerken kan de *phase of ease* verlaten worden en kan men komen tot een bewuste keuze. In de *phase of ease* is ruimte voor zogenaamde 'niet-niet-afwegingen' en 'niet-afwegingen'. Het model wordt een continuüm, dat loopt van *indifference* via *ease* naar bewustzijn. Een belangrijk voorbehoud bij deze nieuwe invulling van het model is dat het ontstane beeld in de analyse mogelijkwerijs het gevolg is van de manier van onderzoek naar *indifference*.

Conclusie

Het model kan worden toegeschreven worden naar onderzoek van *indifference* bij ondernemers, maar *indifference* kan de niet-actie van de ondernemers niet verklaren. Er is sprake van meer 'onbewuste overwegingen' bij de ondernemers. De *phase of ease* is een nuancering van en een uitbreiding van het concept *indifference*, zodat dat gebruikt kan worden voor het analyseren van het gedrag van ondernemers. Dit onderzoek laat daarmee een nieuw licht schijnen op de inactiviteit van ondernemers en de geringe economische interactie.

1 Aanleiding en vraagstelling

1.1 Aanleiding van het onderzoek

In Europa wordt vanaf de jaren '50 getracht de nationale grenzen en barrières die deze grenzen met zich mee brengen te slechten om samenwerking tussen de naties te bevorderen. Dit heeft geleid tot een meer en meer geïntegreerde economische markt. Doelstelling van de Europese samenwerking is het bewerkstelligen van een vrij verkeer van goederen, arbeid, kapitaal en diensten. Dit is van invloed op zowel individuen als bedrijven en heeft geleid tot meer grensoverschrijdende interactie. Het beeld van een grenzeloos en daardoor meer geïntegreerd en mobieler Europa ziet er echter anders uit op een belangrijk onderdeel van de Europese binnenmarkt, de arbeidsmarkt. Het percentage Europeanen dat in een andere Europese lidstaat dan het land van herkomst werkt ligt al jaren rond het lage cijfer van anderhalf procent (Van der Velde et al., 2005).

Recent onderzoek naar arbeidsmobiliteit maakte duidelijk dat eigenlijk arbeidsimmobiliteit de regel lijkt, ook in een Europa zonder formele binnengrenzen. Vanuit deze arbeidsimmobiliteitsgedachte hebben onderzoekers aan het Nijmegen Centre for Border Research verder onderzoek gedaan naar de manier waarop grenzen invloed hebben op mensen (zie bijvoorbeeld Van Houtum & Van Naerssen, 2002, Van Houtum & Van der Velde, 2003, Spierings & Van der Velde, 2008, Van der Velde, 2008). Aan deze onderzoeken ligt de gedachtegang ten grondslag dat de grens niet meer als een statische en harde lijn moet worden gezien, maar als een maatschappelijk geconstrueerde beleving die mentaal scheidend werkt (Van Houtum & Van Naerssen, 2002, Newman, 2006). Het idee dat individuen alleen rationele keuzes maken ten aanzien van hun mobiliteit, is eerst aangevuld met het idee dat individuen nooit volledig geïnformeerd zijn over alle mogelijkheden. Daarna is de gedachte ontstaan dat de ratio niet altijd leidend is (Van Houtum, 2002). Dat gaf een ander inzicht in het grensdenken; grenzen kunnen bestaan als *borders in the mind* (Paasi, 1996, zie Van der Velde, 2008:16). Vanwege deze scheidende werking kan hetgeen over de grens plaatsvindt genegeerd worden. Met andere woorden, de grens kan mensen *indifferent* (onverschillig) maken voor hetgeen aan de andere kant van de grens mogelijk is (Van Houtum & Van Naerssen, 2002). In een model voor werkzoekenden wordt beschreven dat er sprake kan zijn van een *threshold of indifference*.¹

Bij het bestuderen van de bestaande literatuur is het opvallend dat de mentale processen bij grensoverschrijdende mobiliteit van werknemers uitgebreid is onderzocht, terwijl er voor het gedrag van ondernemers in een grensregio minder aandacht is. Het idee voor deze scriptie is gebaseerd op de gedachte dat de grensoverschrijdende inactiviteit van ondernemers gelijkenis zou kunnen vertonen met de inactiviteit bij werknemers. Kennis over het gedrag van ondernemers ten aanzien van grensoverschrijdende activiteiten is interessant uit zowel theoretisch als uit praktisch oogpunt (zie §1.2 en §1.3).

De veronderstelde inactiviteit van ondernemers is niet gemakkelijk cijfermatig te onderbouwen. Kwantitatieve inzichten zijn overigens ook niet noodzakelijk voor en geen doel van dit onderzoek. Wel kan in het algemeen gesteld worden dat: *“het MKB minder sterk gericht is op*

¹ In het Nederlands is dit vrij te vertalen met ‘de drempel van onverschilligheid’ of ‘de drempel van onwetendheid’. In dit onderzoek wordt gewerkt met de Engelse terminologie.

buitenlandse markten dan het grootbedrijf” (S. Hessels et al., 2005:32). Dit beeld van inactiviteit wordt ook bevestigd door onderzoekers van de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland (KvK CG). In de Gelderlander van 5 november 2008² wordt dit probleem ook benoemd. In dit artikel met de kop ‘Doe meer met Duitsland’ wordt gesteld dat oriëntatie op de Duitse grensregio beperkt is. Dhr. Strick, eigenaar van een grensoverschrijdende advocatenpraktijk in Kleve vat dit in het artikel als volgt samen: *“Er is sprake van een zekere laksheid, ofschoon we wel meer vragen krijgen van Nederlandse ondernemers die een bestaand Duits bedrijf willen overnemen.”*

Dit onderzoek heeft betrekking op ondernemers uit het werkgebied van de KvK CG. Bij deze Kamer is een deel van het beleid gericht op euregionale samenwerking. Het werkgebied van de KvK CG is goeddeels gelijk aan het Nederlandse gedeelte van de Euregio Rijn-Waal. De KvK CG maakt beleid om ondernemers te stimuleren tot grensoverschrijdende interactie. De KvK CG heeft geen goed beeld van de relatie van Nederlandse MKB-ers³ met de Duitse grensregio en wat ondernemers tegenhoudt bij het acteren over de grens. Dit onderzoek is derhalve ondersteund door onderzoeks- en beleidsmedewerkers van de KvK CG. Zij hebben met name bijgedragen aan het empirische deel van invulling van dit onderzoek.

Kenmerkend voor de grens in dit gebied is dat deze ten eerste aan een Europese binnengrens met Duitsland ligt, waarin volgens het Verdrag van Rome⁴ gewerkt wordt volgens de ‘vier vrijheden’ (vrij verkeer van goederen, personen, diensten en kapitaal). Het gebied is dus onderdeel van de Europese interne markt. Ten tweede maakt het gebied deel uit van de Schengenzone, dat vrij verkeer van personen verder faciliteert. Daarnaast is een belangrijk kenmerk dat het beleid van de Europese Unie in deze regio in sterke mate heeft bijgedragen aan het integreren en institutionaliseren van grensoverschrijdende samenwerking, door middel van samenwerking in de Euregio Rijn-Waal (Perkmann, 2007). Er is in deze regio derhalve sprake van een zogenoemde ‘zachte grens’, omdat aangenomen kan worden dat de scheidende werking van de grens door bovengenoemde omstandigheden deels is weggenomen.

Het onderzoek naar het gedrag van de ondernemers is toegespitst op twee thema’s: de afzetmarkt en het aantrekken van personeel. Dit zijn twee belangrijke thema’s voor ondernemers. Bij het ene thema vindt de activiteit vooral aan de andere zijde van de grensregio plaats; immers bij een grensoverschrijdende afzetmarkt moet het product verkocht worden in het andere land. De grensoverschrijdende personeelsmarkt speelt grotendeels in het Nederlands gedeelte van de grensregio; personeel uit de Duitse grensregio zou naar een Nederlands bedrijf moeten komen.

² <http://www.gelderlander.nl/voorpagina/nijmegen/3986537/Doe-meer-met-Duitsland.ece>, geraadpleegd februari 2011

³ Tot het MKB behoren volgens de definitie van de Europese de volgende bedrijven: micro-ondernemingen, deze hebben minder dan 10 werknemers in dienst, kleine ondernemingen die tussen 10 en 49 werknemers in dienst hebben en een jaaromzet hebben van minder dan 7 miljoen euro of een balanstotaal dat de 5 miljoen euro niet overschrijdt en middelgrote ondernemingen, die minder dan 250 werknemers in dienst hebben en hun omzet is minder dan 40 miljoen euro of hun jaarbalans bedraagt minder dan 27 miljoen euro bedragen. In hoofdstuk 3 wordt duidelijk dat dit onderzoek voornamelijk gedaan is onder kleine en micro-ondernemingen, http://europa.eu/legislation_summaries/other/n26001_nl.htm, geraadpleegd februari 2011

⁴ <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/93/55&format=HTML&aged=0&language=NL&guiLanguage=en>, geraadpleegd februari 2011

1.2 Maatschappelijke relevantie

De maatschappelijke relevantie van dit onderzoek is tweeledig. Enerzijds is het thema van dit onderzoek van belang voor ondernemers in de grensregio Rijn-Waal. Anderzijds raakt het onderzoek een belangrijk beleidsthema binnen de Europese samenwerking: de vrijheid van goederen, kapitaal, arbeid en diensten. Dit is voor veel overheidspartijen een belangrijk onderwerp voor beleid.

Op de eerste plaats hebben ondernemers in grensregio's, net als burgers en overheden in grensgebieden, te maken met bijzondere knelpunten. Tegelijkertijd biedt de grensligging ook kansen (Advies 'Besturen over grenzen', 2008). In dit licht is het interessant om meer inzicht te krijgen in de werking van de grens voor ondernemers uit de grensregio. Is de grens in hun beleving een barrière, of vormt de Duitse grensregio een belangrijk achterland en is de grens juist een startpunt voor grensoverschrijdende activiteiten, waarbij de verschillen worden benut en geëxploiteerd? Meer inzicht in de opvattingen over en ervaringen met de werking van de grens bij ondernemers in hun regio, is ook voor de Kamer van Koophandel waardevolle informatie. Deze kennis kan zij gebruiken voor voorlichting en ondersteuning van bedrijven als het gaat om grensoverschrijdend ondernemerschap. Dit is een belangrijke taak van de Kamer van Koophandel.

Op de tweede plaats is dit onderzoek maatschappelijk relevant omdat het een bijdrage levert aan de kennis over een belangrijk politiek thema binnen de Europese Unie - het bevorderen van grensoverschrijdende economische markten. In dit geval gaat het specifiek om het stimuleren van grensoverschrijdend goederenverkeer en grensoverschrijdende arbeidsmobiliteit, teneinde op zowel supranationaal, nationaal, regionaal en lokaal schaalniveau een dynamische en concurrerende kenniseconomie te ontwikkelen (Van der Velde & Van Houtum, 2003). Ondernemers kunnen daarbij als aanjager van vervlechting van beide nationale delen van een grensregio dienen. De rol van de ondernemers in het bevorderen van grensoverschrijdende markten verdient dus aandacht.

De grensregio werd bij het lanceren van het INTERREG-programma⁵ door de Europese Commissie als de *"de plaats bij uitstek om het succes van Europese integratie te bewijzen"* (Corvers, 2000:17) beschouwd. Beleidsmatig is er nog weinig aandacht voor grensgebieden. Er lijkt voornamelijk aandacht te zijn voor hoofdstructuren, netwerken en stedenbanden binnen Europees samenwerkingsbeleid (Van Houtum et al., 2009). De grensgebieden worden daarbij vaak over het hoofd gezien. Het INTERREG-programma heeft tot doel om de interne Europese markt te bevorderen. Het wegnemen van barrières, of in ieder geval meer inzicht in deze barrières, draagt bij aan de verdere vorming van de Europese interne markt.

Samenvattend kan gesteld worden dat er door dit onderzoek kennis vergaard wordt over de werking van de grens bij ondernemers. Inzicht in deze relatie kan ter bevordering van grensoverschrijdende economische activiteiten van belang zijn voor ondernemers in het algemeen en de regionale Kamers van Koophandel. Op een hoger schaalniveau biedt dit onderzoek inzicht in de (on)mogelijkheden bij het uitwerken van een van de belangrijkste doelstellingen van de Europese Unie: het bevorderen van de Europese (economische) integratie.

⁵ Het Interreg Community Initiative (Interreg) is een Europees programma dat grensvervaging in Europa wil stimuleren. Het programma wordt betaald door de Europese Unie en probeert de samenwerking te bevorderen tussen regionale gebieden in verschillende landen (www.deutschland-nederland.eu, geraadpleegd januari 2011).

1.3 Wetenschappelijke relevantie

Dit onderzoek wil een bijdrage leveren aan het wetenschappelijke veld van grensonderzoek. Dit onderzoeksveld heeft vanaf de jaren '90 een enorme impuls gekregen (Newman & Paasi, 1998, Kolossov, 2005, Van Houtum, 2000, Van der Velde & Van Houtum, 2000). Onderzoek in de sociale geografie levert een belangrijke input aan dit debat. Vanuit een sociaal geografisch oogpunt is de grens traditioneel in verband gebracht met de concepten *territory* en *territoriality* (Newman & Paasi, 1998). De grens wordt in deze context gezien als een fysiek afbakenende lijn. Recent is er meer aandacht gekomen voor de grens als een mentaal construct en wordt het steeds vaker in verband gebracht met identiteitsvorming. Een voorbeeld hiervan is het maken van onderscheid tussen 'wij', aan de ene kant van de grens, en 'zij' aan de andere kant (Van Houtum 1999, Van Houtum & Van Naerssen, 2002).

In dit onderzoek staat de invloed van de grens op keuzes van ondernemers centraal. Het betreft niet zozeer handelsrelaties tussen bijvoorbeeld Nederland en Duitsland in het algemeen, maar meer de economisch-geografische ontwikkelingen binnen een grensregio. Deze *borderlands* werden decennia lang beschouwd als perifeer gebied, voor wat betreft economische ontwikkeling (Niebuhr & Stiller, 2002). Inmiddels is er sprake van een steeds verder ontgrenzende binnenmarkt van Europa. Een belangrijke aanname in deze studie is echter dat de grens tussen Nederland en Duitsland niet geheel weggevaagd is. Dit komt voort uit de gedachte dat de mentale werking van de grens nog steeds invloed heeft. Zoals Van Houtum concludeert: "*The mental influence of the state border cannot and should not be undervalued in theories on cross-border economic interaction.*" (1999:334). Deze studie wil een bijdrage aan het grensdebat leveren door inzichten uit de economische geografie (bedrijven en regio's) te combineren met inzichten over de mentale werking van de grens. Deze kruisbestuiving wordt bewerkstelligd door het concept *indifference*, dat voornamelijk toegepast is op mobiliteit van werknemers, nu toe te passen op het gedrag van ondernemers in grensregio's.

Het idee van *indifference* vindt haar oorsprong in de zoektocht naar verklaringen voor (arbeids)immobiliteit in een ontgrenzend Europa. De nadruk ligt dus op de *non-action*. In het verlengde hiervan wordt in dit onderzoek ook de nadruk gelegd op bedrijven die al dan niet om bepaalde redenen niet grensoverschrijdend interacteren. Het tracht de *black box* van inactiviteit te ontrafelen. De achterliggende gedachte is dat er nu kansen blijven liggen doordat de grens nog steeds haar uitwerking heeft. Daarmee sluit dit onderzoek aan bij de meest recente trend in het grensdebat – het ombuigen van de grens als barrière, naar een grens als kans (Van Houtum et al., 2009).

1.4 Doel- en vraagstelling

In deze paragraaf worden de doel- en vraagstelling geformuleerd. Eerst wordt het kader van het onderzoek kort toegelicht. In dit onderzoek ligt de focus op de veronderstelde grensoverschrijdende inactiviteit van ondernemers en niet zozeer op de afwezigheid van fysieke grensoverschrijdende mobiliteit van ondernemingen. Een onderneming kan immers grensoverschrijdend actief zijn zonder zich daadwerkelijk te verplaatsen. Daarnaast is de kern van het onderzoek niet zozeer de bewuste inactiviteit van de ondernemers, maar juist de onbewuste werking van de grens op de inactiviteit, die kan leiden tot een passieve houding ten opzichte van de kansen over de grens. Ergo, het gaat met nadruk niet om hoe en of de ondernemers actief zijn over de grens, maar het gaat juist om de vraag

in hoeverre ondernemers zich bewust zijn van mogelijkheden om al dan niet actief te kunnen zijn over de grens. Dit onderzoek concentreert zich daarom op ondernemers die inactief zijn over de grens. Dit leidt tot de volgende doelstelling voor dit onderzoek:

“Dit onderzoek heeft tot doel om een verbeterd inzicht te krijgen in de inactiviteit van MKB-ondernemers in een grensregio waar het gaat om het gebruik maken van zakelijke mogelijkheden aan de andere kant van de grens betreft, om daarmee een bijdrage te leveren aan het begrip van de geringe economische interactie in Europese grensregio’s.”

De hoofdvraag van deze scriptie is gekoppeld aan het theoretische debat over *indifference*, zoals ingeleid is in de aanleiding, en probeert te achterhalen of deze inactiviteit deels voortkomt uit *indifference*. In dit onderzoek is er voor gekozen om twee aspecten van grensoverschrijdende (in)activiteit van Nederlandse ondernemers uit de grensregio Rijn-Waal te belichten. Ten eerste staat de (in)activiteit van Nederlandse ondernemers in het Duitse gedeelte van de grensregio op het gebied van grensoverschrijdend aantrekken van personeel centraal en ten tweede wordt onderzocht hoe ondernemers inactief zijn bij grensoverschrijdende afzetmogelijkheden. Dit leidt tot de volgende hoofdvraag:

“In hoeverre kan ‘indifference’ de inactiviteit van MKB-ondernemers uit het Nederlandse gedeelte van de grensregio Rijn-Waal verklaren, waar het gaat om het benutten van mogelijkheden op respectievelijk de afzet- en personeelsmarkt in het Duitse gedeelte van diezelfde grensregio?”

Om tot een beantwoording van deze hoofdvraag te komen worden drie deelvragen onderscheiden. Als eerste is er een theoretische deelvraag:

- *Hoe is ‘indifference’ beschreven in de theorie over de werking van grenzen en hoe kan dit concept worden toegepast op ondernemers in grensregio’s?*

Daarnaast vloeien uit de hoofdvraag twee toegepaste deelvragen voort, die ingaan op de relatie van Nederlandse ondernemers met de Duitse grensregio, in de grensregio Rijn-Waal:

- *In hoeverre beïnvloedt ‘indifference’ de grensoverschrijdende inactiviteit van ondernemers bij het voorzien in hun personeelsbehoefte?*
- *In hoeverre beïnvloedt ‘indifference’ de grensoverschrijdende inactiviteit van ondernemers bij het gebruik maken van de Duitse grensregio als afzetgebied?*

1.5 Werkwijze en leeswijzer

Om tot beantwoording van de hoofdvraag te kunnen komen is deze scriptie opgedeeld in zes hoofdstukken. In hoofdstuk 2 wordt de theoretische fundering van deze scriptie gelegd. Er wordt eerst een overzicht gegeven van ontwikkelingen in de economische geografie. Daarna is aandacht voor theorieën met een geografische inslag over grensdenken. De *cultural turn* in beide onderzoeksgebieden staat centraal en zorgt voor de koppeling met *indifference* bij ondernemers. Vervolgens wordt toegewerkt naar de uitleg van *indifference* met behulp van het begrip *habitus*. In

het laatste deel van hoofdstuk 2 wordt het huidige concept van *indifference* uitgewerkt en vervolgens bruikbaar gemaakt voor het onderzoek naar ondernemers. Het hoofdstuk eindigt met een aanpassing aan het bestaande model. Met dit conceptuele model zal *indifference* bij ondernemers worden onderzocht.

In hoofdstuk 3 wordt beschreven welke afwegingen er zijn gemaakt voor dit onderzoek en waarom er gekozen is voor een casestudy. Ook komt aan bod op welke manier de interviews zijn ingevuld en in vervolg daarop hoe de analyse is opgebouwd. Tevens zal hier worden beschreven welke cases er geselecteerd zijn en aan de hand van welke criteria dat is gebeurd. Aan het einde van dit hoofdstuk zullen de beperkingen, die keuzes voor de methodologie en voor de cases met zich mee brengen, besproken worden.

De resultaten van het onderzoek worden in twee hoofdstukken besproken. In een empirisch hoofdstuk wordt beschreven hoe de *indifference* vorm krijgt bij de ondernemers, op zowel het gebied van grensoverschrijdende afzetmarkt als de grensoverschrijdende personeelsmarkt (hoofdstuk 4). In hoofdstuk 5 wordt teruggeblikt op de analyse en wordt gekeken hoe dit past in het conceptuele model uit hoofdstuk 2. Er wordt daarin aangegeven hoe een andere invulling van het '*threshold of indifference*'-model meer recht doet aan de werkelijkheid van beslissingen bij ondernemers. In hoofdstuk 6 wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag en wordt dit antwoord toegelicht. Er is daar ook ruimte voor aanbevelingen voor verder onderzoek.

2 Theoretisch kader en conceptueel model

2.1 Inleiding

Voordat de hoofdvraag, zoals geformuleerd in hoofdstuk 1, kan worden beantwoord, en voor de cases van deze scriptie kunnen worden geanalyseerd, wordt in dit hoofdstuk een theoretische onderbouwing voor het onderzoek gemaakt. Deze scriptie wil een bijdrage leveren aan het grensdebat, door dit debat te koppelen aan inzichten uit de economische geografie (zie §1.4). Daartoe wordt in deze scriptie de *cultural turn* die in beide debatten plaatsvindt, centraal gesteld. Met deze *cultural turn* wordt bedoeld dat er meer aandacht besteed wordt aan beslissingen van de mens en het proces dat aan deze beslissingen ten grondslag ligt. In dit hoofdstuk gaat de aandacht specifiek uit naar het concept *the threshold of indifference*, dat tot het discours van de *cultural turn* behoort. Zoals duidelijk zal worden, is dit concept in eerste instantie bedacht om verklaringen te kunnen bieden voor de grote mate van immobiliteit op de grensoverschrijdende arbeidsmarkt. Dit concept wordt aan het einde van dit hoofdstuk bruikbaar gemaakt voor een analyse van Nederlandse bedrijven die inactief zijn aan de andere kant van de grens.

De opbouw van dit hoofdstuk is als volgt: de eerste paragraaf (§2.2) is een beknopte uiteenzetting over het ruimtelijke gedrag van bedrijven. Daar komt de *cultural turn* in de economische geografie aan bod en wordt een economisch-geografische beschrijving van het begrip 'grensregio' gegeven. In §2.3 wordt een overzicht gegeven van verschillende benaderingen in het denken over grenzen en wordt toegewerkt naar een cultureel geïnspireerde benadering van grensonderzoek. Vervolgens wordt in §2.4 een specifieke stap gezet richting het begrip *indifference*, wordt het grensdebat en de relatie tot *indifference* gekoppeld aan het gedachtegoed van de Franse socioloog Bourdieu, zoals dat ook gedaan is door Van Houtum & Van der Velde (2004) en wordt de link tussen *habitus* en *indifference* beschreven. In paragraaf 2.5 komt het concept van *the threshold of indifference* uitgebreid aan bod. In deze paragraaf wordt dit concept beschreven, wordt een kritisch commentaar uitgewerkt en komen toepassingen die tot op heden zijn geschreven ter sprake. In de laatste paragraaf (§2.6) wordt het concept van *indifference* geconcretiseerd voor het onderzoek in deze thesis. Er wordt een veronderstelling weergegeven, een conceptueel model gemaakt voor het onderzoek naar ondernemers en er worden enkele aandachtspunten beschreven die gebruikt worden bij de analyse van de interviews.

2.2 Locaties, bedrijven en grensregio's: een economisch-geografische uiteenzetting

Deze paragraaf bestaat uit een beknopte uiteenzetting over het ruimtelijke gedrag van bedrijven, zoals beschreven in de economisch-geografische literatuur (§2.2.1). In §2.2.2 wordt de *cultural turn* in de economische geografie behandeld, om vervolgens in §2.2.3 nader in te gaan op de economisch-geografische beschrijving van het begrip 'grensregio'.

2.2.1 (Neo-)Klassieke economische geografie

Een van de centrale vraagstukken binnen de klassieke economische geografie betreft de locatiekeuze van bedrijven. In het begin van de 20^e eeuw hebben voornamelijk Duitse geografen, zoals Weber en Christaller, vormgegeven aan het economisch-geografisch denken. Door het abstract modelleren van de ruimte zochten zij naar de ideale locaties voor economische activiteiten. Deze ontwikkeling ging door in de jaren '50. Zo bouwde Lösch voort op Christallers theorie (Barnes, 2001). Deze periode

wordt in de geografie wel beschouwd als een kwantitatieve revolutie, met een daaraan gepaard gaande theoretische evolutie. In Lösch' theorie werd aangetoond dat de ruimtelijke economische verschijnselen kunnen worden beschreven in expliciet abstracte, formele, en rationalistische termen. Men was er van overtuigd dat het belangrijk was om abstract naar de werkelijkheid te kijken en die te zien als eenduidig en onafhankelijk. In deze periode kreeg het theoretiseren in de geografie meer aandacht, wat tot dan toe onderbelicht was gebleven (Barnes, 2001:546-547).

Eén van de grote nadelen van dergelijke rationele benaderingen is dat de modellen gebaseerd zijn op onrealistische aannames met betrekking tot menselijk gedrag (Brons & Pellenbarg, 2003). In Christallers bekende centrale-plaatsentheorie bijvoorbeeld, wordt ervan uitgegaan dat de bevolking gelijk gespreid is over een gebied, dat er geen barrières bestaan voor menselijke mobiliteit en dat de mens volledig geïnformeerd is en economisch rationeel handelt (Johnston et al., 2000:72-74). Daarnaast zijn het fysisch deterministische modellen, omdat in dit denken menselijke keuzes volledig worden bepaald door de fysieke leefomgeving (Brons & Pellenbarg, 2003).

De neoklassieke economische geografie is opgekomen in de jaren '60 van de vorige eeuw. Deze benadering is een verdere uitwerking van de hierboven besproken modellering van een ideaal voorgestelde wereld. De uitleg van ruimtelijk gedrag wordt echter niet vanuit ruimtelijke structuren maar vanuit beslissingen van individuele ondernemers verklaard (Oerlemans et al., 1998). In deze benadering wordt meer aandacht gevraagd voor de economische en ruimtelijke keuzeprocessen van bedrijven. Men houdt echter nog steeds vast aan het betwistbare uitgangspunt dat een actor volledig rationeel handelt. Als een reactie op deze neoklassieke stroming ontstaat meer aandacht voor de actor, en wordt deze actor in een sociaal-culturele omgeving geplaatst; er is sprake van een *cultural turn*. Deze turn kan worden ingedeeld in twee geografische stromingen: de behavioristische en behaviorale geografie. Beide benaderingen worden behandeld in de volgende paragraaf.

2.2.2 De cultural turn in de economische geografie

De behavioristische stroming gaat voornamelijk uit van actoren, meer dan van structuren en onderscheidt zich daarmee van het deterministische uitgangspunt van klassieke ruimtelijke modellen. Actoren bepalen immers het ruimtelijk handelen. Deze benadering onderzoekt, evenals de neoklassieke benadering doet, verklaringen voor het economisch-geografisch gedrag vanuit een actor-perspectief, maar plaatst de actor daarbij in een sociale omgeving met bepaalde culturele kenmerken. Op deze wijze rekent de behavioristische geografie af met een aantal onrealistische aannames van het neoklassieke denken. Volledige rationaliteit wordt vervangen door '*bounded rationality*', ofwel een beperktere rationaliteit. De actor als 'profit maximizer' wordt vervangen door de sociaal-economische 'satisfier' (Oerlemans et al., 1998). De behavioristische benadering analyseert individueel gedrag echter nog voornamelijk vanuit een stimulus-response-gedachte en bestudeert de uitkomsten van beslissingsprocessen (Golledge, 1981:10, 2006). Het beslissingsproces zelf - hoe een actor daadwerkelijk tot bepaald gedrag komt - blijft daarmee nog een 'black-box.'

In de behaviorale benadering krijgt juist deze black-box aandacht en probeert men deze invulling te geven. Individueel ruimtelijk gedrag wordt beter begrepen door deze cognitieve dimensie van beslissingen mee te nemen. Zoals Golledge stelt: "*A behavioral approach would examine behavioral acts in terms of the processes responsible for such acts. It is therefore more concerned with the reasons for behaving rather than with describing the spatial manifestations of behavior or the overt act itself*" (Golledge 1981:1328). De behaviorale geografie kan dus het best gezien worden

als een disciplinaire kruisbestuiving tussen geografie en psychologie. Er wordt immers expliciet gemaakt dat cognitieve elementen van belang zijn in ruimtelijke keuzeprocessen (Brons & Pellenbarg, 2003, Golledge, 2006). Golledge noemt als cognitieve elementen onder meer *'learning'*, *'perception'*, *'cognition'* en *'attitude formation'* (Golledge, 1981:1327).

Het algemene uitgangspunt van de *cultural turn* in de economische geografie is dus dat het economische landschap pas begrepen kan worden als incomplete kennis en sociaal-culturele aspecten meegenomen worden bij het analyseren van keuzes van ondernemers. In andere woorden: *soft factors* (zoals gevoel en identiteit) spelen bij keuzes van ondernemers een rol, naast de gebruikelijke *economic hard factors*, zoals transportkosten en nabijheid van markten (Brons & Pellenbarg, 2003:17, zie ook Van Houtum, 1998). Het is goed om daarbij te benadrukken dat de toenemende aandacht voor *soft factors* niet betekent dat de *hard factors* onbelangrijk zijn voor ruimtelijk gedrag van bedrijven; het belang van beide factoren moet gezien worden. Barnes vat het nog anders samen:

"In sum, the new economic geography is located theoretically on the borderlands between geography, economics (typically political economy), cultural studies, and various kinds of sociology. It is the relationships between these different elements that motivates study, not the elements themselves. Associated with this diverse subject matter are a diverse set of approaches, theories, and methods that form not an 'Aufhebung', but a constellation. For this reason, economic geography is more pluralistic and open-ended than ever before" (2001:559).

Juist deze mix van disciplines (economie, geografie en sociologie) is voor dit onderzoek het speelveld. De invloed van ruimtelijke factoren op de beslissingen van ondernemers staat centraal in onder andere het werk van Pen. In een van zijn studies naar besluitvormingsprocessen van verhuizende bedrijven worden inzichten uit strategisch management enerzijds en locatietheorieën anderzijds gekoppeld. Dit leidt tot een integratie van ideeën uit de behaviorale vestigingsplaatsleer met behaviorale denkbeelden uit het strategisch management (Pen, 1999:59). Pen haalt ter inspiratie een onderzoek van Pellenbarg (1985) aan, waarin bedrijfsbeslissingen ook vanuit cognitief oogpunt meer aandacht krijgen. In deze beide studies worden dus zowel *soft factors* als *hard factors* gebruikt om het ruimtelijk gedrag van bedrijven te verklaren.

Eenzelfde *cultural turn* is ook zichtbaar in meer economisch getint onderzoek naar ondernemingen. Het onderzoek naar de identiteiten van ondernemers en de rol hiervan bij besluiten is daar lang een onderbelicht terrein geweest. Pas sinds de jaren '90, na de *cultural turn*, wordt er meer onderzoek gedaan naar ondernemerschap vanuit een sociologische en antropologische hoek (Smallbone et al., 2007:71). Er bestaan in dit verband twee belangrijke theoretische stromingen in de studie naar de identiteit van ondernemers (Smallbone et al., 2007:71). De eerste variant, waarbij naar kenmerken gezocht wordt van de identiteit, gaat meer in op 'de bedrijfscultuur', en is essentialistisch van aard. Er wordt gekeken naar thema's als innovatie en de bereidheid tot het nemen van risico's. Deze invalshoek past niet goed in dit onderzoek en is daarnaast, vanwege haar moderne invalshoek, niet erg populair: *"The first trend is looking for distinguishable characteristics defining entrepreneurial identity The quest has been heavily criticized"* (Smallbone et al., 2007:72). De tweede te onderscheiden trend legt meer nadruk op de dynamiek van identiteit - sociale interactie waarbij de rol van het individu centraal staat, *"... its starting point being that no typical*

entrepreneur exists" (Smallbone et al., 2007:72). Dit uitgangspunt vraagt nadrukkelijk om een kwalitatieve onderzoeksbenadering, door middel van bijvoorbeeld *narrative approaches* en etnografie.

2.2.3 De economische geografie en de grensregio

Alvorens meer aandacht te besteden aan het grensdebat, is het van belang om vanuit een economisch-geografisch perspectief te kijken naar grensregio's. In klassieke economisch-geografische theorieën wordt de grens vooral gezien als versturende factor met betrekking tot markten (zie Lösch, 1944 in Niebuhr & Stiller, 2002, Van Houtum, 1998, 2000). Deze gedachtegang maakt dat grensregio's vaak als perifeer worden beschouwd. Vanuit de barrière-gedachte zijn deze regio's immers benadeeld in hun economische ontwikkeling doordat economische stromen, zoals goederen, niet vrijelijk volgens de marktwerking kunnen bewegen (Niebuhr & Stiller, 2004).

Recent is tamelijk veel onderzoek gedaan naar de economisch-geografische effecten van het feit dat de binnengrenzen van de EU zijn weggefallen. De nadruk bij dit onderzoek ligt meestal op de vraag hoe de grensoverschrijdende markt verder geïnstitutionaliseerd kan worden om de nog altijd bestaande belemmeringen teniet te doen (zie bijvoorbeeld Boekema, 2000, Niebuhr & Stiller, 2004). De focus ligt dus vaak op de institutionele context, in plaats van op de doorwerking van grenzen op ondernemers.

Een uitzondering is het onderzoek van Corvers et al. (1994). Zij kiezen wel voor een ondernemersperspectief. De onderzoekers gaan in op de vraag hoe bedrijven in grensregio's omgaan met kansen en problemen die ontstaan door het verdwijnen van de Europese binnengrenzen. Zij stellen dat bedrijven in de grensregio het meest worden "*geconfronteerd met het verdwijnen van de Europese binnengrenzen*" (idem:67). In een casestudy onder 30 uiteenlopende bedrijven in Zuid-Limburg onderzochten zij de mogelijkheden en knelpunten die bedrijven zien voor hun afzetmarkt, de inkoopmogelijkheden, arbeidsmarkt en kennisverwerving. Aspecten die een rol spelen bij het bepalen en oplossen van de knelpunten zijn: de grootte van het bedrijf, de branche, het persoonlijke netwerk van contacten en de verschillen in diplomering aan beide zijden van de grens (Corvers et al., 1994:67). Het onderzoek is vooral uitgevoerd vanuit een rationeel-economisch perspectief; er wordt uitgegaan van een rationele onderneming die in staat is om over de grens heen te kijken. Mogelijkheden en onmogelijkheden worden in beeld gebracht en knelpunten die de keuzes in de weg staan kunnen worden opgelost om de rationeel afgewogen keuzes te realiseren.

Een ander perspectief op grenzen is gekozen door Van Houtum (1998). Hij ziet de grens niet alleen als belemmering, maar juist ook als stimulans voor grensoverschrijdende mobiliteit en contacten. Zo stelt ook Bouwens het: "*Juist omdat de grens een scheidslijn is, kan zij dan als verbindingslijn fungeren*" (2008:27). Dit past in de gedachte van de *cultural turn*. Een grensregio onderscheidt zich sociaal-cultureel, doordat er van oudsher juist interactie plaatsvindt over de grens heen. De grensregio heeft zo een afwijkende identiteit ten opzichte van de rest van de natiestaat, mede door een regionale cultuur, geschiedenis en andere belangen. Er is er dus geen sprake van de grensregio als periferie (zoals in de neoklassieke economische geografie). Het ziet grensbewoners ook niet als passieve en willoze subjecten, zoals in het klassieke denken. In deze benadering worden bewoners van een grensregio vooral gezien als actieve *agents*, die actief handelen in de regio en daardoor de grenzen en grensregio's beïnvloeden (Bouwens, 2008).

2.3 Grenzen als scheidslijn of verbinding; een uiteenzetting van het grensdebat

In deze paragraaf wordt een overzicht gegeven van verschillende benaderingen in het denken over grenzen. Ook in binnen dit thema, het onderzoek naar grenzen, is er sprake van een verschuiving naar een cultureel geïnspireerde benadering. Deze verschuiving wordt uitgelegd in §2.3.2.

2.3.1 Grensbenaderingen

Van Houtum (2000) kenschetst drie stromingen in grensonderzoek, voor zover dat de invloeden, de werking en de functies van grenzen in de samenleving betreft. Hij onderscheidt de '*flow-approach*', de '*cross-border cooperation approach*' en de '*people approach*.' Dit onderscheid komt globaal overeen met de drie categorieën van acties van individuen en organisaties die Van der Velde (1998:1) benoemt bij *cross-border relationships*: hij onderscheidt drie brede groepen, te weten economische, politiek-institutionele en sociaal-culturele acties. Van der Velde geeft evenals Van Houtum aan dat deze categorisering niet strikt genomen moet worden, aangezien het onderling samenhangende thema's zijn, die niet los van elkaar onderzocht kunnen worden. Menselijk handelen is immers nooit uitsluitend economisch, politiek-institutioneel of sociaal-cultureel. Het doel van deze driedeling is dus meer een thematisering van het grensonderzoek dan het vast inkaderen ervan. In deze paragraaf komt deze drieling aan bod.

In de voorgaande paragraaf is gezegd dat de grens in de klassieke economische-geografie gezien wordt als versturende factor voor economische interactie. Dit uitgangspunt is lange tijd dominant geweest in het denken over grenzen. Dit soort onderzoek zou volgens de driedeling in het grensdenken die Van Houtum (2000) heeft onderkend, geschaard kunnen worden onder de noemer *flow-approach*. De ruimte wordt dan gezien als homogene fysische abstractie waarin de grens een rol speelt als obstakel. De grens zorgt voor discontinuïteit (idem) en kan gezien worden als een scheidslijn. In deze economische benadering worden grenzen vooral als barrière voor vrije handel gezien.

Deze barrièregedachte heeft Martinez (1994) gebruikt voor een vierdelige categorisering van typen grensland. Achtereenvolgens beschrijft hij *alienated borderlands*, waarin de regio's aan beide zijden van de grens nauwelijks geïntegreerd zijn en de grens een vrijwel volledige barrièrewerking heeft. Het betreft hier voornamelijk etnische of politieke spanningsgebieden. Ten tweede onderscheidt hij *co-existent borderlands* waarbij de barrièrewerking voor een deel is weggevaagd, en de gebieden aan beide zijden van de grens geleidelijk een economische en/of politieke relatie opbouwen. Als derde noemt Martinez *interdependent borderlands*. Daar is sprake van een toenemende mate van grensoverschrijdende interactie, gebaseerd op sociale en economische complementariteit. Tenslotte worden *integrated borderlands* aangehaald. De barrièrewerking van de grens is dan vrijwel verdwenen. Hoewel Martinez (1994) in zijn indeling wel degelijk rekening houdt met sociale en culturele factoren, wordt de grens vooral als een functionele scheidslijn gezien die in meer of mindere mate uitgevaagd kan worden. De regio of het gebied in de relatieve nabijheid van de grens kan dus onderhevig zijn aan de dynamiek van de grens; het dagelijks leven wordt beschouwd als iets dat door aanwezigheid van de grens kan worden beïnvloed (Kolossoff, 2005:150).

Institutionele aspecten van grenzen kunnen bij toenemende grensoverschrijdende interactie, zoals in de derde en vierde categorie van Martinez, een rol spelen. Er komt meer aandacht voor de vraag hoe overige belemmeringen kunnen worden weggenomen. Deze vervagende grenzen komen ook nadrukkelijk naar voren in het tweede onderzoeksthema van grensonderzoek dat Van Houtum

onderscheidt: de *crossborder cooperation approach*. Als gevolg van onder meer de Schengen-verdragen is er in Europa vanaf de jaren '90 sprake van een sterk toenemende belangstelling voor deze benadering (Van Houtum, 2000). Deze benadering ondersteunt de gedachte van Martinez dat de barrièrewerking van een grens overwonnen kan worden door verdere institutionalisering. Van Houtum (2000) spreekt in dit kader over de mens als de *homo cont(r)actis*. Hij bedoelt daarmee, dat menselijke interactie wordt bevorderd waar grensoverschrijdende contacten zijn en waar in vervolg daarop grensoverschrijdende contracten worden afgesloten, anders gezegd: waar samenwerkingsplannen over de grens heen ontstaan. In deze benadering staat dus eerder het slechten van grenzen centraal, daar waar in de *flow approach* meer nadruk ligt op het analyseren van de verstoring van de interacties over de grens. Onderzoek in deze benadering heeft zich bijvoorbeeld gericht op mogelijkheden van regionale autoriteiten om in te spelen op slechte economische prestaties van een grensregio (Van Vilsteren en Wever, 2005, Van Houtum, 1999). Spil in deze onderzoeken zijn dus instituties met verschillende bestuursniveaus. De barrièrewerking van de grens wordt met name gevonden in verschillende institutionele regelingen aan weerszijden van de grens. Uit recent onderzoek blijkt dat effectieve grensoverschrijdende samenwerking nog steeds eerder uitzondering dan regel is (Van Houtum, 2000).

De derde benadering die wordt onderscheiden is de *people approach*. Dat deze benadering goed bruikbaar is voor dit onderzoek wordt duidelijk in de volgende paragraaf.

2.3.2 De cultural turn in het grensdenken

Grensoverschrijdende interactie op diverse terreinen is niet iets van de laatste 20 jaar, ondanks dat het zo lijkt wanneer gekeken wordt naar de diverse onderzoeken van de laatste decennia op dit terrein. Een logisch startpunt is het wel, omdat begin jaren '90 verdragen als de Schengenakkoorden leidden tot een verregaande realisatie van een interne Europese markt. Strüver (2005:4-5) stelt overigens dat deze Europeanisatie meer op een functionele dan op een sociale basis plaats vindt, en voornamelijk gericht is op economische integratie.

Van Houtum (2000) onderscheidt nog een derde benadering in het grensdenken, die in essentie minder economisch of institutioneel van aard is: de *people approach*. Het draait in deze zienswijze niet om de demarcatielijnen zelf, maar om achterliggende sociale verbanden, kortom: om de *homo socialis* (idem). De grens kan gezien worden als een mentaal construct, anders gezegd: mensen creëren in hun hoofd een bepaald beeld van een grens(regio) en gaan daar naar handelen. Grenzen worden gezien als sociaal geconstrueerd en constant aan reproductie onderhevig. (Nationale) identiteiten, taal en cultuur krijgen in deze benadering meer aandacht.

De *people approach* is de stroming die gezien kan worden als de belichaming van de *cultural turn* in het grensdenken, door een duidelijk sociaal-constructivistische invalshoek (Strüver, 2005:18, 24). Het is hier niet zozeer belangrijk om de grens in relatie tot markten, barrières, plaatsvoordelen en netwerken te onderzoeken, maar het gaat vooral om de vraag hoe de grens doorwerkt in de hoofden van mensen. De grens is dan niet meer een fysieke demarcatielijn, maar een mentaal construct waar een cognitieve werking van uitgaat (Newman & Paasi, 1998, Kolossov, 2005, Strüver, 2005, Van Houtum & Van Naerssen, 2002, Gielis, 2009). Van Houtum, Zierhofer en Kramsch (2005:3) formuleren het zo: "*A border is not so much an object or a material artefact as a belief, an imagination that creates and shapes a world, a social reality.*" Dit maakt bijvoorbeeld dat steden in het thuisland, die verder weg gelegen zijn dan die aan de andere kant van de grens, als dichterbij

kunnen worden gepercipieerd, stellen Anderson en Wever (2003). De mens, als actieve *agent*, wordt in dit geval gekaderd in een nationale ruimte. Deze inkadering kan men beter begrijpen door het concept *habitus* van de Franse socioloog Pierre Bourdieu in te zetten, zoals in de volgende paragraaf gebeurt.

Het is belangrijk om te benadrukken dat de *people approach* onderzoek omvat dat strikt naar de individuele mens kijkt. In economisch-geografisch onderzoek wordt vaak de onderneming als eenheid van analyse genomen om de ruimtelijkheid van economische activiteiten te analyseren, zoals aangegeven is in §2.2. In dit onderzoek wordt echter het idee van de *people approach* consequent gevolgd, door het individu achter de onderneming als uitgangspunt te nemen. Strüvers devies wordt in dezen gevolgd: *"I do not look for people in those 'macro'-geopolitical discourses from above. I will rather concentrate on people themselves, their non-practice of border-crossing...."* (2002:5). Aangezien dit onderzoek zich niet concentreert op louter economische overwegingen van een ondernemer, zou het kort maar krachtig zo gesteld kunnen worden: het gaat hier om de mens achter de ondernemer. Dit onderzoek houdt zich met andere woorden bezig met de doorwerking van de grens in de hoofden van de 'ondernemer als mens'. Deze benadering is van toegevoegde waarde om te kunnen begrijpen waarom grenzen een blijvende werking kunnen hebben, ook als de politieke en institutionele barrières veelal zijn verdwenen, zoals ook Anderson en Wever aangeven (2003:29).

Deze *people approach* wordt ook zichtbaar bij het onderzoek in een recente studie van Sommer and Haug (2009). Zij richten zich op de internationalisering van het midden- en kleinbedrijf, en daarmee ook op het ontplooiën van grensoverschrijdende activiteiten door ondernemers. Ook al hebben ze aandacht voor gebruikelijke factoren die internationalisering van ondernemingen mede bepalen, zoals kennis en vaardigheden van ondernemers, geven zij aan dat 'soft factors,' zoals cognitie en identiteit evenzeer belangrijk zijn om internationalisering van bedrijven te begrijpen (Sommer en Haug, 2009:4-5). Dat deze twee aspecten in deze scriptie juist van belang zijn, zal in het vervolg naar voren komen.

2.4 Indifference en habitus

In deze paragraaf wordt een stap gemaakt naar de uitleg van het begrip *indifference* (§2.4.1). In §2.4.2 wordt het grensdebat en de relatie tot *indifference* gekoppeld aan het gedachtegoed van de Franse socioloog Bourdieu, zoals dat ook gedaan is door Van Houtum & Van der Velde (2004). In de paragraaf die volgt wordt de link tussen *habitus* en *indifference* beschreven (§2.4.3).

2.4.1 Naar indifference

Zoals gezegd is onder invloed van veranderende grenzen in de jaren '90 hernieuwde interesse voor grenzen. In een onderzoekprogramma *"Borders and Interaction"* werd in deze periode gewerkt aan een theoretisch raamwerk om de invloed van grenzen op het proces van grensoverschrijdende relaties te onderzoeken. De *crossborder relationships* worden daarbij als volgt gedefinieerd: *"actions of individuals or organisations with a spatial component crossing a border"* (Van der Velde, 1998:1). Dit onderzoek gaat in op een combinatie van het individu met een organisatie, de ondernemer in de grensregio. De nadruk in dit soort onderzoek moet daarbij liggen op regio's langs grenzen, en meer specifiek op individuen en organisaties en hun perceptie van de grens, stelt Van der Velde (1998:1). Dit gebeurt in deze thesis door te kijken naar ondernemers in de grensregio. Exogene factoren, dus van buiten een organisatie, en endogene (interne) factoren spelen een rol in het proces om al dan

niet tot grensoverschrijdende interactie te komen. Deze endogene werking staat centraal in dit onderzoek. Immers zoals uitgelegd in de inleiding is de veronderstelling hier dat mentale borders van invloed kunnen zijn op de (in)activiteit over de grens. Factoren in het individu of de organisatie zelf spelen een rol.

Tot op heden wordt in grensonderzoek meestal gekeken naar de succesverhalen van grensoverschrijdende interactie, waarbij grensoverschrijding al gerealiseerd is. Er wordt vooral gedacht in het verklaren van mobiliteit, rationaliteit lijkt daarbij centraal te staan. In dezen is een van de uitgangspunten dat het systeem van vraag en aanbod altijd zal leiden tot een bepaalde vorm van mobiliteit (Van der Velde & Van Houtum, 2003:8). Echter, de mobiliteit van arbeid blijkt vergeleken met die van goederen, geld en informatie nog steeds erg gering (Van Houtum & Van Naerssen, 2002). *“One could argue that in the case of the EU the economic integration process is dominantly taking place through the mobility of goods and capita, not people”* (Straubhaar in Van der Velde & Van Houtum, 2003:8). In de enkele gevallen dat immobiliteit wel aandacht krijgt, zoals bij de traditionele push- en pullmodellen, wordt deze immobiliteit vaak beschouwd als een actieve rationele beslissing.

Een onderscheid van Van Houtum spreekt van drie soorten ruimtes die bij ieder individu tezamen de speelruimte van het individu bepalen bij het al dan niet aangaan van grensoverschrijdende contacten. Deze drie ruimtes maken duidelijk dat er veel meer factoren dan alleen de rationele factoren een rol spelen. Hij onderscheidt *action-regions*, *cognition regions* en *affection regions* (1998). Bij de *action-region* staan het persoonlijke en professionele netwerk, de mate van indirect/direct contact en de voorkeur voor het aangaan van al dan niet grensoverschrijdende relaties van het individu centraal. De cognitieve ruimte wordt bepaald door de cognitieve afstand en de cognitieve kaart van de grens die individuen hebben of maken. Hier is de kennis van de grensregio van belang. Ruimtelijke identiteit, de mentale afstand, het thuis voelen in een bepaalde ruimte en de beoordeling van een grens door het individu zijn factoren die van invloed zijn op de ruimte van affectie. Bij deze laatste categorie is perceptie dus de spil. Deze drie gecreëerde regio's tezamen maken of er al dan niet grensoverschrijdende interactie tot stand komt (Van Houtum, 1998:89-102).

De casus van een steeds verder vervagende grens tussen bijvoorbeeld Nederland en Duitsland heeft echter niet geleid tot een grote toename van grensoverschrijdende mobiliteit op de arbeidsmarkt. De oorzaak hiervan is moeilijk te achterhalen en in ieder geval niet eenduidig (Van der Velde & Van Naerssen, 2010). De constatering dat er een grote groep immobielen is, leidde tot het idee dat *immobiliteit* wel eens veel belangrijker kan zijn bij het verklaren van grensoverschrijdende mobiliteit, dan dat er uitgegaan moet worden van mobiliteit (Van der Velde, et al., 2005:1-2). De rationele modellen, zoals ook behandeld in §2.2, bieden geen verklaring voor deze *non-action*; juist de passiviteit lijkt de boventoon te voeren.

Het zoeken naar verklaringen voor deze menselijke immobiliteit, zonder dat dit een bewuste keuze is, verdient juist in het Europa met vervagende binnengrenzen ruimschoots aandacht. In meerdere artikelen uit het laatste decennium is vanuit dit perspectief aandacht gekomen voor de rol die een *threshold of indifference* kan spelen (zie o.a. Van Houtum & Van Naerssen, 2002, Van Houtum & Van der Velde, 2003, Spierings & Van der Velde 2008, Van der Velde, 2008). Deze zijn geschreven in het licht van de constatering dat ondanks allerlei pogingen tot een integrerend Europa, er in praktijk nauwelijks sprake is van grootschalige grensoverschrijdende interactie, vooral wanneer het om menselijke interactie gaat. Het begrip *habitus* van de Franse socioloog Bourdieu speelt een

belangrijke rol bij de *threshold of indifference* (Van Houtum & Van der Velde, 2004:104). Het concept *habitus* kan gezien worden als het theoretische fundament voor het begrip *indifference*, en komt daarom hierna uitgebreid aan bod.

2.4.2 Naar *habitus*

Het begrip *habitus* is moeilijk te vatten (Painter, 2000:242), maar wordt veel gebruikt en is ook wezenlijk voor het begrip van *indifference*. Het concept *habitus* refereert aan de link tussen sociale structuren en individueel gedrag en is het best te begrijpen als een systeem van sociale normen, begrippen en patronen dat gedrag stuurt, maar niet volledig bepaalt (Bourdieu, 2005, zie ook Painter, 2000, Collet, 2009). Dit systeem is relatief homogeen voor mensen die in eenzelfde sociale klasse leven, en kan sterk variëren tussen verschillende sociale klassen. Dit is te verklaren doordat mensen uit verschillende sociale klassen er verschillende normen op nahouden, en daardoor ook verschillend handelen (Painter, 2000). *Habitus* is dus niet op de eerste plaats een geografisch afgebakend veld, maar eerder een sociaal afgebakend veld. Het is een systeem dat ‘achter de schermen’ het gedrag van individuen sturing geeft. De *habitus* is nooit gevormd uit de individuele geschiedenis van een individu alleen; de eigenschappen en preferenties van de *agent* zijn goeddeels een gevolg van de positionering in het sociale veld (Bourdieu, 2005).

Met deze conceptualisering bekritiseert Bourdieu de eerder besproken neoklassieke benaderingen, omdat zij een atomistische aanpak kiezen. De *homo economicus*, zo stelt hij, “*is a kind of anthropological monster*” (Bourdieu, 2005:83). Hiermee bedoelt Bourdieu dat het individu onterecht in een onmenselijke, een mechanistische omgeving wordt geplaatst. Het begrip *habitus* is juist gebaseerd op de gedachte dat individueel handelen nooit op zichzelf staat of, zoals Bourdieu zelf stelt: “*The social agent is a collective individual ... by the fact of embodying objective structures. The individual, the subjective, is social and collective.*” (Bourdieu 2005:84). Tegelijkertijd is het geen deterministisch concept, omdat gedrag van de *agent* niet geheel wordt bepaald, maar slechts wordt geconditioneerd door structuren, die op hun beurt weer worden gevormd door menselijk gedrag en interacties. Met deze redenering komt Bourdieu tot de volgende omschrijving van ‘action’: “*Action is an intelligent response to an actively selected aspect of the real ... It is determined by conventional, conditional stimuli that exist as such only for an agent disposed to perceive them and capable of perceiving them*” (Bourdieu, 2005:85).

Het onderbewuste speelt een belangrijke rol in Bourdieus *habitus*. *Habitus* geeft individuen namelijk ideeën of ruimte om te reageren of te handelen in bepaalde situaties, zonder daar constant bewust bij stil te moeten staan (Painter, 2000:243). Mensen, in het geval van dit onderzoek ondernemers, zoeken naar “*mechanisms which provide information on the potential actions of the other economic agents*” (Bourdieu, 2005:76) en zijn daarbij enerzijds gebaat bij en anderzijds onderhevig aan routines. Het is comfortabel, en misschien zelfs wel functioneel om voor een deel te kunnen varen op dit onderbewuste (Bourdieu, 2005). Dit onderbewuste is fundamenteel voor het begrip van het concept *indifference*.

Het is belangrijk om te benadrukken dat *habitus* een product van een individuele en een collectieve geschiedenis is (Bourdieu, 2005, Collet, 2009, Farrell, 2010). Door deze combinatie is het concept dan ook zeer bruikbaar voor onderzoek naar grenzen en grensgedrag. Men kan immers stellen dat de nationaal ingekaderde ruimte, die vorm heeft gekregen door de opkomst van de natiestaat, mede het gedrag van mensen bepaalt: leven in, deel uitmaken van een natiestaat heeft

voor Europeanen, in de zin van Bourdieu, het karakter van een *habitus*. Farell (2010:108) zegt het zo: *“Bourdieu’s theory of habitus allows us to see people’s attachment to nation as learned and habituated.”* Hun ‘aangeleerde’ handelen maakt dat mensen eerder geneigd zijn om binnen nationale grenzen te opereren dan over grenzen. De nationaal ingekaderde ruimte bepaalt, in andere woorden, mede de preferenties en *tastes* van de *agents* (Bourdieu, 2005:84). Als deze gedachtegang wordt gevolgd, is tegelijkertijd te verwachten dat de *habitus* van mensen in een grensregio minder ‘nationaal’ georiënteerd is dan van mensen die verder landinwaarts leven. Hun geschiedenis is immers mede bepaald door de grens en de ligging ten opzichte van die grens. Dit is in lijn met eerder genoemd onderzoek van onder andere Van Houtum (1998) en Bouwens (2008) waarbij de grens niet als scheidslijn, maar als verbindingslijn wordt gezien. Dus, ook al is hierboven gesteld dat *habitus* geen direct geografische afgebakende ruimte kent, kan *habitus* wel degelijk een geografische dimensie hebben.

Collet (2009) biedt in een artikel een drietal handvatten voor het begrip van *habitus*. Deze drie toevoegingen worden hieronder kort genoemd, omdat deze drie samen bijdragen aan het begrip van het concept *habitus*. Ook vormen zij een goede aanloop naar de uitleg van het concept *indifference*.

Ten eerste stelt Collet dat de werking van *habitus* niet per se in het voordeel van de *agent* hoeft te zijn: *“Habitus does not necessarily work automatically in the best interest of agents”* (2009:430). In het kader van dit onderzoek is dit te plaatsen in het debat over ‘kansen’ en ‘mogelijkheden’ die nu onderbelicht kunnen blijven in grensregio’s (Van Houtum et al., 2009).

Collet borduurt hierop voort door een verklaring voor het voorgaande te zoeken in het volgende: *“there might however be a strong mismatch between field and habitus during a period of transition (2009:430)”*. Deze aanmerking is ook toe te passen op een transitie, die een rol speelt in dit onderzoek. Immers, de Schengen-akkoorden zijn nog vers, en de verdwijnende grens is pas een ontwikkeling van de laatste twee decennia: *“borders and border regions may still be laboratories of change in which we may glimpse some of the promise as well as some of the dangers in the future of European integration (O’Dowd, 2002:17)”*. Hoe en of deze *misfit* van de *habitus* met het veranderende *field* een rol speelt bij ondernemers bij hun onbewuste overwegingen, is interessant om in het achterhoofd te houden bij de analyse.

Een derde overweging die Collet meegeeft naar aanleiding van zijn ontleding van de *habitus*, is dat er verschillend kan worden gereageerd vanuit een soort gelijke *habitus* (2009:430-431): *“...individuals with the same background might respond differently to the same event”*. Dit kan gebeuren onder invloed van de structuur en hun positie in het *field*. In dit onderzoek is dat herleidbaar; het is immers niet zo dat alle ondernemers uit de grensregio niets overwegen of doen met betrekking tot grensoverschrijdende interactie. Dat past ook niet in het beeld van de *habitus* die mede vorm krijgt door onder andere een grensligging, zoals hierboven is gesteld. Wel is het thema van dit onderzoek en de toepassing door middel van de geselecteerde cases - de ondernemers - ter ondersteuning hiervan, gebaseerd op het uitgangspunt dat veel bedrijven weinig tot niets doen over de grens. In hoofdstuk 3 wordt nader ingegaan op deze caseselectie.

2.4.3 Indifference en habitus

Zoals eerder is aangegeven onderscheidt Van Houtum drie verschillende benaderingen in onderzoek naar grenzen (§2.3). De derde stroming die hij onderkent is de *people approach*. Deze benadering

pleit voor het inbegrip van de *'psychology of the behaviour of human agents in the study of economic geographical border issues'* (Van Houtum, 1999:329). In deze thesis wordt de doorwerking van grenzen in hoofden van mensen gebruikt bij het zoeken naar verklaringen voor grensoverschrijdende (in)activiteit. Zoals hierboven is uitgelegd speelt Bourdieu's *habitus* hierbij een belangrijke rol, aangezien de grens, als sociaal construct, de *habitus* van de mens sterk kan beïnvloeden.

Grenzen maken dat mensen zichzelf kunnen identificeren met een bepaalde territoriale identiteit en entiteit. Hiermee wordt een comfortabele Ausgangssituation gecreëerd om te kunnen omgaan met het mens-zijn in zijn omgeving. Dit fenomeen van *socially induced self-bordering* zorgt ervoor dat wij aan deze kant van een grens op een bepaalde manier kijken naar hen, aan de andere kant. Het gaat om 'wij, hier' versus 'zij, daar' (Van Houtum & Van der Velde, 2004:104). Op die manier creëert de grens niet alleen een bepaald nabijheidsgevoel, maar tevens een gevoel van afstand. Het gevolg daarvan is dat er een mentale afstand gecreëerd wordt tussen plaatsen aan beide zijden van de grens (Van der Velde & Van Houtum 2002, Van der Velde & Van Naerssen, 2010). Er is overigens een duidelijk doel gediend met het benadrukken van deze afstand, immers met *self-bordering* creëren we een gevoel van controle over ons leven. *Bordering* is in die zin een vorm van ruimtelijke *ordering* welke differentie en indifferentie creëert (Van Houtum & Van Naerssen, 2002). Men richt zijn gedrag onbewust op hetgeen dat zich binnen de grens afspeelt, en wordt tegelijkertijd indifferent jegens hetgeen aan de andere kant van de grens mogelijk is:

'A subject living in a bordered economic entity is consequently to a large extent a compliant act of socialisation. It creates a space of legitimate withdrawal, where actions need not be justified, where the beyond-space is morally emptied, neutralised, tranquillised, made indifferent. In short, bordering is an ordering of spaces of (in)difference' (Van der Velde & Van Houtum, 2003:11, vetgedrukt eigen toevoeging)

Deze gedachtegang is het startpunt voor een verdere uitwerking van het concept *indifference*, dat mede vorm heeft gekregen in het *threshold*-model. In de volgende paragraaf zal dit concept besproken worden.

2.5 Threshold of indifference

In deze paragraaf wordt het concept *indifference* beschreven (§2.5.1), wordt een kritisch commentaar uitgewerkt (§2.5.2) en komen toepassingen ter sprake die tot op heden beschreven zijn (§2.5.3).

2.5.1 Het begrip 'the threshold of indifference'

Zoals in §2.2 en §2.3 duidelijk is geworden, is de focus in zowel het economisch-geografische als het grensonderzoeksveld (deels) verschoven van een rationele naar een mentale benadering. Aangezien het onderzoek van deze thesis ingaat op beweegredenen van ondernemingen en ondernemers, en dus economische actoren centraal staan, is een conclusie die Van Houtum trekt een interessant startpunt van deze paragraaf: *"In short, the rationality of economic actors is not exogenous, but endogenous and as such is not only physically, but also mentally bounded"* (1999:333). Deze mentale grenzen zijn belangrijk om het begrip *indifference* te kunnen begrijpen.

Het idee van een (*threshold of*) *indifference* komt ter sprake in een artikel van Van der Velde & Van Houtum uit 2003, getiteld: *"The threshold of indifference; rethinking immobility in explaining cross-border labour mobility"*. Deze *threshold of indifference* is geen alomvattende theorie, maar een toevoeging aan een (rationeel) beslissingsmodel. Het is een subtiel begrip en dat maakt, nog versterkt door het feit dat het een relatief korte geschiedenis heeft, dat het niet uitgebreid beschreven is in de literatuur. De beschrijving die volgt in deze paragraaf is daarom voornamelijk gebaseerd op het 'moederartikel' (Van der Velde & Van Houtum, 2003). Het begrip *indifference* zoals gebruikt in deze context wordt evenwel in eerdere artikelen al genoemd. Van Houtum haalt het begrip *indifference* bijvoorbeeld aan in het artikel *'Borders of comfort'* uit 2002:

"Implicitly therefore, in the economy borders are constructed to produce and protect comfort, a word that is derived from the Latin word confortare, which translates as to strengthen, to ease. What is outside the own borders has a higher uncertainty and is beyond immediate and rightful control. ... In short, bordering is an ordering of spaces of (in)difference (Van Houtum and Van Naerssen, 2002). That what is beyond the constructed differentiating border of comfort (difference) is socially made legitimate to be neglected (indifference)(idem)." (Van Houtum, 2002:8-9)

Uitgaande van het *threshold*-artikel uit 2003 is een aantal andere artikelen geschreven over immobiliteit bij werknemers in grensregio's, ingaande op het niet benutten van mogelijkheden aan de andere kant van de grens (Van Houtum & Van der Velde, 2004, Van der Velde & Van Houtum, 2004, Van der Velde, 2004). *The threshold of indifference* is in eerste instantie een verklaring voor immobiliteit (zie §2.4.1). Er wordt vanuit Europa geprobeerd de arbeidsmarkt, ook grensoverschrijdend, transparant te maken en daartoe arbeidsregels gelijk te trekken en capaciteiten inzichtelijk te maken door het grensoverschrijdend valideren van diploma's. Hierdoor zouden in principe veel barrières die ontstaan bij grensoverschrijdend werken, moeten worden weggenomen.

De mobiliteit van werknemers over de grenzen heen blijkt in de praktijk echter nog steeds gering. Het inzicht dat immobiliteit een rol speelt, werd belangrijker in de wetenschappelijke literatuur en uiteindelijk toegevoegd aan het rationele beslissingsmodel, zo vervolgen Van der Velde & Van Houtum (2003). In meer theorieën worden factoren geïntroduceerd die verklaren waarom het logisch is dat mensen niet mobiel worden. Dat gebeurt bijvoorbeeld in de *insiders advantage*-benadering. Met deze benadering wordt het volgende bedoeld: *"We argue that for most people in Europe it is fully rational not to consider moving because they have accumulated too many location-specific insideradvantages over time"*. De toevoeging van *keep-factors* die zorgen voor immobiliteit, hebben dus evengoed een economische waarde (Fischer et al., 2000:8, Van der Velde & Van Houtum, 2003:9-10). Er wordt in veel onderzoeksbenaderingen uitgegaan van dergelijke kosten-baten-analyses, waarbij onder de eindstreep uiteindelijk de beslissing valt om al dan niet een baan te zoeken aan de andere kant van de grens.

Deze modellen verklaren niet genoeg, zeggen Van der Velde & Van Houtum. Rationele keuzemodellen, ook met inbegrip van immobiliteit, gaan nog altijd uit van het maken van bewuste afwegingen. Zij stellen dat er nog een fase vóór deze afwegingen zit. In plaats van het verklaren door middel van *differences* van bewegingen in de grensoverschrijdende arbeidsmarkt, zoals nu vaak gebeurt, menen zij dat er eigenlijk sprake is van het niet-functioneren van de grensoverschrijdende

arbeidsmarkt. Het begrip *indifference*, vrij te vertalen met onverschilligheid, jegens de grensregio aan de andere van de grens, probeert dit gat te vullen (2003).

Deze *indifference* ontstaat doordat de markt aan de andere kant van de grens min of meer buiten beschouwing kan worden gelaten, zonder dat het normale dagelijkse leven erdoor wordt beïnvloed. De focus op het eigen land is vaak zo sterk, dat de andere kant van de grens in gedachte eigenlijk niet bestaat en daarmee niet voorkomt in de 'mindset'. Deze gedachte is ook aan bod gekomen bij de behandeling van het begrip *habitus* (§2.4). Mensen zijn immers in bepaalde mate als het ware geprogrammeerd om binnen het nationale kader te handelen. Door het proces van begrenzing van de eigen leefwereld worden bepaalde onzekerheden vermeden en ontstaat (ruimte voor) een indifferente houding ten opzichte van de andere kant van de grens. Het niet grensoverschrijdend werken of zoeken naar een baan en dus het niet mobiel worden over de grens, is daarmee minder een rationeel afgewogen beslissing, dan vaak wordt gedacht. Het stadium waarin een serieuze keuze gemaakt kan worden, wordt namelijk in veel gevallen eenvoudigweg niet bereikt. Overigens speelt mee dat er een grote overschatting is van de bereidheid van mensen om te verkassen of te verplaatsen, stellen Van der Velde & Van Houtum (2003:12).

Een rationeel economische afweging is dus vaak *nicht im Frage* (Van der Velde & Van Houtum, 2003:13-14). Er is geen actieve houding ten opzichte van wat er gebeurt aan de andere kant van de grens en dat heeft tot gevolg dat er geen keuzes gemaakt kunnen worden voor mogelijkheden aan deze andere kant. In dit licht pleiten Van der Velde & Van Houtum er voor om de variabele *indifference* toe te voegen aan het beslissingsmodel. De *threshold of indifference*, vrij te vertalen als de drempel van onverschilligheid, komt voor de fase waarin actief een beslissing genomen wordt aangaande de grensoverschrijdende arbeidsmarkt. Modelmatig ziet dat er als volgt uit (model 2.1):

Cross-border labour market passiveness	Indifference-factor		
<i>Threshold of indifference</i>			
Cross-border labour market activeness	Stay	Keep-factor	Repel-factor
	Go	Push-factor	Pull-factor
		Home	Away

Model 2.1 The threshold of indifference (Naar Van der Velde en Van Houtum, 2003:13)

Er wordt dus een obstructie tussen een passieve houding en een actieve houding verondersteld in de grensoverschrijdende arbeidsmarkt. De nadruk op inactiviteit maakt dat er ruimte is ontstaan voor

het idee van *indifference*. Van der Velde & Van Houtum benadrukken in hun betoog het belang van het opnemen van *threshold of indifference* in het model, omdat dit stadium bijdraagt aan het begrip van de geconstateerde immobiliteit. Het is belangrijk dat (h)erkend wordt, dat lang niet iedereen komt tot een momentum waarin grensoverschrijdende arbeidsmobiliteit serieus overwogen wordt. Let op: *indifference* is niet hetzelfde als het verwerpen van het werken over de grens. Het niet nadenken over opties aan de andere kant van de grens maakt immers dat er geen bewuste keuze gemaakt wordt, ook niet om het niet te doen.

De constatering dat veel werknemers niet voorbij deze drempel gaan maakt de toegevoegde waarde van het model duidelijk. Weinigen bereiken de fase van de rationele keuze. Het eerste stadium, de *indifference*-factor speelt dus een grote rol. (Van der Velde & Van Houtum, 2003:13). In de conclusie van het moederartikel worden twee bevindingen weergegeven, die raakvlakken tonen met het onderzoek in deze thesis:

- *“Notcommuting or not-migrating across a border is not merely a matter of failing to recognise opportunities because of existing differences, but must rather be considered as a matter of INdifferencE towards the ‘other side’, the ‘market’ across the border; certainly not as some kind of ‘cheap’ or irrational sentiment”* (Van der Velde & Van Houtum, 2003:13).
- *“In respect the importance of transparency on the labour market, one of the essential focus points within the European Union, is put in a different perspective. Transparency then may be important but certainly not sufficient to change the attitude on cross-border mobility”* (Van der Velde & Van Houtum, 2003:13-14).

De eerste conclusie heeft aandacht voor ‘de markt’ aan de andere kant van de grens. Deze markt staat in dit onderzoek ook centraal, zij het op andere wijze dan in dit artikel. De tweede conclusie kan ook in het achterhoofd gehouden worden bij dit onderzoek. Immers voor ondernemers wordt vanuit Europa ook geprobeerd voldoende transparantie te creëren. De effectiviteit hiervan komt in dit onderzoek indirect aan bod.

2.5.2 Kritiek op *indifference*

In 2010 is er een artikel verschenen waarin kritiek is geuit op het concept van *indifference*, zoals hiervoor uiteengezet is en zoals dat is vormgegeven door Van der Velde & Van Houtum (2003). Ernste (2010) heeft kritiek op de theoretische keuze die Van der Velde & Van Houtum maken. In beide artikelen wordt kritiek geuit op het rationele beslissingsmodel. Maar Ernste stelt dat een sociaal-constructivistische invalshoek een betere verklaring zou kunnen geven voor *indifference*, terwijl Van der Velde & Van Houtum kiezen voor een post-structuralistische invalshoek (Ernste, 2010:229).

Dat is echter niet het voornaamste punt van kritiek; Ernste valt vooral over het woord “choose”, dat gebruikt wordt in de context “choose for the comfort of life at their side of the border”, omdat dit volgens hem een bewustheid lijkt te suggereren. Hij constateert in vervolg daarop eenzelfde inconsistentie in het concept van *indifference*: “However, speaking on the one hand of *indifference* and on the other implying a choice for ‘indifference’ does not seem to be totally consistent.” (Ernste, 2010:229-230).

Ernste stelt ook dat de auteurs van ‘*The threshold of indifference*’ de bronnen waar zij naar verwijzen, onder andere publicaties van voornoemde Bourdieu, niet volledig in aanmerking nemen. Ernste betoogt dat Van der Velde & Van Houtum teveel vasthouden aan *rational decision-making*

(Ernste, 2010:230). Daardoor kunnen de auteurs het fenomeen *indifference* niet echt verklaren, volgens Ernste. Ten gevolge daarvan kunnen zij ook niet verklaren hoe de indifferente houding kan verschuiven naar het actievere gedeelte van het model (zie model 2.1). Ernste stelt daarom voor een ander theoretisch raamwerk te gebruiken: *an action theoretical approach to everyday regionalisations* van Werlen. Dit theoretische inzicht zou meer ruimte bieden voor het verklaren van indifferentie en de overgang naar de actievere fase van besluitvorming. Tegelijkertijd is dan *the discursive determination or indoctrination of the human mind-set* overbodig (Ernste, 2010:233). Ernstes opmerking maakt in ieder geval duidelijk dat het van belang is om in het onderzoek in te zoomen op de *indifference* en aandacht te geven aan een verdere empirische invulling van het begrip. Aan dat verzoek voldoet deze scriptie door *the threshold of indifference* op een nieuw terrein empirisch te onderzoeken. Op basis van dit onderzoek zal een kritische beschouwing van het model van Van der Velde & Van Houtum worden gegeven en in hoofdstuk 5 zal een aanpassing van het model worden voorgesteld.

De theoretische verschillen tussen Ernste en Van der Velde & Van Houtum komen hier niet uitgebreid aan bod; wel ondervangt een inzicht van *habitus* dat aan bod is gekomen in §2.4.2 een van de problemen die Ernste constateert. In voornoemde paragraaf is aangegeven dat *habitus* niet gezien moet worden als iets dat gefixeerd is; *habitus* is constant aan verandering onderhevig. Dat blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat er in een periode van transitie een *mismatch between field and habitus* kan ontstaan, die wel kan bijtrekken (Collet, 2009:430). *Habitus* is daarmee minder een genoemde *indoctrination of the human mind-set*, maar staat in constante wisselwerking met de sociale context. Dat kan bijdragen aan een andere kijk op de *threshold*. Deze drempel is misschien minder een harde grens, dan Ernste doet voorkomen. In het vervolg van deze scriptie zal deze speelruimte verder worden verklaard in de analyse van de interviews in hoofdstuk 4 en in de kritische blik op het conceptuele model in hoofdstuk 5.

2.5.3 De toepassingen van 'indifference'

Het idee van *the threshold of indifference* is, zoals gezegd, nog van recente datum. Misschien is daardoor of daarnaast dit begrip nog niet op grote schaal gebruikt of toegepast. Omdat in dit onderzoek bovendien *indifference* op een nieuwe manier wordt toegepast en een andere onderzoeksgroep heeft dan waar de *threshold* oorspronkelijk voor bedacht is, zijn deze toepassingen van belang om inzicht te krijgen in hoe *indifference* gebruikt kan worden. In beginsel is *indifference* naar voren gekomen in een onderzoek als mogelijke verklaring van grensoverschrijdende (im)mobiliteit. Dit is in 2005 gedaan in een artikel door Van der Velde et al. In dit artikel worden motieven van werkzoekenden in de grensoverschrijdende arbeidsmarkt in een deel van Nederland en Duitsland nader onderzocht. In twee andere artikelen hebben Spierings en Van der Velde (2008, 2010) onderzoek gedaan naar grensoverschrijdend winkelgedrag. Het concept van *indifference* is hierbij niet uitvoerig aan de orde gekomen, maar er is waardevolle aanvulling gegeven die bruikbaar is bij het onderzoek naar (in)activiteit. Het derde thema is de rol van *indifference* bij migratie (Van der Velde & Van Naerssen, 2010). Hieronder worden de drie artikelen samengevat en is aandacht voor aanknopingspunten die geboden worden voor het maken van een conceptueel model voor het onderzoek naar ondernemers, zoals in de §2.6 van dit hoofdstuk gedaan wordt.

1 - Indifference en de grensoverschrijdende arbeidsmarkt

Centraal bij dit thema staat dat grensoverschrijdende bewegingen tussen landen van de Europese Unie slechts in beperkte mate plaatsvinden. De conclusie voor dit onderzoek is dat immobiliteit eerder regel is dan uitzondering. Begin deze eeuw is onderzoek gedaan naar de grensoverschrijdende arbeidsmarkt in 'Euregio Rijn Waal' en 'Euregio Rijn Maas Noord' (Van der Velde et al., 2005). Aan de hand van 32 interviews werd geïllustreerd op welke wijze er sprake is van *indifference* en *non-indifference* bij werknemers, die zoeken naar een baan op deze arbeidsmarkt. Hierbij wordt het voorbehoud gemaakt dat door de kleine onderzoeksgroep alleen indicatieve en premature uitspraken kunnen worden gedaan. Er kan dus wel een beeld geschetst worden, maar er kunnen geen geldige uitspraken worden gedaan over de algemene groep werkzoekenden in de grensregio.

Aan beide zijden van grens werd een helft van de interviews afgenomen. Een van de uitkomsten was dat voor veel Duitse geïnterviewde werkzoekenden gold dat de Nederlandse arbeidsmarkt als een serieuze optie gezien werd. Van deze mensen was minder dan een vijfde te betitelen als indifferent. Het beeld aan de Nederlandse zijde was heel anders; deze referenten waren juist grotendeels indifferent ten opzichte van mogelijkheden in Duitsland. Er waren dus grote verschillen tussen de twee doelgroepen uit beide betrokken landen zichtbaar. Er werd gezocht naar grotere lijnen om dit beeld te verklaren. In zijn algemeenheid was te stellen dat wanneer men succesvol was bij het zoeken naar een baan in de 'eigen' regio, (logischerwijs) andere regio's niet snel in beeld kwamen. Het gedeelte van de grensregio aan de andere kant van de grens werd dan niet snel als een reële optie gezien. De Duitse arbeidsbureaus bleken pro-actiever in het wijzen op mogelijkheden in Nederland en daarnaast was de *hearsay* groter, doordat er een grotere groep Duitsers was die al werkervaring had in Nederland. De Duitse referenten bleken in ieder geval niet heel indifferent. In Nederland was minder bekend over mogelijkheden in Duitsland en er waren weinig mensen die al ervaringen hadden. Dat leek bij te dragen aan een grotere mate van indifferentie aan Nederlandse zijde. (Van der Velde, et al., 2005:87-91).

Aan het slot van het artikel zijn vier soorten *indifference* onderscheiden:

1. Een eerste groep ziet zoveel mogelijkheden aan de eigen kant van de grens, dat er geen behoefte is aan het onderzoeken van de mogelijkheden aan de andere kant van de grens. Het gaat dus niet om het 'niet willen', maar het kan als onbewust handelen betiteld worden, omdat men überhaupt niet zover komt om over de grens te kijken; het is immers niet nodig (Van der Velde, et al., 2005:93).
2. Daarnaast is een categorie te onderscheiden, waarbij wel tekortkomingen in de eigen regio worden waargenomen. Echter, doordat er te weinig informatie tot hen komt over mogelijkheden aan de andere kant van de grens wordt dat geen echte optie. Er kan verwacht worden, dat als er wel voldoende informatie geweest was, dit had kunnen leiden tot een bewustere keuze om wel of niet over de grens te handelen (idem).

De twee laatste groepen worden wel als een groep beschouwd die bewust is van bepaalde mogelijkheden aan de andere kant van de grens.

3. Bij de derde groep is wel enig bewustzijn, maar is het geen optie. Men heeft iets over de andere zijde van de grens gehoord, maar heeft niet de neiging om zich daar verder in te verdiepen (idem).

4. De vierde groep heeft wel bewustzijn en ook informatie, maar toch wordt de grens niet bewust meegenomen in het rationele proces dat moet leiden tot een keuze. Benadrukt wordt, dat er bij deze laatste groep een duidelijk onderscheid is ten opzichte van de derde groep. De laatste groep ziet werken aan andere kant van de grens wel als een reële optie, maar deze optie valt af direct aan het begin van het rationele keuzeproces. Het is niet zo dat de *threshold of indifference* bij deze groep al helemaal gepasseerd is, omdat de optie nog steeds niet geheel in overweging genomen wordt (idem).

De belangrijke thema's die in dit onderzoek naar voren komen, zijn mogelijkheden aan deze kant van de grens, maar ook aan de andere kant, en de mate van informatie over deze mogelijkheden. Een belangrijke constatering is dat immobiliteit vaak moeilijk te veranderen is, omdat vooroordelen niet gemakkelijk zijn weg te nemen, door welk beleid dan ook (Van der Velde et al., 2005:94).

2 - Grensoverschrijdend winkelen

In twee verschillende artikelen wordt gekeken naar de rol van de grens bij grensoverschrijdend 'shoppen' (Spierings & Van der Velde, 2008 en Van der Velde & Spierings, 2010). Uit onderzoeken naar grensoverschrijdende winkelmobiliteit, kan volgens de auteurs de volgende conclusie getrokken worden: "*shopping, even on a border-regional level of scale still is a very 'national' activity*" (Spiering & Van der Velde, 2008:498). Vervolgens wordt uitgelegd op welke manier verschillen tussen landen een rol kunnen spelen bij het al dan niet stimuleren van dit winkelen over de grens. Prijsverschillen zijn door een voorbeeld van, maar ook de aantrekkelijkheid van de onbekendheid van de andere kant van de grens. Echter de situatie kan ook omgekeerd zijn, als er te grote verschillen zijn tussen landen onderling kan dat een afstotende werking hebben (idem:498-501).

De auteurs duiden de invloed van de onbekendheid met het andere land als volgt: er worden zogenaamde rationele en emotionele verschillen onderkend, die maken dat mensen aangemoedigd dan wel ontmoedigd worden om te gaan shoppen aan de andere kant van de grens. Er wordt een voorbehoud gemaakt dat het moeilijk is om deze verschillen goed te scheiden. Om deze twee thema's bruikbaar voor het onderzoek naar deze (im)mobiliteit te maken, wordt de term "*bandwidth of unfamiliarity*" geïntroduceerd. De overlap van de twee soorten verschillen (rationeel en emotioneel) maakt duidelijk dat deze beiden bijdragen aan de bandbreedte van de onbekendheid, en daarmee allebei van invloed zijn op het al dan niet winkelen aan de andere kant van de grens. Zodra de verschillen buiten deze bandbreedte vallen worden deze als zo groot ervaren, dat '*the other*' gaat afstoten en/of het eigen land sterker is in aantrekkingskracht (*keep en repel factors*).

Het begrip *bandwidth* wordt dus gebruikt om uit te leggen met welke mate van onbekendheid mensen kunnen dealen, en of dat daarmee leidt tot immobiliteit of juist mobiliteit. In het licht van een verdere eenwording van Europa, en een daarbij te verwachten verdere homogenisering van grensregio's, kan dan sprake zijn van een *border paradox* (idem:503). Verdere grensoverschrijdende integratie zou dan immers kunnen leiden tot afnemende mobiliteit, door verminderde aantrekkingskracht van de regio aan de andere kant van de grens.

Overigens ligt in dit onderzoek de nadruk op shoppers die niet indifferent zijn: "*the focus is on shoppers who are not indifferent towards differences but really consider and interpret them*" (2008:501). Ondanks dat in deze thesis *indifference* centraal staat, wordt dit onderscheid wel gebruikt als input voor het conceptuele model (§2.6) en bij de interpretatie van de interviews in hoofdstuk 4. Het onderscheid dat gemaakt wordt tussen emotionele en rationele verschillen kan

namelijk van belang zijn bij het analyseren van de rol van indifferentie bij ondernemers jegens mogelijkheden over de grens.

3 - *Indifference* en het onderzoek naar migrantenstromen

Het concept van *indifference* is recent gebruikt in een artikel over internationale migratie. Dit artikel kijkt niet naar grensoverschrijdende mobiliteit in een grensregio, maar naar mobiliteit over grotere afstand naar en in de Europese Unie. Uitgangspunt is wederom de immobiliteit van mensen (Van der Velde & Van Naerssen, 2010:1). De auteurs laten drie wezenlijk thema's aan bod komen: *people*, *borders*, *trajectories*. Bij de behandeling van het onderwerp *people* wordt gesteld dat (te) vaak wordt uitgegaan van migranten die een bewuste overweging maken aan de hand van verschillende factoren om te blijven of om te gaan. Er worden verschillende concepten van *borders* gebruikt om te laten zien dat er verschil is tussen 'objectief bestaande' grenzen, en gepercipieerde grenzen. Onder het kopje *trajectories* wordt verteld dat er vaak geen sprake is van directe routes (van-naar), maar dat er sprake is van verschillende plaatsen onderweg waar de route ook weer kan veranderen (idem:2-4). Volgens de auteurs moet ook bij migranten rekening gehouden worden met een bepaalde mentale grens, voordat migratie een optie wordt. Van der Velde & Van Naerssen benadrukken daarbij het belang van het sociale netwerk om van een staat van *indifference* naar een staat van *difference* te gaan (idem:4). Zodra mensen binnen het sociale netwerk de stap hebben genomen om te vertrekken wordt dat voor de thuisblijver namelijk een reëlere optie. Na het passeren van de eerste drempel van indifferentie, in dit model de *mental border threshold* genoemd, zijn volgens het model nog andere drempels te overwinnen voordat migratie een feit wordt. De andere drempels die de migrant moet passeren zijn de *locational threshold* en de *trajectory threshold*.

Deze drie *thresholds* komen pas in de bewuste fase aan bod; de fase van *indifference* staat bovenaan. Het concept van *indifference* wordt door de auteurs niet verder gebruikt na deze eerste fase. De rol die toegedicht wordt aan (sociale) netwerken bij het passeren van de *mental border threshold* wordt meegenomen als input voor het analysekader, dat samengesteld wordt in de volgende paragraaf.

2.6 Veronderstelling en het conceptuele model

In deze laatste paragraaf wordt het concept van *indifference* geconcretiseerd voor het onderzoek in deze thesis. Hier wordt eerst een veronderstelling weergegeven (§2.6.1), in §2.6.2 wordt een conceptueel model gemaakt voor het onderzoek naar ondernemers en in de laatste paragraaf worden enkele aandachtspunten beschreven die gebruikt worden bij de analyse van de interviews (§2.6.3).

2.6.1 Veronderstelling

Het concept van de *threshold of indifference* wordt in deze paragraaf geoperationaliseerd voor het onderzoek naar ondernemers. Ondanks het feit dat het concept van de *threshold of indifference* vooralsnog alleen gebruikt is om (im)mobiliteit van werknemers, consumenten of migranten te verklaren, biedt het begrip aanknopingspunten voor dit onderzoek. Het onderwerp van dit onderzoek is ingeperkt door de focus te leggen op Nederlandse MKB-ondernemers in de grensregio, waarvan verwacht wordt dat zij niet actief zijn in de Duitse grensregio ter vergroting van hun afzetmarkt en voor het aantrekken van personeel. Bij het selecteren van de onderzoeksgroep zijn

daarnaast diverse andere afwegingen gemaakt aangaande locatie van bedrijven en productsoort (zie H3). Het uitgangspunt is dat de mens achter de ondernemer en achter de onderneming (zie §2.3) evenzeer beïnvloed wordt door zijn *habitus* en dat zijn perceptie van de mogelijkheden daardoor ook ingekaderd is in bijvoorbeeld nationale kaders. Een vorm van *indifference* bij MKB-ers is derhalve evenals bij werknemers of shoppers een reële verwachting.

Uit vooronderzoek blijkt dat een deel van de MKB-ondernemers in deze grensregio het Duitse gedeelte van de grensregio niet lijkt te zien of in ieder geval niet meeneemt in het beleid. Deze aanname is tot stand gekomen op basis van onder meer informatie van de Kamer van Koophandel en op eigen ervaringen. Met de analyse in hoofdstuk 4 wordt inzicht te gekregen in het proces dat schuilgaat achter grensoverschrijdende (in)activiteit van Nederlandse ondernemers in Duitse grensregio. Op basis van het theoretische kader zoals geschetst in dit hoofdstuk is er voor dit onderwerp een veronderstelling geformuleerd die zich specifiek richt op de manier waarop ondernemers zich gedragen in de grensregio. Deze veronderstelling is als volgt:

“Een deel van de MKB-ondernemers uit deze grensregio lijkt alleen het Nederlandse gedeelte van de regio mee te nemen in hun keuzes. Indifference aangaande mogelijkheden in Duitsland speelt hierbij een rol.”

Deze veronderstelling sluit aan bij de bij de bredere hoofdvraag uit hoofdstuk 1, welke als volgt luidt:

“In hoeverre kan ‘indifference’ de inactiviteit van MKB-ondernemers uit het Nederlandse gedeelte van de grensregio Rijn-Waal verklaren, waar het gaat om het benutten van mogelijkheden op respectievelijk de afzet- en personeelsmarkt in het Duitse gedeelte van diezelfde grensregio?”

Er wordt dus onderzocht of bij de geïnterviewde ondernemers inderdaad een *threshold of indifference* vast te stellen is, of dat er eerder sprake is van bewust rationeel afgewogen keuzes om niet actief te zijn. De *blackbox* van de niet-actie van de geïnterviewde MKB-ers wordt ontrafeld, met de verwachting dat *indifference* daarin een rol speelt. Om deze verdere ontrafeling vraagt ook Ernste (2010) in zijn kritische artikel (zie §2.5.2). Het verklaren van gedrag van ondernemers met behulp van concept van ‘*the threshold of indifference*’ is nog niet eerder gedaan. Het bestaande model wordt daarom opnieuw ingevuld voor dit onderzoek in de volgende paragraaf.

2.6.2 Het conceptuele model

Het huidige model van *indifference*, beschreven voor de grensoverschrijdende arbeidsmarkt zoals gepresenteerd in §2.5.1 (zie ook model 2.1) wordt vertaald naar het thema van dit onderzoek. Het ‘bestaande’ model is qua inhoud en qua termen namelijk niet direct bruikbaar voor dit onderzoek. In dit onderzoek draait het niet om *cross-border labour market passiveness* en *activeness*, zoals in het bestaande model; daarom worden deze termen vervangen door ‘geen (of onbewuste) keuze’ en ‘bewuste keuze’, voor beide ten opzichte van mogelijkheden voor afzetmarkt en personeelsmarkt over de grens. De *indifference-factor* en de *threshold of indifference* blijven geldig, immers de veronderstelling is dat deze op eenzelfde wijze een rol spelen als in het bestaande model, zij het dat het nu gaat om de relatie van deze termen tot ondernemers en hun besef van mogelijkheden in de Duitse grensregio. De fase na de *threshold* is ook in het nieuwe model de fase van het bewuste

beslissingsproces, maar een aantal termen wordt vervangen door termen met een andere inhoud. Het *home* en *away* worden vervangen door de concrete regio's waar dit onderzoek op inzoomt; het gaat om de door de ondernemers genoemde 'Thuismarkt' versus de 'Duitse grensregio'. Het *go* en *stay* wordt vervangen door 'inactiviteit' en 'activiteit'. Deze twee termen dekken beter de lading, omdat het bedrijf niet zozeer blijft in Nederland als wel vertrekt naar Duitsland, maar het hier gaat om de uiteindelijke keuze om al dan niet actief te worden in de Duitse grensregio. De vier factoren die van invloed zijn op het niet of actief betrekken van de Duitse grensregio blijven hetzelfde als in het model van Van der Velde & Van Houtum (de *keep*-, *push*-, *repell*- en *pull*-factoren). Het nieuwe model wordt gevuld in model 2.2:

Geen keuze (onbewuste keuze)	Indifference-factor		
<i>Threshold of indifference</i>			
Bewuste keuze t.o.v. mogelijkheden voor afzetmarkt en personeelsmarkt over de grens	Inactiviteit	Keep-factor	Repel-factor
	Activiteit	Push-factor	Pull-factor
		Thuisregio	Duitse grensregio

Model 2.2 The threshold of indifference voor ondernemers (Naar model 2.1)

Een kort voorbeeld illustreert hoe het model gelezen kan worden: een *Duitse grensregio* kan qua afzetmarkt zoveel mogelijkheden bieden, dat het een *pull-factor* wordt die leidt tot *activiteit* in de Duitse grensregio.

2.6.3 Aandachtspunten

Om te komen tot een analyse van de interviews aan de hand van het nieuwe conceptuele model, zijn naast dit nieuwe model, uit het voorgaande theoretische kader tevens inhoudelijke en voor dit onderzoek relevante aandachtspunten geselecteerd. Deze zijn niet eenvoudig te verweven in het gemaakte conceptuele model, maar zijn wel van betekenis voor het begrip van *indifference*. In eerste instantie hebben deze aandachtspunten als input gediend voor het samenstellen van de interviewgids (zie hoofdstuk 3) en in tweede instantie dienen zij als ondersteuning bij de analyse van de interviews in hoofdstuk 4. Om zowel de fase voor als na de *threshold* goed te kunnen analyseren, is het van belang om kort op deze aandachtspunten in te gaan. In de paragraaf over toepassingen van *indifference* (§2.5.3) zijn deze elementen reeds benoemd. Deze zijn als volgt gecombineerd:

- mogelijkheden
- informatie en (sociale) netwerken
- emotionele vs. rationele overwegingen

Met 'mogelijkheden' wordt bedoeld op het zien van mogelijkheden op de thuismarkt of juist op de markt van de Duitse grensregio. Daarnaast spelen 'mogelijkheden' een belangrijke rol bij de selectie van de cases, immers er moeten mogelijkheden zijn voor een bedrijf om de afzetmarkt uit te breiden of te zoeken naar personeel in de Duitse grensregio, wil de case interessant zijn voor dit onderzoek. De mate van 'informatie' en het belang van '(sociale) netwerken' duiden beide op in hoeverre ondernemers informatie tot zich krijgen. *Indifference* wordt sterk beïnvloed door informatie over 'mogelijkheden', maar ook door informatie over regelgeving, kennis van taal (nb. dit is ook informatie). Zoals duidelijk is geworden in §2.5.3 kunnen netwerken een belangrijke bijdrage leveren aan deze informatie. Met het laatste aandachtspunt wordt bedoeld dat het van belang is om inzicht te krijgen in hoeverre rationele overwegingen een rol spelen, of dat er eerder sprake is van emotionele overwegingen.

3 Methoden, analyseopbouw en cases

3.1 Inleiding

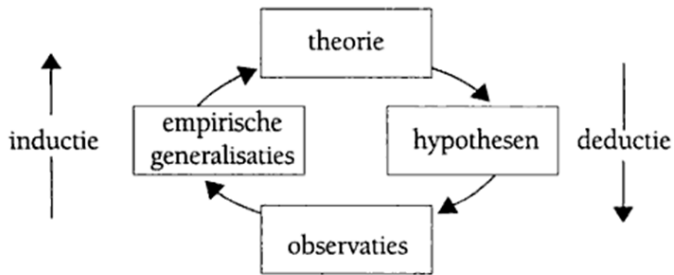
In het voorgaande hoofdstuk is ingegaan op hoe *indifference* in de theorie is afgebakend en is een focus aangebracht richting het onderzoeksthema. Dit hoofdstuk gaat over de wijze waarop een methodologische invulling gegeven wordt aan dit onderzoek naar *indifference*. Dit is een lastig thema, omdat het ingaat op onbewustheid; immers wat is *indifference*, bestaat *indifference*? Hoe kan bijvoorbeeld onderzoek gedaan worden naar deze *indifference* zonder een respondent vooraf te beïnvloeden? In dit hoofdstuk wordt de methodologische vraag - op welke manieren kunnen we de kennis verwerven - die volgt op de epistemologische vraag - zijn we in staat om kennis te hebben van de werkelijkheid van *indifference* en hoe moeten we deze kennis over *indifference* uitdrukken - uitgewerkt.

Er wordt in 'grote stappen' voorgesorteerd op de keuze voor een casestudy, door dit onderzoek te karakteriseren (§3.2). In de daaropvolgende paragraaf (§3.3) wordt ingegaan op de algemene uitvoering van een casestudy en op de wijze waarop dat gebeurt in dit onderzoek. Aan het einde van deze paragraaf wordt aangehaald dat er impliciet kenmerken van een comparatief geïnspireerde methode te herleiden zijn in dit onderzoek. In §3.4 staat de opbouw van de analyse centraal en wordt duidelijk welk verband er is met de opbouw van de interviews en de interviewgide. De fasering van de analyse die hier uit voortvloeit komt hier ook aan bod. Deze paragraaf verdient veel aandacht, omdat de interviews de enige bron van informatie zijn voor dit onderzoek, buiten de theorie van *indifference* om. De selectiecriteria van de respondenten en de uiteindelijk onderzochte cases worden beschreven in §3.5. De laatste paragraaf gaat in op de gevolgen voor de geldigheid van de conclusies door de gekozen methode (§3.6).

3.2 Karakterisering van het onderzoek

Onderzoek kan op veel manieren gekarakteriseerd worden. Zo wordt er een onderscheid gemaakt tussen een deductieve en een inductieve benadering. Bij een deductieve benadering wordt een bestaande theorie getoetst aan de hand van bijvoorbeeld hypothesen. Een inductieve methode is gericht op het verzamelen van gegevens aan de hand waarvan een theorie ontwikkeld kan worden (Saunders et al., 2008:31-34). Er bestaat geen strakke scheidslijn tussen deze soorten van onderzoek. Dit is ook niet noodzakelijk; vaak draagt een combinatie van beide methoden bij aan de kwaliteit van het onderzoek (Saunders, et al., 2008:34). Een schema maakt duidelijk op welke manier deze benaderingen in dit onderzoek aan bod komen (zie figuur 3.1) (Wallace, 1971, in Braster, 2000:28).

In hoofdstuk 2 is de theorie over *indifference* beschreven en vervolgens bewerkt voor het onderzoek naar *indifference* bij ondernemers. Aan de hand hiervan is een bepaalde veronderstelling opgesteld. Vervolgens zijn de 'observaties' ingevuld door middel van interviews. In hoofdstuk 4 zijn deze interviews verwerkt en zijn de grote lijnen onderscheiden. Vervolgens wordt in hoofdstuk 5 gekeken of de veronderstelling uit hoofdstuk 2 klopt, en wordt een voorstel gedaan om het model van *indifference* anders in te vullen. Dit onderzoek heeft derhalve zowel deductieve kenmerken (zie H2) als inductieve kenmerken (zie H5).



Figuur 3.1 Het wetenschappelijke onderzoeksproces (Wallace, in Braster, 2000:28)

Daarnaast is een onderscheid te maken tussen beschrijvend onderzoek, toetsend onderzoek en explorerend onderzoek (Den Hertog, 2008:13, Saunders, 2008:123-125). Dit onderzoek heeft kenmerken van toetsend onderzoek en van explorerend onderzoek. Toetsend onderzoek is gericht op het toetsen van hypothesen die zijn opgesteld uit de theorie. Er wordt onderzocht of een bepaalde theorie juist is. Er wordt in deze thesis gewerkt vanuit een bepaalde theoretische achtergrond en een daaraan gekoppelde veronderstelling; dit is het toetsende karakter van dit onderzoek. De theorie wordt echter gebruikt voor een doelgroep waarvoor de theorie niet geschreven is (de ondernemers), en er wordt in hoofdstuk 5 aangegeven hoe het model anders ingevuld kan worden; dit is het explorerende aspect van het onderzoek. Explorerend onderzoek gaat verder dan alleen het beschrijven van een bepaalde situatie, zoals bij beschrijvend onderzoek. Bij explorerend onderzoek is wel sprake van enige voorkennis van bepaalde verbanden. Uitkomst van dergelijk onderzoek kan een bepaalde nieuwe hypothese zijn. Dit komt in hoofdstuk 5 ook naar voren.

Het onderzoek in deze thesis is bovenal overwegend kwalitatief van aard; er wordt gewerkt met beschrijvingen uit de interviews van een bepaald verschijnsel. Zijdelings komen in de analyse wel termen aan bod als het merendeel of een drietal; dit kan gezien worden als een kwantitatief aspect. Op deze manier worden gemene delers in de analyse beschreven (Braster, 2000:26-27, Saunders, 2008:135-136). De term kwalitatief onderzoek wordt door Wester (1991:20-21) uitgewerkt aan de hand van drie methodologische uitgangspunten. Deze worden hieronder geconcretiseerd voor dit onderzoek.

- *De aard van de gegevens:* Een doel van kwalitatief onderzoek is om een beschrijving te geven van de betekenisverlening, zoals die door de betrokkenen tot uitdrukking is gebracht. In dit onderzoek wordt door middel van interviews gezocht naar deze betekenisinvulling, door de niet-actie van de ondernemers te analyseren.
- *De relatie gegevens-begrippen:* Gegevens over *indifference* van ondernemers zijn voor dit onderzoek niet bekend en er is ook niet bekend hoe daar door ondernemers tegenaan gekeken wordt. Er is vooraf dus geen kennis van de benodigde gegevens, de relatie tussen de begrippen en de te verzamelen gegevens is open en wordt via het onderzoek achterhaald en zichtbaar gemaakt. Deze relatie wordt ingevuld door een open blik op de deze empirische gegevens.
- *Het onderzoeksontwerp:* De onderzoeker moet diepgaand contact hebben met de werkelijkheid om aan de vorige twee punten te kunnen voldoen. Dit gebeurt door middel van het uitvoeren van een casestudy waar in de volgende paragraaf aandacht voor is. Zo kunnen verschillende inzichten uit de werkelijkheid getoetst en uitgewerkt worden.

3.3 De casestudy

Dit onderzoek heeft als doel het inzicht krijgen in de rol van *indifference* bij inactiviteit van ondernemers aangaande mogelijkheden van afzetgebieden en het aantrekken van personeel in de Duitse grensregio. Dit is duidelijk een onderzoek waarin diepgang gewenst is in een enkel object (de veronderstelde *indifference*), maar in verschillende cases. Dat heeft geleid tot een keuze voor een vergelijkende casestudy (Verschuren & Doorewaard, 2007:187). Uitgangspunt bij een casestudy is “een intensieve bestudering van een sociaal verschijnsel met één of enkele onderzoekseenheden” (Braster, 2000:21). Een andere definitie is “een onderzoek waarbij de onderzoeker probeert om een diepgaand en integraal inzicht te krijgen in één of enkele tijdruimtelijk begrensde objecten of processen” (Verschuren & Doorewaard, 2007:183). De nadruk ligt dus steeds op een intensieve bestudering. In dit onderzoek wordt *indifference* bij ondernemers uitvoerig bestudeerd. Deze casestudy kent een theoretische inbedding: het inzicht krijgen in *indifference* bij ondernemers. Daarnaast heeft het onderzoek een geografische inbedding: het gaat om ondernemers die op maximaal 25 kilometer van de Duitse grens gevestigd zijn en de focus ligt op ondernemers uit het gebied Rijn-Waal. De doelgroep is beperkt tot onderzoek naar MKB-ondernemers (zie ook H1).

Ondanks dat het lastig is onderscheid te maken tussen het verschijnsel dat bestudeerd wordt en de context waarin dat gebeurt, is de casestudybenadering heel goed geschikt om vragen als ‘waarom’, ‘wat’ en ‘hoe’ te beantwoorden. Casestudies worden daarom vaak gebruikt in explorierend en toetsend onderzoek (Saunders et al., 2008:129). Dat is, zoals hierboven beschreven, kenmerkend voor dit onderzoek. Er is hier gekozen voor een casestudy, omdat de nadruk ligt op hoe *indifference* vorm krijgt bij ondernemers en in principe niet op de kwantitatieve aspecten van *indifference*, waarbij beter een benadering als een survey had gepast. Enerzijds wordt dus het veld van *indifference* verkend, zoals dat eruit kan zien voor ondernemers. Anderzijds wordt ook inzicht verkregen in het waarom van *indifference*. Swanborn (1996:25) geeft in dit licht een belangrijk principe: bij een casestudy dient aandacht uit te gaan naar ‘multiple realities’. Er kan sprake zijn van verschillende of tegengestelde opvattingen en interpretaties van de respondenten. In hoofdstuk 4 is hier nadrukkelijk aandacht voor.

Een belangrijk kenmerk van een casestudy is dat er sprake is van één of enkele onderzoekseenheden (Braster, 2000:23). Dat is hier het geval; er zijn immers 10 ondernemers geïnterviewd. De casestudystrategie voor dit onderzoek bestaat uit meervoudige cases. Er is aandacht voor de variatie tussen de cases en binnen de cases. Er is bij 10 verschillende ondernemers gekeken hoe *indifference* vorm kan krijgen. Door meerdere cases te onderzoeken kunnen resultaten uit een case vergeleken worden met resultaten uit andere cases. Door te kijken naar gemene delers kunnen generalisaties gemaakt worden over de hele onderzoeksgroep (Yin, 2003, in Saunders et al., 2008:129-130). Een tweede onderscheid dat gemaakt wordt door Yin aangaande casestudy's is het verschil tussen holistische tegenover ingebedde cases. In dit onderzoek gaat het om holistische onderzoekseenheden: het gaat om de ondernemer, als mens, achter de onderneming. In het geval van ingebed onderzoek zouden meerdere personen in de onderneming geïnterviewd moeten worden; in dit onderzoeksverband is dat niet relevant (Yin, 2003, in Saunders et al., 2008:130).

In hoofdstuk 4 is op een impliciete manier gewerkt met een vergelijkende casestudybenadering volgens de comparatieve methode. Zoals gezegd is het doel van dit onderzoek het toetsen van de in hoofdstuk 2 opgestelde hypothese, naar aanleiding van theoretische inzichten.

Bij comparatief onderzoek ligt de focus op het bestuderen van diversiteit en op het vinden en analyseren van patronen van overeenkomsten en verschillen. Er worden cases met elkaar vergeleken. Meer dan in andere kwalitatieve methoden wordt er in de comparatieve methode gezocht naar oorzaken en zogenaamde causale complexiteit. Het toetsen en verfijnen van theorie is goed mogelijk aan de hand van deze methode. In deze thesis gebeurt dit door in hoofdstuk 4 drie cases min of meer intact te laten, en daarmee de onderlinge vergelijkbaarheid en de diversiteit te laten zien. Vervolgens worden de andere zeven cases geplaatst ten opzichte van het beeld dat gemaakt is aan de hand van de drie cases die steeds de breedte van het beeld van *indifference* voor een bepaalde fase schetsen (zie ook §3.4) (Ragin, 1994).

Bij comparatief onderzoek vindt de analyse vaak plaats op een ander niveau dan waar de verklaring gelegen is. In dit onderzoek zou dat als volgt uitgelegd kunnen worden: het onderzoek gebeurt onder ondernemers, terwijl verondersteld wordt dat de verklaring van het gedrag van ondernemers ligt op het macroniveau; bijvoorbeeld de beïnvloeding door de nationale kadering als gevolg van de invloed van de *habitus* (zie ook §2.4) (Nieuwkamp, 2008:129). Er zijn diverse methodes ontwikkeld om de comparatieve methode toe te passen. In dit onderzoek is dat niet expliciet gebeurd, maar de analyse in hoofdstuk 4 is wel gestuurd door de gedachte achter deze methode. In hoofdstuk 4 is namelijk gezocht naar een manier om de resultaten van de interviews naast elkaar te zetten en te vergelijken. In het vervolg van dit hoofdstuk is hiervoor uitgebreid aandacht bij de opbouw van de analyse, de interviewmethode en de selectie van de cases.

3.4 De opbouw van de analyse

In hoofdstuk 1 en 2 is duidelijk geworden dat onderzoek doen naar *indifference* erg ingewikkeld is. Het gaat bij *indifference* nadrukkelijk niet om het meten van besluiteloosheid of ambivalentie. Het grootste gevaar schuilt in het beïnvloeden van de respondenten; door het noemen van het thema van het onderzoek zouden ondernemers namelijk al direct beginnen met het invullen van het waarom van de niet-actie (Smith et al., 2009:4). Er moet dus een manier gevonden worden om toch inzicht te verkrijgen in de veronderstelde *indifference* bij ondernemers. Er kunnen immers geen expliciete vragen gesteld worden naar *indifference*. Andere mogelijkheden om deze *indifference* te ontrafelen zijn niet gemakkelijk voorhanden. Smith et al. (2009:17) noemen bijvoorbeeld wel de optie om participierend onderzoek of sociaal psychologische experimenten uit te voeren, maar de uitwerking daarvan is niet eenvoudig.

Omdat er vooralsnog geen andere informatie over het thema *indifference* bij ondernemers bestaat uit eerdere onderzoeken, is erg veel aandacht besteed aan de opbouw van het interview. Daarnaast vergt, zoals gezegd, het onderzoeken van *indifference* een specifieke interviewmethode. De semi-gestructureerde interviews zijn aan de hand van een interviewgide gedaan (zie bijlage 1) (Saunders et al., 2008:301). Deze werkwijze zorgt ervoor dat er bij elk interview, hoewel dezelfde vragen en thema's zijn behandeld, er wel verschillende vragen aan bod komen. Op deze manier is er enerzijds genoeg structuur om in de analyse vergelijkingen tussen de cases te kunnen maken. Anderzijds is er genoeg ruimte voor uitweidingen, waarin de nuance van *indifference* aan bod kan komen. Sommige respondenten zullen bijvoorbeeld meer ervaring hebben met het verkopen van producten of diensten over de grens, terwijl anderen helemaal niet-actief zijn in andere landen. Dit is bij het selecteren van de respondenten niet vooraf vast te stellen. De resultaten van de interviews zijn getranscribeerd, om in de analyse te kunnen komen tot een betrouwbaar beeld.

In voorbereiding op de interviews met de ondernemers uit de grensregio zijn twee verkennende gesprekken gevoerd met ondernemers. Op deze twee respondenten waren de selectiecriteria, die later aan bod komen, niet van toepassing. Het gaat om vertegenwoordigers van grotere bedrijven, die met zekerheid ervaring hebben met afzet van goederen en diensten in het buitenland en het betrekken van werknemers van over de grens. Daarbij is overigens in beginsel ook niet het doel van het onderzoek genoemd, om een eerste vingeroefening te hebben met de manier van onderzoek, zoals die hieronder wordt uitgewerkt. Door in het vervolg van het gesprek in te gaan op hun werkwijze is begrip ontstaan van de manier waarop een bedrijf in de praktijk om kan gaan met internationalisering in de grensregio. De inzichten uit deze gesprekken zijn gebruikt om een zo adequaat mogelijke interviewgide op te stellen.

De analyse kent een opbouw die volgt op de manier waarop de interviews zijn gedaan. Er worden drie fases onderscheiden in de analyse:

- Fase 1 - Voor de drempel: de verkenningsfase
- Fase 2 - Op de drempel: de confrontatiefase
- Fase 3 - Over de drempel: de rationaliseringsfase

Bij de fasering wordt met de term 'drempel' vooral bedoeld op een methodische scheidslijn tussen de verschillende fases van het interview. Daarnaast wordt op deze wijze wordt de logica van het conceptuele model uit H2 gevolgd, waarin een drempel geplaatst is tussen indifferente passiviteit en bewuste (in)activiteit. Hieronder wordt toegelicht wat met elke fase bedoeld wordt.

Fase 1 - Voor de drempel: de verkenningsfase

In dit onderzoek is het hierboven gestelde probleem van het niet kunnen benoemen van het onderzoeksthema ondervangen door in het eerste deel van het onderzoek het onderzoeksthema nadrukkelijk niet te noemen. Het onderzoek is daarom geïntroduceerd bij de (mogelijke) respondenten als een onderzoek naar de relatie tussen de regio en hun afzetmarkt en hun personeelsbeleid zonder dat daarbij de grens specifiek genoemd wordt. Dit is dezelfde tactiek als Van der Velde et al. (2005) hebben gebruikt. Dat is terug te zien in de interviewgide (zie bijlage 1).

De antwoorden uit het eerste gedeelte van het interview worden verwerkt in de analyse onder de noemer 'verkenningsfase'. In deze fase wordt inzicht verkregen in wat ondernemers zien als hun potentiële handelingsgebied voor wat betreft afzet en voor het aantrekken van personeel. Naar deze twee thema's is in deze fase op verschillende manieren uitgebreid gevraagd. Het doel is om te achterhalen of de Duitse grensregio al in beeld is voor deze twee thema's. Immers de fase voor de *threshold* kan volgens het model uit hoofdstuk 2 onder invloed staan van de *indifference*-factor.

Fase 2 - Op de drempel: de confrontatiefase

De tweede fase die in de analyse aan bod komt, is de fase van de confrontatie met het onderzoeksthema, in dit onderzoek de 'confrontatie-fase' genoemd. Er wordt uitgelegd wat de insteek is van het onderzoek en er wordt gekeken op welke manier de respondenten hierop reageren.

De tweede fase van de interviews is dus een belangrijke, maar over het algemeen korte fase. Waar in het eerste deel van het interview de ondernemers nog onwetend waren over het doel van het interview, worden zij in het tweede deel geconfronteerd met het feit dat dit onderzoek draait om hun mogelijke indifferentie aangaande mogelijkheden in het Duitse gedeelte van de grensregio. De eerste reacties op deze confrontatie zullen nogal verschillen. Deze reactie op de confrontatie van alle

interviews wordt woordelijk weergegeven, omdat deze tekenend zijn voor het onderzoek. De eerste reactie is erg belangrijk voor het inschatten van de mate van en de nuance bij *indifference*.

Fase 3 - Over de drempel: de rationaliseringsfase

De derde fase is de fase van het onderzoek waarin de in §2.6.3 geformuleerde aandachtspunten centraal staan. Na de initiële reactie van fase 2 volgt nu de uitleg van de ondernemers voor hun keuzes. Immers de ondernemers wordt nu expliciet gevraagd naar hun relatie met Duitsland en de redenen van de mate van interactie. In principe is de fase van *indifference* daarmee voorbij, omdat in het onderzoek nu wordt doorgevraagd over de rationaliteit achter de (in)activiteit.

In deze fase wordt dieper ingegaan op de redenen die ondernemers aanvoeren voor het niet-actief zijn, en wordt de duiding die ondernemers geven aan het onderzoeksthema geanalyseerd. Daarbij komen meer bewuste overwegingen aan bod, maar tussen de regels door wordt gekeken naar in hoeverre sporen van *indifference* zichtbaar zijn. Er wordt daarbij aandacht gegeven aan in hoeverre de redenen gestoeld zijn op ervaringen en onderzoek of op basis van een perceptie van de werkelijkheid. Deze fase, waarbij de ondernemers zich bewust zijn van het onderzoeksthema aangaande de relatie met de Duitse grensregio, is cruciaal om meer inzicht te krijgen in hoeverre de keuzes bewust of onbewust worden gemaakt. De nuances in hun keuzes zijn dus erg belangrijk om meer begrip te krijgen van *indifference*. Ook het eerder genoemde uitgangspunt van een brede interpretatie van *indifference* wordt hierbij in het achterhoofd gehouden.

3.5 De selectie van de cases

In deze paragraaf wordt duidelijk gemaakt op grond van welke criteria de respondenten gekozen zijn (§3.5.1) en vervolgens wordt uitgewerkt welke respondenten er daadwerkelijk zijn geïnterviewd (§3.5.2).

3.5.1 Steekproeftrekking en -criteria

In dit onderzoek wordt gewerkt met een zogenaamde niet-stochastische steekproeftrekking. Een stochastische steekproeftrekking (een kanssteekproef) is in het geval van dit onderzoek niet mogelijk, omdat de respondenten aan een aantal voorwaarden moeten voldoen die niet eenvoudig zonder voorselectie zijn te garanderen en derhalve niet aselekt kunnen worden gekozen. De steekproef van dit onderzoek is daarmee strategisch tot stand gekomen (Saunders, et al., 2009:198-220). De voorwaarden voor de steekproef worden hieronder uitgewerkt.

Vooraf door gesprekken met medewerkers van de Kamer van Koophandel Centraal-Gelderland zijn ondernemers die relevant zijn voor dit onderzoek voorgeselecteerd. De medewerkers van de Kamer van Koophandel zijn goed ingevoerd in het gebied; zij kennen de ondernemers waar de eerder geformuleerde onderzoeksvragen mogelijk op van toepassing zijn. Daarnaast is in een enkel geval gebruik gemaakt van de sneeuwbalmethode, dat wil zeggen een interviewcontact is ontstaan uit een eerder interview met een andere ondernemer (Saunders, et al., 2009:228).

Het belangrijkste selectiecriterium is dat de ondernemers niet over de grens actief zijn op tenminste één van de twee voorwaarden die samenhangen met de onderzoeksvraag: het product dat de respondenten verkopen moet logischerwijs ook over de grens een afzetmarkt kunnen kennen en het werk dat ze aanbieden moet ook openstaan voor Duitsers. Een supermarkt in het centrum van Arnhem zal weinig interesse hebben in het vergroten van het afzetgebied tot over de grens en een

advocatenkantoor met advocaten die alleen zijn ingevoerd in het Nederlandse strafrecht biedt geen diensten aan die voor Duitsers geschikt kunnen zijn. De lokale middenstander in Ede zal niet geïnteresseerd zijn in personeel uit Duitsland, en een callcenter dat Nederlandse klanten benadert, heeft niets aan een Duitse werknemer die de Nederlandse taal niet beheerst. Op deze manier worden cases geselecteerd waarin *indifference* een rol kan spelen. Wanneer ondernemers worden onderzocht die wel een afzetmarkt in de Duitse grensregio en tevens personeel uit de Duitse grensregio in dienst hebben, kan worden gesteld dat van *indifference* sowieso geen sprake is. Bij deze bedrijven is immers al de afweging gemaakt om over de grens actief te zijn en speelt *indifference* geen rol (meer). Omdat dit onderzoek zich in eerste niet richt op de mogelijke institutionele barrières en de afwegingen om al dan niet over de grens actief te worden op een van de twee onderscheiden gebieden, is het noodzakelijk om bedrijven die de grens letterlijk en figuurlijk zijn gepasseerd, buiten beschouwing te laten.

Er is in dit onderzoek gekozen om alleen de motieven van Nederlandse ondernemers te onderzoeken. Het houden van interviews in het Duits en het interpreteren van die interviews zou het onderzoek onnodig arbeidsintensief maken en doordat er contact is met de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland is de groep Nederlandse ondernemers makkelijker benaderbaar. Er moeten echter nog meer keuzes worden gemaakt om tot een selectie van te onderzoeken ondernemers te komen (binnen de beperkingen van dit onderzoek). Er is gekozen om bedrijven uit het midden- en kleinbedrijf (MKB) te benaderen. Van grotere bedrijven kan worden verondersteld dat ze waarschijnlijk meer internationaal georiënteerd zijn en dus dat de kans groter is dat ze over de grens actief zijn en daarom niet in aanmerking komen voor dit onderzoek. Het opnemen van deze bedrijven zou tot een hoge non-respons kunnen leiden. Een derde selectie is gemaakt op basis van economische sectoren. Er is voor gekozen om bedrijven te onderzoeken uit een verschillend aantal sectoren, zoals diensten, handel en industrie. Dit voorkomt dat eventuele conclusies te sterk worden beïnvloed door de toevallige omstandigheden in één sector. Tot slot is het gebied waarbinnen mogelijke respondenten zijn benaderd geografisch beperkt. Er is voor gekozen om alleen bedrijven te onderzoeken die in nabijheid van de grens gelegen zijn, omdat voor deze bedrijven geldt dat het 'logischer' is om iets te doen in regio, die in principe ook aan de andere kant van de grens doorloopt. De meeste respondenten vallen binnen het werkgebied van de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland, dat grotendeels overlapt met het Nederlandse deel van de Euregio Rijn Waal. Naast al deze methodologische redenen speelt de afstand tot de ondernemer om praktische redenen ook een rol. Een relatief kleine afstand tot de ondernemer maakt dat het afnemen van de interviews goed op locatie kan worden gedaan.

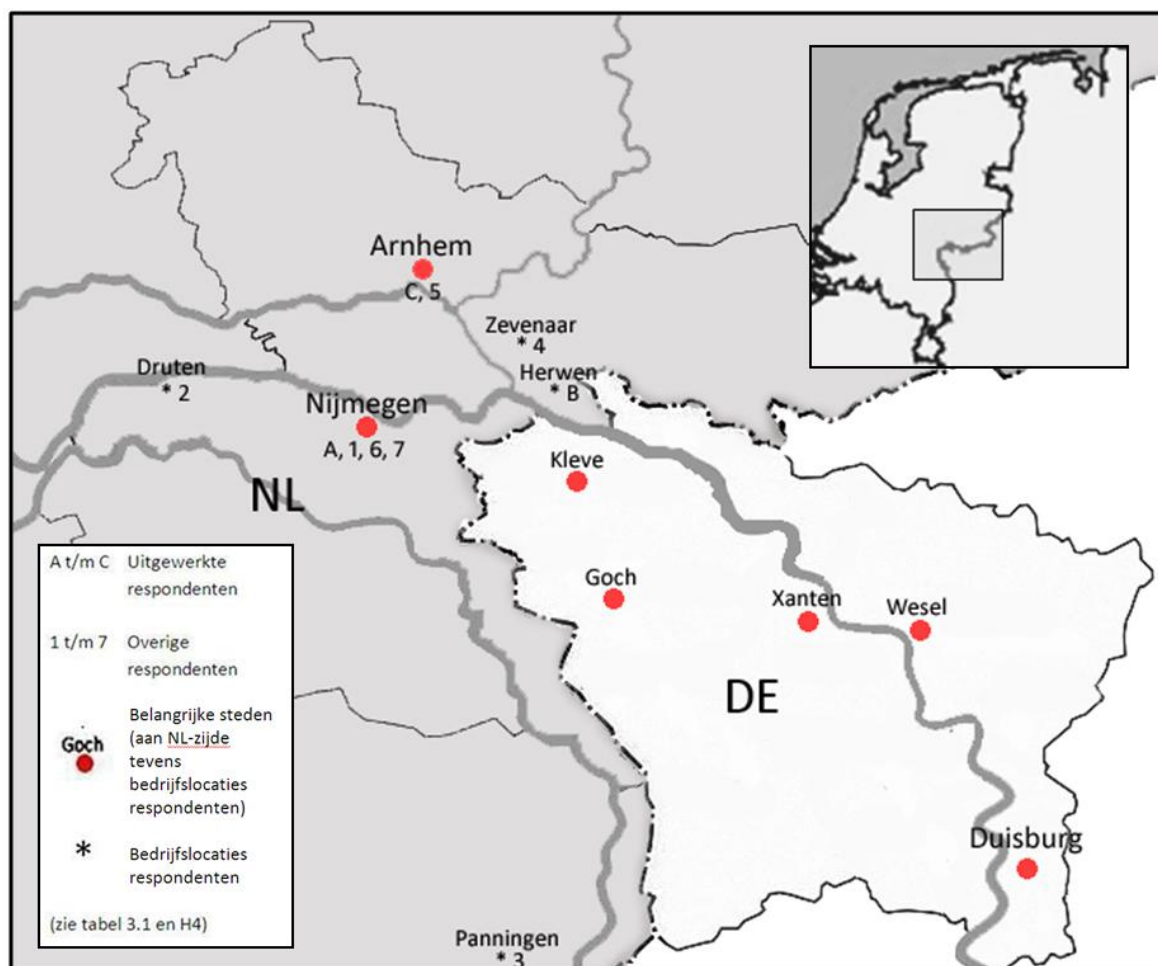
3.5.2 De daadwerkelijke cases

De hiervoor beschreven selectie heeft er toe geleid dat uiteindelijk 21 mogelijk geschikte respondenten zijn benaderd, waarna er 10 geschikt en bereid werden gevonden om mee te werken aan het onderzoek. Met deze respondenten zijn gesprekken gevoerd aan de hand van een interviewgide (§3.4). Alle bedrijven, op een na, komen uit de regio Arnhem-Nijmegen. Een bedrijf is zuidelijker gelegen - en is via de eerder genoemde sneeuwbalmethode in beeld gekomen - maar is wel actief in deze grensregio. De bedrijven zijn allemaal op maximaal 25 kilometer van de grens met Duitsland gevestigd (zie tabel 3.1 en kaart 3.1). In november en december 2010 zijn gesprekken gevoerd met ondernemers in de grensregio. Van de interviews met de 10 respondenten zijn

transcripten gemaakt. Deze transcripten worden in hoofdstuk 4 gebruikt om *indifference* te duiden. In de analyse is gewerkt met geanonimiseerde gegevens. De reden daarvoor ligt in het feit dat ondernemers op deze manier vrijuit konden praten over hoe zij omgaan met de regio. Om dezelfde reden zijn de transcripten niet als bijlage toegevoegd. Deze zijn op aanvraag wel beschikbaar. Op het resultaat van dit onderzoek heeft dat verder geen invloed (Saunders, 2008:527). Gezien de vele quotes wordt in de analyse gewerkt met voorletters, zonder bedrijfsnamen. Op deze manier blijft het verhaal levendig.

Het werken met quotes vergt overigens wel een zorgvuldige werkwijze. De gebruikte quotes dienen in lijn te zijn met de overige inhoud van het interview. Hier is bewust aandacht aan besteed, immers “...cherry-picking quotes from interview transcripts does not constitute ‘systematic qualitative data analysis.’” (Price, 2010:204).

In kaart 3.1 zijn deze respondenten (A-C en 1-7) weergegeven in een kaart van de grensregio Rijn-Waal, met daarop ook de belangrijkste Duitse steden. In de tabel van de respondenten (tabel 3.1) is vervolgens de functie van de respondent, het soort bedrijf, de vestigingsplaats en aantal personeelsleden beschreven. Deze zijn genummerd van A tot en met C, dit zijn de respondenten die uitgebreid aan bod komen in de analyse en van 1 tot en met 7, dit zijn de overige respondenten.



Kaart 3.1 Overzicht van de bedrijfslocatie van de respondenten in de regio Rijn-Waal

Nummering	Respondent, functie en locatie	Bedrijfsomschrijving op basis van het handelsregister en van de interviews	Aantal werknemers
A	Dhr. B. V. , directeur-eigenaar Nijmegen	Het ontwikkelen en beheren van kennismanagement, diensten en producten	3
B	Dhr. C. W., directeur-eigenaar Herwen	Het ontwerpen, vervaardigen en installeren van gas- en vloeistofreinigende technieken voor de bulkindustrie	19
C	Dhr. M.M. (1), algemeen manager Arnhem	Import en export, koop verkoop, en verhuur van audiovisuele, communicatie en presentatieapparatuur	29
1	Dhr. M. D., directeur-eigenaar Nijmegen	Ontwikkeling van en advisering bij internetconcepten	7
2	Dhr. M. M. (2), directeur-eigenaar Druten	Cateringbedrijf	10
3	Dhr. A. V., algemeen manager Panningen	Groot- en detailhandel in schoonmaakartikelen en toiletartikelen	13
4	Dhr. E. E., algemeen manager Zevenaar	Groothandel in deuren	48
5	Dhr. D. V., directeur- eigenaar Arnhem	De handel in parketvloeren	2
6	Dhr. R. A., algemeen manager Nijmegen	Het realiseren van ICT-projecten	21
7	Dhr. S. U., directeur- eigenaar Nijmegen	Multimediaal communicatie- en designbureau, voornamelijk gericht op communicatie-uitingen en vormgeving	6

Tabel 3.1 Overzicht met kenmerken van de geïnterviewde ondernemers

3.6 Validiteit

De gekozen methode heeft gevolgen voor de geldigheid van de conclusies van het onderzoek. De interne geldigheid is niet problematisch, maar de externe geldigheid dient bij casestudies in de gaten te worden gehouden. Omdat het aantal onderzochte gevallen gering is, is het vrijwel niet mogelijk om uitspraken te doen die gelden voor een andere populatie dan die onderzocht wordt in dit onderzoek, namelijk de ondernemers waarmee gesproken wordt (Verschuren & Doorewaard,

2007:187). Een conclusie aangaande alle ondernemers in deze grensregio is daarom mogelijk al niet geldig, laat staan dat de conclusies te generaliseren zijn voor 'ondernemers in grensregio's'.

Er moet dus het voorbehoud gemaakt worden dat door de kleine onderzoeksgroep alleen indicatieve uitspraken kunnen worden gedaan, evenals Van der Velde et al. (2005) dat doen. Op deze wijze wordt wel een beeld geschetst, maar kunnen geen harde uitspraken over de hele groep gedaan worden. Wel biedt het onderzoek aanknopingspunten voor een groter, en wellicht kwantitatief onderzoek, waarin het concept van *indifference* verder en breder wordt getoetst. In deze zin dient deze scriptie als een verkennend onderzoek. Volgens Saunders et al. (2008) is onderzoek dat niet extern valide is, niet geschikt om naar andere populaties dan degene waarin het onderzoek verricht is, te vertalen. Daarmee zou dit soort onderzoek in principe niet geschikt voor het produceren van theorie.

Toch beoogt dit onderzoek wel theorievormend te zijn, in die zin dat het bestaande *threshold*-model wordt uitgebreid met een nog niet eerder onderzochte groep: ondernemers. Daarnaast wordt in hoofdstuk 5 beschreven hoe naar aanleiding van de interviews het *threshold*-model met een andere structuur beter zou passen bij de uitkomsten van het onderzoek. Daar dit onderzoek een meervoudige casestudy betreft zijn er wel meer mogelijkheden. Meervoudige casestudy's zijn niet eenvoudig bruikbaar voor statische generalisatie, maar kunnen wel gebruikt worden voor theoretische generalisaties. Deze theoretische generalisatie heeft plaats in hoofdstuk 5. Dit kan door empirisch materiaal aan te leveren dat een bepaalde theorie ondersteunt. Door Swanborn is dit 'het generaliseren naar een breder domein' genoemd (1996:69). De context van de respondenten moet daarbij steeds in de gaten gehouden worden. Er wordt daarom gegeneraliseerd naar een domein van op die kenmerken overeenkomstige cases. De beperking van het onderzoek is echter dat de conclusies strikt gesproken alleen zouden kunnen gaan over de ondernemers die daadwerkelijk zijn onderzocht. Het ontbreken van studies naar ondernemers en het onderzoeken van de *threshold of indifference* bij deze niet eerder onderzochte groep maakt dat dit onderzoek - zij het met de hiervoor gemaakte kanttekeningen - toch kan worden gezien als theorievormend. In de conclusies moet echter constant voorzichtigheid worden betracht.

4 De analyse

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de interviews met de ondernemers uit de grensregio uitgewerkt, gekwalificeerd en geanalyseerd. Zoals beschreven in hoofdstuk 3 zijn de respondenten geïnterviewd aan de hand van een interviewgide. Deze interviewgide is zo opgesteld dat in elk interview drie fases te onderscheiden zijn:

1. *Fase 1* - Voor de drempel: de verkenningfase
2. *Fase 2* - Op de drempel: de confrontatiefase
3. *Fase 3* - Over de drempel: de rationaliseringsfase

Om recht te doen aan zowel het conceptuele model als aan de analyse van het materiaal, wordt in dit hoofdstuk gewerkt met twee soorten analyses. Deze eerste verkenning maakte duidelijk dat er een grote verscheidenheid is aan antwoorden in de interviews. Per onderscheiden fase worden steeds dezelfde drie cases uitgewerkt en wordt de strekking van het verhaal weergegeven. Dit laat tevens de ontwikkeling zien van de fases in de interviews (§4.2.1, §4.3.1 en §4.4.1.). De drie cases zijn geselecteerd op de veronderstelling dat zij zoveel mogelijk verscheidenheid per fase laten zien. Ten eerste wordt een interview uitgewerkt waarin een ondernemer aan het woord komt die indifferente kenmerken laat zien, ten tweede komt een ondernemer aan bod die zich in het midden van het spectrum lijkt te bewegen, en er wordt een interview uitgewerkt dat een beeld laat zien met veel meer overwegingen. Het gaat om de volgende drie cases:

- Het eerste interview is een interview met Dhr. B.V. (A). Samen met een compagnon is hij directeur van een bedrijf met 2 medewerkers, opgericht in 2008 en gevestigd in Nijmegen. De onderneming handelt in kennismanagement en dienstverlening voor grotere complexe kennisintensieve organisaties. Het bedrijf richt zich op groeiende organisaties, waarbij op een gegeven moment mensen niet meer van elkaar weten wat ze doen en welke kennis er in huis is. Dat wordt versterkt als er bijvoorbeeld sprake is van verschillende vestigingen. Een systeem kan deze kennis ontsluiten, bijvoorbeeld in de vorm van een webdienst of een geïntegreerde intranetdienst. Ook worden er workshops gegeven voor mensen die niet met een computer overweg kunnen. Het is dus een bedrijf dat gerekend wordt tot de ICT-sector, waarbij de ICT alleen als middel gebruikt wordt en geen doel op zich is.
- De tweede referent die aan bod komt is dhr. C.W. (B), eigenaar van ingenieursbureau met installatiecapaciteit, gevestigd in Herwen. Het bedrijf is specialist op het gebied van ontstoffings- en filtertechniek voor grote en kleine producenten in de bulkverwerkende industrie en heeft ongeveer 20 werknemers.
- De derde ondernemer is Dhr. M.M.(1) (C), algemeen manager van een bedrijf dat is gespecialiseerd in presentatietechniek en is gevestigd in Arnhem. Het bedrijf heeft drie onderdelen: een presentatietak, een verhuurtak en de multimediatrak. De presentatietak is voornamelijk gericht op het inrichten van presentatieruimtes van bijvoorbeeld overheidsinstellingen. De verhuurtak levert het totale pakket (muziek, podium, etc.) bij zowel kleinschalige als grootschalige evenementen. Het bedrijf produceert ook reclame- en bedrijfsfilmpjes. Er zijn 29 mensen werkzaam bij dit bedrijf.

Nadat aan de hand van deze drie referenten het spectrum is weergegeven, volgt per fase steeds een algemeen beeld van de overige interviews (1 t/m 7). Hierin wordt duidelijk dat er grote verschillen zijn tussen de ondernemers, maar ook dat er gemene delers te onderscheiden zijn (§4.2.2, §4.3.2 en §4.4.2). In alle paragrafen wordt voor zover mogelijk aandacht geschonken aan beide thema's van onderzoek, te weten afzetmarkt en het aantrekken van personeel. Omdat de ondernemers in de eerste fase apart zijn bevraagd op beide thema's, komen deze in §4.2 gescheiden aan bod. Bij de twee andere fases lopen de thema's meer in elkaar over in het verhaal, maar worden beiden wel genoemd. §4.4.2 is daarnaast onderverdeeld in een aantal, bij de interviews terugkerende, topics. Dit is in eerste instantie om de veelzijdigheid te laten zien van deze fase van de analyse en in tweede instantie om de uitwerking overzichtelijk te houden. Bij de analyse van deze fase wordt gebruikt gemaakt van de aandachtspunten uit §2.6.3, te weten mogelijkheden, informatie, (sociale) netwerken en emotionele vs. rationele afwegingen. De resultaten van de interviews worden in het volgende hoofdstuk verbonden met het conceptuele model uit hoofdstuk 2.

4.2 Eerste fase van de interviews - voor de drempel: de verkenningsfase

In de eerste fase van het interview is aan de hand van verschillende vragen geïnformeerd naar de (potentiële) ruimtelijke handelingszone van de ondernemer. In dit gedeelte is gevraagd naar de omvang van de regio voor wat betreft (potentieel) afzetgebied en (potentieel) gebied waar ondernemers hun personeel uit betrekken. Zoals is uitgelegd in hoofdstuk 3 worden de ondernemers in de eerste fase van het interview niet op de hoogte gesteld van het doel van het onderzoek; de respondenten weten niet dat het gaat om de relatie met de Duitse grensregio. Zonder verdere onderzoeksinformatie wordt uitgebreid gevraagd naar deze handelingszone, om te inventariseren of de verwachte inactiviteit aangaande de Duitse grensregio daadwerkelijk opgaat. Er wordt in deze fase van de interviews dus duidelijk of potentiële kansen van de Duitse grensregio al dan niet in beeld zijn, zonder dat deze grensregio expliciet genoemd wordt.

Zoals gezegd in de inleiding worden eerst drie cases toegelicht, aan de hand waarvan het spectrum van de andere interviews duidelijk wordt (§4.2.1). Deze bandbreedte wordt gebruikt voor de algemene analyse van deze fase van het onderzoek voor alle interviews in §4.2.1.

4.2.1 De verkenningsfase: de drie cases

Afzetgebied

Ondernemer C, dhr. M.M.(1)

In de eerste fase van het interview met een bedrijf in de verkoop en verhuur van audiovisuele en presentatieapparatuur worden (potentiële) mogelijkheden over de grens in het geheel niet genoemd. De algemeen manager M.M. (1) (C) zegt over het (potentiële) afzetgebied van dit bedrijf het volgende:

“De presentatietak, dat wat wij vast installeren, dat doen wij vrij landelijk. Natuurlijk wel meer in de regio Arnhem en omstreken. Maar als je kijkt naar verhuur, die is regiogebonden, omdat er meer bedrijfjes zijn op dat gebied. En als je het over specialisten hebt, de presentatiekant, dan heb je wel een veel grotere geconcentreerdheid hier in de regio. Maar we gaan ook zeer zeker naar Zwolle toe, en we zitten ook in Amsterdam en Rotterdam, en in Limburg. Als je dat olievlekje moet zien, dan heeft het hier de hoogste concentratie en zie je

dat het steeds minder wordt, hoe verder je weggaat. En dat is logisch omdat de reiskosten ook gewoon betaald moeten worden. En omdat andere bedrijven natuurlijk ook meer regiogebonden zijn. Ditzelfde gebied gaat eigenlijk op voor nieuwe mogelijkheden". (C)

Gevraagd naar de rol van afstand in zijn onderneming, geeft hij aan dat die zeker van belang is:

"Afstand speelt zeker een rol, ja .(....). Als je een geluidssetje huurt en dat kost 250 euro en er komt 150 bij voor het verzenden, halen, brengen, verzekeren. Dan is die verhouding kapot." (C)

De referent noemt alleen (potentiële) afzetmogelijkheden binnen het nationale kader. Het 'olievlekje' loopt, is uit zijn woorden op te maken, niet over de grens, terwijl de afstand tot de Duitse grensregio zeer beperkt is.

Ondernemer A, dhr. B.V.

Deze ondernemer, eigenaar van een bedrijf dat diensten en producten in de kennismanagementindustrie levert, refereert in de beginfase van het interview direct aan het belang van de vestigingsplaats in relatie tot Europa. Op de vraag waarom voor Nijmegen als vestigingsplaats is gekozen, voor een bedrijf dat een spin-off is van een bedrijf uit Venlo, refereert de respondent aan Maastricht als mogelijke vestigingsplaats:

"Maastricht is een hele mooie stad, maar was toen echt nog onbereikbaar. Toen was de A73 nog niet af. Naar Europa ligt dat wel veel meer open, maar de rest van Nederland is gewoon onbereikbaar." (A)

De bereikbaarheid binnen Nederland is blijkens zijn antwoord zwaarwegender dan de goede ligging naar de rest van Europa. Deze ondernemer staat wel open voor een vergroting van de afzetmarkt in het buitenland. Op de vraag over het (potentiële) afzetgebied antwoordt hij als volgt:

"De afzetmarkt beslaat eigenlijk heel Nederland en we krijgen nu de eerste aanvragen uit het buitenland binnen. En sowieso zijn het vaak grotere organisaties die bovenregionaal of zelfs wereldwijd opereren." (A)

Uit de antwoorden in de eerste fase van het interview is op te maken dat er sprake is van bewustzijn over de mogelijkheden van een afzetmarkt over de grens bij deze ondernemer, maar dat hij niet zelf actief op zoek is naar deze mogelijkheden. In deze beginfase is met name Nederland in beeld; Utrecht, Amsterdam en Den Haag worden genoemd wanneer het gaat over acquisitie en het maken van reclame:

"Utrecht of Amsterdam daar ontkom je niet aan. En wil je iets met de overheid doen, dan ontkom je gewoon niet aan Den Haag. Die uitbreiding is niet in cirkels om Nijmegen, maar meer in bepaalde lijnen. Utrecht, Amsterdam is onontkoombaar, daar kun je prima een klant aannemen, want daar ga je gewoon langs als je er toch bent." (A)

Ondernemer B, dhr. C.W.

In het derde interview komen (potentiële) mogelijkheden over de grens wel ter sprake. Dhr. C.W. (B), directeur van een bedrijf in gas- en vloeistof-reinigende technieken voor de bulkindustrie, heeft naast de nationale ook een Europese oriëntatie. Hij antwoordt op een vraag over zijn (potentiële) afzetgebied het volgende:

"Wij hebben onze hoofdtak momenteel in NL en België, we hebben wat in Engeland en Ierland, wat fruttel in Duitsland, beetje Litouwen. We zijn bezig met de cirkel wat meer Europees te maken, de bekende 600 km lijn. Ik zeg altijd je moet eerst je thuismarkt in handen hebben

voordat je naar buiten gaat kijken. Als je dat niet hebt, ben je met de verkeerde dingen bezig. Want export is hartstikke leuk, maar het kost wel veel energie.” (B)

Personeel

Reacties over het (potentiële) gebied waaruit de ondernemers personeel betrekken geven een ander beeld, maar hier komt wederom bij geen van de drie cases de Duitse grensregio expliciet aan bod. De referent B.V. (A), die bij de paragraaf over het afzetgebied wel lonkte naar het buitenland, is wat betreft personeel aan het eind van het spectrum te plaatsen. Hij is de enige ondernemer die überhaupt refereert aan mogelijkheden van personeel buiten de landsgrenzen:

“Programmeurs halen we uit ons netwerk, die kennen we wel genoeg. En iemand voor de sales en de binnendienst kan ook best in Den Bosch wonen of Utrecht, die moet alleen een of twee keer per week hier zijn en verder zit hij vooral op de weg (...) En van een programmeur is het ook prettig als hij hier in de buurt woont en hier voorlopig blijft zitten. Dan zitten alle andere bedrijven te ver weg voor zo iemand. Als diegene uit Utrecht komt dan kan hij zoveel andere banen vinden, dat je jezelf in je voet schiet. Een student aannemen, die niets met Nijmegen heeft, dan weet je zeker dat als hij afgestudeerd is, dat die dan weg is. Dan ben je niet in de lange termijn aan het investeren. We zijn nu wel bezig met een AISEC-student. Een internationale student die wel is afgestudeerd, die nog een of twee jaar internationale werkervaring op wil doen. Die zijn relatief goedkoop (...) Mochten we dat nog een keer doen, dan nemen we iemand van binnen de EU. Dat is gemakkelijker. Een Portugees schijn je toch binnen 2 tot 4 weken aan het werk te hebben.” (A)

De twee ondernemers in de andere geselecteerde cases (B en C) noemen op geen enkele manier mogelijkheden die buiten het nationale kader vallen. Zij hebben het vooral over een lokale of regionale schaal binnen Nederland:

“Naar mijn idee is dat meer richting Westervoort, dus Doetinchem, Arnhem. Ik woon in Nijmegen. Directeur woont in Vught, de ander in Rheden, dus het is wel rondom. Maar dat is inherent aan een bedrijf, je moet toch dicht bij een bedrijf wonen. (...). De regio is ondergeschikt aan de kwaliteit. Als je een eigen bedrijf hebt, probeer je reiskosten natuurlijk wel te vermijden. Hoe dichter iemand bijwoont, hoe idealer.” (B)

“Als we zoeken op LTS/MTS niveau dan zoeken we lokaal. Dan adverteren we in de Gelderlander, zeg maar Arnhem-Nijmegen en Achterhoek. Als ik nou kijk, dan wonen de mensen die hier werken in de cirkel Nijmegen, Arnhem, Dieren, Doetinchem, Winterswijk. En 80% hier van het Gelders eiland.” (C)

Verscheidenheid

Deze drie cases laten een divers beeld zien voor zowel het (potentiële) afzetgebied, als voor het (potentiële) gebied van waaruit werknemers betrokken worden. De antwoorden uit de overige zeven (1 t/m 7) interviews passen binnen dit spectrum. Het afzetgebied varieert dus van alleen lokale mogelijkheden tot Europese mogelijkheden. Datzelfde geldt, zij het in mindere mate, voor het (potentiële) gebied waarin gezocht wordt naar werknemers.

4.2.2 De verkenningsfase: het algemene beeld

Afzetgebied

Het merendeel van de respondenten geeft aan dat het huidige afzetgebied vooral in Nederland gelegen is. Gevraagd naar het potentiële afzetgebied worden ook vooral nationale mogelijkheden genoemd. Hierbij kan worden opgemerkt dat voor het merendeel van deze groep geldt dat de omzet vooral behaald wordt binnen de regio. Van de geïnterviewde ondernemers geven er twee aan dat het afzetgebied vooral lokaal is. De belangrijkste redenen die daarvoor werden genoemd waren de toenemende reiskosten die vergroting van het afzetgebied met zich meebrengt, en het feit dat voor deze productgroepen voldoende aanbod in andere regio's is, waardoor de vraag van buiten de regio gering is. Dhr. M.M.(2) directeur-eigenaar van een cateringbedrijf zei daarover het volgende:

"In principe maakt het niet veel uit, maar je snapt dat we 80% van de omzet halen binnen 20 a 25 kilometer. Wat daarbuiten zit is ook goed, maar dat komt wat minder vaak voor." (3)

Een aantal ondernemers had een meer regionaal verzorgingsgebied. Een van de respondenten, dhr. A.V. (3), manager van een groothandel in schoonmaakartikelen, gaf aan dat er voor zijn diensten vooral potentie zat in de verbreding van het aanbod in meerdere sectoren, niet zozeer in een groter regionaal afzetgebied:

"Ik denk dat we een verdichting hebben in Brabant, Limburg en een stukje van Zeeland. We hadden eerst de illusie dat we een betere landelijke dekking wilden hebben. Daar zijn we een beetje van teruggekomen. We kunnen beter een andere doelgroep in ons rayon aanboren." (3)

Meerdere ondernemers gaven aan dat het afzetgebied deels ook buiten de landsgrenzen ligt, maar dat daar nog een relatief beperkt deel van de omzet wordt behaald. Twee ondernemers zien het buitenland wel als potentieel groeigebied. Dhr. M.D. (1), eigenaar van een bedrijf in ontwikkeling van internetconcepten zei daarover het volgende:

"Tegenwoordig halen we veel omzet uit de regio, maar het komt vooral binnen via mediabureaus. En we hebben opdrachten in Amsterdam, Almere, Londen, Israël. Het maakt eigenlijk niet uit. Maar goed, ook wel via Londen weer iets in Barcelona, maar dan vooral via iemand die ik kende." (1)

Het is opvallend dat veel van de ondernemers die voor dit onderzoek zijn geïnterviewd, zowel voor hun huidige afzetgebied, als voor hun potentiële afzetgebied, grotendeels denken in nationale kaders. De kansen die zij zien om het afzetgebied te vergroten liggen over het algemeen in Nederland. Twee ondernemers geven aan dat er internationaal ook kansen liggen. In geen geval wordt specifiek verwezen naar de mogelijke kansen in het Duitse gedeelte van de grensregio.

Personeel

In de interviews is de ondernemers ook gevraagd naar het gebied waarin personeel geacquireerd wordt. Dit gebied is vanzelfsprekend per bedrijf verschillend, maar kan ook per functie binnen het bedrijf anders zijn. Een gemene deler voor alle geïnterviewde bedrijven is dat zij voor het aantrekken van personeel veelvuldig gebruik maken van hun netwerk in de sector en van regiogebonden netwerken. Een van de respondenten geeft aan dat reiskosten een overweging zijn. Bij een andere respondent wordt deze reistijd meer beschouwd vanuit werknemersoogpunt. In het verleden had deze ondernemer een aantal personeelsleden van buiten de regio. Dit leidde er toe dat deze werknemers vaak niet konden worden vastgehouden en dat ze weinig betrokken waren bij het bedrijf. Een andere ondernemer noemt de beschikbaarheid van hoogopgeleid personeel:

“Ik heb vooral mensen van de universiteit hier, daar kan je toch wat meer mee. Ze komen allemaal redelijk dicht uit de regio, je wilt mensen ook langer houden. In Amsterdam ben je mensen zo kwijt, je wilt ze echt iets leren. Dus dan is de locatie hier prima.” (1)

Er is een respondent die aangeeft dat er een onderscheid is tussen hoogopgeleid en lager opgeleid personeel. Voor lager opgeleid personeel wordt er vooral op lokale schaal gezocht. Voor hoger opgeleid personeel kijkt hij in heel Nederland. Er is ook een referent die zijn personeel vooral betreft uit de directe omgeving, als het om werkzaamheden binnen het bedrijf; verkopers worden gezocht in het rayon waar zij moeten werken. Het merendeel van de geïnterviewde ondernemers heeft geen problemen bij invullen van vacatures, en daarom wordt er vaak niet uitgebreid geadverteerd op welke schaal dan ook. Slechts bij twee respondenten komt naar voren dat het moeilijker is om geschikte kandidaten te vinden. Een van hen geeft aan dat het moeilijk is om voldoende gekwalificeerd personeel van de juiste leeftijd te vinden, omdat de mensen die hij in dienst wil hebben intern moeten worden opgeleid. Hij zou daarom liever jongere mensen aannemen, maar die dienen zich niet aan.

Bijna geen van de respondenten refereert in deze fase van het interview aan de mogelijkheid van het betrekken van personeelsleden buiten de landsgrenzen, op degene na die in de vorige paragraaf behandeld is, die wel kijkt naar internationale stagiaires. In ieder geval komt in geen geval de Duitse grensregio in beeld wanneer er gezocht wordt naar werknemers. Voor wat betreft het huidige personeelsbestand is nergens een relatie zichtbaar met de Duitse grensregio.

4.3 Tweede fase van de interviews - op de drempel: de confrontatiefase

De tweede fase van de interviews is een belangrijke, maar over het algemeen korte fase. Het is de fase van de confrontatie met het eigenlijke thema van dit onderzoek. Waar in het eerste deel van het interview de ondernemers nog onwetend waren over het doel van het interview, worden zij in het tweede deel geconfronteerd met het feit dat dit onderzoek draait om hun veronderstelde indifferentie aangaande mogelijkheden in het Duitse gedeelte van de grensregio. De eerste reacties op deze confrontatie verschillen nogal. Het is van belang om te benadrukken dat het bij een groot aantal van de interviews lastig is om de initiële reactie op het noemen van de mogelijkheden in de grensregio duidelijk te onderscheiden van de fase waarin de ondernemers beredeneren waarom zij niet, of weinig actief zijn in de grensregio. In §4.4 komt de duiding na de confrontatie door de ondernemers uitgebreid aan bod, maar eerst worden in deze paragraaf de eerste reacties van alle interviews woordelijk weergegeven, omdat deze tekenend zijn voor het onderzoek. Opnieuw worden eerst de reacties uit de drie cases weergegeven, om zo de verscheidenheid te laten zien. De reacties van de andere ondernemers zijn te plaatsen tussen deze eerste quotes. Overigens is deze fase dusdanig kort, dat er geen onderscheid gemaakt wordt tussen afzet- en personeelsmarkt. Er wordt in een enkel geval gerefereerd aan het personeelsbeleid, maar de ondernemers zien toch vooral aanknopingspunten met de potentiële afzetmogelijkheden in de Duitse grensregio.

4.3.1 De confrontatiefase: de drie cases

De drie cases die in §4.2.1 aan bod komen, geven in deze fase van het interview wederom aan welk spectrum er aan reacties is. De ondernemer in audiovisuele en communicatieapparatuur geeft de volgende reactie:

“Qua personeel, ja ehh, waarom zou je Duitsers aannemen als je geen Duitse klanten hebt, en als er een Duitse klant zou zijn, waarom kiezen ze dan voor ons. Ik denk dat dat het verhaal zou moeten zijn. Ik kan me niet voorstellen dat een Duits bedrijf ons zo speciaal vindt, dat ze over de grens gaan kijken. En dat wij het personeel in Duitsland zo speciaal vinden dat we over de grens gaan kijken. We hebben elkaar gewoon niet nodig. Onze business ligt toch echt in Nederland, en niet in Duitsland. Er zijn echt wel dezelfde bedrijven die hetzelfde doen in Duitsland. Dus geen interesse eigenlijk.” (C)

Een andere respondent, de directeur van een bedrijf in kennismanagement (A), geeft een genuanceerdere reactie en vraagt zich meer af waarom hij eigenlijk niets in de Duitse grensregio doet:

“Daar doen we helemaal niets mee.... Als je het iets meer met een helikopterview beschouwt, is er geen enkele reden waarom wij bijvoorbeeld niet in Düsseldorf of Keulen business zouden kunnen doen. Of in het Ruhrgebied. Het is ongeveer net zover rijden als Amsterdam of Den Haag en daar zitten we ook regelmatig.” (A)

De derde ondernemer (B), die al actief was over de grens in onder meer Duitsland (zij het niet specifiek in de Duitse grensregio), geeft aan dat de situatie in zijn geval anders ligt en begint direct over het feit dat hij geen barrières ziet:

“We zijn een wat bijzonder verhaal in dit traject denk ik. Mijn collega die het bedrijf gaat overnemen in de komende vijf jaar is in Duitsland geboren, wel in Nederland opgegroeid, maar spreekt vloeiend Duits. Ik ben getrouwd met een Argentijnse, maar onze voertaal is Duits. Hoewel ze mijn Nederlandse brieven verbetert hoor. De Duitse taal is dus geen barrière.” (B)

Verscheidenheid

De reacties van de ondernemers op de confrontatie lopen uiteen van een ondernemer die geen mogelijkheden gezien heeft en deze voor de toekomst ook niet ziet, via een ondernemer die zich afvraagt waarom hij daar eigenlijk nooit over nagedacht heeft, tot een ondernemer die bewust de stap niet maakt. De andere interviews zijn in deze bandbreedte te plaatsen.

4.3.2 De confrontatiefase: het algemene beeld

Drie respondenten zijn te plaatsen aan het begin van het spectrum. Zij geven de volgende reactie op de confrontatie met het eigenlijke onderwerp:

“Het zegt me niets, totaal niet. Ik rijd liever naar Amsterdam dan naar Goch.” (1)

“Nee. Daar heb ik eigenlijk nooit over nagedacht. We blijven maar in Nederland denk ik dan.” (2)

“Duitsland speelt op geen enkele wijze.” (5)

Een andere respondent geeft aan dat de locatie van de onderneming niets te maken heeft met de ligging ten opzichte van de grensregio en laat evengoed zien dat hij eigenlijk niet geïnteresseerd is in de Duitse grensregio. Hij verwoordt dat als volgt:

“Dat is ook niet de reden dat wij hier zitten. Omdat we dan lekker aan de grens zitten. Dat heeft voor ons geen toegevoegde waarde. Voor ons was het handiger geweest, als we in het midden van het land hadden gezeten.” (4)

Twee van de respondenten voeren aan dat de mogelijkheden in Nederland nog zo groot zijn, dat er eigenlijk geen behoefte bestaat om verder te kijken dan het nationale kader:

“Hmm, in het verleden hebben wij wat in België gedaan. En in Duitsland weet ik zo een twee drie even niet meer. Omdat wij heel erg op die partnerships zitten, tja, er is in Nederland nog zoveel te winnen, we kunnen nog zoveel groeien dat we zeggen: de komende 10 jaar zullen we gewoon in Nederland door blijven groeien.” (6)

Een andere ondernemer is meer in het midden van de bandbreedte te positioneren. Hij geeft aan dat er wel degelijk kansen liggen, en dat er niet direct goede redenen zijn om niet aan de andere kant van de grens te kijken:

“Ja, helemaal mee eens, dat is bij ons ook zo. Ja. En de reden is niet dat we op ons achterhoofd zijn gevallen. We weten best dat er goede kansen liggen in Duitsland.” (7)

Slechts een respondent benoemt gelijk een barrière:

“Mwahh, nog heel summier. We hebben maar een handje vol klanten in het buitenland, dat heeft ook te maken met wet- en regelgeving. We zitten in de schoonmaak, we zitten HACCP, keuringsdienst van waren, en die regelgeving ligt in Duitsland en België iets anders dan bij ons.” (3)

Het blijkt dat de meerderheid van de geïnterviewde ondernemers mogelijkheden in de Duitse grensregio niet (direct) als optie ziet. Drie van de tien respondenten geven aan wel mogelijkheden te zien, maar hier niet actief gebruik van te maken. Daarbij springt in het oog dat veel van de respondenten redelijk snel overgaan tot een invulling van de weinige activiteit aan de andere kant van de grens. Deze reacties komen uitgebreid aan bod in de volgende paragraaf over de derde fase van het interview: ‘de duiding naderhand’.

4.4 Derde fase van de interviews - over de drempel: de rationaliseringsfase

Zoals in hoofdstuk 3 is benoemd, is onderzoek naar de (*threshold of*) *indifference* gecompliceerd. Immers, zodra dit onderzoeksthema uitgelegd is, wordt de mate van indifferentie acuut beïnvloed. Er is getracht dit probleem deels te ondervangen door in de eerste fase op zoek te gaan naar in hoeverre de Duitse grensregio in overwegingen terugkomt, zonder het onderzoeksthema te noemen. De mogelijkheden in de Duitse grensregio kwamen eigenlijk niet ter sprake; dit was ook te verwachten, aangezien de selectie van de respondenten was gemaakt met het oog op ondernemers die naar alle waarschijnlijkheid niet actief waren in de Duitse grensregio (zie H3). In vervolg hierop werd in de tweede fase de eerste reactie op het onderzoeksthema weergegeven en geanalyseerd, omdat deze reactie kenschetsend is voor de houding van de ondernemers ten opzichte van de Duitse grensregio. In deze paragraaf komt nu de derde fase van de interviews aan bod, waarin dieper wordt ingegaan op de redenen die ondernemers aanvoeren voor het niet-actief zijn, en wordt de duiding die ondernemers geven aan het onderzoeksthema geanalyseerd. Daarbij komen meer bewuste overwegingen aan bod, maar tussen de zinnen door wordt gekeken naar in hoeverre sporen van *indifference* zichtbaar zijn. Deze fase, waarbij de ondernemers zich bewust zijn van het onderzoeksthema aangaande de relatie met de Duitse grensregio, is cruciaal om meer inzicht te krijgen in hoeverre de keuzes bewust of onbewust worden gemaakt. Er wordt daarbij aandacht

gegeven aan in hoeverre de redenen gestoeld zijn op ervaringen en onderzoek, of op basis van een perceptie van de werkelijkheid.

Ook in deze fase van de interviews komen eerst de drie geselecteerde ondernemers (A, B en C) uitgebreid aan bod (§4.4.1). Wederom laten de ondernemers een divers beeld zien. In §4.4.2 wordt een algemeen beeld van de reacties geschetst en geanalyseerd aan de hand van een aantal terugkerende door de ondernemers aangehaalde topics.

4.4.1 De rationaliseringfase: drie cases

Het spectrum wordt samengesteld uit twee interviews van ondernemers die niet actief zijn in de Duitse grensregio (A en C) en een ondernemer die actiever is, zij het met name op het aantrekken van personeel uit de Duitse grensregio, maar bij dit personeelsbeleid wel verschillende barrières benoemt (B).

Ondernemer C, dhr. M.M.(1)

In de eerste reactie op het onderzoeksthema werd al duidelijk dat deze ondernemer niet kan bedenken waarom Duitse klanten voor een Nederlands bedrijf in zijn branche zouden kiezen:

“We hebben elkaar gewoon niet nodig. Onze business ligt toch echt in Nederland, en niet in Duitsland. Er zijn echt wel dezelfde bedrijven die hetzelfde doen in Duitsland. Dus geen interesse eigenlijk.” (C)

Het zelf op zoek gaan naar mogelijkheden in de Duitse grensregio noemt de referent niet en ziet dat blijkbaar niet als een reële optie. Op de vraag naar het waarom van deze reactie antwoordt de referent als volgt:

“Wij hebben onze focus absoluut niet op Duitsland, er ligt totaal geen... Wij kijken niet over de grens heen, misschien is dat wel iets van onwetendheid, misschien ligt er wel heel veel business, die wij kunnen pakken, die wij nu niet pakken. We speren er totaal niet op.” (C)

Er zouden dus kansen kunnen liggen in de Duitse grensregio, veronderstelt de respondent, maar er wordt überhaupt niet overwogen daar mee aan de slag te gaan. Als er doorgevraagd wordt, komen er als snel verschillende barrières aan bod:

“De installatieploeg moet dan ook Duits gaan kennen. Daar moet de organisatie ook op gemaakt worden. Maar ik denk ook niet daar er goed over nagedacht is.” (C)

“Misschien hebben ze wel andere installatienormen als wij. Wij werken veel met installatiebedrijven. Er zit zoveel aan vast, we gaan ook naar bouwvergaderingen, dus onze projectleider moet ook ineens Duits spreken en die moet daar ook heen.” (C)

Er worden dus problemen verwacht op het gebied van taal en van verschillen in normeringen, maar deze problemen zijn niet daadwerkelijk ondervonden. Daarnaast geeft Dhr. M.M.(1) aan dat het lastig is om een nieuwe markt te betreden en dat er in netwerkbijeenkomsten geen Duitsers aanwezig zijn is daar volgens hem op van invloed:

“Je groeit meer met mond-tot-mond en via je netwerk. De kwaliteit die je levert moet je nog extra waar gaan maken in Duitsland en dan moet je die spelers daar ook proberen weg te krijgen. Ik denk dat je enorm moet investeren in die markt om er een graantje mee te pikken, om überhaupt iets te mogen doen daar... maar dan moet je natuurlijk eerst ook onderzoek doen.” (C)

Opvallend is dat hij toch mogelijkheden ziet waarbij hij grensoverschrijdende samenwerking in netwerken benoemt, maar in een adem wordt dat wederom gerelativeerd:

“Probeer eens die Duitse BNI met die Nederlandse kruis te bestuiven, dat kan best een grappig zijn. Maar ik ben er bang voor. Ik ben bang, dat duurt gewoon lang. Daar zitten ook gewoon genoeg bedrijven.” (C)

Mogelijkheden voor het aantrekken van personeel uit de Duitse grensregio worden alleen genoemd onder de voorwaarde dat de Duitse markt eerst betreden moet zijn:

“Dan moet je echt een clubje daar neer gaan zetten in Duitsland, als je denkt die markt is interessant. Dan moet je echt ter plaatse iemand neerzetten die onderzoek gaat doen en hier gaat bewijzen van ja er is toch wel markt.” (C)

De respondent noemt meerdere keren het belang van onderzoek, zij het slechts zijdelings. Er is niet actief gekeken naar de mogelijkheden aangezien er geen concreet onderzoek is gedaan. Het is daarom opmerkelijk dat de ondernemer geen daadwerkelijke problemen ziet om zaken te doen in Duitsland. Gevraagd naar de mogelijkheden om het product in Duitsland te kunnen verkopen zegt hij:

“Het zou zeer zeker kunnen, dat geloof ik best wel, dat we in Duitsland hetzelfde kunnen als hier. Er zijn gewoon kansen, maar die kansen zijn gewoon nog niet bekeken of ze reëel zijn of niet.” (C)

De respondent laat dus in alles een onbestendig beeld zien. Hij ziet enerzijds wel kansen, refereert aan de noodzaak tot onderzoek, ziet kansen voor grensoverschrijdende netwerken, maar in één adem ontkracht hij weer:

“Het is een ‘huge’-markt natuurlijk, maar het is ook een ‘huge’-land. En als je kijkt dat wij hier in de regio zitten, en dat het steeds minder wordt in de rest van het land. Ja, ik zie daar niet direct kansen.” (C)

“Ik verwacht niet dat het in de toekomst vele maten beter gaat.” (C)

Dhr. B.V., ondernemer A

Zoals in fase 2 aan bod kwam, was de eerste reactie van Dhr. B.V. op de confrontatie met het onderzoeksthema dat het bedrijf niets in de Duitse grensregio doet, maar dat hij zich afvroeg waarom dat zo was. Hij vervolgt:

“Ja, je zou er überhaupt eens moeten komen. Als je eenmaal een deal hebt, dan komt het uitzoeken van hoe en wat achteraf wel goed. Alleen, wij komen er gewoon standaard nooit, dus kom je daar ook nooit aan business. Organisatorisch is het bijna de andere kant van de wereld. 10 kilometer die kant op (naar het oosten, AG), is verder dan 150 km die kant op.” (A)

Hij geeft aan dat veel netwerken nog nationaal georganiseerd zijn. Er zijn hem geen netwerkclubs bekend die de landsgrens overschrijden. Omdat veel van zijn klanten via doorverwijzingen uit het netwerk komen en dit vooral Nederlanders zijn, worden zijn kansen vooral in Nederland uitgewerkt. Hij blijft in het vervolg van het interview steeds terugkomen op dit gebrek aan connecties. Dat is volgens hem van grote invloed op het niet kijken naar de mogelijkheden in de Duitse grensregio. Aan directe barrières ligt het niet, geeft de respondent aan; op de vraag of hij barrières ziet om de Duitse grensregio te bewerken, geeft hij een dubbelzinnig antwoord:

“Nee, ik zie geen barrières, maar ik zou niet weten waar ik moet beginnen.” (A)

Toch heeft hij wel het idee dat er qua marktpotentieel kansen liggen:

“Ik geloof dat er in het Ruhrgebied al 15 miljoen mensen wonen. Keulen heeft meer dan 1 miljoen inwoners. Ontegenzeggelijk is dat gewoon een markt voor ons, daar hoeft ik niet eens over na te denken. Op de een of andere manier worden er geen toevallige verbindingen gelegd. Je komt niet toevallig mensen tegen die hier drie kilometer over de grens wonen.” (A)

Voor zijn vorige werkgever is hij meerdere keren in Duitsland actief geweest en heeft goede ervaringen. Echter, er werd dan gebruik gemaakt van een organisatie die daar al opereert. Meestal ging dat in het Duits, of Engels-Duits. Taal blijkt dus geen barrière. Hij vervolgt:

“Ik denk dat als je in Duitsland wil groeien, dat het altijd een bewuste keuze moet zijn... Of zelf daarheen, of daar iemand voor aannemen. Ik zie de taal ook helemaal niet als een barrière.”

(A)

In tegenstelling tot wat hij aan het begint zegt, ziet hij toch moeilijkheden omtrent leveringsvoorwaarden en facturatie; dat zou een belemmering kunnen zijn om deze markt niet op te gaan. Maar hij vult aan:

“Dan ben je al een stap verder, dan kom je er achter dat dat... je moet een keer een grote stap nemen en de keuze maken, nu gaat Duitsland ook tot de markt behoren.” (A)

En toch zet hij de stap niet:

“Ik zou enorm schrikken als er nu iemand uit Kleve zegt dat ie zaken wil doen, ik wil je spullen kopen. Dan moet ik dingen uitzoeken, terwijl ik helemaal niet weet of dat dat zoveel werk is. Of andere voorwaarden echt nodig zijn, of dat dat in de praktijk wel meevalt.” (A)

Ook deze respondent, geeft evenals respondent C geen eenduidig beeld van de redenen van zijn niet-actie. In zijn algemeenheid staat hij wel positiever ten opzichte van de mogelijkheden in de Duitse grensregio, voorziet minder problemen, maar onderneemt nu nog niets. Zijn ideeën worden adequaat samengevat middels een quote uit het einde van het interview:

“De perceptie is dat het een heel andere wereld is, je weet het niet vanuit jezelf, dus je moet het uitzoeken. En van nature kom je er niet en ken je niemand die daar komt. En er zijn vrijwel geen sociale netwerken die over de grens heen liggen. Waar associeer ik Duitsland wel mee, wonen over de grens, maar dat lijkt nu minder populair en goedkoop vliegen, Weeze, Düsseldorf. Maar business-wise kom je er echt nooit... Het leuke is wel dat het me ideeën geeft, met de mercatorsociëteit organiseren we gewoon een activiteit in Duitsland, waarom niet...?” (A)

Dhr. C.W., ondernemer B

Deze respondent geeft aan in vorige functies veel met Duitse bedrijven te hebben gewerkt. Ook nu heeft zijn bedrijf in beperkte mate installaties in Duitsland geplaatst, waaronder in de Duitse grensregio. De mogelijkheden over de grens zijn dus gezien. De ondernemer benoemt wel vrij snel daarop problemen die hij tegenkomt met Duits personeel:

“Een van de handicaps die je oploopt is cultuur...In Duitsland is bedrijfscultuur hiërarchischer. De wijze waarop wij hier met elkaar omgaan is voor een Duitser erg vreemd. Dus de man moet bijna een heropvoeding ondervinden, wil ie niet ondersneeuwen en dat kost veel extra energie. Ik heb dat nationaal al, als ik een westerling tussen de oosterlingen neerzet.” (B)

De taal speelt hierbij overigens geen rol:

“Wat hier rondloopt spreekt Duits, we zitten vlak tegen de grens aan. Die uitwisseling is er wel.” (B)

Hij heeft ook ervaring met Duitse werknemers:

“We hebben wel eens Duitsers hier aan de slag gehad. Maar om te beginnen moet je ze al leren dat je hier niet mag drinken en wij werken te hard voor Duitsers, ons arbeidsethos zit hoger, de productiviteit en aantal feestdagen en vakantiedagen.” (B)

Nu is dat niet meer het geval, en er ook wordt ook niet actief geworven in de Duitse grensregio. Voor de toekomst zou dat wel weer kunnen:

“Als er morgen hier een Duitser aan de deur staat, of die reageert op een advertentie, en die zou kunnen klikken heeft ie sowieso een proefcontract.” (B)

De ondernemers heeft zelfs gedacht aan het verplaatsen van het bedrijf naar de andere kant van de grens:

“We hebben ook wel eens gedacht om aan die kant van de grens een tent op te zetten. Dat heeft te maken met mijn eindgebruikers. Die willen graag een Duits product. Ik spreek de taal inclusief accent, maar ik blijf een Hollander. Maar in de toekomst kan ik best een native Deutscher iets daar laten doen. Ons kent ons is belangrijk.” (B)

Deze laatste zin refereert aan het belang van netwerken. Daar heeft de respondent zeker kennis over:

“Nou ja, het mallotige is dat de Duitsers niet de netwerken kennen, zoals wij, die zijn er niet. Moeten we niet een Lindus Duitsland (Lindus is een regionale ondernemersvereniging, AG) oprichten heb ik ook wel eens gedacht. Kleve-Emmerich is toch een redelijke industrie, maar ze kennen niet van de clubjes, geen Industrievereinigung. De echte producenten zitten niet in dat soort clubs, maar dat heeft te maken met de stijl van Duitsland.” (B)

Verscheidenheid

De ondernemers die hierboven zijn aangehaald laten een wisselende reactie zien op het al dan niet zien en/of benutten van mogelijkheden en kansen in de Duitse grensregio. Uit de reacties van de drie ondernemers komt een aantal topics naar voren, aan de hand waarvan zij aangeven wat hun achterliggende motivatie of belemmering is. Deze topics zijn:

- *Taal en cultuur*
- *Juridische zaken, wetgeving en normeringen*
- *Onderzoek en kennis*
- *Netwerk en contacten*

Het aantrekken van personeel uit de Duitse grensregio wordt vooral gezien in relatie met het betreden van de afzetmarkt van de Duitse grensregio, en wordt eigenlijk niet gezien als optie voor het eigen personeelsbestand. Incidenteel wordt gerefereerd aan een veranderende situatie in de toekomst. Deze thema's zullen in de analyse van het algemene beeld van de interviews met de overige ondernemers achtereenvolgens behandeld worden.

4.4.2 De rationaliseringfase: het algemene beeld

Er zijn enkele bedrijven die na de confrontatie met het onderzoeksthema geen mogelijkheden zien in de Duitse grensregio. Het merendeel van de respondenten ziet wel mogelijkheden aangaande de afzetmarkt, maar benut deze mogelijkheden niet. De respondenten die deze mogelijkheden niet aangaan noemen daar soms concrete redenen voor. Deze liggen vooral in het feit dat de Nederlandse markt nog genoeg mogelijkheden biedt:

“Er is in Nederland nog zoveel te winnen, we kunnen nog zoveel groeien dat we zeggen van nou de komende 10 jaar zullen we gewoon in Nederland door blijven groeien. Je moet je ook aanpassen aan die cultuur. En dat zorgt er gewoon voor dat wij die dingen voorlopig niet opzoeken. Als wij ooit het gevoel hebben van nu zitten we echt aan de top, we moeten naar het buitenland toe, ja dan zou dat alsnog wel kunnen, maar zolang het niet nodig is....” (6)

Maar er is ook een aantal referenten dat de vinger eigenlijk niet goed weet te leggen op de niet-actie:

“Nee, zoals ik zei, er is eigenlijk geen reden voor. Wat ik al zei, er wordt niet over nagedacht. En aan de andere kant, ik weet niet of het mij zo interesseert om die markt te veroveren.” (2)

Een aantal ondernemers ziet wel voordelen van de afstand naar de Duitse grensregio. Desondanks worden er vervolgens geen concrete acties ondernomen:

“En inderdaad, geografisch zou het voor ons wel heel gunstig zijn. Voor Tilburg zitten we anderhalf uur in de auto. Maar toch is het vaak de weg van de minste weerstand die je kiest.” (3)

Een andere respondent ziet geen toegevoegde waarde voor zijn onderneming in Duitsland. Deze constatering lijkt echter vooral gebaseerd op het gebrek aan kennis van de Duitse taal, want hij wil de grens wel over:

“Ik spreek de taal niet en ik heb daar denk ik geen toegevoegde waarde, ik ga dan liever naar Engeland.” (1)

Opvallend is dat een aantal ondernemers de situatie omdraait. Dat gebeurt op twee manieren: enerzijds benadrukken ze dat zij niet gebeld worden door Duitse bedrijven. Ofwel, zij verwachten eigenlijk dat als de afzetmarkt uit de Duitse grensregio zich hier aandient er wel mogelijkheden ontstaan. Anderzijds zijn er ook twee respondenten die zich expliciet afvragen waarom Duitse ondernemers niet hier naar toe komen. Ofwel, hier worden wel kansen gezien voor Duitse ondernemers, terwijl zij tegelijkertijd zelf niet de stap maken om te gaan kijken in de Duitse grensregio.

Het imago van de Duitse grensregio komt een aantal keer impliciet aan bod als niet bevorderend voor het kijken over de grens, maar een van de respondenten geeft dat ook expliciet aan:

“Er is onvoldoende motivatie om de hordes te nemen, die er genomen moeten worden, althans op dit moment. Er kan hier nog genoeg. Het heeft ook een beetje te maken met het imago van de Ruhr, het lijkt niet zo interessant.” (7)

Er zijn dus diverse reacties over de kansen en mogelijkheden. Bij veel van de respondenten wordt echter niet duidelijk waarom zij geen poging ondernemen om te kijken in de Duitse grensregio. Er komt wel een aantal terugkerende belemmeringen aan bod, die hieronder zullen worden behandeld.

Taal en cultuur

Door alle respondenten wordt aangegeven dat een bepaalde mate van beheersing van de Duitse taal noodzakelijk is om te kunnen handelen op de Duitse markt. Een drietal ondernemers ervaart de taal niet als een probleem, omdat zij de taal beheersen of omdat zij zich met ‘steenkolen-Duits’ denken te redden:

“Je moet je gewoon kwetsbaar opstellen, maakt toch niets uit. Kein Gelul, Fussball spielen.” (5)

Een derde ondernemer heeft ervaring uit een eerdere betrekking en geeft aan Nederlands te kunnen spreken met Duitse handelspartners en hij ziet daarom communicatie niet als een probleem.

Vier ondernemers ervaren het gebrek aan kennis van het Duits wel als een belemmering om de afzetmarkt in Duitsland op te zoeken. Een deel van de ondernemers heeft ervaring met het handelen in Duitsland en geeft aan, op basis van die ervaring, dat het moeilijk is om handel te drijven zonder de Duitse taal machtig te zijn. Een ondernemer in de IT-sector zegt over die problemen:

“In een gesprek met een Duitser op een beurs merk je al dat taal een probleem is, dat hakt al, dat loopt niet lekker, dat willen we gewoon niet. Daarom valt het buitenland om dit moment gewoon af in principe.” (6)

De anderen voorzien al dusdanige problemen met de taal, dat zij uitbreiding van het afzetgebied in Duitsland niet als een optie beschouwen. Een ondernemer in schoonmaakproducten verwacht dat de beheersing van de taal in een verkoopgesprek van groot belang is en dat dit probleem alleen verholpen zou kunnen worden door iemand aan te nemen die vloeiend Duits spreekt. Ook wordt meerdere malen aangehaald dat verwacht wordt of ervaren is dat de beheersing van de Engelse taal in Duitsland niet afdoende is. Zo zegt de eigenaar van een multimediaal reclamebureau:

“Ik ben in Amerika opgegroeid, dat betekent dat ik geen Duits heb gekregen, er is geen enkele basis. Voor iemand die eigenlijk bijna in zijn eentje de acquisitie doet, en je spreekt geen Duits en zij spreken geen Engels, dan houdt het al heel snel op. Dus zodra zij Engels gaan leren, ben ik helemaal voor.” (7)

Meerdere malen komt terug dat de beheersing van de Duitse taal ondernemingsbreed gestalte zou moeten krijgen, om het product en de service die daarbij hoort op een goed niveau te kunnen leveren. Dat wordt als een probleem ervaren. Twee bedrijven voeren aan dat als ze een ander product zouden verkopen ze minder problemen zouden voorzien.

Er is een onderscheid te maken tussen de aanbieders van de verschillende producten. Voor de ondernemers die producten aanbieden die service behoeven, is het taalprobleem groter dan voor de ondernemers die alleen een product verkopen, zonder dat daarna verdere service geleverd hoeft te worden.

Opvallend is dat in deze fase van de interviews duidelijk wordt dat negen van de tien bedrijven zaken doet in België, of dat heeft gedaan. Het spreken van de Nederlandse taal was een belangrijke reden om de stap naar België wel te zetten. Voor degene die zijn afgehaakt is de andere cultuur van zakendoen de voornaamste reden. Deze verschillen in cultuur verwachten zij ook in Duitsland. Bij een aantal ondernemers komt Engeland aan bod. Deze buitenlandse ervaringen zijn vooral gestimuleerd door het spreken van de taal, maar onder het kopje ‘netwerk en contacten’ wordt duidelijk dat relaties met het buitenland ook vaak ontstaan uit het Nederlandse netwerk.

Juridische zaken, wetgeving en normeringen

Een ander probleem dat door een meerderheid van de geïnterviewde ondernemers wordt genoemd zijn ervaren of verwachte verschillen in wet- en regelgeving en normeringen. Ook hier valt, evenals bij de taal, bij enkele ondernemers een gebrek aan kennis waar te nemen. Slechts enkele ondernemers hebben namelijk daadwerkelijk ervaring op dit terrein. Zo zegt een ondernemer:

“Weet je wat het ook is, je moet contracten hebben. Weet je wat dat kost? Krediet checken is niet makkelijk mogelijk. Als ik niet betaald krijg, hoe moet ik dat regelen?” (1)

Dit is opmerkelijk, omdat deze ondernemer wel ervaringen heeft in andere landen. In dat geval was deze belemmering blijkbaar wel te overwinnen, terwijl dat voor de Duitse situatie niet zo lijkt. Het niet beheersen van de taal veroorzaakt andere belemmeringen, zo lijkt in zijn geval. Voor een aantal ondernemers gaat deze belemmering niet op, juist door ervaringen in een ander land:

“Ik rijd er naar toe en klaar. Factureren gaat misschien via een Nederlandse vestiging. Als ik daar wil factureren kan het wel hoor. Ik heb trouwens wel een keer een opdracht gehad in België, schiet me nu te binnen. In Lommel, dat is echt twee kilometer over de grens. Je moet dan wel werken met een IBAN-nummer, maar dat ging ook allemaal goed.” (2)

De ondernemer in schoonmaakmiddelen geeft aan dat:

“Als in Brussel de wet- en regelgeving gewoon gelijk getrokken wordt, dan moedig je het ons ook aan om de grens over te gaan. Een heel simpel voorbeeld, bij onze doseerproducten zitten er vier producten onder, dat is corebusiness voor ons, en de vierde mag je niet inzetten in Duitsland, omdat deze niet goedgekeurd is, dan doe je de rest ook niet.” (4)

Het is niet zo dat deze ondernemer dit probleem daadwerkelijk ervaren heeft, maar de verwachting dat dit kan gebeuren, weerhoudt hem ervan in de Duitse grensregio te gaan kijken.

Een van de ondernemers die geen ervaring heeft met de handel in Duitsland verwacht dat er met voldoende onderzoek naar de wet- en regelgeving wel degelijk kansen liggen in Duitsland, maar, zo geeft hij aan, het bedrijf kiest voor de weg met de minste weerstand. Ook andere ondernemers geven aan dat er met een eenmalige inspanning voldoende kennis opgedaan zou moeten kunnen worden over de verschillen en over mogelijkheden om die verschillen te overkomen. Echter, deze geïnterviewde ondernemers hebben de stap nog niet genomen.

Onderzoek en kennis

Deze topic is impliciet aan bod gekomen bij de behandeling van ‘taal en cultuur’ en ‘juridische zaken, wetgeving en normeringen’. De gebrekkige kennis van taal speelt een rol, zij het daadwerkelijk ervaren of niet, en het gebrek aan kennis over eventuele verschillen in bijvoorbeeld wetgeving wordt genoemd. Een aantal respondenten refereert ook explicieter aan de noodzaak tot het inwinnen van informatie, via bijvoorbeeld marktonderzoek. Ook komt bij een aantal ondernemers het gebrek aan kennis over de werking van de Duitse markt naar voren. Zo geeft een respondent aan dat hij niet weet hoe het in Duitsland geregeld is met inschrijven van bedrijfsactiviteiten. Een van de bedrijven ziet dat als noodzaak, daar waar een ander bedrijf er reeds mee bezig is geweest.

Een ondernemer geeft aan dat er in het verleden wel onderzoek heeft plaatsgevonden, en dat er daarom nu bewust geen zaken gedaan wordt in Duitsland, en dus ook niet in de Duitse grensregio:

“Kleine bedrijven zouden dat dan moeten onderzoeken, via marktonderzoek. En dat hebben wij ooit ook gedaan, en die markt in Duitsland is niet veranderd en in Nederland ook niet.” (4)

Veel bedrijven hebben dergelijke inspanningen nog niet ondernomen, maar geven in deze fase van het interview wel aan dat het eigenlijk zou moeten gebeuren:

“Je zou een extern bureau het eigenlijk moeten laten onderzoeken.” (3)

“Ik heb het wel in mijn achterhoofd. Ik ben me wel eens voorzichtig aan het oriënteren. Ik sluit mijn ogen er niet voor als het een succes zou zijn he.” (5)

“Duitsland is toch even een ander verhaal (t.o.v. de Nederlandse situatie, AG). Daar moet weer opnieuw het wiel uitgevonden worden. Nou ja, ik denk dat dat uiteindelijk ook allemaal wel mee zal vallen, als je je goed laat informeren.” (5)

Overigens laat de kennis van de regio wel eens te wensen over. Zo zegt een ondernemer het volgende:

“Zo’n unit zou in Nijmegen wel kunnen, of misschien nog dichterbij de grens, Arnhem ligt er nog dichterbij.” (6)

Netwerk en contacten

Zoals duidelijk werd in de voorbeeldcases is de rol van het netwerk belangrijk voor ondernemers (zie case A en C). Dit komt bij verschillende ondernemers aan bod. Sommige ondernemers noemen daarbij nadrukkelijk netwerkclubs, dus meer geïnstitutionaliseerde verbanden, andere ondernemers doelen vooral op het circuit waarin zij geen Duitsers tegenkomen:

“Als je op de Duitse markt wil werken, moet je eerst Duitse bedrijven kennen.” (1)

“We hebben geen een klant die bijvoorbeeld drie zaken heeft in Nederland en een in Duitsland.” (3)

“Dat ik kan me ook niet herinneren dat we ooit door een Duits bedrijf zijn gebeld, dus wellicht dat dat daar ook speelt. Wel door een Belgisch en Engels bedrijf.” (7)

De contacten die er wel zijn ontstaan vaak via het Nederlandse netwerk. Zo zegt de cateraar:

“Heel toevallig hebben we nu een aanvraag liggen uit Duitsland. Een grote bijeenkomst, en die hebben om een offerte gevraagd, maar dat is iemand die vanuit Nederland werkt. Dus het kan zijn dat we een keer naar Duitsland moeten.” (2)

Personeel

Slechts een van de overige zeven respondenten heeft een Duitser in dienst, althans:

“We hebben er een, maar dat was een Nederlander. Maar het is een volledig geïntegreerde Duitser, het is er niet een die in een Nederlandse enclave woont... Maar dat is het enige wat wij hebben met Duitsland.” (4)

Het aannemen van personeel uit de Duitse grensregio wordt verder alleen als optie gezien, wanneer de Duitse markt wordt betreden, en dan slechts door een aantal ondernemers. Andere respondenten zien er überhaupt geen brood in door taal- en cultuurverschillen. Hier wordt het volgende over gezegd:

“We kunnen bijvoorbeeld een Duitse partner zoeken, daar kunnen we mee communiceren, en in principe gaat die gewoon alle contacten doen, maar ja het kan toch zo zijn dat je zo af en toe direct met die klant contact moet hebben. Maar het zijn allemaal dingen die je echt gaat bedenken, als je naar het buitenland wilt. En dat willen we op dit moment niet.” (6)

“Het zou kunnen, maar dan ga je daar een agent zoeken.” (3)

“Als je zou starten in Duitsland, is het makkelijk om te starten met een Duitse agent.” (7)

Er zijn twee belangrijke redenen die aangevoerd worden om geen Duitsers aan te nemen. In eerste instantie komt het meestal voort uit het feit dat er geen gebrek aan personeel wordt ervaren, er is dus geen noodzaak. En wanneer de arbeidsmarkt krappere zou zijn, wordt het spreken van de Nederlandse taal als zo noodzakelijk gezien, dat het aannemen van Duits personeel niet gezien wordt als een reële optie.

Toekomst

Een aantal referenten voorziet een andere situatie in de toekomst, voor anderen geldt dat zij niet verwachten dat er veel verandert in hun situatie in de aankomende jaren.

Deze veranderingen worden ingegeven door technologische ontwikkeling; *google translate* wordt bijvoorbeeld gezien als mogelijkheid tot een afnemende belemmering van taal. Ook wordt verwacht dat een Europese Databank van bedrijven, een zogenaamd Europees handelsregister de situatie inzichtelijker zou kunnen maken. Door de Europese samenwerking worden er ook veranderingen voorzien:

“Dat verandert toch, als we dadelijk tien of 15 jaar verder zijn met Europa.” (3)

“Europa is natuurlijk een fantastisch initiatief, maar natuurlijk iets dat de laatste jaren pas wordt opgezet, dat duurt denk ik gewoon een generatie voordat dat er een beetje in zit, voordat we er aan gewend zijn. Als we gewoon zijn in Duitsland boodschappen te doen, en dat hetzelfde is als dat we naar Amsterdam rijden, bij wijze van spreken, dan ga je er ook veel minder over nadenken als je zaken gaat doen met zo iemand.” (6)

5 Een andere invulling van het model

5.1 Inleiding

De analyse in hoofdstuk 4 is uitgewerkt aan de hand van de drie fases, zoals die beschreven zijn in hoofdstuk 3. Deze fasering is voortgekomen uit de theorie in hoofdstuk 2. Het bestaande model is het uitgangspunt geweest voor dit onderzoek naar de rol en de aanwezigheid van *indifference* bij ondernemers in Nederlandse grensregio, ten opzichte van mogelijkheden in de Duitse grensregio. De *indifference-factor* en de *threshold of indifference* zijn in het conceptuele model intact gebleven, op dezelfde wijze als in het door Van der Velde & Van Houtum (2003) opgestelde model. De veronderstelling in hoofdstuk 2 is dat deze twee kenmerken van het model op eenzelfde wijze een rol spelen als in het bestaande model, zoals dat geschreven is voor werkzoekenden. De fase na de *threshold* is in het conceptuele model de fase van het actieve beslissingsproces, waarin een aantal termen uit het bestaande model is vervangen door termen die gericht zijn op het onderzoek naar ondernemers (zie model 2.2). De in hoofdstuk 2 opgestelde veronderstelling, volgend uit de theorie en gevisualiseerd in het conceptuele model luidde als volgt:

“Een deel van de MKB-ondernemers uit deze grensregio lijkt alleen het Nederlandse gedeelte van de regio mee te nemen in hun keuzes. Indifference aangaande mogelijkheden in Duitsland speelt hierbij een rol.”

In dit hoofdstuk wordt gekeken of deze veronderstelling stand kan houden. In §5.2 wordt gekeken naar het algemene beeld van de analyse uit hoofdstuk 4. Er worden conclusies verbonden aan deze analyse in §5.3. In deze paragraaf wordt ook een voorstelling gedaan voor een andere invulling van het model. Er is aandacht voor de beperkingen van deze gevolgtrekkingen in de laatste paragraaf (§5.4).

5.2 De resultaten

De analyse van de interviews laat een ander beeld zien dan verondersteld was. De *indifference* en de *threshold of indifference* uit het conceptuele model komen in de interviews veel minder eenduidig naar voren dan was aangenomen. Slechts bij een ondernemer was er sprake van een *eyeopener*, naar aanleiding van de introductie van het onderzoeksthema in tweede fase van het interview (de confrontatiefase). Deze respondent gaf aan dat er in feite nooit is nagedacht over mogelijkheden in de Duitse grensregio. De overige ondernemers voerden in deze fase eigenlijk al direct beweegredenen voor hun niet-actie aan.

De derde fase (de rationaliseringsfase), waarin actief naar deze redenen werd gevraagd, bevestigde dat beeld. Er zijn voor de respondenten veel beweegredenen om niet actief te worden in de Duitse grensregio. Er moet hier echter onderkend worden dat het in deze fase erg lastig is om bewustheid en onbewustheid te scheiden; ondernemers noemen wel redenen voor hun niet-actief zijn, maar uit de context blijkt dat deze beslissing lang niet altijd bewust is afgewogen. De redenen liggen ook niet altijd direct aan de oppervlakte. Een reactie als *‘het zou wel eens problemen op kunnen leveren’* past goed in dit beeld. Onduidelijk is wanneer een actie weloverwogen is, of dat de motivering alleen latent of sterker nog, onbewust aanwezig is. Deze antwoorden komen immers pas naar boven zodra er actief naar gevraagd wordt.

Dat er redenen genoemd worden door de respondenten is wellicht ook logisch; de ondernemers hebben immers in bepaalde mate altijd een vorm van bewustzijn van de Duitse grensregio en daarmee ook van hun indruk van de mogelijkheden. De meeste geïnterviewde ondernemers vertonen weinig *indifference*, en toch wordt er niet veel over de grens gedaan. De algemene indruk die is ontstaan na de analyse in hoofdstuk 4 is daarom dat de *threshold of indifference* in ieder geval voor ondernemers diffuser is; de *indifference* lijkt nauwer verweven met een actieve afweging, dan het conceptuele model laat zien. Of anders gezegd, er lijkt een andere fase tussen te zitten, die niet te vergelijken is met de *threshold of indifference* zoals die in het conceptuele model is weergegeven. Een drempel suggereert dat zodra die gepasseerd is, er sprake zou zijn van een bewuste afweging. Dat komt niet overeen met het beeld uit de interviews. Deze constatering heeft tot het idee geleid dat de harde *threshold* uit het conceptuele model niet op deze wijze bestaat voor het onderwerp van dit onderzoek. De praktijk is minder statisch, dan het model doet vermoeden.

5.3 Een nieuwe invulling

Gezien het bovenstaande wordt in dit hoofdstuk voorgesteld om de *threshold of indifference* te vervangen en het model anders in te vullen. Het globale beeld is dat veel van de inactieve geïnterviewde ondernemers in een fase zitten voor de bewuste keuze, maar toch niet indifferent zijn. De drempel maakt plaats voor een andere fase in het model (zie model 2.2). In deze fase zitten de overwegingen die tussen de wal en het schip vallen, ergo die niet lijken op volledige *indifference*, maar ook geen volledige actieve afweging zijn. Het is een fase van een continuüm met daarin een bepaald sluimerend bewustzijn, meer dan een volstrekt onbewuste of volstrekt bewuste fase. Met dit sluimerend bewustzijn wordt bedoeld dat ondernemers wel een idee hebben dat er aan de andere kant van de grens al dan niet iets te halen is, maar nog niet toekomen aan een overweging om daadwerkelijk actief te worden over de grens.

De fase wordt in het model, om in Engelse termen te blijven, de '*phase of ease*' genoemd (zie model 5.1). De *phase of ease* is zo genoemd, omdat er meer verklaring voor het gedrag van de respondenten lijkt te liggen in het doen van een beroep op een bepaald comfort dan op *indifference*. Dit is dan ook wat er onder 'ease' verstaan moeten worden: het gevoel van gemak die de bekendheid met de omgeving waarin men actief is met zich meebrengt. De realiteit is namelijk dat de respondenten grotendeels in Nederland actief zijn. De geïnterviewde ondernemers ervaren daarom een zekere mate van 'ease'. Om in de eigen regio of in het eigen land te blijven is daarom geen reden nodig; om over de grens te kijken wel. De processen aan deze kant van de grens zijn nu eenmaal bekend en gemakkelijker dan die aan de andere kant van de grens, in de Duitse grensregio. Tegelijkertijd is er vaak sprake van *unease* ten opzichte van mogelijkheden in de Duitse grensregio. Ze zijn er niet bekend, kunnen misschien niet met de taal overweg, maar dit zijn geen volledige bewuste afwegingen of ervaren barrières. Voor een deel laten ze zich ook niet bewust informeren en wordt er in een vroeg stadium vanuit gegaan dat het moeilijk zal zijn. Het sluimerend bewustzijn vindt dus plaats onder de conditie van *ease*.

Bij bijvoorbeeld een 'liever niet' is ten dele sprake van een rationele en ten dele van een emotionele afweging (door angsten of onbekendheden gedreven) afweging, maar niet van een compleet onbewuste afweging. Er is dus geen sprake van een daadwerkelijke afweging van de vier factoren uit het model. Het is meer een perceptie die vorm krijgt net onder de oppervlakte. Eigenlijk

staan gemak en moeite centraler dan de mogelijkheden. De *phase of ease* is een fase waarin allerlei oorzaken op de achtergrond een rol spelen en die beïnvloed kunnen worden door bijvoorbeeld informatie.

Geen keuze (onbewuste keuze)	<i>Indifference-factor</i>		
	<i>'Phase of ease'</i>		
Sluimerend bewustzijn			
Bewuste keuze t.o.v. mogelijkheden voor afzetmarkt en personeelsmarkt over de grens	Inactiviteit	<i>Keep-factor</i>	<i>Repel-factor</i>
	Activiteit	<i>Push-factor</i>	<i>Pull-factor</i>
		Thuismarkt	Duitse grensregio

Model 5.1 De nieuwe invulling – 'the phase of ease'

Zolang er *ease* heerst, hoeft er geen moeite gedaan te worden om over de grens te gaan. Dit is en blijft immers een extra moeite. Zodra er meer informatie is, waarmee bijvoorbeeld duidelijk wordt dat de verschillen in wetgeving niet erg groot zijn, of als het netwerk naar België loopt en de contacten dus makkelijker verlopen, kan de *phase of ease* verlaten worden en kan men komen tot een bewuste keuze. Er zijn dus *ease*-wekkende of *unease*-verlagende omstandigheden. Als dit niet het geval is, is voor veel ondernemers niet duidelijk waarom ze naar Duitsland zouden gaan. Er is namelijk voor veel ondernemers niet 'wel een reden' om te gaan.

De stippellijnen in het model geven aan dat er sprake is van een soort continuüm van de *indifference* via dit sluimerende bewustzijn, naar een actief bewust keuzemoment. Door deze nieuwe fase toe te voegen wordt duidelijker hoe een ondernemer zich kan ontwikkelen. Om deze fase van het sluimerende bewustzijn voorbij te komen, lijkt een soort *trigger* nodig te zijn, om daarna tot een meer bewuste keuze te komen. Dit kan bijvoorbeeld een tekort aan werknemers zijn of een te kleine afzetmarkt aan de eigen kant van de grens. Een lichte of zwaardere noodzaak is nodig om de mogelijkheden aan de andere kant van de grens te bekijken, bijvoorbeeld om het bedrijf draaiende te houden. Een reactie als '*Het zou wel eens een probleem kunnen zijn dat ik de taal niet spreek*' past beter in deze sluimerende fase, dan in een fase van *indifference* of in een fase van een volledig actieve afweging. Ook toevallige ontstane contacten blijken vaak een *trigger* om tot zaken over de grens te komen. Op deze manier wordt het model minder statisch.

De nieuw in te voegen fase is een hele brede fase, die direct begint na de korte fase waarin sprake is van volledige *indifference* en eindigt bij de fase waarin in vol bewustzijn een keuze wordt gemaakt om al dan niet actief te worden over de grens in de Duitse grensregio. Het model wordt daarmee een continuüm, dat loopt van *indifference* naar bewustzijn. Deze benadering doet meer recht aan de analyse, dan het idee van de *threshold of indifference*.

Binnen het continuüm van de *phase of ease* is ruimte voor zogenaamde 'niet-niet-afwegingen' en 'niet-afwegingen'. Om te verduidelijken wat daarmee bedoeld wordt, volgt eerst een uitleg van de niet-afweging. Met de niet-afweging wordt bedoeld dat het sluimerende bewustzijn over eventuele mogelijkheden in de Duitse grensregio wel latent aanwezig is, maar het niet leidt tot een afweging, zoals die gemaakt wordt in het actieve deel van het model. De niet-niet-afweging zit aan het begin van de *'phase of ease'*. Er is dan zo weinig bewustzijn van eventuele mogelijkheden in de Duitse grensregio dat men nog niet zover is dat er niet wordt afgewogen; er wordt niet niet-afgewogen. Dit idee zit heel kort op de pure *indifference*. Het onderscheid tussen de niet-afweging en *indifference* is moeilijk te duiden. Bij *indifference* is altijd sprake van een niet-afweging, maar andersom hoeft dat niet te gelden; een niet-afweging is met andere woorden niet per se gelijk aan *indifference*. In het model zijn de niet-niet-afwegingen het startpunt van de *phase of ease*, direct volgend op *indifference*. Het eind van dit continuüm bestaat uit niet-afwegingen, waarop de fase van een bewuste keuze volgt.

5.4 Beperkingen van de resultaten

Bij deze nieuwe invulling van het model zijn verschillende voorbehouden te maken. Enerzijds is in eerste instantie het ontstane beeld in de analyse mogelijkerwijs het gevolg van de manier van onderzoek naar *indifference*. Zoals gezegd is, leidt het bevragen van ondernemers er automatisch toe dat ze beweegredenen aanvoeren voor hun mogelijke *indifference*. Als concreet gevraagd wordt naar hun niet-actie menen veel ondernemers wel te weten waarom. De grote vraag is natuurlijk of deze beweegredenen achteraf invulling geven aan hun gedrag aangaande de mogelijkheden in de Duitse grensregio, of dat deze beweegredenen inderdaad aanwezig zijn. In tweede instantie maakt de beperkte onderzoeksgroep dat deze invulling van het model in principe alleen geldt voor de onderzochte ondernemers (zie ook §3.5).

Anderzijds komt uit de analyse van deze cases het beeld naar voren dat *indifference* moeilijk te scheiden is van (niet)-overwegingen. In de confrontatiefase is duidelijk geworden dat er inderdaad niet veel sprake was van pure *indifference* en dat het beeld bijgesteld diende te worden. De *threshold of indifference* is voor de onderzochte ondernemers daarom sowieso minder hard. Door het zoeken naar gemene delers in de analyse is gezorgd voor een algemeen geldend beeld. Deze aanvulling op het *indifference*-model dient gezien te worden als een mogelijke uitbreiding van het model - grosso modo wordt het model namelijk gehandhaafd. De *threshold of indifference* wordt vervangen door een *phase of ease*, en is daarmee wellicht als een splitsing van de *indifference*-fase te zien, meer dan als een compleet nieuwe invulling van het model.

6 Conclusie

“Qua personeel, ja, waarom zou je Duitsers aannemen als je geen Duitse klanten hebt (...) En dat wij het personeel in Duitsland zo speciaal vinden dat we over de grens gaan kijken. (...) Wij kijken niet over de grens heen, misschien is dat wel iets van onwetendheid, misschien ligt er wel heel veel business, die wij kunnen pakken, die wij nu niet pakken. We speren er totaal niet op. (...) Daar moet de organisatie ook op gemaakt worden. Maar ik denk niet daar echt goed over nagedacht is ook, maar dat vind ik voor mij niet, dat kan ik niet bepalen. (...) Nee nee, nee nee, het zou zeer zeker kunnen, dat geloof ik best wel, dat we in Duitsland hetzelfde kunnen als hier. Maar ja, 17 jaar, je groeit meer met mond-tot-mond en de kwaliteit die je levert en dat moet je nog extra waar gaan maken in Duitsland en dan moet je die spelers daar ook proberen weg te krijgen” (M.M.(1)(C).

“Dat we over de grens gaan kijken ... Ik denk niet dat daar *echt goed* over nagedacht is.” Kernachtiger dan M.M.(1)(C), één van de voor deze scriptie geïnterviewde ondernemers het zei, is de hoofdconclusie van deze scriptie niet te formuleren. In dit hoofdstuk wordt uitgelegd hoe tot deze conclusie is gekomen en wordt duidelijk, wat nu juist de uitspraak van M.M.(1)(C) zo veelbetekenend maakt. Dat gebeurt door te bekijken wat die uitspraak zegt over het concept *threshold of indifference* van Van der Velde en Van Houtum (2003)(zie §2.5).

Aan dat concept is namelijk de centrale veronderstelling ontleend van het onderzoek waarvan deze scriptie het verslag is. In de klassieke en neoklassieke economische geografie wordt ervan uitgegaan dat op rationele gronden de keuze wordt gemaakt voor een locatie waar economische activiteiten worden ontplooid. De grens is een objectief gegeven in de structuur van de buitenwereld die in rationele, bewuste overwegingen wordt meegenomen. Het concept *threshold of indifference* past niet in de (neo)klassieke, maar in de behavioristische of behaviorale stroming in de geografie, die ruimtelijk handelen van ondernemers niet alleen vanuit rationaliteit bekijkt. Naast zakelijke, economische afwegingen wijzen geografen van deze stroming ook op *soft factors* als gevoelens en vertrouwdheden die bij de keuzes die ruimtelijke actoren maken, een rol spelen.

Bij de keuze die werknemers in grensregio's maken bij het zoeken naar en kiezen van een werkgever is het rationele besluitvormingsproces waarin het aangaan van een betrekking in het nabije grensgebied wordt overwogen, zo ingeperkt, dat het volgens Van der Velde en Van Houtum schuilt achter een drempel van niet-afweging, van onwetendheid of onverschilligheid: de *threshold of indifference*. Het centrale punt van hun concept is dat er factoren zijn die voorafgaand aan het eigenlijke keuzeprocess een onbewuste rol spelen die zo sterk is dat ze bepaalt dat mensen al dan niet een weloverwogen keuze maken. Toegepast: mensen voelen zich, zonder zich daarvan bewust te zijn, zo thuis aan hun kant van de grens en zo weinig thuis aan de andere kant, dat hun economische handelingsruimte mentaal zo geconstrueerd is dat ze de mogelijkheid om over de grens naar werk te zoeken, zelfs niet in overweging nemen. Van een echt, bewust afwegingsproces komt het dus niet. In hun hoofd bestaat het gebied aan de overkant van de grens voor veel werknemers niet. De drempel maakt dat werknemers tegenover dat gebied onverschillig staan. Het komt in hun afwegingen niet voor.

De veronderstelling achter deze scriptie is dat er bij ondernemers een soortgelijke onverschilligheid – *indifference* – speelt, die maakt dat ook zij niet actief zijn op de markt aan de andere kant van de grens. Deze veronderstelling werd in deze scriptie getoetst door interviews te houden met tien MKB-ondernemers uit het Nederlandse gedeelte van de grensregio Rijn-Waal. De interviews zijn zo gehouden dat ondernemers hun feitelijke en potentiële handelingszone, voor zowel afzet- als personeelsmarkt, zelf konden omschrijven. Of de Duitse grensregio genoemd zou worden, laat staan met welke overwegingen, werd door de vraagstelling dus niet beïnvloed. Anders gezegd: de hoofdvraag van dit onderzoek, *in hoeverre ‘indifference’ de inactiviteit van MKB-ondernemers uit het Nederlandse gedeelte van de grensregio Rijn-Waal kan verklaren, waar het gaat om het benutten van mogelijkheden op respectievelijk de afzet- en personeelsmarkt in het Duitse gedeelte van diezelfde grensregio*, was gedurende het eerste gedeelte van het interview niet bij de ondernemers bekend.

In hoofdstuk 5 werd vastgesteld dat de uitspraken van verschillende ondernemers reden gaven om te vermoeden dat bij de meesten van hen – anders dan wat Van de Velde en Van Houtum voor werknemers vaststelden – geen sprake is van zuivere *indifference*. De eerste deelvraag, *‘hoe is indifference beschreven in de theorie en hoe kan dit concept worden toegepast op ondernemers in grensregio’s?’*, is daarmee beantwoord. Het model kan worden toegeschreven naar onderzoek van *indifference* bij ondernemers. Er is echter een belangrijke kanttekening: *indifference* kan de niet-actie van de ondernemers niet verklaren. De veronderstelling uit hoofdstuk 2, *de niet-actie van ondernemers wordt beïnvloed door indifference*, kan niet bevestigd worden. Uit de analyse blijkt dat ondernemers zich wel degelijk ‘sluimerend’ bewust zijn van de mogelijkheden die de Duitse grensregio te bieden heeft. Tot een meer omvattende afweging van de voors en tegens komt het alleen niet. Paradoxaal gezegd: er is dus sprake van ‘onbewuste overwegingen’ bij de ondernemers.

M.M.’s quote (zie opening van dit hoofdstuk) brengt beknopt samen, wat in de meeste andere interviews ook naar voren komt. De drempel van de zuivere *indifference* zijn ze over, maar toch is er ook geen sprake van een echte afweging om actief te worden op de Duitse markt. Deze constatering heeft in hoofdstuk 5 geleid tot een voorstel voor een aangepaste invulling van het conceptuele model. Klaarblijkelijk is er een overgangsgebied, waarin ‘Duitsland’ op de achtergrond van de afwegingen wel een rol speelt, maar als een ongemakkelijke optie eigenlijk meteen ook weer aan de kant wordt geschoven. Dit overgangsgebied kan *phase of ease* worden genoemd. Anders dan *indifference* kan *ease* het niet-handelen van de geïnterviewde ondernemers wel verklaren. In deze *phase of ease* passen verklaringen voor het gedrag van de respondenten die te herleiden zijn tot een hang naar comfort. Ondernemers ervaren een bepaald gemak bij de bekendheid met de omgeving waarin men toch al actief en waarmee men toch al vertrouwd is. Ondoordacht komt het hun als gemakkelijk voor om het Nederlandse marktpotentieel (verder) te gebruiken en relatief moeilijk om het Duitse te gaan verkennen.

Dit voorstel voor een aangepaste invulling van het model moet gezien worden als een manier om om te gaan met het concept *indifference*. Met de benaming *phase* wordt aangegeven dat het proces bij ondernemers een continuüm is, dat loopt van *indifference* via een *phase of ease* naar een compleet bewuste afweging. Er is dus geen sprake van een harde drempel zoals in een statisch model, maar het beslissingsgedrag is vloeibaar. De *phase of ease* is daarmee een nuancering en een uitbreiding van het concept *indifference*, zodat dat gebruikt kan worden voor het analyseren van het gedrag van ondernemers.

Deze eerste deelconclusie noodzaakt tot een kleine verschuiving van de optiek van waaruit de twee andere deelvragen worden beantwoord; bij de meeste ondernemers is sprake van niet-actie vanuit de *phase of ease*, meer dan vanuit *indifference*. Dat maakt dat de tweede deelvraag, *in hoeverre de indifference de grensoverschrijdende inactiviteit van ondernemers bij het voorzien in hun personeelsbehoefte beïnvloedt*, beantwoord wordt aan de hand van dit hierboven geschetste continuüm. In de analyse is duidelijk geworden dat het merendeel van de respondenten het personeelsvraagstuk - het betrekken van personeel uit de Duitse grensregio - vooral in relatie ziet met een eventuele uitbreiding van de afzetmarkt in de Duitse grensregio. De ondernemers zagen geen aanleiding tot het werven van Duits personeel, bleek in hoofdstuk 4. Het aannemen van personeel uit de Duitse grensregio wordt alleen genoemd als de Duitse markt zou worden betreden. Door taal- en cultuurverschillen voorzien veel respondenten vooral moeilijkheden. Bij nader doorvragen leek het hen lastig, maar vrijwel niemand had er ervaring mee. Het speelt mee dat er geen gebrek aan personeel wordt ervaren. De geïnterviewde ondernemers zijn voor wat betreft het aantrekken van personeel uit de Duitse grensregio te plaatsen aan het begin van de *phase of ease*. Dat wil zeggen dat er in het geval van personeelswerving uit de Duitse grensregio vooral sprake is van een niet-niet-afweging (zie § 5.3), die dicht tegen zuivere *indifference* aanligt.

Het werven van Duits personeel werd door de ondernemers gekoppeld aan de afzetmarkt in de Duitse grensregio. Bij de antwoorden op de interviewvragen die passen bij de beantwoording van de derde deelvraag, *in hoeverre beïnvloedt 'indifference' de grensoverschrijdende inactiviteit van ondernemers bij het gebruik maken van de Duitse grensregio als afzetgebied*, kwam de *phase of ease* als verklaring in beeld. Veel ondernemers vinden dat de Nederlandse markt nog genoeg mogelijkheden biedt. Een aantal ondernemers ziet wel voordelen van de afstand naar de Duitse grensregio. Er zijn diverse reacties over de kansen en mogelijkheden. Een bepaalde mate van beheersing van de Duitse taal wordt als noodzakelijk gezien om te kunnen handelen op de Duitse markt. Er worden dusdanige problemen met de taal voorzien, dat de uitbreiding van het afzetgebied in Duitsland niet als een optie beschouwd wordt. Een ander probleem dat door een meerderheid van de geïnterviewde ondernemers wordt genoemd zijn ervaren of verwachte verschillen in wet- en regelgeving en normeringen. Ook hier valt, evenals bij de taal, bij enkele ondernemers een gebrek aan kennis waar te nemen. Een aantal respondenten refereert ook explicieter aan de noodzaak tot het inwinnen van informatie, via bijvoorbeeld marktonderzoek. Ook hier komt een gebrek aan kennis over de werking van de Duitse markt naar voren. Daarnaast viel op dat ondernemers nadruk leggen op de afwezigheid van grensoverschrijdende netwerken. Veel van de respondenten geven aan dat het hebben van contacten van wezenlijk belang is voor het creëren van nieuwe afzetmogelijkheden.

De derde deelvraag was daarmee de sleutel tot de nieuwe invulling van het model. De ondernemers hebben namelijk vooral voor hun niet-actie op de afzetmarkt in de Duitse grensregio sluimerende overwegingen. De niet-overwegingen, beschreven in hoofdstuk 5, lijken bij de ondernemers voor dit gedeelte van het onderzoek hun niet-actie te bepalen. Deze niet-afwegingen hebben bijvoorbeeld betrekking op de Duitse taal en op de afwijkende regelgeving, zonder dat er in veel van de cases persoonlijke ervaring is en er dus bewust zou zijn ervaren.

In *indifference* ligt onbewustheid besloten, terwijl bij ondernemers geconstateerd is dat er sprake is van een minimale vorm van bewust overwegen. Ze zijn net een fase verder. Dat is zichtbaar bij de inactiviteit op de personeelsmarkt in de Duitse grensregio. Het zijn snelle of sluimerende overwegingen die hem voor een bewuste afweging al doen constateren dat het meer moeite kost

dan dat het oplevert, maar de ondernemers staan niet totaal onverschillig ten opzichte van 'Duitsland'. Dat is wat typisch kan worden genoemd voor de *phase of ease*.

Uit een hang naar *ease* zijn ondernemers dus geneigd aan deze kant van de grens te blijven. Opvallend is wel dat een aantal respondenten refereert aan mogelijk veranderende houding ten opzichte van de Duitse grensregio in de toekomst. De invloed van Bourdieus habitus op het gehele beslissingsproces biedt daar een handvat. Een inzicht van Collet over Bourdieus habitus kan deze situatie namelijk verklaren: "*There might however be a strong mismatch between field and habitus during a period of transition* (2009:430)" (zie §2.4.2). De ontwikkeling van een interne Europese markt is pas een ontwikkeling van de laatste twee decennia. Het kan dus zijn dat de ondernemers nog moeten 'wennen' aan de nieuwe situatie en dat de *habitus* zich op termijn aanpast aan de nieuwe situatie. In juridische zin is het nu reeds 'gemakkelijker' om de Duitse grensregio te betrekken bij de handelingszone voor een ondernemer dan twintig jaar geleden. De *habitus* van ondernemers kan deze verandering nog niet zijn gevolgd.

Vervolgonderzoek zou meer helderheid kunnen scheppen in de bruikbaarheid van de nieuwe invulling van het model. Dit kan gedaan worden door eenzelfde soort onderzoek te doen in andere grensregio's, waar bijvoorbeeld geen sprake is van een andere taal en *ease* daarom voor een belangrijker deel al is voorgegeven. Het uitvoeren van vergelijkbaar onderzoek in een Nederlands-Vlaamse grensregio ligt dan voor de hand. Dat geldt te meer, daar bij vrijwel alle respondenten België wel naar voren komt in de weinige internationale ervaring die ze hebben. Ook kan gekeken of bij grotere bedrijven een andere situatie geldt, en wat daarvoor de redenen zijn. Wordt bij hen wel op een meer bewuste manier de mogelijkheden over de grens afgewogen?

Heeft de beantwoording van de hoofd- en deelvragen bijgedragen aan de doelstelling? Ten eerste laat dit onderzoek een nieuw licht schijnen op de inactiviteit van ondernemers en de geringe economische interactie. Het is daarmee een bijdrage aan een discussie over het huidige beleid. Dit beleid voor het stimuleren van economische grensoverschrijdende samenwerking lijkt nu vooral gericht op het verstrekken van informatie en het reduceren van bijvoorbeeld juridische barrières. Uit dit onderzoek wordt duidelijk, dat ondernemers inactief blijven omdat ze zich aan de overzijde van de grens niet thuis, niet *easy* voelen. Nadere afwegingen, bijvoorbeeld om zich op de hoogte te stellen van veranderde wet- en regelgeving, worden om die redenen niet aangegaan. De uitkomsten van dit onderzoek kunnen een aanbeveling zijn voor beleidsmakers om – nu veel juridische hordes zijn geslecht – *ook en vooral* te werken aan het faciliteren van *ease*, zodat informatie over de buurregio het handelen van ondernemers ook daadwerkelijk zal beïnvloeden. Concreet lijkt door ondernemers een gebrek ervaren aan grensoverschrijdende netwerken, waardoor zij geen bewuste afwegingen maken om de Duitse grensregio te verkennen. Als er vanuit de beleidsmakers, zij het op Europees niveau, zij het op een lager schaalniveau door bijvoorbeeld de Kamer van Koophandel, gericht ingezet wordt op het stimuleren van grensoverschrijdende samenwerking op dit concrete economische terrein, zijn er veel mogelijkheden om te komen tot verdere grensoverschrijdende interactie. Overigens neemt dit niet weg dat voorlichtingscampagnes op de langere termijn effectief kunnen zijn. Het onder de aandacht brengen van de Duitse grensregio kan het sluimerend bewustzijn beïnvloeden, waardoor een ondernemer op de lange termijn toch kan komen tot een afweging over de grens te kijken.

Referenties

- Advies 'Besturen over grenzen. Opgave voor alle bestuurslagen' (2008), Raad voor het openbaar bestuur, Den Haag.
- Anderson, J. & E. Wever (2003). *Borders, border regions and economic integration: one world, ready or not*. Journal of Borderland Studies, vol. 18, 27-38
- Barnes, J. (2001). *Rethorizing Economic Geography: From the Quantitative Revolution to the "Cultural Turn"*. Annals of the Association of American Geographers, Vol. 91, No. 3, pp. 546-565
- Boekema, F.W.M. (2000). *Grensregio's en Arbeidsmarkten. Theoretische en Empirische Perspectieven*. Assen: Van Gorcum
- Bouwens, S. (2008). *Over de streep. Grensarbeid vanuit Zuid-Limburg naar Duitsland, 1958-2001*. Maaslandse Monografieën 71, Hilversum: Verloren
- Braster, J. (2000). *De kern van case study's*. Assen: Van Gorcum.
- Brons, L. & P. Pellenbarg (2003). *Economy, culture and entrepreneurship in a spatial context*. In: T. Marszal (ed.) *Spatial aspects of entrepreneurship*. Warszawa: Polish Academy of Sciences, Committee for Space Economy and Regional Planning, Studia Regionalia Volume 13, pp. 11-36
- Bourdieu, P. (2005). *Principles of an economic anthropology*. In: N. Smelser & R. Swedberg, *The Handbook of Economic Sociology* New York: Russell Sage, Found./Princeton Univ. Press. 2nd ed. pp. 75–89
- Collet, F. (2009). Does Habitus Matter? A Comparative Review of Bourdieu's Habitus and Simon's Bounded Rationality with Some Implications for Economic Sociology. *Sociological Theory*, 27: 419–434. doi: 10.1111/j.1467-9558.2009.01356.x
- Corvers, F., B. Dankbaar & R. Hassink (1994). *Nieuwe kansen voor bedrijven in grensregio's*. Eindrapport. COB/SER, Den Haag
- Corvers F. (2000). De visie op grensregio's vanuit de Europese Commissie. In: Boekema, F.W.M. (2000). *Grensregio's en Arbeidsmarkten. Theoretische en Empirische Perspectieven*. Assen: Van Gorcum, pp. 17-26
- Ernste, H. (2010). *Bottom-Up European Integration: How To Cross The Threshold Of Indifference?*. In: *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, vol. 101, no. 2, pp. 228-335
- Farrell, L. (2010). *Pierre Bourdieu on European Identity*. Social and Political Review of Trinity College. Volume 20, Dublin
- Fischer, P., E. Holm, G. Malmberg, & T. Straubhaar (2000). *Why do People Stay? Insider Advantages and Immobility*. HWWA Discussion Paper 112, Hamburg Institute of International Economics.
- Gielis, R. (2009). Borders make the Difference: Migrant Transnationalism as a Border Experience. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 100, pp. 589–600
- Golledge, R. (1981). Misconceptions, misinterpretations, and misrepresentations of behavioral approaches in human geography. In: *Environment and Planning A*, volume 13, pp. 1325-1344

- Golledge, R. (2006). *Philosophical bases of behavioral research in geography*. In: Approaches to human geography
- Hertog, den F. (2008). *Het scriptieproject , Een handleiding voor bachelorstudenten Sociale Geografie en Planologie*. Onderwijsinstituut Geografie, Planologie en Internationale Ontwikkelingsstudies, Universiteit van Amsterdam
- Hessels, S., M. Overweel and Y. Prince (2005). Internationalisering van het Nederlandse MKB; bestaande en gewenste inzichten. EIM, Zoetermeer
- Houtum, H. van (1998). *The development of Cross-Border economic relations*. Centre for economic research, Universiteit van Tilburg
- Houtum, H. van (1999). *Internationalisation and mental borders*. In: Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie, vol. 90, no. 3, pp. 329-335
- Houtum, H. van (2000). *Introduction; Current issues and debates on borders and border regions in European Regional Science*. In: Van der Velde M., & H. van Houtum (red.), *Borders, regions and people*, PION, London, pp. 1-12
- Houtum, van H. & T. van Naerssen (2002). Bordering, Ordering and Othering. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 93 (2), pp. 125-136
- Houtum, van H. (2002). Borders of Comfort, Spatial Economic Bordering Processes in the European Union', *Regional and Federal Studies* 12/4, pp. 37-58
- Houtum, H. van & M. van der Velde (2004). *The Power of Cross-Border Labour Market Immobility*. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, vol. 95, pp. 100-107
- Houtum, van H., O. Kramsch & W. Zierhoffer (eds) (2005). *B/ordering Space*. Aldershot: Ashgate
- Houtum, H. van, A. Lagendijk & M. van der Velde (2009). *Grensoverschrijdende Gebiedsontwikkeling: De grens als vertrekpunt voor gebiedsontwikkeling*. Onderzoeksvoorstel Nicis, Nijmegen Centre for Border Research, Faculteit der Management Wetenschappen, Radboud Universiteit Nijmegen
- Johnston, R.J., D. Gregory, G. Pratt & M. Watts (ed.) (2000). *The dictionary of Human Geography, Fourth Edition*. Blackwell Publishing, Malden, Oxford, Carlton
- Kolossov, V. (2005). Border Studies: Changing Perspectives and Theoretical Approaches. In: *Geopolitics* 10(4), pp. 606-32
- Martinez, O. (1994). *The dynamics of border interaction: new approaches to border analysis*. In: C.H. Schofield, Editor, *Global boundaries, world boundaries*, Vol. 1, Routledge, London, pp. 1-15
- Newman, D. & A. Paasi (1998). *Fences and neighbours in the postmodern world: boundary narratives in political geography*. In: *Progress in Human Geography* 22, 2, pp. 186-207
- Niebuhr, A. & S. Stiller (2002). *Integration Effects in Border Regions – A survey of Economic Theory and Empirical Studies*. HWWA Discussion Paper 179, Hamburg Institute of International Economics
- Niebuhr, A. & S. Stiller (2004). *Integration and Labour Markets in European Border Regions*. HWWA Discussion Paper 284, Hamburg Institute of International Economics
- Nieuwkamp, B. (2008). *De arbeidsrelatie: het spel en zijn regels*, Proefschrift, Radboud Universiteit Nijmegen

- Oerlemans, L., M. Meeus & F. Boekema, (1998). *Innovatie en ruimte: Theoretische perspectieven*. In J. van Dijk & F.W.M. Boekema (Eds.), *Innovatie in bedrijf en regio*, pp. 9-27, Van Gorcum, Assen
- O'Dowd, L. (2002). *The changing significance of European borders*. In: *Regional & Federal Studies*, 2002, Routledge
- Painter, J. (2000). *Pierre Bourdieu*. In: M. Crang and N. Thrift (eds) *Thinking Space*. London and New York: Routledge.
- Pen, C.J. (1999). *Wat beweegt bedrijven. Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven*. Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen Rijksuniversiteit Groningen, Groningen
- Pellenbarg, P.H. (1985). *Bedrijfsrelokatie en cognitie*. Krips Repo, Meppel
- Price, P. (2010). *Cultural geography and the stories we tell ourselves*. *Cultural Geographies*, vol. 17, pp. 203–210.
- Ragin C., (1994). *Constructing Social Research: The Unity and Diversity of Method*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press
- Saunders, M., P. Lewis & A. Thornhill (2008). *Methoden en technieken van onderzoek*, Amsterdam, Pearson.
- Smallbone, D., et al. (2007). *Challenges and Prospects of Cross Border Cooperation in the Context of EU Enlargement*. *Citizens and Governance in a Knowledge Based Society*, Kingston University
- Smith, L., M. van der Velde & T. van Naerssen (2009). *Across the threshold: States, communities and individuals in a methodological approach to migration and transnationalism*. Paper for the conference: 'Migration Methodologies', Singapore, 8-10 March 2009
- Sommer, L. & Haug, M. (2009). *The Impact of Origin on Entrepreneurial Identity, Attitudes and International Entrepreneurial behavior in SME*. Paper for 9th Global Conference on Business & Economics, ISBN : 978-0-9742114-2-7
- Spierings, B. & M. van der Velde (2008). *Shopping, borders and unfamiliarity. Consumer mobility in Europe*. In: *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, vol. 99, no. 4, pp. 497-505.
- Strüver, A. (2002). Significant Insignificance: Boundaries in a Borderless European Union – Deconstructing the Dutch-German Transnational Labour Market. *Journal of Borderlands Studies* vol. 17, pp. 21–36.
- Strüver, A. (2005). *Stories of the 'boring border': The Dutch–German Borderscape in people's minds*. *Forum Politische Geographie* Vol. 2, LIT, Münster
- Swanborn, P. G. (1996). *Case-Study's; Wat, Wanneer en Hoe?* Amsterdam/Meppel: Boom.
- Velde, M. van der (1998). *Labour market in a border-area: Searching for jobs and the influence of borders*. Prepared for 38th European Congress of the European Regional Science Association, Vienna, Austria, 1998.
- Velde, M. van der (2000). *On the Value of a Transatlantic Dialogue on Border Research*. *Journal of Borderlands Studies* 15(1), pp. 281-290
- Velde, M. van der & H. van Houtum, (2003). *The threshold of indifference; rethinking the power of immobility in explaining cross-border labour mobility*. Working Paper Series 2003/5, Katholieke Universiteit Nijmegen

- Velde M. van der, M. Janssen & H. van Houtum (2005). Job Mobility In The Dutch-German Regional Labour Market: The Threshold of Indifference. In: Vilsteren, G. van & E. Wever (2005), *Borders and economic behaviour in Europe. A geographical aproach*. Assen: Van Gorcum.
- Velde, van der M. & B. Spierings (2010). *Consumer Mobility and the Communication of Difference: Reflecting on Cross-Border Shopping Practices and Experiences in the Dutch-German Borderland*. Journal of Borderland Studies, 25(3-4), 195-210
- Velde, M. van der & T. van Naerssen (2010). People, borders, trajectories: an approach to cross-border mobility and immobility in and to the European Union (forthcoming), DOI: 10.1111/j.1475-4762.2010.00974.x
- Verschuren, P. & H. Doorewaard (2007). *Het ontwerpen van een onderzoek*, Den Haag, Lemma
- Vilsteren, G. van & E. Wever (2005). *Borders and regional economic development*. In: G. van Vilsteren & E. Wever (red.), *Borders and Economic Behaviour in Europe*. Assen: Royal van Gorcum, pp. 1-9
- Wester F. (1991). *Strategieën voor kwalitatief onderzoek*. Dick Coutinho, Muiderberg
- www.deutschland-nederland.eu, geraadpleegd februari 2011
- <http://europa.eu>, geraadpleegd februari 2011
- www.gelderlander.nl, geraadpleegd februari 2011

Bijlage Interviewguide

Vooraf

- Heeft u er bezwaar tegen dat dit gesprek wordt opgenomen? Opnames worden gebruikt omdat veel waardevolle informatie anders wellicht verloren gaat. Met terugluisteren is die informatie gemakkelijker te achterhalen.
- Anonimisering is vanzelfsprekend mogelijk indien gewenst.

Introductie onderzoek

Dit onderzoek doe ik in het kader van de afronding van masterthesis voor de studie Sociale Geografie Universiteit Nijmegen en een stage bij de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland. De Kamer van Koophandel is erg geïnteresseerd hoe bedrijven in deze regio functioneren en wat hen bezighoudt. Informatie van bedrijven zelf kan erg waardevol zijn om de dienstverlening te optimaliseren. Onderzoek aan de Universiteit is toegespitst op hoe bedrijven zich gedragen in de ruimte; interacties tussen bedrijfsomgeving en omgeving om hen heen.

Onderzoek spitst zich toe op de vraag hoe bedrijven afzetmarkt bepalen en hoe personeelsbeleid vormgegeven wordt met het oog op waar bedrijven hun personeel werven.

Ter verduidelijking, en dit zijn voorbeelden, u hoeft daar nog niet meteen op te reageren, in het interview kom ik er direct, of indirect op terug:

- Zijn deze gebieden in de ruimte gelijk, of verschillen ze erg? Met andere woorden, is er een relatie tussen deze twee?
- Zijn er institutionele barrières die deze ruimte voor een bedrijf beïnvloeden?
- Welke zijn dat dan? Bijvoorbeeld: bedrijf is bekend in een gemeente, heeft daar al afzetmarkt, heeft al eerder personeel geworven in die regio.
- Bedrijven zoeken hooggeschoold/laaggeschoold personeel dat niet beschikbaar is in directe omgeving. Hoe dit te vinden?

1. Algemene gegevens van respondent en bedrijf (benadruk indien noodzakelijk dat om deze vestiging gaat!)

- Wie bent u en wat is uw functie?
 - hoe lang al werkzaam?
 - hoe betrokken bij afzetmarkt en personeelsbeleid? (schetsen!)
- Wat is dit voor een bedrijf?
 - product/dienst?
 - bijvoorbeeld transportbedrijf: wat vervoeren jullie?
- Hoe lang al gevestigd op in deze regio?
 - Indien eerst ergens anders: waarom hierheen verhuisd?
 - Is er een speciale binding met deze regio/gemeente/dorp?

Ik vraag dit omdat ik geïnteresseerd ben in de relatie van een bedrijf met zijn omgeving. Een tweetal aspecten hebben mijn bijzondere aandacht en daar wil ik graag wat dieper op ingaan.

2. Afzetmarkt

Het eerste aspect is de afzetmarkt. Ik zou daar graag wat vragen over stellen.

- Wat is de huidige afzetmarkt van dit bedrijf?
 - Is dat aan verandering onderhevig?
 - Waarom wel/niet?
 - Is er een bepaalde afstand waarbinnen afzetmarkt ligt?
- Wat is de potentiële afzetmarkt van dit bedrijf?
- Is het lastig om de afzetmarkt buiten de regio te vergroten?
 - Speelt afstand daar een rol in?
- Bestaan er verschillen tussen vinden van afzetmarkt in deze regio en andere regio's?
 - Deze vraag is eigenlijk alleen relevant als andere regio's redelijk ver afgelegen zijn
- Wat zijn strategieën om de afzetmarkt te vergroten?
 - Gaat dat passief of vooral actief?
 - Gaat dat via bestaande klanten en contacten?
 - Hoe leg je zo'n eerste contact? Hoe bepaal je of dat mogelijk interessant is?
 - Hoe gaat het met vervolgvverkopen?
- Welke rol speelt afstand bij het bepalen van de afzetmarkt?
 - Worden grote afstanden gemakkelijk overbrugd?
 - Zijn er cultuurverschillen met klanten uit andere regio's?
- Als er in een bepaalde regio/gemeente nieuwe afzetmogelijkheden ontstaan zijn, hoe wordt dan geprobeerd dat uit te breiden?
 - door reclame te maken regionaal?
 - door lokale KvK?
 - door netwerkbijeenkomsten?

De volgende vragen gaan over het personeelsbeleid, meer specifiek over het werven van arbeidskrachten.

3. Personeelsbeleid

Het tweede thema is de personeelsmarkt.

- Hoeveel mensen zijn er in het bedrijf (deze vestiging) werkzaam?
- Gaat het vooral om hoog- of laaggeschoold personeel?
 - zijn er verschillen in de manier van het werven van hoog- en laaggeschoold personeel?
→ Zo ja, volgende vragen apart voor beide stellen!
- Op welke manier wordt dat personeel geworven?
- Vervolg vragen: waarom?
 - Aan verandering onderhevig?
 - Informele contacten beïnvloed door effecten afzetmarkt?
 - Wat is de aard van die informele contacten?
- Wordt u actief benaderd door uitzendbureaus die personeel aanbieden?
- Komt dat personeel veelal uit deze regio?
 - Is dat toeval of wordt er bewust in de regio geworven?
- Wat is het potentiële gebied waarin personeel wordt betrokken?
- Welke rol spelen cultuurverschillen bij het werven van personeel?
- (Cultuurverschillen moet breed worden geïnterpreteerd. Hieronder valt bijvoorbeeld ook de vooropleiding van arbeidskrachten: liever HBO dan universitair geschoold personeel? Of telt met name werkervaring?)
 - personeel uit andere regio's?
 - personeel met een andere achtergrond dan gewoonlijk? (andere opleiding of werkervaring)
 - allochtonen?
 - hoe belangrijk zijn referenties?

4. Introductie onderzoek: de grens en de Duitse grensregio

Mijn speciale interesse heeft de rol van de grens en de Duitse grensregio bij het bepalen van de personeels- en afzetmarkt. Waarom kijkt een bedrijf hiervoor wel of niet over de grens? Ter afsluiting wil ik daar verder op ingaan.

- Verkoopt het bedrijf diensten/producten die ook in Duitsland te verkopen zouden zijn?
- Is het werk dat het bedrijf biedt ook in principe ook toegankelijk voor Duitsers?
 - Zou taal bijvoorbeeld per se een barrière zijn? Sommige mensen worden tenslotte ook omgeschoold. Een Duitser zou de taal relatief gemakkelijk kunnen leren.

4.1 Afzetmarkt

- Wat kunnen argumenten zijn om over de grens af te zetten?
 - moeilijkheden die overwonnen moeten worden?
 - moeilijkheden die overwonnen zijn?
 - moeilijkheden die maar deels overwonnen zijn?
 - moeilijkheden die geen moeilijkheden bleken te zijn?
- Blijft er extra inspanning voor nodig?
- Of is over de grens afzetten nu net zo gemakkelijk als in Nederland afzetten?
- Heeft de opgebouwde ervaring daar mee te maken?
- Hebben moeilijkheden die ervaren zijn te maken met de sector waarin bedrijf actief is?
 - type product/dienst
 - andere oorzaken voor moeilijkheden?

4.2 Personeelsbeleid

- Wat kunnen argumenten zijn om personeel over de grens te werven?
 - moeilijkheden die overwonnen moeten worden?
 - moeilijkheden die overwonnen zijn?
 - moeilijkheden die maar deels overwonnen zijn?
 - moeilijkheden die geen moeilijkheden bleken te zijn?
- Blijft er extra inspanning voor nodig?
- Of is over de grens afzetten nu net zo gemakkelijk als in Nederland afzetten?
- Heeft de opgebouwde ervaring daar mee te maken?
- Ervaring met:
 - uitzendbureau
 - informele contacten
 - advertenties
 - online
- Hebben moeilijkheden die ervaren zijn te maken met de sector waarin bedrijf actief is?
 - type product/dienst
 - andere oorzaken voor moeilijkheden?