

Piet Pellenburg
Rijksuniversiteit Groningen
P.H.Pellenburg@rug.nl

De omgeving waar bedrijven zich vestigen is een centraal thema in de economische geografie en bedrijfskunde. Maar levert de bestudering van bedrijf en omgeving ook iets op wat tot concrete en zinvolle toepassingen leidt bij de planning van bedrijfslocaties? Bijvoorbeeld bij het kiezen van een plek, de vormgeving en de inrichting van bedrijventerreinen? Piet Pellenburg denkt van niet, vooral bedrijfskundigen en bedrijfseconomen lijken huisvesting niet belangrijk te vinden voor de prestaties van een bedrijf. Economisch geografen daarentegen hebben wel belangstelling voor het fysiek-ruimtelijke vestigingsmilieu van bedrijven.

In de tegenwoordig dominante institutionele en evolutionaire benaderingen wordt het ruimtelijk kader voor een succesvolle inbedding van het bedrijf in de omgeving vooral op gebiedsniveau gezocht, minder op plaatsniveau, zelden op wijkniveau en al helemaal niet op terreinniveau. We leren van deze benaderingen al met al niet veel wat voor de planning van bedrijfslocaties van belang zou kunnen zijn. Toch hebben minder theoretisch ingestelde economisch geografen in de loop van de tijd ook veel praktisch georiënteerd vestigingsplaatsonderzoek gedaan waarvan de resultaten goed toepasbaar zijn in de praktijk van de bedrijfsterreinplanning. Het gaat dan vooral om onderzoek dat de vraagkant van de locatiemarkt in beeld brengt, en gegevens oplevert die kunnen worden ingezet bij het vormgeven van een goed op de vraag afgestemd aanbod. Welke kennis verschaft dit over de vestigingskeuze van bedrijven, de factoren die daarbij in het geding zijn, de ruimtelijke schaal waarop ze werkzaam zijn, de marktsegmenten die zich aftekenen en de consequenties voor bedrijventerreinplanning in de praktijk?

Veranderende vestigingstendenzen

De resultaten van onderzoek naar de vestigingswensen van bedrijven lopen sterk uiteen, al naar gelang ze korter of langer geleden zijn uitgevoerd; alleen grote of ook kleine bedrijven in het onderzoek zijn betrokken; een dwarsdoorsnede van het bedrijfsleven of alleen bepaalde sectoren worden ondervraagd; en de scope van het onderzoek mondiaal, Europees, nationaal, regionaal of lokaal is. Onmiskkenbaar maakt het ook veel uit hoe de vragen precies gesteld worden. Binnen bepaalde grenzen kan de onderzoeker de ondernemer laten zeggen wat hij wil.¹ Toch lopen er wel grote lijnen door de resultaten van praktisch vestigingsplaatsonderzoek zoals dat in de loop van de tijd is gedaan, lijnen die ook aansluiten bij de oudere en nieuwere theorieën over de bedrijfslocatiekeuze.

Figuur 1
Veranderende lokatietendenzen

Fase I Industriële revolutie	Fase II periode na 1950	Fase III 2000 e.v.
<i>primaire factoren</i>	secundaire factoren	tertiere factoren
TRANSPORTKOSTEN v.grondstof en producten	NABIJHEID VAN AFZET- MARKTEN	OVERHEIDS INVLOEDEN OP DE LOKATIEKEUZE
ARBEIDSKOSTEN	IDEM LEVERANCIERS EN DIENSTVERLENERS	NIVEAU van 'INSTITUTIONAL THICKNESS'
	ANDERE AGGLOMERATIE- VOORDELEN	KENNISCENTRA EN ICT- INFRASTRUCTUUR
		KWALITEIT en MENTALITEIT VAN ARBEIDSKRACHTEN
		MILIEU-ASPECTEN (milieuzo-nering, duurzame bedrijfsterreinen)
		REPRESENTATIEVE BEDRIJFSLOKATIES
		KWALITEIT V.H. WOON- EN RECREATIE MILIEU
		etcetera
<i>neoklassieke (least cost) locatietheorie</i>	groeipool theorie cumulative causatie theorie	behaviourale en institutionele theorieën
regionale concentratie	stedelijke agglomeratie	ruimtelijke diffusie

Bron: Pellenbarg 2002 (bewerking)

Figuur 1 brengt dit in beeld. Ruwweg honderd jaar geleden draaide bij de locatiekeuze in landen als Nederland alles om de 'harde' factoren transport- en arbeidskosten. Die twee factoren spelen ook een hoofdrol in de klassieke bedrijf-georiënteerde (industriële) vestigingsplaatsstheorieën uit het begin van de twintigste eeuw, zoals die van Weber en anderen. Een halve eeuw later, als er veel meer infrastructuur is aangelegd, verschillen in transportkosten tussen plaatsen kleiner worden, en regionale arbeidskostenverschillen minder worden door groeiende arbeidsmobiliteit, verschuift het beeld. 'Agglomeratievoordelen', door Weber c.s. nog veelzeggend aangeduid als 'secundaire locatiefactoren', komen dan sterker naar voren en domineren de locatietheorieën rond het midden van de twintigste eeuw, zoals de groeipooltheorie van Perroux en diens navolgers, en de cumulatieve causatietheorie van Myrdal. Aan het eind van de twintigste eeuw is het beeld opnieuw verschoven. In de moderne netwerksamenleving wordt ook de werkzaamheid van agglomeratievoordelen over steeds grotere afstand voelbaar, en worden eerder triviaal geachte 'zachte' factoren als instituties, kennis, milieu, mentaliteit en image soms doorslaggevend bij de locatiekeuze. Het gaat hierbij niet alleen om pure feiten. De persoonlijke inschatting door ondernemers speelt een belangrijke rol, evenals de inbedding van economische in sociale netwerken. De behaviourale en institutionele stromingen in de theorie over 'bedrijf en omgeving' sluiten hier goed bij aan.

Level playing field

Het verhaal bij figuur 1 maakt duidelijk hoe in de loop van de tijd de oorspronkelijk dominerende primaire en secundaire vestigingsfactoren geleidelijk over steeds grotere ruimten gelijk worden: er ontstaat een level playing field. Het missen van agglomeratievoordelen lijkt in een klein land als Nederland alleen in de echte periferie voelbaar. Gekwalificeerde arbeidskrachten zijn misschien niet overal even makkelijk te krijgen, maar arbeidskosten zijn overal gelijk want CAO's worden landelijk afgesloten. En de fysieke bereikbaarheid van bedrijfslocaties is overal in feite groot. Niet alleen in Nederland, maar ook over grote delen van Europa. Voor multinationale bedrijven, die bij locatiekeuzes dit schaalniveau overzien, is bereikbaarheid vaak ook helemaal niet belangrijk meer. Zij focussen op andere meerwaarden van een locatie, zoals weergegeven in kolom 3 van tabel 1 op pagina XX. Voor hen is Europa als het ware één groot stedelijk

vestigingsmilieu, met graduele verschillen in aantrekkelijkheid tussen de verschillende 'stadsdelen', gelet op hun ligging in het midden of aan de rand, de kwaliteit van het woon- en verblijfsklimaat, en de samenstelling en mentaliteit van de (beroeps)bevolking.

Figuur 2
Europa als stedelijk vestigingsmilieu

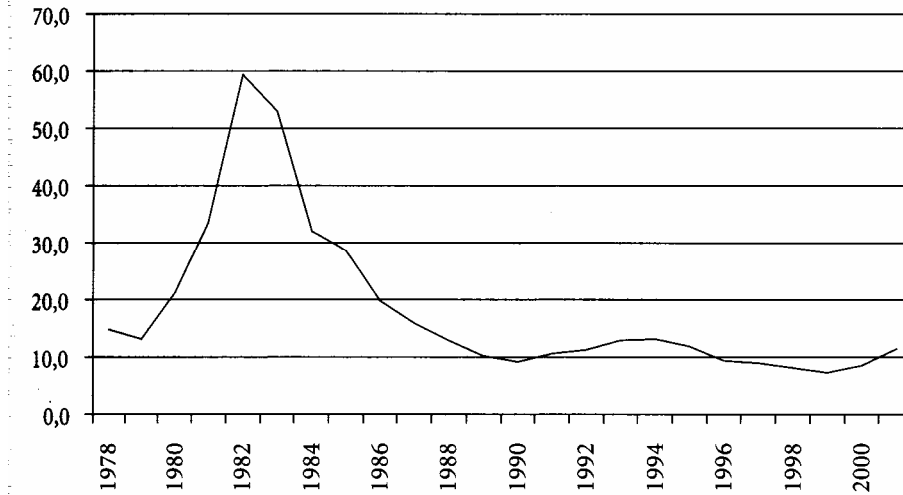


Ruimteverspilling

Betekent het level playing field nu dat vestigingsfactoren die vooral op lokaal en regionaal niveau verschillen niet meer van betekenis zijn? Dat zou een verkeerde conclusie zijn. De vestigingsplaatskeuze is een proces dat meerdere fasen en beslismomenten kent² en in de laatste fase wordt een factor als de grondprijs vaak ineens heel belangrijk. Weliswaar is die als element van de kostprijs van producten en diensten meestal verwaarloosbaar. Maar als gelet op belangrijker factoren de locaties die op de shortlist overblijven gelijk scoren, kan de eindafweging ineens focussen op de factor grondprijs, en worden gemeenten met bedrijventerreinen in de aanbidding genadeloos tegen elkaar uitgespeeld. Dat is des te gemakkelijker, omdat er sprake is van een vragersmarkt. Er is, zij het verschillend per landsdeel, teveel aanbod van bedrijfsterrein tegenover de vraag. Sinds 1990 schommelt het aanbod van bedrijventerrein rond de twaalfduizend hectare per jaar, en er werd in de economisch goede jaren rond tweeduizend circa twaalfhonderd hectare per jaar uitgegeven (zie figuur 3 op pagina XX) zodat er steeds een voorraad voldoende voor ongeveer tien jaar is. Bouwrijp (direct uitgeefbaar) terrein is ruim de helft van de voorraad, en dus voldoende aanwezig voor minstens vijf jaar, terwijl een voorraad voor twee tot drie jaar genoeg zou moeten zijn.³ Nogmaals, per regio en per gemeente kan dit nogal verschillen. De gemiddeld grote voorraad bedrijventerrein houdt de prijzen lager dan ze zouden kunnen zijn, en wat erger is: het remt de noodzakelijke revitalisering van twintigduizend hectare verouderd bedrijfsterrein. Het aanleggen van steeds weer nieuwe bedrijventerreinen is

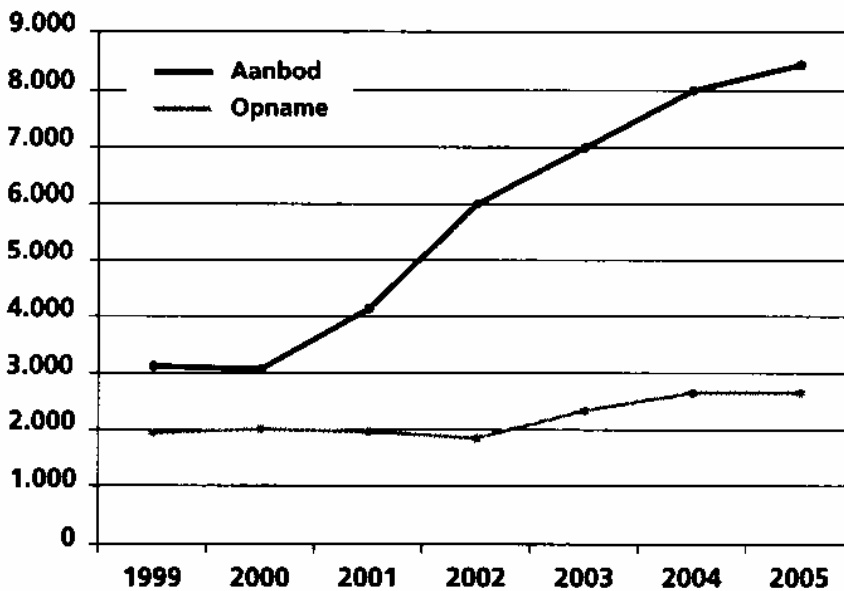
gemakkelijker, goedkoper en lucratiever voor de gemeenten, maar zuigt bedrijven weg van verouderde bedrijventerreinen, die daardoor geen draagvlak voor revitalisering overhouden. Voor deze nationaal-economische ruimteverspilling wordt de laatste tijd steeds meer aandacht gevraagd.⁴ Nog pregnanter dan voor de bedrijventerreinen is de situatie voor de op deze terreinen aanwezige bedrijfsruimten. Hier loopt de omvang van het aanbod tegenover de vraag sinds het jaar 2000 zeer snel op (zie figuur 4 op pagina XX). Bijna negentig procent van dit aanbod van bedrijfsruimten bevindt zich op verouderde bedrijventerreinen en sluit qua kwaliteit niet meer aan op de huidige vraag.

Figuur3
Verhouding tussen aanbod en uitgifte bedrijventerrein*, 1978-2001



* aantal jaren waarvoor de voorraad toereikt, gegeven de verhouding tussen uitgifte en voorraad in het betreffende jaar. Bron: Louw et al. 2004.

Figuur 4
Aanbod en opname van bedrijfsruimte* 1999-2005



* in duizenden m2. Bron: FGHBank 2006

Regionaal

Ondertussen is het de vraag of bedrijven in de huidige beleidspraktijk wel echt goed bediend worden in hun wensen. Ze mogen dan hard onderhandelen over grondprijzen, maar als factoren als instituties, kennis, milieu, image en woonklimaat in feite meer bepalend zijn voor het functioneren, is het belangrijker het bedrijventerreinen aanbod dáárop onderscheidend te maken, in plaats van alleen maar zo goedkoop mogelijk. Onderscheidende kwaliteitslabels als 'dereguleringszone', 'brainpark', 'duurzaam bedrijventerrein', 'zichtlocatie' en 'woon-werk terrein' zijn maar een paar voorbeelden uit de steeds langer wordende lijst van etiketten voor bedrijfsterrinen. Er is uit de markt ook wel kritiek op deze trend tot 'segmentatie' van het aanbod, die nog te weinig zou aansluiten op de vraag. Maar onmiskenbaar is differentiatie van bedrijfsterrin een uitvloeisel van de steeds hogere én steeds meer specifieke eisen die bedrijven aan potentiële locaties stellen. Terwijl die locaties tegelijkertijd over steeds grotere gebieden van vergelijkbare kwaliteit zijn. Steeds meer locaties zijn goed, en dus ga je steeds specifiekere eisen stellen om nog tot een onderscheid te komen.

Het regionale niveau wordt bij dit alles steeds belangrijker, zowel voor bedrijf als beleid. Voor bedrijven wordt steeds duidelijker dat de inbedding in regionale economische en sociale netwerken een doorslaggevende succesfactor is, en dat succesvolle bedrijven normaliter in 'hun' regio willen blijven.⁵ De focus op regiofactoren geldt niet alleen voor jonge en kleine bedrijven, maar ook voor grote, internationaal opererende bedrijven, waarvoor al aan het begin van de jaren negentig van de vorige eeuw werd aangetoond dat ze factoren die op het regionale niveau werken, steeds belangrijker vinden. Het gaat dan om de waardering van regionale infrastructuur en arbeidsmarkten, maar uitdrukkelijk ook om quality of life factoren zoals scholen, ontspanning, en cultuuraanbod.⁶ Recente analyses van de internationale bedrijfsruimtegebruikers in Nederland door STEC bevestigen dit beeld: vooral voor hoogwaardige (R&D) bedrijfsfuncties is een hoogwaardig woon- en leefklimaat een typische 'vestigingsfactor van de toekomst'.⁷ Het groeiende belang van de kwaliteit van de regionale bedrijfsomgeving sluit aan op de verschuiving van fase II naar fase III in het schema van veranderende vestigingstendenzen (zie figuur 1 op pagina XX) en op de constatering dat 'the shift from industrial to postindustrial society produced a shift of agglomeration advantages from the city to the city-regional scale.'⁸

Aan de beleidskant is het regionale niveau steeds belangrijker vanwege de noodzaak om op regionaal niveau afspraken te maken over beperking van het terreinenaanbod. Maar ook voor afspraken over segmentering, om te waarborgen dat op regionaal niveau een geschikt 'totaalpakket' wordt geleverd. Er is hier vooruitgang, maar nog onvoldoende. Gemeenten onderkennen weliswaar steeds vaker de noodzaak om samen te werken en nodeloze onderlinge concurrentie te verminderen, maar hebben anderzijds de begrijpelijke neiging met hun terreinenaanbod maximaal in te spelen op de lokale bedrijvendynamiek, en met name te vermijden dat lokale doorstarters en groeiers interlokale verplaatsters worden.

Van analyse naar uitvoering

Hoe moeten de bovenbesproken analyses nu vertaald worden naar de praktijk van de bedrijfsterrinplanning? Welke aanblik moet een bedrijventerrein uit Fase III van figuur 1 bieden? STEC doet vanuit zijn trendanalyses in de ontwikkeling van bedrijfsruimtegebruik een aantal concrete aanbevelingen, vooral ook weer gericht op internationale bedrijven: maak het aanbod gevarieerd (lees: meer gesegmenteerd), ontwikkel locaties met realistische (lees: flexibele) en communiceerbare inrichtingseisen, ontwikkel regelarme zones, investeer in de kwaliteit van de bedrijfsomgeving, en zorg vooral voor goede ontsluiting (liefst multimodaal) en ICT infrastructuur.⁹ Met uitzondering van de multimodale ontsluiting zijn al deze aanbevelingen ook op het gros van de kleine en middelgrote bedrijfsruimtegebruikers van toepassing. Kijkend naar kolom 3 uit figuur 1 kunnen we er nog de punten milieukwaliteit en beeldkwaliteit aan toevoegen als aandachtspunten voor de ontwikkelaar van bedrijventerrinen. Bij beeldkwaliteit gaat het om de architectuur van de bedrijfsgebouwen, die vaak bedroevend is ('dozen') maar ook om de vormgeving en inrichting van de niet bebouwde oppervlakten, die vaak veel beter kan (landscaping). Een betere milieukwaliteit kan bereikt worden via moderne en stringente vormen

van bedrijventerreinbeheer ('parkmanagement'). Vooral de meer ambitieuze vormen van parkmanagement, waarin het erom gaat materiaalstromen aan elkaar te koppelen, energie en watergebruik te beperken en afvalstromen te voorkomen¹⁰ staan wél haaks op de segmentatietrend, omdat er meer kansen zijn voor het koppelen van bedrijfsprocessen bij ongelijksoortige bedrijven dan bij gelijksoortige. Clustervorming van bedrijven op bedrijventerreinen past dus wel bij de trend naar duurzame bedrijventerreinen en parkmanagement, maar niet bij de segmenteringstrend. Op dezelfde manier past parkmanagement niet goed bij deregulering. Bedrijfsterreinontwikkelaars moeten hier keuzes maken.

Tenslotte de 'realistische inrichtingseisen'. Hierboven is dat direct vertaald naar 'flexibel' omdat dat het meest belangrijke punt lijkt te zijn. Eigenlijk gaat het om een reeks van afzonderlijke punten: grootte, ligging en ontsluiting van kavels, bebouwingsvoorschriften, beplantingsvoorschriften, beheersvoorschriften. Maar de flexibiliteit moet eigenlijk ook zitten in de ontwerpen van het bedrijventerrein en de erop te bouwen bedrijfsruimtes, die een snellere wisseling van gebruikers mogelijk moet maken. Door het toenemen van de oprichtings- en verplaatsingsdynamiek van het bedrijfsleven én de trendmatige toename van huur ten opzichte van de aankoop van bedrijfsterreinen neemt de gemiddelde verblijfsduur van bedrijven op hun locatie af. De locatie wordt aldus een steeds flexibeler onderdeel van de bedrijfshuishouding, en het aanbod van bedrijventerreinen moet zich óók daarop aanpassen.

Samenwerking

Theoretisch mag de economische geografie weinig te bieden hebben als basis voor bedrijventerreinplanning. Uit praktisch oogpunt, dat wil zeggen kijkend naar resultaten van empirisch vestigingsplaatsonderzoek, blijkt ze toch vele aanwijzingen te geven, die bruikbaar zijn bij de bedrijventerreinplanning. De manier waarop locatiekeuzes worden gemaakt verandert, vooral gelet op de factoren die erbij in ogenschouw worden genomen. Op de locatiemarkt, te beginnen de kantorenmarkt, wordt de rol van het aanbod geleidelijk groter, zo werd al tien jaar geleden vastgesteld.¹¹ De markt voor bedrijventerreinen zal deze trend volgen. De opgave voor lokale en regionale beleidsmakers is een aanbod te scheppen dat recht doet aan de naar zachte en regionale factoren verschuivende vraag, en inspeelt op de flexibilisering van het bedrijfsruimtegebruik. Samenwerking tussen gemeentelijke bedrijventerreinaanbieders, maar ook samenwerking met private partijen bij de bedrijfsterreinontwikkeling kan daarbij zeer nuttig blijken.

Noten

- 1 Pellenbarg, P.H., 'Het huidig belang van infrastructuur en vervoer voor regionale en nationale vestigingsbeslissingen', in: Elhorst, J.P. en Strijker, D. (red), Het economisch belang van het vervoer, REG-publicatie 18, Stichting Ruimtelijke Economie Groningen, Groningen, 1999, pp. 51-65.
- 2 Pen, C.J., Wat beweegt bedrijven. Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven, Nederlandse Geografische Studies 297, Groningen: FRW, 2002.
- 3 Louw, E.; Needham, B.; Olden, H. en Pen, C.J., Planning van bedrijventerreinen. Den Haag, Sdu, 2004.
- 4 Louw, E.; Needham, B.; Olden, H. en Pen, C.J., Planning van bedrijventerreinen. Den Haag, Sdu, 2004.
- 5 Stam, E., Why butterflies don't leave. Locational evolution of evolving enterprise, Utrecht, URU, 2003.
- 6 EC/NEI, New location factors for Mobile Investment in Europe, Rotterdam, 1993.
- 7 Van Geffen, P. en Bruil, P., 'Meeste terreinen voor lokale en regionale markt', in: Real Estate Magazine 9 (44), 2006, pp. 25-29.
- 8 Phelps, N. en Ozawa, T., 'Contrasts in agglomeration: proto-industrial, industrial and post-industrial forms compared', in: Progress in Human Geography 27 (5), 2003, pp. 583-604.
- 9 Van Geffen, P. en Bruil, P., 'Meeste terreinen voor lokale en regionale markt', in: Real Estate Magazine 9 (44), 2006, pp. 25-29.

- 10 Pellenbarg, P.H., 'Park Management as a tool for careful industrial land use planning', in: *Journal of Environmental Planning and Management* 47 (4), 2004, pp. 503-516.
- 11 Louw, E., *Kantoorgebouw en vestigingsplaats*, Delft, Delftse Universitaire Pers, 1996.

Overige literatuurverwijzingen

Deutlinger, T. (2006) *Stad Europa. Vrij Nederland*, 67 (13), pp. 18-19

FGHBank (2006) *Grenzen verkennen*. FGH Real Estate Report 2006. Utrecht: FGHBank

Pellenbarg, P.H. (2002), *Sustainable Business Sites in the Netherlands: Survey of Policies and Experiences*. *Journal of Environmental Planning and Management*, 45 (1), pp. 59-84