

Bedrijf en omgeving, een ongemakkelijke relatie

E. Wever*

De toenemende concurrentie tussen bedrijven betekent dat het belang van een goed produktiemilieu toeneemt. Tegelijkertijd lijken de kwaliteitsverschillen tussen produktiemilieus zowel binnen Europa als binnen Nederland kleiner te worden. Parallel hieraan nemen de mogelijkheden van overheden af om lokale produktieomstandigheden te verbeteren.

"In een economie die steeds internationaler wordt, spelen – paradoxaal genoeg – de lokale produktieomstandigheden een steeds belangrijker rol". Aan deze stelling, opgenomen in het programma van de conferentie 'Strategie in beweging', ligt ongetwijfeld ten grondslag de publikatie van Michael Porter *The competitive advantage of nations* uit 1990¹. Alvorens hierop in te gaan een tweetal berichtjes uit de periode voor Porter. Laten we twee voorbeelden schetsen aan de hand waarvan kan worden geïllustreerd dat aan het begrip produktiemilieu meerdere betekenissen worden toegekend, die lang niet altijd worden onderkend.

Ten eerste: "Het liefst zou president-directeur Cor van der Klugt de hele produktie van Philips samenvoegen op het dek van een supertanker. Afhankelijk van de valutakoersen zou deze varende Philips-produktiehal aanleggen in steeds een ander land. Philips zou op die manier verlost zijn van een van zijn grootste kopzorgen, de extreme koersschommelingen" (*NRC Handelsblad*, 16 december 1987).

En ten tweede: "Er blijkt in de praktijk een verbaazingwekkend scala van (innovatie)stimulerende omgevingen te zijn: een in afgesloten eenheden verdeelde Japanse onderneming die de communicatie tussen de afdelingen lijkt te belemmeren door de solidariteit van groepen te benadrukken; een kleine stad in Ohio; een gedemoraliseerd onderzoekscen-

trum in Noord-Italië dat op de nominatie staat om te worden opgeheven...." (*FEM*, 17 oktober 1987).

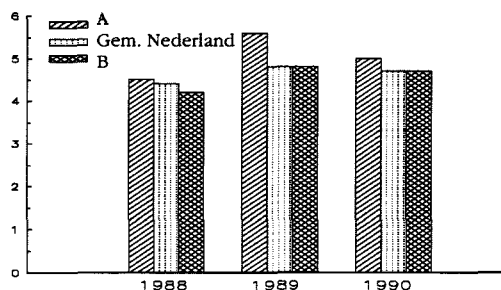
Elk van deze berichtjes illustreert op de een of andere wijze het belang voor de onderneming van het begrip 'omgeving', door Wissema² omschreven als: "De wereld buiten de onderneming voor zover die voor het functioneren van de onderneming bepalend of relevant is. Als onderdelen van de omgeving worden meestal genoemd de partijen waarmee de onderneming commerciële relaties onderhoudt, de concurrentie, en de technologische, economische, sociale en culturele situaties en ontwikkelingen waarop de onderneming haar beleid moet afstemmen". Men kan hierbij denken aan een schier eindeloos scala van aspecten: ontwikkelingen in wisselkoersen, in consumptenvoorkeuren, in lonen, in attitudes van werknemers, in mogelijkheden voor telewerken, in subsidie-regels, in milieubeleid, enzovoort.

In dit betoog zal, aansluitend bij de uitgangsstelling, de nadruk worden gelegd op de ruimtelijke dimensie in het begrip omgeving, ook wel aangeduid met 'produktiemilieu'. In navolging van De Smidt³ wordt dit gedefinieerd als het geheel van externe condities (dat wil zeggen factoren gelegen buiten de directe invloedssfeer van het bedrijf) dat van invloed is op zowel de beslissing om op een bepaalde plaats een bedrijf te vestigen als op het functioneren van dat bedrijf daarna.

Wat is het produktiemilieu?

Laten we twee voorbeelden schetsen aan de hand waarvan deze opvatting inzake het belang van het

Figuur 1. De vitaliteit van het regionale bedrijfsleven (meer dan vijftig werknemers) in twee stedelijke knooppunten (A en B) en het Nederlandse gemiddelde



* De auteur is werkzaam bij Buck Consultants International te Nijmegen en is hoogleraar aan de Katholieke Universiteit Nijmegen.

1. M.E. Porter, *The competitive advantage of nations*, New York, 1990.

2. J.G. Wissema, *De kunst van strategisch management*, Deventer, 1986.

3. M. de Smidt, *Bedrijfsstructuur en arbeidsmarkt in een ruimtelijk kader. Met een toepassing op de Drechtstreek en het Noord- en Merwedegedebied*, Dissertatie, RU Utrecht, 1975.

produktiemilieu kan worden geïllustreerd. Het eerste heeft betrekking op de gegevens uit de jaarlijkse ERBO-enquête van de Kamers van Koophandel. Gebaseerd op die gegevens wordt voor verschillende gebieden een indicator ontwikkeld (ERIN) die de vitaliteit of gezondheid van het regionale bedrijfsleven in die gebieden meet⁴. Voor twee stedelijke knooppunten is deze vitaliteit of gezondheid weergegeven in figuur 1. Hoe hoger de score hoe beter de gezondheid. Door menigeen wordt uit deze figuur de conclusie afgeleid dat de kwaliteit van het produktiemilieu in knooppunt B manco's kent. Niet zelden wordt daarbij gedacht aan het stedelijk knooppunt Groningen.

Het tweede voorbeeld heeft betrekking op een reeds meer dan twintig jaar bestaand Nederlands middelgroot bedrijf dat lenzen, correcter collimatoren, produceert voor bestralingsapparatuur. Op dat gebied is het bedrijf marktleider in de wereld. De grootste afzet wordt gerealiseerd in Noord-Amerika. De kleine en peperdure produkten worden overwegend per vliegtuig (pakketpost) vervoerd. Het bedrijf valt ongetwijfeld onder de modieuze categorie 'high tech'. Gevraagd waar dit bedrijf gevestigd zou kunnen zijn, is het antwoord vaak 'in de omgeving van Schiphol'. Blijkbaar acht men de produktiemilieu in bij voorbeeld de Achterhoek voor dit soort activiteiten ongeschikt.

Achter de gegeven antwoorden gaan drie veronderstellingen schuil:

- de produktiemilieus verschillen binnen Nederland sterk;
- het produktiemilieu bepaalt in sterke mate het functioneren van de bedrijven in de betrokken plaats of regio;
- goede, sterke produktiemilieus komen vooral voor in het westen van ons land, met name de Randstad.

Laten we deze vooronderstellingen eens nader bezien en beginnen met de laatste. Figuur 2 geeft een beeld dat waarschijnlijk bij menigeen vertrouwd overkomt. Een aardig bewijs ook voor de stelling dat je niet in het Noorden moet gaan zitten en dat een high tech bedrijf weinig te zoeken heeft in de Achterhoek. Daar kan voor de nog niet overtuigde inwoners van deze twee gebieden aan worden toegevoegd dat ook Japanse en Amerikaanse ondernemingen, wanneer ze zich in Nederland vestigen, allesbehalve en masse het Noorden of de Achterhoek opzoeken⁵. Echter, figuur 2 meet slechts de perceptie van de Nederlandse ondernemers over de geschiktheid van het produktiemilieu van de aangegeven plaatsen om daar een nieuw bedrijf te vestigen. We bevinden ons derhalve binnen de optiek van de locatiekeuze. Het is zonneklaar dat wanneer de ondernemers uit figuur 2 hun bedrijf zouden gaan verplaatsen, ze niet meteen op zoek gaan naar een locatie in het Noorden. Een Japans high tech bedrijf zal niet meteen naar de Achterhoek kijken. Waarom denken we dat? Omdat we de keuze meer of minder intuïtief in verband brengen met bepaalde elementen uit het produktiemilieu. Het feit dat de Nederlandse ondernemers het Noorden niet zien zitten, brengen we ongetwijfeld in verband met het gegeven dat 'het Noorden zo ver weg is'. De Japanse high tech ondernemer plaatsent we bij een luchthaven omdat hij veel en internationaal moet reizen.



Figuur 2. Vestigingsvoorkeur van Nederlandse ondernemers in 1989, gemiddelde waarde voor zeventig locaties

Bron: N.J. Kemper en P.H. Pellenburg, *Bedrijfsverplaatsingen in Nederland*, ESB, 6 maart 1991, blz. 252.

Er ontstaat echter een ander beeld wanneer men met het produktiemilieu op het oog heeft 'het geheel van externe condities dat van invloed is op de beslissing om op een bepaalde plaats als starter een eigen bedrijf te beginnen'. Daarbij gaat het eigenlijk niet zozeer om de vraag waar de starter begint (bijna altijd zijn woonplaats), maar of hij wel zal beginnen.

Uit onderzoek in meerdere landen is duidelijk geworden dat sommige gebieden meer starters voortbrengen dan andere⁶. In Nederland lijkt dit ook het geval te zijn, hoewel recente regionale gegevens ontbreken. Gegevens uit het begin van de jaren tachtig lieten relatief hoge 'geboortecijfers' zien in Midden-Nederland en het aangrenzende Noord-Brabant en relatief lage cijfers voor onder andere het Noorden⁷. Duidelijk is ook geworden dat dergelijke verschillen niet volledig verklaard worden door 'logische' factoren zoals produktiestructuur, grootteklassenstructuur en entreebarrières. Blijkbaar kijkt de bevolking in het ene gebied anders aan tegen het starten van een eigen bedrijf dan de bevolking in een ander gebied. Blijkbaar genereert de omgeving van het ene gebied gemakkelijker nieuwe starters dan de omgeving in een ander gebied. Shapero brengt dit in verband met wat hij noemt de "credibility factor", de sociale positie die in een samenleving wordt toegekend aan ondernemerschap⁸. Illeris brengt een en ander in verband met de

4. NMB, VVK en TNO, *De vitaliteit van het Nederlandse bedrijfsleven*, 1989, 1990, 1991.

5. N.J. Kemper en P.H. Pellenburg, *Bedrijfsverplaatsingen in Nederland*, ESB, 6 maart 1991, blz. 249-253.

6. D. Keeble en E. Wever (red.), *New firms and regional development in Europe*, Londen, 1986.

7. E. Wever, *Nieuwe bedrijven in Nederland*, Assen, 1984.

8. A. Shapero, *New business formation*, lezing BTC Twente, Enschede, 17 juni 1983.

	Metaalproducten			Zakelijke diensten		
	1988	1989	1990	1988	1989	1990
Noord	3,6	3,7	4,2	3,3	2,9	3,9
Oost	3,4	3,8	3,8	3,6	3,7	4,0
Zuid	3,3	4,2	4,4	3,5	3,4	3,9
West	3,3	4,0	3,4	3,2	3,5	4,0
Nederland	3,4	3,9	3,9	3,5	3,7	4,0

Tabel 1. ERIN-gezondheidsindex per landsdeel voor de metaalproductenindustrie en de zakelijke dienstverlening in 1988, 1989 en 1990

levenswijze van de bevolking in een gebied⁹. Voor een uitvoeriger beschrijving wordt verwezen naar Pellenburg¹⁰. Hoe dan ook, ook dit is een aspect van het (regionale) produktiemilieu. Men kan echter ook van de andere optiek uitgaan: de betekenis van het produktiemilieu voor het functioneren van bestaande bedrijvigheid. Dan komt de zaak wel even anders te liggen. Gelukkig voor het Noorden en de Achterhoek worden bestaande bedrijven namelijk niet voortdurend verplaatst. En juist van deze niet verplaatsende bestaande bedrijven is het economisch wel en wee van zulke regio's primair afhankelijk. Men blijft binnen de regio die door elders woonachtige ondernemers als minder geschikt wordt beoordeeld. Waarom doet men dat? Het heeft te maken met die andere optiek. Daarmee zijn we bij de als eerste genoemde vooronderstelling. De facto zijn de verschillen tussen de produktiemilieus in Nederland dermate gering dat het voor een bestaand bedrijf in het algemeen geen zin heeft om op grond daarvan te verhuizen. De ene plaats heeft andere voor- en nadelen dan de andere, maar het uiteindelijke effect op het bedrijfsrendement is beperkt. Dit heeft te maken met het feit dat Nederland klein is, veel nationale regels kent en de regio's qua fysieke uitrusting inmiddels alle redelijk zijn toegerust. En wanneer een bepaalde voorziening niet in de eigen regio aanwezig is, behoeft men zelden ver te reizen. De lenzenfabrikant in het eerder genoemde voorbeeld is het bedrijf Van Mullem-gevestigd in Vortum-Mullem. Daarmee is natuurlijk niet gezegd dat de omgeving van Schiphol niet geschikt zou zijn. Maar in Vortum-Mullem kan het blijkbaar ook en de betrokken fabrikant heeft bovendien niet het gevoel dat zijn rendement lager is dan het zou zijn in de buurt van Schiphol¹¹. Dat een Japanse lenzenfabrikant waarschijnlijk nooit in Vortum-Mullem terecht zal komen, betekent nog niet dat zo'n bedrijf aldaar een marginaal bestaan zou moeten leiden. Uit het feit dat Nederlandse ondernemers het Noorden als vestigingsplaats niet zien zitten mag, gelukkig maar, niet geconcludeerd worden dat de overlevingskansen van de Noordelijke bedrijven slecht is. Mede hierdoor zijn de regionale verschillen op basis van de gezondheidsindicator ERIN binnen Nederland uiterst beperkt van omvang (tabel 1).

Dit brengt ons op de derde vooronderstelling die nauw samenhangt met het bovenstaande. Voor bestaande bedrijvigheid, waar het niet gaat om het vinden, zoeken van een nieuwe vestigingsplaats, is het lokale produktiemilieu zeker niet onbelangrijk als element in de concurrentiestrijd. Het is echter niet het enige element. Ook de kwaliteit van de onderneming is belangrijk. Voor zover dit nu nog niet duidelijk mocht zijn, stedelijk knooppunt B uit figuur 1 is niet Groningen.

Omdat voor een discussie enige overdrijving nooit weg is, maar dan wel de kans aanwezig is dat de discussie zich uitsluitend richt op die overdrijving, haast ik me twee nuanceringen aan te brengen. In de eerste plaats moet worden beklemtoond dat bovenstaande redenering niet voor alle activiteiten in even sterke mate geldt, in het bijzonder niet voor activiteiten die harde, specifieke vestigingseisen stellen: binding aan water, grondstoffen, enzovoort. Ook ligt de situatie voor bovenlokale dienstverlening beslist anders dan voor produktie-activiteiten. Het weergegeven betoog heeft vooral betrekking op produktie-activiteiten, die geen 'harde' locatie-eisen stellen. In de tweede plaats wordt geenszins ontkend dat er in Nederland verschillen in produktiemilieus bestaan dan wel worden ervaren. Natuurlijk is het milieu rond Schiphol anders dan in het Noorden en treffen we er mede daardoor andere activiteiten aan. En zelfs al zou het ten onrechte zijn dat ondernemers het Noorden zo laag inschatten, het kan wel hun ruimtelijk gedrag bepalen bij verplaatsingen.

Het nationale produktiemilieu

Ook de internationale concurrentiepositie van de Nederlandse economie kan worden benaderd vanuit de twee, eventueel drie dimensies die in het begrip produktiemilieu kunnen worden onderscheiden. In dit deel van het betoog wordt, anders dan in het voorgaande, afzonderlijk op beide hoofddimensies ingegaan. Kijken we eerst naar het produktiemilieu, in dit kader ook wel investeringsklimaat genoemd, in de zin van 'het geheel van externe condities dat van invloed is op de beslissing om op een bepaalde plaats (in een bepaald land) een bedrijf te vestigen'.

Een manier om de aantrekkelijkheid van het Nederlandse produktiemilieu te meten, is te kijken naar de vestigingsvoorkeuren van niet-EG-bedrijven die zich in de EG vestigen. Daarbij zijn vanzelfsprekend vooral interessant vestigingen waarbij een 'Europese' keuze wordt gemaakt.

Kijken we eerst naar produktievestigingen. Deze werken meestal niet voor één nationale markt (figuur 3). Geconstateerd kan worden dat de slogan 'Nederland-Produktieland', hoe wenselijk misschien ook, niet echt aanslaat bij ondernemingen uit de USA en Japan¹². Voor Europese produktiebedrijven is ons produktiemilieu blijkbaar goed, maar ook niet veel meer dan dat.

Kijken we naar de locatie van Europese hoofdkantoren dan scoort Nederland helemaal niet slecht, gegeven de veelvuldig gehoorde klacht dat wij, anders dan Parijs, Londen en Frankfurt, niet over echte toplocaties zouden beschikken. In een recent artikel in *Corporate Location Europe* wordt west-Nederland

9. S. Illeris, New firm creation in Denmark: the importance of the cultural background, in: D. Keeble en E. Wever (red.), *New firms and regional development in Europe*, Londen, 1986, blz. 141-151.

10. P.H. Pellenburg, *Identiteit, imago en economische ontwikkeling van regio's*, Oratie RU Groningen, 1991.

11. Voor enkele andere, vergelijkbare voorbeelden, zie P. Vaessen en E. Wever, *Bedrijf en omgeving. De betekenis van het produktiemilieu voor snelgroeiende bedrijven. 5 case studies*, Assen, 1990.

12. R. Buck, New Japanese and US investments in Europe, *Site Selection Europe*, nov./dec. 1990, blz. 11-15.

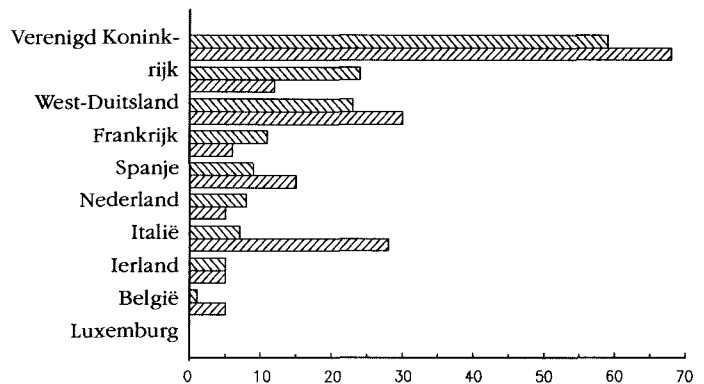
tot de tien top-regio's voor Europese hoofdkantoren gerekend. Duidelijk is overigens ook dat hier Parijs en Londen ver voor liggen en dat vooral Brussel en Berlijn tot de runners-up behoren. Overigens moet hierbij worden opgemerkt dat de Europese hoofdkantoren in Nederland over het algemeen klein zijn, en zich vaak op grond van fiscale overwegingen hier hebben gevestigd.

Resteert de distributiesector. Daar blijkt dat 'Nederland Distributieland' meer is dan een slogan. Van de grootste Amerikaanse en Japanse ondernemingen die een Europees distributiecentrum bezitten in de Benelux, Duitsland, Frankrijk of Verenigd Koninkrijk, heeft veertig respectievelijk 36% zich in Nederland gevestigd. Opvallend daarbij is ook dat wanneer deze ondernemingen zich in Nederland vestigen zij relatief meer werk uitbesteden dan wanneer ze zich in andere landen vestigen. Voor een uitvoeriger beschouwing wordt verwezen naar Van den Bossche, Van Oosterhout en Radstaak¹³.

Ook bij de vestigingsplaatskeuze op Europees niveau zien we het verschijnsel dat de mogelijkheden om zich in verschillende landen te kunnen vestigen is toegenomen. Voorheen was men sterker gedwongen (oriëntatie op nationale markten, afscherming markten) in meerdere landen te produceren, distributiecentra te vestigen, kantoren te hebben. Onder meer door de Europese eenwording, maar ook door de toegenomen mogelijkheden van de technologie is dit niet meer zo nodig, economisch is het ook weinig aantrekkelijk. Bij de beslissing om ergens een Europees productiefiliaal, distributiecentrum of hoofdkantoor te vestigen, bieden meerdere kandidaten zich aan. Op grond van het aanwezige produktiemilieu en het belang dat door de betrokken ondernemingen wordt toegekend aan de verschillende elementen wordt voor de ene dan wel andere plaats gekozen. Omdat de basisvoorwaarden waaraan moet worden voldaan in steeds meer gebieden in steeds meer landen worden verwezenlijkt, nemen de alternatieven toe. In die zin is er sprake van een enigszins vergelijkbare ontwikkeling als voor de gebieden binnen Nederland.

Welk beeld ontstaat wanneer het produktiemilieu wordt opgevat als 'het geheel van externe condities dat van invloed is op het functioneren van een bedrijf op een bepaalde plaats?' Het is op zich niet onlogisch te stellen dat de omgeving of het produktiemilieu in Nederland het meest geschikt is voor die economische activiteiten waarin wij internationaal uitmunten. Dan komen we bij de essentie van het verhaal van Porter. In Nederland is de benadering van Porter toegepast door Jacobs e.a.¹⁴. Zij hebben sterke sectoren afgebakend door middel van exportgegevens. Een sector wordt als concurrerend beschouwd, en dat kan alleen als hij in ons land een goed produktiemilieu aantreft, als hij een sterke positie op de wereldmarkt heeft verworven.

De toppers worden vooral gevonden in de agrarische sector: snijbloemen, eieren, varkens, bloembollen, levende planten, enzovoort. Refererend aan de diamant van Porter worden door Jacobs e.a. drie clusters van onderling samenhangende activiteiten onderscheiden waarvoor Nederland op de internationale markt een zeer sterke positie inneemt c.q. waarvoor de Nederlandse omgeving, het produktie-



Figuur 3. Aantal nieuwe Japanse en Amerikaanse productiebedrijven in Europa (1986-1989)

milieu, uitermate geschikt is te weten de voedingscluster, de transportcluster en de cluster olie-chemie. Tegelijkertijd wordt opgemerkt dat de moderne high tech sectoren en de machine-industrie zwak vertegenwoordigd zijn. Kan hieruit worden afgeleid dat de machine-industrie in Nederland geen gunstige omgeving aantreft? Het is maar een vraag, omdat zowel onder de Amerikaanse en Japanse productie-eenheden, als onder de Europese hoofdkantoren van Amerikaanse ondernemingen die zich in Nederland hebben gevestigd relatief veel ondernemingen uit de metaal- en machine-industrie bevinden.

De invloed van lokale factoren

Nu het begrip 'lokale productie-omstandigheden' via omgeving en produktiemilieu is toegelicht, wordt het tijd terug te gaan naar de uitgangstelling. Spelen in een economie die steeds internationaler wordt – paradoxaal genoeg – de lokale productie-omstandigheden een steeds belangrijker rol? Wat bedoelen we met 'een economie die steeds internationaler wordt'? Dit wordt gemakshalve geïnterpreteerd als een economie waarin de concurrentie over de hele linie toeneemt omdat economische relaties zich steeds minder van landsgrenzen aantrekken c.q. hoeven aan te trekken. De stelling wordt geacht betrekking te hebben op enerzijds de mogelijkheden van Nederland c.q. Nederlandse regio's om bedrijven van elders aan te trekken, anderzijds op de betekenis van de lokale productie-omstandigheden voor de concurrentiepositie van het bestaande bedrijfsleven in Nederland. Deze laatste concurrentiekracht is afhankelijk van en bedrijfsinterne en bedrijfsexterne (omgeving, produktiemilieu) factoren. Op grond van deze redenering kan de stelling worden onderschreven. Nederland ondervindt bij het werven van buitenlandse ondernemingen steeds meer concurrentie van andere regio's c.q. landen. Het Nederlandse investeringsklimaat moet derhalve de vergelijking met steeds meer andere regio's kun-

13. M.A. van den Bosche, R. van Oosterhout en B. Radstaak, Europese distributiecentra in Nederland, *ESB*, 10 juli 1991, blz. 701-704.

14. D. Jabobs, P. Boekholt en W. Zegveld, *De economische kracht van Nederland. Een toepassing van Porters benadering van de concurrentiekracht van landen*, Den Haag, 1990.

nen doorstaan. En als Nederlandse bedrijven meer concurrentie vanuit het buitenland ondervinden dan zijn ze er bij gebaat dat de Nederlandse produktie-omstandigheden niet ongunstiger en bij voorkeur gunstiger zijn dan elders. Meer concurrentie betekent dat de lokale produktie-omstandigheden belangrijker worden. Hetzelfde geldt overigens voor de kwaliteit van de onderneming (bedrijfsinterne factoren). Het woord 'paradoxaal' kan vanuit die optiek beter worden vervangen door 'logischerwijs'. Maar daardoor verliest de stelling veel van haar aantrekkelijkheid. Waarom is ze dan toch geformuleerd? De stelling zou ingegeven kunnen zijn door de gedachte dat de regionale verschillen in produktiemilieus groter worden en dat je er daardoor beter op moet letten. Dit moet in zijn algemeenheid worden ontkend. De verschillen hebben, zowel binnen Nederland als binnen het economisch kerngebied van Europa, eerder de neiging af te nemen. Daarmee is uiteraard niet gezegd dat het voorheen en nu om dezelfde elementen gaat die van doorslaggevende betekenis zijn. Het feit dat de omgeving belangrijk is hangt juist samen met de constant optredende veranderingen.

Conclusies

Het begrip 'lokale produktie-omstandigheden' is evenals de begrippen 'omgeving' en 'produktiemilieu' te breed om er zinvol mee te kunnen werken. Het maakt nogal verschil of men 'het geheel van externe condities' relateert aan de keuze van een be-

drijf om ergens een nieuw filiaal te openen, aan de concurrentiekracht van een bestaand bedrijf of aan het besluit van een werknemer of afgestudeerde van een onderwijsinstelling om zelf een bedrijf te beginnen.

Te vaak wordt het begrip 'produktiemilieu' gekoppeld aan de geschiktheid van een gebied om nieuwe bedrijven aan te trekken. Gebieden die daarvoor minder goed in de markt liggen, worden ten onrechte nog al eens geassocieerd met een ongezonde economie.

Zowel binnen Europa als binnen Nederland lijken de verschillen tussen produktiemilieus af te nemen. Gebieden die voorheen niet in beeld waren, als het ging om het aantrekken van buitenlandse bedrijven, tellen tegenwoordig wel mee. Het aantal concurrenten wordt groter, de kans op succes kleiner. Binnen Nederland zien we bij de bestaande bedrijvigheid nauwelijks verschillen in performance, vooral niet wanneer het effect van regionale verschillen in bedrijfsklassen wordt uitgeschakeld.

De toenemende concurrentie tussen bedrijven en regio's betekent dat het belang van een goed produktiemilieu toeneemt. Omdat 'natuurlijke' voordelen nauwelijks nog bestaan, kunnen kleine, bedoelde of onbedoelde veranderingen in de lokale produktie-omstandigheden aanzienlijke consequenties hebben voor het aantrekken van buitenlandse bedrijven.

E. Wever