

Nederland als springplank voor Europa

Internationale ondernemingen in de regio's Amsterdam en Utrecht

Omdat Nederland voor veel buitenlandse ondernemingen het eerste vestigingsland in Europa is, wordt ons land wel de 'poort van Europa' genoemd. Waarom vestigen deze bedrijven zich juist in Nederland, welke locaties prefereren zij en welke effecten heeft vestiging op de vestigingsregio? Om deze vragen te kunnen beantwoorden deden H. Bekkers, B. van Dijck en J. Salverda onderzoek naar het vestigingsgedrag van internationale handels- en dienstverlenende bedrijven in de noordoostelijke vleugel van de Randstad. De redactie van Agora bespreekt deze studie.

REDACTIE AGORA

Het onderzoek is gericht op de handels- en dienstverlenende bedrijven, omdat in deze branche de grootste groei van de werkgelegenheid plaatsvindt. De regio's Amsterdam en Utrecht zijn als onderzoeksgebied gekozen, omdat het zwaartepunt van het aantal vestigingen en van de werkgelegenheid in deze regio's is gelegen. Interviews werden afgenomen bij de directies van 73 bedrijven.

De totale onderzoekspopulatie bestaat uit 362 direct gevestigde buitenlandse ondernemingen. Het merendeel is afkomstig uit de Verenigde Staten, gevolgd door West-Duitsland, Groot-Brittannië, Japan en Zweden. De meeste van de bedrijven hebben zich in de jaren '70 in het onderzoeksgebied gevestigd. Het gaat vooral om handelsbedrijven in elektronische- en foto-apparatuur en handelsbedrijven in machines. Vanaf 1960 heeft steeds rond de 60% van de bedrijven zich in Groot-Amsterdam gevestigd. De Amerikaanse, maar vooral de Japanse bedrijven concentreerden zich sterk in de Amsterdamse regio.

De meeste buitenlandse bedrijven zijn vrij klein. Een klein aantal grote bedrijven schept verreweg de meeste werkgelegenheid; de grootste 7 bedrijven leveren meer dan 6000 arbeidsplaatsen op, terwijl de kleinste 26 bedrijven aan slechts 586 mensen werk geven.

Springplank

De penetratie van de Nederlandse markt vindt meestal in fasen plaats. Eerst wordt door het bedrijf een verkoopagent aangesteld, later gaat men over tot de vestiging van eigen verkoopkantoren. In een

aantal gevallen vindt vervolgens ook de productie zelf in Nederland plaats: dit geldt vooral voor langer gevestigde bedrijven uit de niet E.E.G. landen, zoals Zweden.

Voor buitenlandse ondernemingen met meerdere vestigingen in Europa is Nederland vaak het eerste Europese vestigingsland. Van de onderzochte bedrijven is dit voor 35% het geval. West-Duitsland en Groot-Brittannië zijn voor 25% van de bedrijven eerste land van vestiging. Voor de overige Europese landen ligt dit percentage veel lager. Veel bedrijven uit de VS en Japan, en vooral die uit Zweden en Groot-Brittannië zijn de penetratie van het Europese vasteland vanuit Nederland begonnen. Nederland wordt door die bedrijven als het ware als springplank voor vestigingen in de rest van Europa gebruikt.

Marktfactoren

De springplankfunctie heeft Nederland te danken aan een aantal gunstige vestigingsfactoren voor buitenlandse ondernemingen. Vooral de factoren die direct van invloed zijn op het rendement van een bedrijf, de zogenaamde marktfactoren, zijn van zeer groot belang.

Op de Nederlandse markt gerichte bedrijven geven marktfactoren bijna zonder uitzondering als eerste en enige reden voor vestiging. Deze marktfactoren (bewerken van de Nederlandse markt, grote potentie van die markt, de wet en regelgeving, waaronder het fiscaal klimaat) vormen ook voor internationaal georiënteerde bedrijven een reden om zich hier te vestigen. Belangrijk zijn ook transport en liggingsfactoren. Deze worden door meer dan 26% van op de internationale markt gerichte bedrijven als eerste reden voor vestiging

genoemd. Nederland staat bekend om zijn goede ligging en bereikbaarheid en zijn gunstige doorvoerfaciliteiten.

Bij de vestiging van productie-eenheden spelen meestal bedrijfsspecifieke omstandigheden een rol, zoals de mogelijkheid tot joint-venture of overname.

De verhouding tussen arbeidskosten en arbeidsproductiviteit heeft zich de laatste jaren gunstig ontwikkeld. Nog in 1978 was deze verhouding voor bedrijven een reden om niet in Nederland te gaan produceren.

Vestigingsklimaat

Tijdens de interviews is het vestigingsklimaat in Nederland vergeleken met dat in de omliggende landen. De fysieke bereikbaarheid van de EEG-markt en de toegankelijkheid van die markt wat betreft doorvoer- en douanefaciliteiten worden hier duidelijk beter beoordeeld, evenals de kwaliteit van de arbeid en de internationale mentaliteit. Onze buurlanden scoren echter hoger als het gaat om aard en omvang van de afzetmarkt, de verhouding tussen arbeidskosten en productiviteit, de investeringsstimulerende houding van de overheid en de wet- en regelgeving.

De keuze, waar men zich in Nederland zal vestigen, wordt sterk beïnvloed door de afzetoriëntatie. Vooral voor handelsbedrijven is de toegang tot de afzetmarkt een belangrijke locatiefactor. Op de binnenlandse markt gerichte bedrijven vestigen zich daarom in toenemende mate in de provincie Utrecht in verband met ligging en bereikbaarheid.

Internationaal opererende ondernemingen stellen vestigingseisen, waaraan alleen in een grootstedelijk milieu kan worden voldaan. Zij zijn afhankelijk van infrastructurele voorzieningen op hoog niveau, zoals een internationale luchthaven, telecommunicatieve en andere contact- en informatievoorzieningen. Deze bedrijven vinden we dan ook vooral in Groot-Amsterdam.

Na 1975 vestigt rond de 80% van de internationaal gerichte bedrijven zich in de Amsterdamse regio.

Binnen deze regio blijkt vooral Schiphol een aantrekkelijke vestigingsplaats. Hoe

Verschenen:

Kantoor, Ruimte en Automatisering

Een onderzoek verricht in opdracht van de Rijksplanologische Dienst naar de effecten van de implementatie van kantoorautomatisering op ruimtebehoefte, waardering van de huisvesting en locatiegedrag.

Het rapport is te bestellen bij STRABO, telefoon 020-271958 of 020-260817. Prijs: f 36,75 inclusief BTW en portokosten.



Schiphol oefent een enorme aantrekkingskracht uit op internationaal georiënteerde bedrijven. Veel bedrijven zeggen veel slechter te zullen functioneren zonder deze luchthaven in de buurt.
Foto: NV Luchthaven Schiphol

belangrijker voor het functioneren van het bedrijf, hoe dichter men zich bij de luchthaven gevestigd heeft. 47% van de ondernemingen zegt slechter tot veel slechter te kunnen functioneren als men verder van Schiphol verwijderd zou zijn. Dit geldt vooral voor Amerikaanse en Japanse bedrijven. Schiphol staat internationaal zeer goed aangeschreven. Ondanks de hoge prijzen vinden we hier een groot aantal aan de luchtvaart gelieerde ondernemingen.

Bekendheid

Behalve de genoemde afzetoriëntatie, is de (internationale) naambekendheid van Amsterdam voor veel bedrijven een reden om zich in of rond de hoofdstad te vestigen. We vinden er ook een aantal op de Nederlandse markt werkende bedrijven, voornamelijk in de zakelijke dienstverlening, de confectie, de papier- en grafische industrie, de chemische productie en de electronica.

Japanse bedrijven hechten erg aan contactmogelijkheden met andere buitenlandse (Japanse) bedrijven en kiezen om die reden meestal voor Amsterdam.

Het is echter in het algemeen zeker niet zo, dat van reeds gevestigde ondernemingen een grote werving invloed uitgaat.

Omdat de internationaal georiënteerde bedrijven zoveel belang hechten aan de nabijheid van Schiphol en aan een goede bereikbaarheid, worden alternatieve vestigingsregio's nauwelijks in overweging genomen. De keuze voor de regio is evident.

Anders ligt dat met de bedrijven die zich op de Nederlandse markt richten. Deze bedrijven noemen meer uiteenlopende vestigingsfactoren en een grotere variatie in regiokeuze ligt dan ook voor de hand.

Voor beide categorieën ondernemingen geldt, dat wanneer de keuze voor een bepaalde regio eenmaal is gemaakt, de

beschikbaarheid van een bedrijfsterrein of -pand al snel de doorslag geeft bij de bepaling van de concrete locatie.

Profijt

Interessant is natuurlijk de vraag, in hoeverre de regionale economie profijt heeft van de vestiging van buitenlandse ondernemingen. De contacten met het Nederlandse bedrijfsleven spelen zich voornamelijk af in de sfeer van de zakelijke dienstverlening. Reclamebureaus, banken en accountantskantoren leveren hun diensten aan de 'buitenlanders'. Ook wordt veel van Nederlandse transportbedrijven gebruik gemaakt. Toelevering van produkten speelt een minder belangrijke rol. 65% van de onderzochte bedrijven koopt nooit iets bij Nederlandse fabrieken.

De buitenlandse ondernemingen leveren een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid. De 362 bedrijven uit het onderzoeksgebied zijn goed voor meer dan 20.000 arbeidsplaatsen. In de handelsbedrijven is vaak nog enige groei aanwezig, en de meeste bedrijven verwachten dan ook een uitbreiding van het personeelsbestand. Slechts 25% van de buitenlandse bedrijven heeft één of meer buitenlanders van het moederconcern in dienst. Meestal gaat het dan om de directeur. Vooral in de directie van de Japanse bedrijven zijn vaak één of meer Japanse managers aanwezig. De scholing van het personeel is over het algemeen hoog tot zeer hoog.

Concluderend kunnen we opmerken dat veel buitenlandse ondernemingen via Nederland de Europese markt overerven. Ons land kan daarom met recht de Poort van Europa worden genoemd. Vooral marktfactoren zijn van doorslaggevende betekenis voor vestiging in Nederland.

Voor op de internationale markt gerichte bedrijven spelen ook de centrale ligging in Europa, goede doorvoerfaciliteiten en de aanwezigheid van een goed bekend staande internationale luchthaven een grote rol. Deze bedrijven vestigen zich dan ook veelal in de regio Groot-Amsterdam.

Op de binnenlandse markt gerichte bedrijven vestigen zich - als gevolg van de centrale ligging en de bereikbaarheid - vooral in de Utrechtse regio. Het belangrijkste effect van de vestiging van buitenlandse ondernemingen is de aanzienlijke bijdrage die het levert aan de werkgelegenheid.

Bedrijven die op de internationale markt opereren hebben een voorkeur voor vestiging in de regio Amsterdam. Aan de vestigingseisen van deze ondernemingen kan slechts in een groot-stedelijk milieu worden voldaan.

Foto: Thijs Pennink



Auteurs: H. Bekkers, B. van Dijck en J. Salverda
Titel: Internationale ondernemingen in de regio's Amsterdam en Utrecht
Vestigingstendensen van handels- en dienstverlenende bedrijven en hun regionale effecten
Verrijgbaar: STEPRO-rapport no. 30d
Rijksuniversiteit Utrecht, Geografisch Instituut
Heidelberglaan 2, 3508 TC Utrecht
telefoon: 030-531399
Kosten: f 15,-