

Al sinds een aantal jaren wordt aan het Geografisch Instituut van de Rijksuniversiteit van Groningen onderzoek gedaan naar de subjectieve waardering van bedrijfsvestigingsmilieus. Momenteel wordt het nationale beeld in een aantal regio's verbijzonderd. Een dergelijk regionaal onderzoek is ook gehouden in de Kop van Noord-Holland.¹ Dat onbekend onbemind maakt, blijkt uit de waardering die ondernemers voor het vestigingsmilieu in deze regio hebben. Eén vestigingsplaatsfactor domineert alle andere. Een bericht uit een vergeten gebied van de Randstadprovincie Noord-Holland.

THIJS PENNINK *

De Kop van Noord-Holland met als belangrijkste plaatsen Den Helder en Schagen, wordt in den lande - voor zover men er al een idee over heeft - veelal geassocieerd met begrippen als bloembollen, kale vlakten en met name de slechte bereikbaarheid van het gebied, domineert het oordeel. Dit kan zowel geweten worden aan de matige noord-zuidverbinding (rijksweg 9 langs het Noordhollands Kanaal) als aan de matige oost-westverbindingen in Noord-Holland-Noord.

Op eigen kracht

De economie van het gebied ontwikkelt zich niet in alle opzichten even vooruit en verkeert in een fase van herstructurering. Dit betreft in feite alle dominante sectoren van de economie (visserij, off-shore, toerisme en marine). In tegenstelling tot erkende probleemgebieden als het Noorden van het land en Zuid-Limburg, beschikt het gebied niet over structuurversterkende fondsen of middelen van een regionaal economisch beleidsinstrumentarium. Dat op rijksniveau maar weinig aandacht bestaat voor het gebied, blijkt uit het feit dat het in de Vierde nota geen plaats heeft gekregen. De provincie Noord-Holland probeert het tij te keren door een samenwerkingsverband tussen gemeenten, provincie en het regionale bedrijfsleven tot stand te brengen, onder het motto 'Koppen bij elkaar'. Het doel daarvan is projectmatig de potenties van de Kop zo goed mogelijk tot ontwikkeling te brengen. Dat het daarbij niet alleen om woorden gaat wordt geïllustreerd met de oprichting van een soort provinciale financieringsmaatschappij (FIRON).

Bouwstenen

Uit een landelijk onderzoek van Meester en Pellenburg² bleek dat Noord-Holland-Noord en daarbinnen vooral de Kop van Noord-Holland een negatief imago als bedrijfsvestigingsgebied heeft. Door een detaillering van het imago krijgen lokale en provinciale overheden bouwstenen in handen om doelgericht te werk te gaan. Het regionale onderzoek van De Haan en van Tricht biedt dit inzicht voor de Kop van Noord-Holland. Ondernemers in de Kop van Noord-Holland, maar ook in de rest

Imago en potenties van een vergeten regio



Het bedrijfsklimaat van de Kop van Noord-Holland staat als ongunstig te boek. Met man en macht wordt gewerkt aan de verbetering van het slechte imago. Foto: Fotoburo Albert Vermeulen

van Noord-Holland en andere delen van de Randstad zijn vragen gesteld over de kwaliteit van het vestigingsmilieu van een zestiental plaatsen in Noord-Holland boven het Noordzeekanaal. De hoogste waardering blijkt gegeven te worden aan het gebied dat valt rond de plaatsen Velsen/IJmuiden, Beverwijk, Alkmaar, Purmerend en Zaandam. Ten opzicht van dat gebied met hoge waarderingen is in oostelijke, noordelijke en westelijke richting sprake van één afnemende waardering. Vooral de Kop van Noord-Holland (Den Helder en Den Oever) en het noordelijk deel van West-Friesland komen er niet best van af.

Uitzondering

Ondernemers waarderen ruimtelijke elementen van de eigen vestigingsplaats gemiddeld hoger dan verder weg gelegen elementen: het *neighborhood-effect*. Ook in Noord-Holland is dit effect waarneembaar. De enige regio die daarop een uitzondering vormt is de Kop van Noord-Holland. Weliswaar waarderen de ondernemers daar hun gebied iets hoger dan de overige geïnterviewde ondernemers, de meest gunstige oordelen reserveren zij echter voor Alkmaar en directe omgeving. Dit zou kunnen impliceren dat bij verplaatsingen de Kop nauwelijks als serieus alternatief zal worden overwogen. Ook is de ondernemers gevraagd de vijf binnen Noord-Holland-Noord te onderscheiden gebieden (Kop, Westfriesland, Alkmaar en omstreken, Waterland en IJmond/Zaanstreek) te beoordelen op een tiental vestigingsplaatsfactoren. Binnen Noord-Holland-Noord doen zich dan duidelijke verschillen voor. Vooral de ligging van de Kop ten opzichte van afnemers en leveranciers en infrastructuur wordt duidelijk negatief beoordeeld, en bepaalt ook grotendeels het

uiteindelijk negatieve oordeel over de Kop als vestigingsgebied.

Potenties

Naast een subjectief is tevens een objectief beeld van de Kop van Noord-Holland gegeven. Het blijkt dat het subjectieve oordeel in een aantal gevallen positiever dan de werkelijkheid uitvalt. Zo oordeelt de ondernemer *positief* over een objectief gezien neutraal woon- en leefmilieu. Hetzelfde geldt voor de mogelijkheden voor contacten met andere bedrijven en instellingen en premie- en subsidie-regelingen. Voor alles blijft echter domineren het negatieve oordeel over de ligging ten opzichte van afnemers, leveranciers en de aanwezige infrastructuur. Andere meer manipuleerbare grootheden zoals de grondprijs en gemeentelijke lasten zijn daardoor nauwelijks van invloed op het oordeel over een vestigingsplaats. Dit impliceert dat een actief wervingsbeleid op basis van lokkertjes nauwelijks effect zal hebben. Het beleid zal daarom gericht moeten zijn op de ontwikkeling van de aanwezige potenties en een verbetering van het oordeel van het bedrijfsleven over het eigen gebied.

Een goed gedijend bedrijfsleven is natuurlijk de beste promotie. De projectmatige ontwikkeling van de potenties van het gebied door de provincie in nauwe samenwerking met het bedrijfsleven, lijkt daarom een verstandige beleidskeuze.

* Redactie Agora

1. D. de Haan en K. van Tricht: *Imago en Potenties van de Kop van Noord-Holland*, Afstudeerscriptie Geografisch Instituut Rijksuniversiteit Groningen, 1989.

2. W.J. Meester en P.H. Pellenburg: *Subjectieve waardering van bedrijfsvestigingsmilieus in Nederland*, Groningen, 1986