

Zakelijke diensten en stadsgewestelijke differentiatie

In dit artikel wordt ingegaan op de ruimtelijke spreiding en het marktgebied van zakelijke diensten in deelmilieus binnen de vier grote stadsgewesten van de Randstad. Dit soort diensten levert een belangrijke bijdrage aan de stadsgewestelijke economieën. Sinds het midden van de jaren tachtig herstelt de economie van de centrale steden zich. De bijdrage aan dit herstel van zakelijke diensten met een uitgestrekt marktgebied was echter relatief beperkt. Deze diensten vestigen zich sinds 1985 vooral in de suburbane ringen. Betere bereikbaarheid speelt hierbij een belangrijke rol.

DRS. M. HESSELS*

Zakelijke diensten zijn producent georiënteerde, of intermediair dienstverlenende, activiteiten. Onderdelen van de financiële dienstverlening, het verzekeringswezen en de onroerend-goedbranche maken deel uit van deze categorie, die zich onderscheidt van consument georiënteerde diensten en diensten gericht op de distributie van goederen. De zakelijke dienstverlening is in de Nederlandse Standaard Bedrijfsindeling (SBI) van 1974 bedrijfsklasse 84. Deze bedrijfsklasse bestaat uit:

- rechtskundige diensten (841)
- accountants-, boekhoudbureaus, belastingconsulenten (842)
- computer-servicediensten (843)
- ingenieurs-, architecten- e.a. technische ontwerp- en adviesbureaus (844)
- reclame- en advertentiebureaus (845)
- economische adviesbureaus (846)
- persbureaus, nieuwsbureaus (847)
- uitzendbedrijven van arbeidskrachten (848)
- overige zakelijke dienstverlening (849)¹

In dit tijdschrift hebben Lambooy, Tates en De Jong de aandacht gevestigd op de aanzienlijke omvang van de zakelijke dienstverlening en de sterke werkgelegenheids groei in deze sector in Nederland en de rest van de westerse wereld². Deze groei wordt onder andere veroorzaakt door de complexiteit en vergaande arbeidsdeling binnen ontwikkelde, geurbaniseerde samenlevingen³. Het produkt van de meeste intermediaire diensten heeft een hoog informatie- en kennisgehalte. Vooral de zakelijke diensten spelen hierdoor een belangrijke rol in het economische verkeer. Daarnaast groeit het aantal producent gerichte diensten doordat produktiebedrijven deze activiteiten steeds vaker uitbesteden aan gespecialiseerde firma's. Veel zakelijke diensten, zoals accountants-, management- en adviesdiensten, worden in toenemende mate geëxternaliseerd.

Producent georiënteerde dienstverleners zijn geneigd zich te vestigen in steden. In Nederland deed deze urbane oriëntatie zich vooral voor in de Randstad⁴, maar recent groeit het aantal zakelijke dienstverleners ook sterk in

gebieden buiten de Randstad⁵. Men heeft wel eens verondersteld dat de vestiging in steden de concentratie van de vraag in stedelijke centra weerspiegelt. In dit verband wijst men op de nabijheid van klanten en de nabijheid van de noodzakelijke informatie om de dienst te leveren⁶. Hier-

* De auteur is werkzaam bij de Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit te Utrecht. Het onderzoek waarop dit artikel is gebaseerd wordt ondersteund door de Stichting voor Sociaal-Ruimtelijk Wetenschappelijk Onderzoek van het NWO. De auteur dankt prof. dr. M. de Smidt voor zijn commentaar bij de totstandkoming van dit artikel.

1. Bron: CBS, *Standaard Bedrijfsindeling* 1974.

2. J.G. Lambooy en N. Tates, Zakelijke diensten, een complementaire sector, *ESB*, 3 augustus 1983, blz. 676-680; M.W. de Jong, Commerciële adviesdiensten in beweging, *ESB*, 11 oktober 1989, blz. 997-1002.

3. T.M. Stanback jr., The changing fortunes of metropolitan economies, in: M. Castells, High technology, space and society, *Urban Affairs Annual Reviews*, vol 28, Sage Publikations, Beverly Hills/Londen, 1985; J. Nusbaumer, *The services economy: lever to growth*, Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht, 1987; T. Elfring, *Service employment in advanced economies; a comparative analysis of its implications for economic growth*, Rijksuniversiteit Groningen, Groningen, 1988; J.I. Gershuny en I.D. Miles, *The new service economy; the transformation of employment in industrial societies*, Frances Pinter, London, 1983.

4. P.W. Daniels, *Service industries; a geographical appraisal*, Cambridge University Press, Cambridge, 1985. Voor Nederland zie: M. Hessels, Decentralization of producer services in metropolitan areas, paper voor de workshop 'Housing, policy and urban innovation', HPU International Research Conference, Amsterdam, 1988. Hier is gebruik gemaakt van gegevens ontleend aan de CBS *Statistiek Werkzame Personen* uit 1975 en 1985.

5. Rijksplanologische Dienst, Bureau Goudappel Coffeng B.V., Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf, *Regionale verschillen in internationalisatie in de zakelijke dienstverlening*, Deventer, 1987; H. Knol, J.G. Lambooy, W.J.J. Manshanden, M. de Smidt, Functionele samenhang in de Noordvleugel van de Randstad, *ESB*, 14 maart 1990, blz. 252-255.

6. J.B. Goddard, *Office linkages and office location; a study of communications and spatial patterns in Central London*, Pergamon Press, Oxford, 1973; M. de Smidt, Office location and the urban functional mosaic; a comparative study of five cities in The Netherlands, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, jg. 75, 1984, blz. 110-122; A.W. Evans, *Urban economics; an introduction*, Basil Blackwell, Oxford/New York, 1985.

Tabel 1. Ontwikkeling van de aandelen van steden en suburbs in de vier grote stadsgewesten in de Randstad (vestigingen)

Stadsgewest	1977-1981		1981-1984		1984-1987	
	stad	suburb.	stad	suburb.	stad	suburb.
Amsterdam ^a	%	%	%	%	%	%
Producentendiensten	-4	+17	-8	+25	+3	-6
Andere diensten	-12	+17	-11	+11	+18	-15
Andere activiteiten	-13	+15	-8	+7	+4	-3
Totaal	-10	+15	-9	+11	+12	-12

Stadsgewest	1977-1981		1981-1985		1985-1988	
	stad	suburb.	stad	suburb.	stad	suburb.
Rotterdam	%	%	%	%	%	%
Producentendiensten	-11	+32	-7	+13	+1	-2
Andere diensten	-10	+25	-3	+5	+0	-1
Andere activiteiten	-10	+12	-3	+3	+3	-2
Totaal	-10	+22	-3	+5	+1	-1

Stadsgewest	1977-1981		1981-1985		1985-1988	
	stad	suburb.	stad	suburb.	stad	suburb.
Den Haag	%	%	%	%	%	%
Producentendiensten	-2	+7	-4	+12	-2	+4
Andere diensten	-2	+11	-3	+12	-1	+4
Andere activiteiten	-3	+7	-3	+6	-2	+4
Totaal	-2	+9	-3	+10	-1	+4

Stadsgewest	1977-1981 ^b		1981-1985 ^b		1984-1988	
	stad	suburb.	stad	suburb.	stad	suburb.
Utrecht	%	%	%	%	%	%
Producentendiensten	-	-	-	-	-16	+22
Andere diensten	-	-	-	-	-10	+16
Andere activiteiten	-	-	-	-	-12	+5
Totaal	-	-	-	-	-11	+13

a. Alleen vestigingen met meer dan negen werkzame personen.

b. Gegevens voor de jaren 1977 en 1981 niet beschikbaar.

Bron: Statistische Bureaus van A'dam, R'dam, Den Haag en Utrecht.

onder zal worden aangetoond dat in de grote Nederlandse stadsgewesten de wens om dichtbij de klanten gevestigd te zijn vaak afwezig is. Dit wordt bovendien bevestigd door de bevindingen in de literatuur. Zakelijke diensten opereren veelvuldig op bovenregionale markten. Daarbij stimuleren zij de regionale bedrijvigheid. Wanneer zakelijke dienstverleners buitenlandse klanten bedienen kunnen zij ook op nationaal niveau een stuwende rol spelen⁷.

De centrale vraagstelling voor dit artikel luidt: – hoe heeft de ruimtelijke spreiding van de zakelijke dienstverlening zich recent ontwikkeld binnen de grote stadsgewesten in de Randstad, en – in welke stadsgewestelijke deelmilieus bevinden zich relatief veel zakelijke diensten met een geografisch grootschalig marktgebied?

In de volgende paragrafen komen achtereenvolgens aan bod de ruimtelijke ontwikkelingen in de stadsgewesten van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht, de ruimtelijke differentiatie in het marktgebied van zakelijke diensten, de oorzaken hiervan en tenslotte de consequenties voor het stedelijk beleid. Het datamateriaal bestaat, naast secundaire bronnen, uit een onderzoek onder 640 bedrijven in de stadsgewesten van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht, uitgevoerd in het najaar van 1989.

Zakelijke diensten in de grote stadsgewesten

De Nederlandse economie heeft in de afgelopen decennia een proces van tertiairisering doorgemaakt. In het midden

van de jaren tachtig was bijna 70% van de werkzame personen bij dienstverlenende organisaties betrokken⁸.

Tabel 1 toont de ruimtelijke ontwikkeling van economische activiteiten in de vier grote stadsgewesten in de periode 1977-1988. De gegevens betreffen vestigingen binnen de volgende categorieën: producent geörienteerde diensten (financiën, verzekeringen, onroerend goed en zakelijke diensten); andere diensten (handel, transport, overheid en overige diensten) en andere activiteiten (landbouw, industrie, openbare nutsbedrijven, bouwnijverheid).

Tussen 1977 en 1985 heeft een decentralisatieproces⁹ de positie van de centrale steden aangetast. Terzelfder tijd namen de suburbane ringen in belang toe. De steden Amsterdam, Rotterdam en Den Haag vertonen een relatieve afname van het aantal vestigingen ten gunste van hun omgeving. Aan dit proces nemen vooral de producent gerichte diensten in Rotterdam en de 'andere activiteiten' in Amsterdam deel. De decentralisatie richtte zich op suburbane centra, die vaak door planningsmaatregelen sterke groei-impulsen kregen. Voorbeelden zijn Amsterdam-Zuidoost en Amstelveen in het Amsterdamse stadsgewest, Rijswijk en Zoetermeer in het Haagse en Capelle aan de IJssel in het Rotterdamse stadsgewest.

Het midden van de jaren tachtig vormt een keerpunt voor de grote Nederlandse stadsgewesten. De vestigingsaandelen van de grote steden nemen toe. In Amsterdam is dit het duidelijkst bij de 'andere diensten', maar ook de producent gerichte dienstverlening en de 'andere activiteiten' dragen bij tot de verbetering. In het stadsgewest Rotterdam is het herstel van de stad het duidelijkst voor de 'andere activiteiten' en producent gerichte diensten. Het economisch herstel van Den Haag is minder spectaculair, maar de omvang van de decentralisatie neemt duidelijk af. Utrecht vormt een uitzondering. Deze stad heeft recent sterk aan betekenis ingeboet ten gunste van haar suburbane ring. Deze ontwikkeling is vooral toe te schrijven aan de producent gerichte diensten. De groeigemeenten Nieuwegein en Houten hebben hier een prominente plaats ingenomen. Het lijkt erop dat het stadsgewest Utrecht een fase achterloopt bij de drie grotere stadsgewesten in de Randstad.

Het stedelijk beleid van de drie grootste steden lijkt vruchten af te werpen. Sinds het eind van de jaren zeventig hebben beleidsmakers gepleit voor versterking van de economische basis van de steden. De *Structuurschets Stedelijke Gebieden* in 1983 weerspiegelde de hernieuwde belangstelling voor de steden op nationaal niveau. Tot dan toe werd spreiding van economische activiteiten nagestreefd¹⁰. Op lokaal niveau ontwikkelde vooral de gemeen-

7. Bij voorbeeld: W.B. Beyers en M. Alvine, Export services in post-industrial society, *Papers of the Regional Science Association*, jg. 57, 1985, blz. 33-45; J.H.J. van Dinteren, De rol van de zakelijke diensten in de stedelijke economie, in: J.H.J. van Dinteren en H.W. ter Hart (red.), *Geografie en kantoren*, Geografisch Instituut Katholieke Universiteit Nijmegen, 1985; W.J. Coffey en M. Polèse, Trade and location of producer services: a Canadian perspective, *Environment and Planning A*, jg. 19, 1987, blz. 597-611; J. Stabler en E. Howe, Service exports and regional growth in the post-industrial era, *Journal of Regional Sciences*, jg. 28, 1988, blz. 303-315.

8. Centraal Bureau voor de Statistiek, *Statistiek Werkzame Personen*, Den Haag, 1985.

9. Het begrip centralisatie houdt in dat het aandeel van het centrum in het totaal van een ruimtelijke eenheid is toegenomen, dan wel hoog is in vergelijking met niet centrale deelgebieden. Decentralisatie is het omgekeerde. Zie: M. Hessels, *Intermediaire diensten in stadsgewesten; (de)concentratie en (de)centralisatie in de stadsgewesten van Amsterdam, Rotterdam en Den Haag in de periode 1977-1985*, STEPRO-rapport, nr. 76, Geografisch Instituut, Rijksuniversiteit te Utrecht, 1988.

10. M. de Smidt, Ruimtelijke spreiding van bedrijvigheid in Nederland; voornemens en effecten van beleid gedurende drie decennia, K.N.A.G. *Geografisch Tijdschrift* jg. XXII, nr. 2, 1988, blz. 117-127.

te Amsterdam reeds in een vroeg stadium plannen om met een 'compacte stad filosofie' stedelijke problemen ter plekke op te lossen, in plaats van te zoeken naar oplossingen elders¹¹. Amsterdamse initiatieven waren bij voorbeeld de ontwikkeling van het WTC en Amsterdam Teleport. Ook de andere steden waren actief: van kantoorontwikkelingen rond het Haagse Centraal Station en van het nieuw ingerichte Rotterdamse stadshart zijn sterke impulsen uitgegaan. De kantoorontwikkelingen rond het Utrechtse Hoog-Catharijne zijn weliswaar spectaculair te noemen, maar bleken niet in staat om de relatieve decentralisatie van vestigingen tegen te gaan. Het Utrecht-City project, dat zich in de planfase bevindt, is een veelbelovende poging de economische structuur van Utrecht te versterken.

De vraag is of de zojuist geschetste ontwikkelingen ook van toepassing zijn op de aard van de producent gerichte diensten die zich in de steden bevinden. Zijn deze overwegend lokaal georiënteerd, of hebben zij een uitgestrekerd marktgebied? In de volgende paragrafen wordt hierop ingegaan.

Marktbereik van zakelijke diensten

In het najaar van 1989 is een schriftelijke enquête uitgevoerd onder zakelijk dienstverlenende bedrijven in de stadsgewesten van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Ruim 2.000 bedrijven werden benaderd met het verzoek een vragenlijst in te vullen en terug te sturen. De initiële respons, waarop de hier gepresenteerde gegevens zijn gebaseerd, was redelijk: 640 bedrijven stuurden een bruikbaar ingevulde vragenlijst terug, een respons van dertig procent. De samenstelling van de respons verhoudt zich goed tot de samenstelling van de populatie.

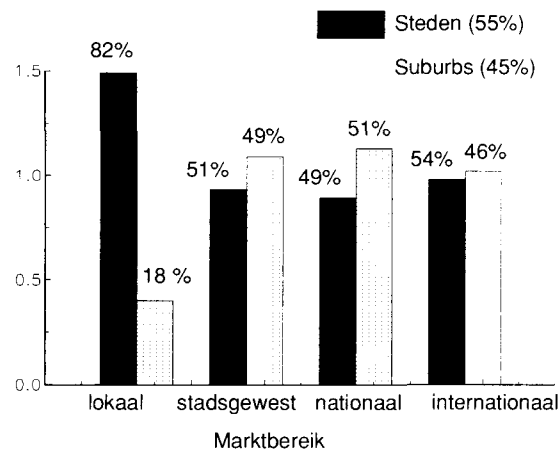
Een groep vragen in de enquête ging over het percentage van de omzet dat wordt betrokken van diverse geografische niveaus. Hiermee is een variabele 'marktbereik' geconstrueerd, met als mogelijke scores 'lokaal', 'stadsgewestelijk', 'nationaal' en 'internationaal', al naar gelang de hoogte van de afzet op een bepaald geografisch niveau¹². Voorts is bekend wanneer een bedrijf zich in zijn huidige kantoor heeft gevestigd, hetzij door oprichting, hetzij door verplaatsing. Door de gegevens marktbereik en vestigingsmoment te combineren, kan een beeld worden gevormd van het soort diensten dat vóór en na het economische omslagpunt van het midden van de jaren tachtig in de steden en de suburbane ringen was gevestigd. Hiermee kan worden gezien of het kwantitatieve herstel van de steden zich ook in kwalitatieve zin uit.

In figuur 1 is weergegeven in hoeverre de zakelijke diensten in de steden en in de suburbs relatief zijn vertegenwoordigd op de verschillende marktniveaus. De percentages stellen de werkelijke aandelen voor van de stedelijke en suburbane bedrijven in de vier klassen van de variabele marktbereik. De figuurwaarden zijn verkregen door deling van deze procentuele aandelen op de in de legenda weergegeven totaalpercentages.

In de steden bevinden zich relatief veel zakelijke diensten die hun activiteiten vooral tot het lokale niveau beperken. Bedrijven met vooral een stadsgewestelijke of nationale afzet zijn meer in de suburbane ringen gelokaliseerd. Dit laatste geldt ook, maar in mindere mate, voor de internationaal georiënteerde zakelijke diensten.

De positie van de steden met betrekking tot het marktbereik van de aldaar gevestigde zakelijke diensten is in de loop der tijd achteruit gegaan. Bedrijven met een laag marktbereik, die reeds vóór 1985 in hun kantoor waren gevestigd, zijn weliswaar in de centra geconcentreerd, maar ook vroeg gevestigde bedrijven met een internationale oriëntatie zijn nog tamelijk prominent aanwezig. Voor

Figuur 1. Relatieve vertegenwoordiging van zakelijke diensten in steden en suburbs (n = 564)



Bron: *Enquête Zakelijke diensten*, Vakgroep Toegepaste Geografie en Planologie, RU Utrecht, 1989.

de bedrijven die zich ná het economische omslagpunt van 1985 in hun kantoor hebben gevestigd, geldt dat zowel de sterk nationaal als de sterk internationaal opererende dienstverleners zwak vertegenwoordigd zijn in de steden. De voornamelijk lokaal opererende firma's zijn daar zelfs sterker dan voorheen geconcentreerd. De suburbane ringen maken een gunstige ontwikkeling door tot een sterkere concentratie van internationaal gerichte diensten, alsmede een stabiliserende aanwezigheid van de bedrijven die zich vooral richten op de Nederlandse markt. De afzonderlijke stadsgewesten conformeren zich aan dit algemene beeld, hoewel dit alleen voor het stadsgewest Amsterdam statistisch significant is.

De grote steden in de Randstad verliezen dus in toeneemende mate hun aantrekkingskracht op bedrijven met een hoog geografisch marktgebied. Het optimisme over de recente opleving van de steden moet daarom worden genuanceerd.

Oorzaken van de spreiding

Het type zakelijke dienst, de grootte van een bedrijf en het belang dat door bedrijven wordt gehecht aan bepaalde lokatiekenmerken kunnen het gesignaleerde spreidingspatroon van zakelijke diensten verklaren.

De diverse zakelijke diensten in de onderzoeksgroep wijken van elkaar af in hun marktbereik. Computer-, advertentie- en economische adviesdiensten, bij voorbeeld, hebben relatief vaak een oriëntatie op de Nederlandse markt. Ontwerp- en overige diensten (zoals vertaalbureaus, congres- en veilingdiensten) hebben relatief vaak een internationale functie. Ondanks deze verschillen blijkt echter dat bedrijven met uiteenlopende marktniveaus zich conformeren aan het reeds vastgestelde spreidingspatroon. Er bestaat geen duidelijke relatie tussen lokatie en de soort

11. Gemeente Amsterdam, *De stad centraal (structuurplan)*, *Bestuursinformatie*, Amsterdam, 1984; Zie ook: J. van Weesep, *Regional and urban development in The Netherlands: the retreat of government*, The Geographical Association, 1988, blz. 97-104.

12. Ter verduidelijking: indien een geëncquêteerd bedrijf relatief hoog scoort op de oorspronkelijke variabele "internationale afzet", wordt het ingedeeld in de klasse "internationaal" van de geconstrueerde variabele "marktbereik". Een aanzienlijk deel van de omzet van dit bedrijf kan desondanks nog op een lokale, regionale, danwel nationale afzetmarkt verkregen worden.

zakelijke dienst¹³. Het type dienst blijkt dus geen verklarende factor te zijn.

Ook grootte verklaart het ruimtelijke beeld niet voldoende. Weliswaar richten grotere bedrijven zich meer op de nationale en internationale schaal dan de kleinere, maar een sterke relatie tussen grootte en lokatie kon niet worden vastgesteld. Voorts komt het spreidingspatroon van grotere en kleinere bedrijven met uiteenlopend marktgebied overeen met het reeds gesignaleerde¹⁴.

In tegenstelling tot type en grootte van de zakelijke dienst, lijkt het belang dat door zakelijke diensten wordt gehecht aan verschillende lokatiekenmerken bruikbaar voor een verklaring¹⁵. Door de geënquêteerde bedrijven wordt vaker belang gehecht aan bereikbaarheidsfactoren dan aan nabijheidsfactoren. Vooral de bereikbaarheid per auto, van klanten en voor werknemers wordt door veel bedrijven gekoesterd. De prominente plaats van parkeergelegenheid en de aanwezigheid van telecommunicatiefaciliteiten past in dit beeld. Het belang van de bereikbaarheid met het openbaar vervoer is minder prominent. Een groot deel van de zakelijke diensten hecht belang aan de representativiteit van de accommodatie en de directe omgeving. Voorts is de veiligheid in de omgeving van het bedrijf een belangrijk lokatiekenmerk. Over het algemeen zijn voorzieningen in de buurt, zoals winkels, cafés, restaurants, van ondergeschikt belang. Dit geldt ook voor de nabijheid van een internationale luchthaven.

Tabel 2. Het belang van lokatiekenmerken en marktgebied van zakelijke diensten^a

Lokatiekenmerken	Marktgebied				
	lokaal	stads- gewest	natio- naal	interna- tionaal	totaal
	%	%	%	%	%
Bereikbaarheid per auto	78	91	93	93	91
Parkeergeleg. dichtbij	78	91	89	93	89
Bereikbaar voor klanten	80	93	87	84	87
Telecomm. faciliteiten	59	75	73	91	74
Uitbreidingsmogelijkh.	42	47	50	63	50
Nabijheid intern. vliegveld	6	11	15	39	17
Nabijheid stadscentrum	24	20	12	13	16
Nabijheid van klanten	34	21	9	11	16
Nabijheid andere kant./act.	18	7	5	12	8

a. Alleen statistisch significante verbanden zijn weergegeven; andere lokatiekenmerken vertonen geen significant verband met het marktgebied van zakelijke diensten.

Bron: *Enquête Zakelijke diensten*, Vakgroep Toegepaste Geografie en Planologie, RU Utrecht, 1989.

Tabel 3. Het belang van lokatiekenmerken en lokatie van zakelijke diensten

Lokatiekenmerken	Lokatie		totaal
	steden	suburb.	
	%	%	%
Bereikbaarheid per auto ^a	89	94	91
Parkeergeleg. dichtbij	89	73	89
Bereikbaarheid van klanten	85	88	87
Telecomm. faciliteiten	73	78	75
Uitbreidingsmogelijkh.	50	50	50
Nabijheid intern. vliegveld	15	19	17
Nabijheid stadscentrum ^a	25	6	16
Nabijheid van klanten ^a	18	12	15
Nabijheid andere kant./act.	11	7	9
Bereikbaarheid voor werknemers ^a	79	86	82
Nabijheid van werknemers ^a	15	27	20

a. Significant.

Bron: *Enquête Zakelijke diensten*, Vakgroep Toegepaste Geografie en Planologie, RU Utrecht, 1989.

Kenmerken die zijn gerelateerd aan bereikbaarheid blijken over het algemeen belangrijker te zijn voor de zakelijke diensten die bovenregionaal opereren, dan voor de bedrijven die vooral op of onder de stadsgewestelijke schaal werkzaam zijn (tabel 2; alleen de kenmerken die een statistisch significant verband met het marktgebied vertonen zijn vermeld). Relatief veel diensten in de laatste categorie hechten belang aan de nabijheid van het stadscentrum, de nabijheid van klanten en de nabijheid van andere kantoren en activiteiten.

Enkele van de in tabel 2 vermelde lokatiekenmerken vertonen een significant verband met het spreidingspatroon van de zakelijke diensten uit de onderzoeksgroep (tabel 3). Relatief veel suburbaan gevestigde bedrijven hechten belang aan bereikbaarheid van hun lokatie per auto. De in de steden gevestigde bedrijven kennen met name aan de nabijheid van het centrum en aan de nabijheid van hun klanten een relatief groot gewicht toe. Nabijheid van en bereikbaarheid voor werknemers blijken eveneens kenmerken te zijn die een verband vertonen met de lokatie van de bedrijven. Deze laatste twee factoren hebben meer gewicht voor suburbaan gevestigde zakelijke diensten dan voor de diensten in de steden. De deconcentratie van relevante segmenten van de arbeidsmarkt en het grotere pendelgebied van werknemers zullen hier debet aan zijn.

Zakelijke diensten en stedelijk beleid

Sinds het midden van de jaren tachtig hebben de steden Amsterdam, Rotterdam en Den Haag zich hersteld van een periode van aanzienlijke decentralisatie van economische activiteiten. Dit gold ook voor de productie gerichte dienstverlening. In het Utrechtse stadsgewest was nog zeker tot 1988 sprake van een krachtig decentralisatieproces.

Het optimistische beeld dat ontstaat door het economische herstel van de drie grootste steden wordt echter niet ondersteund door een kwalitatief herstel van het geografische niveau van dienstenproductie in de urbane centra. Bedrijven met een marktgebied dat zich uitstrekt voorbij het stadsgewestelijk kader dragen in sterke mate bij tot de stadsgewestelijke economie. Voorts zijn internationaal georiënteerde activiteiten van groot belang bij de internationale concurrentie en arbeidsverdeling, die nog zal toenemen door de integratie van de Europese markt na 1992. Van de in dit artikel centraal gestelde zakelijke diensten bevinden zich relatief vaak de nationaal en internationaal gerichte bedrijven in de suburbane ringen. De steden huisvesten relatief meer lokaal en stadsgewestelijk georiënteerde firma's. Dit beeld heeft zich in de loop der jaren nog versterkt.

vervolg op blz. 668

13. Bron: *Enquête Zakelijke Diensten*, Vakgroep Toegepaste Geografie en Planologie, RU Utrecht 1989.

14. Idem.

15. Voor het achterhalen van (eventueel) relevante lokatiekenmerken is te rade gegaan bij: J.H.J. van Dinteren, De vestigingsplaats van dienstverlenende kantoren; mogelijkheden voor de binnenstedelijke randzone, *Stedebouw en Volkshuisvesting*, april 1986, blz. 141-150; P.J. Korteweg, *Toekomstperspectieven van oudere naoorlogse kantoorgebouwen; een onderzoek onder gebruikers van kantoorruimte in de gemeente Utrecht*, STEPRO-rapport nr. 82, Geografisch Instituut, Rijksuniversiteit te Utrecht, 1987; P.J. Korteweg, Doorstroming op de kantoorruimtemarkt van het stadsgewest Amsterdam en de positie van kantoorconcentratiegebieden, *Planologische Discussiebijdragen 1989*, deel 2, Delftsche Uitgevers Maatschappij, Delft, 1989, blz. 401-409.

Een verklaring hiervoor ligt noch in de spreiding van de verschillende dienstentypen, noch in de spreiding naar grootte. Doorslaggevend blijkt het belang te zijn dat door bedrijven wordt gehecht aan bepaalde lokatiekenmerken. Voor zakelijke diensten die zich richten op de hogere schaalniveaus is bereikbaarheid belangrijk, vooral met de auto; met name in de suburbane ringen wordt hieraan voldaan. De diensten met een laag geografisch markt bereik kennen meer gewicht toe aan nabijheidsfactoren. Hieraan wordt vooral in de steden voldaan.

Op de schaal van de vier grote stadsgewesten hebben de suburbane ringen zich ontwikkeld als producenten van (inter)nationaal geïntendeerde zakelijke diensten, terwijl de stedelijke dienstenproductie een relatief gesloten systeem lijkt te zijn. Om echt te profiteren van het economische herstel sinds het midden van de jaren tachtig, zouden de steden grotere aantallen zakelijke diensten moeten aantrekken die zijn georiënteerd op de nationale en vooral de internationale markt. Het is noodzakelijk dat hiervoor een attractief en vooral goed bereikbaar zakenmilieu wordt gecreëerd en in stand gehouden. De steden voldoen minder goed aan het bereikbaarheidscriterium dan de suburbane ringen; het is juist dit criterium dat cruciaal is voor vele zakelijke diensten met een uitgestrekt markt bereik. De inspanningen die de grote steden zich tot nu toe hebben getroost konden niet bewerkstelligen dat voldoende zakelijke dienstverleners zijn aangetrokken, die op een, geogra-

fisch gezien, grote schaal opereren. Nieuwe stedelijke initiatieven zijn wellicht in staat het tij ten goede te keren, mits de bereikbaarheid een centrale plaats krijgt toebedeeld. Te noemen zijn het IJ-oeverproject in Amsterdam, de kantorenintensivering rond het Rotterdamse centraal station en de ontwikkelingen ten oosten daarvan, de kantorenontwikkeling bij het Haagse centraal station, en ten slotte het Utrecht-City-project. Deze initiatieven passen in het concept van 'stedelijke knooppunten', zoals dat is aangegeven in de *Vierde nota ruimtelijke ordening*.

Er bestaat evenwel een spanning tussen de wens van bedrijven om goed bereikbaar te zijn per auto, en de mogelijkheden om hieraan binnen de steden te voldoen. Aan een in de ogen van zakelijke diensten optimale bereikbaarheid per auto zal wellicht niet steeds kunnen worden voldaan, ook niet binnen de zojuist genoemde initiatieven. Het behoud van karakteristieke binnensteden, milieueisen en de reeds bestaande autocongestie in urbane centra nopen tot een sterk accent op het openbaar vervoer. Het vervoer naar en in de steden per trein, (snel)bus en (snel)tram zal echter veel attractiever en efficiënter moeten zijn dan nu het geval is. Wellicht dat de steden hierdoor beter in staat kunnen worden gesteld om met hun suburbs te concurreren in het aantrekken van nationaal en internationaal georiënteerde zakelijke diensten.

M. Hessels