

University of Groningen

Old firms in the Netherlands

Brouwer, Aleid Elizabeth

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:

2005

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):

Brouwer, A. E. (2005). *Old firms in the Netherlands: The long-term spatial impact of firms' identities and embeddedness*. [Thesis fully internal (DIV), University of Groningen]. [s.n.].

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

SAMENVATTING

In dit onderzoek naar oude bedrijven in Nederland was het doel 1) inzicht verwerven in de regionale verschillen die optreden in de leeftijdssamenstelling van de bedrijvenpopulatie in Nederland, met bijzondere aandacht voor het voorkomen van oude bedrijven en 2) het zoeken van een relatie tussen het voorkomen van oude bedrijven en de ruimtelijke condities waaronder ze functioneren. Aldus kon 3) meer inzicht verworven worden in de ruimtelijke aspecten van het lange termijn bestaan van bedrijven gezien vanuit hun specifieke (ruimtelijke) karakteristieken

Oude bedrijven in Nederland

In dit onderzoek worden bedrijven als volgt gedefinieerd. Een bedrijf blijft hetzelfde bedrijf wanneer het product of de activiteit gelijk is gebleven of gedifferentieerd binnen dezelfde product/activiteitengroep en de naam van het bedrijf niet is veranderd. De leeftijd van het bedrijf is gedefinieerd in jaren sinds oprichting, oud zijn die bedrijven die opgericht zijn voor 1851 en nu nog steeds bestaan.

In Nederland zijn er 362 bedrijven die aan deze definitie voldoen. Tijdens het onderzoeken van deze groep kwam naar voren dat de populatie van oude bedrijven niet gelijkmatig over Nederland is verdeeld. Naast verschillen in aantallen bedrijven per provincie, zijn er sectorale verschillen tussen de provincies gevonden voor oude bedrijven. De leeftijdssamenstelling van de bedrijvenpopulatie verschilt ook per provincie. In het algemeen zijn absoluut en relatief hoge percentages oude bedrijven te vinden in minder dynamische gebieden, zoals de provincies Fryslân, Overijssel, Gelderland en Zeeland. In de totale Nederlandse bedrijvenpopulatie neemt de groep oude bedrijven slechts 0,1% in. Per provincie bekeken verschilt dit aandeel van 0,26% in Zeeland en 0,21% in Fryslân tot 0,01% in Flevoland en 0,02% in Limburg. Ook qua sectorale verdeling verschillen de aandelen oude bedrijven van de totale populatie. Oude bedrijven komen voornamelijk voor in de bouw en in de zogenaamde ‘ouderwetse’ sectoren in de nijverheid. Alhoewel de oude bedrijven slechts een klein aandeel van het Nederlandse bedrijfsleven vormen, genereren ze wel meer dan 4% van alle werkgelegenheid.

Economische geschiedenis

In de periode dat deze oude bedrijven bestaan, heeft de Nederlandse economie twee belangrijke omwentelingen ondergaan. Nederland veranderde van een ambachts- en handelsgeoriënteerde economie met een sterke agrarische basis in het begin van de 19^e eeuw in een dienstverlenende economie aan het begin van de 21^e

eeuw. Dit gebeurde in twee industriële revoluties. De eerste overgangperiode begon rond 1850 en duurde tot het begin van de Eerste Wereldoorlog en werd gekenmerkt door mechanisatie van de productie en het starten van massaproductie. De tweede overgangperiode loopt vanaf 1945, met de introductie van micro-elektronica en kunststoffen. Veel productie van goederen wordt in deze periode verplaatst naar lage-lonen landen en de Nederlandse economie richt zich voornamelijk op de dienstverlenende sector.

Wanneer de ontwikkeling van de Nederlandse economie aan de groep van overlevers gekoppeld wordt, is de overleving van oudjes in de nijverheid makkelijk te begrijpen. Momenteel zijn in de groep van oude bedrijven vooral de volgende groepen vertegenwoordigd: bouw, levensmiddelen en boekdrukkerijen. In absolute aantallen zijn in deze groepen de meeste oude bedrijven vertegenwoordigd. Een conclusie die hieruit voortvloeit is dat de overlevende oudjes onderdeel zijn van nijverheidsgroepen die veel talrijker waren in aantallen bedrijven toen deze werden opgericht. Wanneer dit wordt bekeken vanuit het dichtheid-afhankelijkheids model lijkt dit een aannemelijke verklaring. De oude bedrijven produceren voornamelijk 'traditionele goederen' en zijn de overlevers van een groep bedrijven die dagelijkse gebruiksgoederen produceerden, maar in de loop der tijd werden deze producten of minder nodig, of alleen nog gebruikt voor speciale doeleinden, of door schaalconomie vervangen door gelijkwaardige producten uit goedkopere landen; in elk geval nam het aantal bedrijven in deze groep af. De groep van overlevers had òf een betere positie ten opzichte van de concurrentie, òf hebben hun productieproces aangepast aan hedendaagse standaarden. De overlevers hebben voor zichzelf een marktniche gecreëerd in een markt van traditionele producten, soms alleen maar ten behoeve van herinneringen en nostalgie.

Padafhankelijkheid van oude bedrijven

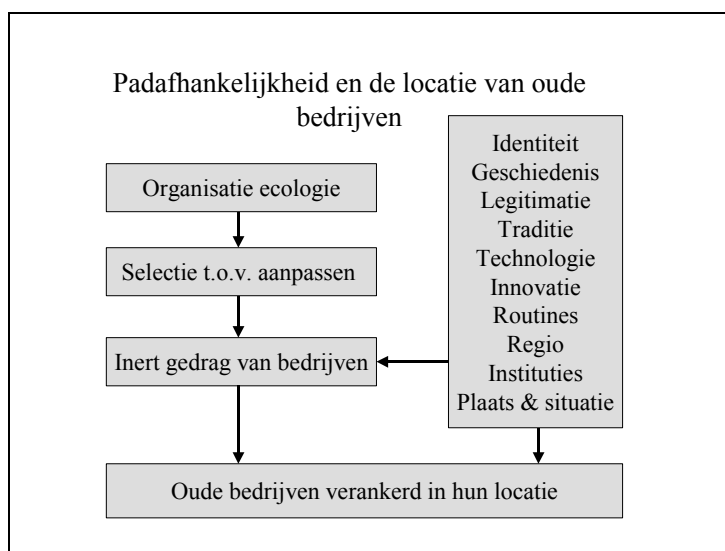
De schakel naar het verleden is van groot belang voor het verklaren van lange termijn overleving. De huidige toestand van een bedrijf kan verklaard worden door het concept van padafhankelijkheid. Hierbij wordt aangenomen dat historische gebeurtenissen en beslissingen invloed hebben op het heden. Gebeurtenissen op de vestigingslocatie in het verleden en het heden creëren duurzame verbintenissen van een bedrijf met die plek en bepalen daardoor het huidige resultaat. In de loop der tijd worden beslissingen die genomen zijn in het verleden steeds belangrijker als determinanten voor toekomstige keuzes. De gecreëerde inertie door eerdere beslissingen heeft consequenties voor de huidige staat van een bedrijf. De huidige conditie en samenhang met de omgeving van oude bedrijven is veroorzaakt door historische omstandigheden, oude en nieuwe verworvenheden van ondernemers en locatievoordelen. Ruimtelijke inertie van oude bedrijven kan gezien worden als een gevolg van het vermijden van inkomensverlies. Het kapitaal dat is vastgelegd in locatie, fabriek, apparatuur en netwerkrelaties veroorzaakt deze ruimtelijke inertie.

In de evolutionaire economie- en populatie ecologie-theorieën wordt beschreven hoe bedrijven overleven door het toepassen van twee mechanismen. Als eerste *aanpassing*; procesinnovatie of aanpassing van locatie, en ten tweede *inert gedrag*; dit creëert verhoogde niveaus van deugdelijkheid en verantwoordelijkheid van een bedrijf. Diverse factoren beïnvloeden deze fragiele balans tussen enerzijds aanpassing en anderzijds inertie in oude bedrijven, zoals het verleden, legitimatie en concurrentie. Deze factoren beïnvloeden namelijk de niveaus van deugdelijkheid en verantwoordelijkheid die ook worden weergegeven in de identiteit van een bedrijf. Traditie en padafhankelijkheid creëren inert gedrag van oude bedrijven ten opzichte van hun locatie, product en cultuur, die op hun beurt de niveaus van betrouwbaarheid hoog houden. Ook de regio waar een bedrijf zit is van belang. Traditie en identiteit creëren een thuisgevoel met een specifieke locatie. In het geval van oude bedrijven tellen al deze factoren op tot het volgende. Oude bedrijven vertonen inert gedrag omdat deze bedrijven niet (veel) kunnen veranderen, omdat verandering het niveau van betrouwbaarheid van het bedrijf kan aantasten, maar op hetzelfde moment moeten bedrijven veranderingen doorvoeren om bij de tijd te blijven. Aanpassingen in oude bedrijven zullen daarom minder zichtbaar zijn voor het publiek en op deze manier minder invloed hebben op de identiteit en herkenbaarheid van een bedrijf. De locatie van een oud bedrijf in tijd en plaats hebben het bedrijf gemaakt wat het vandaag de dag is. Als gevolg van padafhankelijke structuren is een oud bedrijf op dit moment minder vrij in zijn gedragingen en keuzes. De identiteit van een bedrijf is ‘ingebed’ door keuzes uit of routines ontstaan in het verleden, die het bedrijf door verbondenheid aan traditie of door kostenoverwegingen niet wil vervangen. Dit is te herkennen in het inerte gedrag van oude bedrijven in de meeste situaties, en bescheiden aanpassing in andere situaties. Door deze ‘ingebedheid’ zullen grote veranderingen in oude bedrijven leiden tot het terugzetten van de klok en zal de kans op sluiting toenemen.

In figuur 1 is een schema gegeven dat de invloed van padafhankelijkheid op het ruimtelijk gedrag van oude bedrijven weergeeft. Diverse factoren beïnvloeden het evenwicht tussen de mate van aanpassing en inertie in oude bedrijven, deze kunnen gezien worden in de kolom aan de rechterkant. Het verleden is van belang, dit is het basisidee van padafhankelijkheid. Legitimatie is ook belangrijk voor oude bedrijven, in het begin bij het aanboren van de juiste markt en nu voor het in stand houden van die markt. De hoeveelheid concurrentie beïnvloedt deze legitimatie. De niveaus van deugdelijkheid en verantwoordelijkheid zijn terug te zien in de identiteit van een bedrijf. Dit genereert inert gedrag van oude bedrijven wat betreft hun locatie, product en innovativiteit. Ook traditie is van belang voor de bedrijfsidentiteit en traditie zelf is ook een stimulans voor structurele inertie. Keuze voor techniek en routines komen voort uit een positieve ingebedheid, de keus voor een specifieke techniek en of routine in het verleden heeft een traditie in gang gezet en daarmee een invloed op de identiteit. Dit alles heeft een directe invloed op de

mate van inertie binnen oude bedrijven. Een bedrijf kan niet bestudeerd worden zonder aandacht te schenken aan de vestigingsregio en de instituten binnen de regio. Regio en bedrijf hebben een wisselwerking met elkaar en daardoor heeft een bedrijf een thuisgevoel in een regio. Dit thuisgevoel wordt gevisualiseerd in de directe omgeving van het bedrijf, waardoor met het toenemen van de tijd er steeds minder kans bestaat dat een bedrijf zijn huidige vestigingslocatie zal verlaten.

Figuur 1: Padafhankelijkheid en de locatie van oude bedrijven



Padafhankelijkheid en locatie

Bepaalde karakteristieken van bedrijven zijn leeftijdsafhankelijk. De resultaten van dit onderzoek duiden erop dat de leeftijd van bedrijven belangrijk is bij het verklaren van ruimtelijk inert gedrag. De grootte van een bedrijf en de markt zijn bijvoorbeeld minder bepalend voor het vestigingsgedrag van deze oude bedrijven. Met een historische inductieve benadering in de vorm van ruimtelijke bedrijfsgeschiedenissen is gevonden dat de verankering van oude bedrijven op hun locatie meestal voortvloeit uit de geschiedenis van deze bedrijven. In de loop van de tijd raken bedrijven verstrikt in hun locale omgeving. De deugdelijkheid van een bedrijf neemt toe door een bekende en onveranderde locatie, tegelijkertijd wordt inert gedrag versterkt door traditie en herkenbaarheid. Hoe langer een bedrijf bestaat, hoe sterker deze inerte krachten worden. Het is interessant dat de rol van de regionale omgeving op de kansen van overleving overal als positief ervaren wordt. Ook zijn er geen bewijzen gevonden voor het sectoraal ruimtelijk clusteren van oude bedrijven op het lokale niveau.

Bij de confrontatie van 37 oude bedrijven met een geselecteerde groep van 144 jongere bedrijven (opgericht na 1850) worden de volgende resultaten duidelijk.

Oude bedrijven verhuizen minder en er is een verschil in locatietypen voor beide groepen, net als een klein verschil in de waardering voor de huidige vestigingslocatie. Geconcludeerd kan worden dat het inert gedrag van oude bedrijven ten aanzien van hun vestigingslocatie veroorzaakt wordt door ruimtelijke 'ingebedheid' en een verankering in de loop der tijd, meer dan dat dit veroorzaakt wordt door een bepaalde 'tevredenheid' met hun huidige locatie. De bedrijfsgrootte en markt hebben geen verband met de leeftijd van het bedrijf, maar netwerkcontacten innovativiteit en regio wel. Wanneer er met een logit-model getest wordt voor deze karakteristieken zonder leeftijd mee te nemen, wordt voor alle geteste bedrijven (oude en jongere) gevonden dat bedrijven met een lokaal netwerk, bedrijven met hogere innovatieniveaus en bedrijven die niet in het westen van Nederland zitten, meer locationeel inert gedrag vertonen. Deze bedrijven hebben een kleinere kans op verplaatsingen. Hiernaast is ook gevonden dat bedrijven die een eigen pand in bezit hebben en bedrijven die al veel bijkomende investeringen gedaan hebben in de aanpassing van hun terrein minder geneigd zijn te verplaatsen, ook dit komt vaker voor bij oude bedrijven. Het lijkt erop dat wanneer bedrijven langer op een bepaalde plek zitten, ze meer vastgroeien in hun locale omgeving. Voor oude bedrijven met een lange geschiedenis is dit nog sterker het geval. Een bekende en onveranderde locatie draagt bij mate waarin klanten het bedrijf als onveranderd en betrouwbaar zien. Samen met een hang naar traditie, thuisgevoel en herkenbaarheid naar de klanten toe wordt inert gedrag van oude bedrijven bevorderd.

Hedendaagse literatuur geeft aan dat de meeste bedrijven verhuizen in de beginjaren, wanneer ze jong zijn. Maar toen de groep van oude bedrijven jong was, waren er minder transportmogelijkheden en waren de relatieve afstanden groter. Mobiliteit was toen minder gebruikelijk, wat één verklaring is voor de lage migratiecijfers van de oude bedrijven. Doordat deze bedrijven lange tijd op een bepaalde locatie zitten, is de invloed van padafhankelijkheid en verankering versterkt en zullen deze bedrijven minder gauw verhuizen – zelfs in tijden van groei en uitbreiding. Oude bedrijven zullen trachten andere oplossingen te vinden voor hun ruimteprobleem, door bijvoorbeeld de huidige locatie aan te passen of door het openen van een extra locatie.

Bedrijfsidentiteit en verankering

In dit onderzoek is veel aandacht geschonken aan de identiteiten van oude bedrijven. Aangenomen werd dat de identiteit van een oud bedrijf hetzelfde blijft wanneer bepaalde karakteristieken van een oud bedrijf niet aanmerkelijk veranderen gedurende het bestaan van het bedrijf. De bedrijfsidentiteit blijft gelijk wanneer het product of dienst niet verandert, wanneer de naam van het bedrijf gelijk blijft en/of wanneer het bedrijf niet verplaatst is. Hiernaast zijn ook continue familiebetrokkenheid en tradities belangrijk voor het beschrijven van de identiteit

van oude bedrijven. Uit het onderzoek blijkt, dat oude bedrijven vinden dat hun identiteit veranderd is, wanneer de structuur, markt en grootte van het bedrijf aanzienlijk zijn veranderd.

Bij het vergelijken van de identiteit van oude en jongere bedrijven onderschrijven de resultaten de hang naar stabiliteit bij oude bedrijven. Oude en jongere bedrijven gebruiken verschillende identificerende elementen om hun eigen identiteiten te beschrijven. Jongere bedrijven leggen meer nadruk op hun personeel en de producten en diensten die ze aanbieden. Oude bedrijven leggen veel meer nadruk op hun vestigingslocatie en traditie als identificerende elementen. Dit is een indicatie dat oude bedrijven meer verankerd zijn in hun omgeving en daarom hun locatie en plaatsaanhankelijkheid gebruiken als identificerende elementen. Oude bedrijven zitten vaak al zo lang op één plek dat bijvoorbeeld de straat naar het bedrijf genoemd is. Het bedrijf kent meerdere generaties van klanten én werknemers of het bedrijf produceert een streekproduct. Oude bedrijven zitten vaak al zo lang in dezelfde plaats dat de naam van de plaats en het bedrijf in één adem genoemd worden; verplaatsing naar elders zou het imago van het bedrijf kunnen schaden. Oude bedrijven raken 'ingebed' in hun reputatie, in de legitimatie van hun product en identiteit; door verschillende generaties heen wordt dit een zelfversterkend proces.

Uit een inhoudsanalyse van websites van oude bedrijven komt naar voren dat oude bedrijven dezelfde elementen gebruiken in het creëren van een imago als voor het omschrijven van de bedrijfsidentiteit. Herkenbaarheid van het bedrijf door middel van 'product of dienst', 'naam', 'traditie, cultuur en leeftijd' en een bepaalde vaste locatie zijn belangrijk in het scheppen van een imago. Wanneer er gecontroleerd wordt voor veranderde en onveranderde bedrijfsidentiteit blijkt dat de resultaten bijna gelijk zijn. Oude bedrijven die zich bewust zijn van veranderingen die hebben plaatsgevonden in hun diverse bedrijfskarakteristieken leggen hier geen nadruk op in het imago dat ze willen creëren op hun website. Alle oude bedrijven onderstrepen die elementen die deugdelijkheid en verantwoordelijkheid weergeven; het creëren van een continu en stabiel imago. Dit geeft aan dat een continue identiteit en tegelijkertijd een imago dat deze continuïteit weergeeft belangrijk zijn voor oude bedrijven en een voordeel in de bedrijfsoverleving. Een stabiele identiteit verhoogt het niveau van betrouwbaarheid.

Conclusie

Oude bedrijven en jongere bedrijven verschillen, ze hebben verschillende karakteristieken en een andere economische impact. De locatie is van belang, oude bedrijven zijn meer verankerd op hun vestigingsplaats en hebben een grotere emotionele aanhankelijkheid aan die locatie. Oude bedrijven identificeren zichzelf onder andere door hun specifieke vestigingslocatie.

Theoretische en empirische analyses bewijzen dat verankering op een bepaalde locatie en een continue identiteit van belang zijn voor het overleven van bedrijven. Geconcludeerd kan worden dat dit sleutelementen zijn voor de overleving op de lange termijn. Dit onderzoek heeft implicaties voor het gebruik van het concept bedrijf in de economische geografie. Oude bedrijven zijn meer verankerd in de regionale economie met een grotere bijdrage aan de werkgelegenheid dan jongere, en meestal kleinere, bedrijven.

Dit onderzoek draagt bij aan een beter begrip van het op lange termijn overleven van bedrijven vanuit een ruimtelijke invalshoek. Geschiedenis en afstand zijn van belang en daarom moeten bedrijven altijd gezien worden in de bredere context van hun locatie en geschiedenis en kunnen niet worden onderzocht als tijdloze en afstandsloze onderzoeksobjecten. In plaats daarvan moet de padafhankelijke aard van de ontwikkeling en de ruimtelijke verankering gebruikt worden in het vinden van creatieve oplossingen voor toekomstige bedrijfsontwikkeling.

Verschillende factoren beïnvloeden het inert gedrag van bedrijven. Voor oude bedrijven betekent dit aan de ene kant dat een bedrijf zich geen veranderingen kan veroorloven omdat deze veranderingen een bedrijfsniveau van betrouwbaarheid zullen aantasten. Aan de andere kant moeten bedrijven ook aanpassingen doorvoeren om adequaat te kunnen reageren op veranderingen in de omgeving. Aanpassing zal daarom voor oude bedrijven minder zichtbaar zijn aan de 'buitenkant'. Een oud bedrijf is geworden wat en waar het nu is door een lokalisatie in tijd en plaats, padafhankelijkheid in interactie met de concurrentie en regionale ontwikkeling. Hierdoor is een oud bedrijf minder vrij in zijn gedrag wanneer het zijn lange bestaan of bedrijfssucces wil verlengen.

