

# **Verkassende Westlanders**

## Motieven en vestigingsfactoren van verplaatsende Westlandse telers

C.E. Reijnders  
M.N.A. Ruijs  
E. Poot (PPO)

Projectcode 4024600

November 2005

Rapport 7.05.07

LEI, Den Haag

Het LEI beweegt zich op een breed terrein van onderzoek dat in diverse domeinen kan worden opgedeeld. Dit rapport valt binnen het domein:

- Wettelijke en dienstverlenende taken
- Bedrijfsontwikkeling en concurrentiepositie
- Natuurlijke hulpbronnen en milieu
- Ruimte en Economie
- Ketens
- Beleid
- Gamma, instituties, mens en beleving
- Modellen en Data

Verkassende Westlanders; Motieven en vestigingsfactoren van verplaatsende Westlandse telers

Reijnders, C.E., M.N.A. Ruijs en E. Poot

Den Haag, LEI, 2005

Rapport 7.05.07 ; ISBN 90-8615-034-9; Prijs €16,50 (inclusief 6% BTW)

87 p., fig., tab., bijl.

Dit rapport geeft de motieven en vestigingsfactoren van verplaatsende Westlandse telers weer. De belangrijkste drijfveer voor verplaatsing is bedrijfsontwikkeling. Locaties op grote afstand van de huidige vestigingsplaats vallen om sociale redenen snel af. Binnen het overgebleven zoekgebied bepalen kavel, productieomstandigheden, gemeente en cluster de locatiekeuze. Bij verplaatsing hebben telers behoefte aan ondersteuning door overheden. Daarnaast wensen zij van vooral gemeenten een duidelijke en transparante opstelling ten aanzien van glastuinbouwvestiging.

This report presents the motives and factors determining the chosen location of relocating Westland growers. The most important motive for relocating is business development. New locations at great distances from the current location are generally dismissed for social reasons. Within the remaining search area, the choice of location is determined by the plot, the production conditions, the municipality and the cluster. Relocating growers need support from government bodies. They would also welcome a clear, transparent attitude from municipalities in particular with regard to the establishment of greenhouse horticultural enterprises there.

Bestellingen:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: publicatie.lei@wur.nl

Informatie:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: informatie.lei@wur.nl

© LEI, 2005

Vermenigvuldiging of overname van gegevens:

- toegestaan mits met duidelijke bronvermelding
- niet toegestaan



Op al onze onderzoeksopdrachten zijn de Algemene Voorwaarden van de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO-NL) van toepassing. Deze zijn gedeponereerd bij de Kamer van Koophandel Midden-Gelderland te Arnhem.



# Inhoud

	Blz.
<b>Woord vooraf</b>	7
<b>Samenvatting</b>	9
<b>Summary</b>	13
<b>1. Inleiding</b>	17
1.1 Aanleiding	17
1.2 Doelstelling	18
1.3 Afbakening	18
1.4 Terminologie	18
1.5 Leeswijzer	19
<b>2. Onderzoekopzet en data</b>	20
2.1 Identificatie en bepaling onderzoekspopulaties	20
2.2 Opzet mondelinge enquêtes	22
2.3 Beschrijving onderzoeksgroepen en dataverwerking	23
<b>3. Bedrijfsverplaatsing</b>	26
3.1 Verplaatsingsmotieven	26
3.2 Invloedsfactoren	28
3.3 Besluitvorming tot verplaatsing	31
3.4 Conclusies	32
<b>4. Vestigingslocatie</b>	33
4.1 Locatiekeuze	33
4.2 Beoordeling locatiefactoren	36
4.3 Beoordeling locatiefactoren nader bekeken	38
4.4 Conclusies	40
<b>5. Ondersteuning verplaatsingsproces</b>	41
5.1 Perceptie telers	41
5.2 Rol telers	44
5.3 Conclusies	45

	Blz.
<b>6. Omvang ruimtebeslag potentiële verplaatsers</b>	46
6.1 Omvang aantal verplaatsers	46
6.2 Ruimtebeslag potentiële verplaatsers	46
6.3 Conclusies	47
<b>7. Beschouwingen</b>	48
<b>8. Conclusies en aanbevelingen</b>	51
8.1 Conclusies	51
8.2 Aanbevelingen	53
<b>Literatuur</b>	57
<b>Bijlagen</b>	
1 Enquête voor ondernemers die verplaatsen overwegen	59
2 Verplaatsingsmotieven ingedeeld naar invloedsfactoren	70
3 Extra locatiefactoren tabellen	76
4 Rondetafelgesprek verplaatsingsmotieven glastelers	79

## Woord vooraf

In opdracht van de Provincie Zuid-Holland en SenterNovem/projectbureau Glastuinbouw en Milieu is een studie uitgevoerd naar de verplaatsingsmotieven en vestigingsfactoren van ondernemers in de glastuinbouw.

De vraag is onderzocht wat Westlandse ondernemers drijft tot bedrijfsverplaatsing en welke vestigingsfactoren de keuze van de toekomstige locatie bepalen. Daarnaast is nagegaan op welke wijze het proces van bedrijfsverplaatsing kan worden ondersteund.

Het rapport omvat een analyse van twee doelgroepen: Westlandse ondernemers die bedrijfsverplaatsing overwegen en Westlandse ondernemers die verplaatst zijn naar een locatie binnen of buiten het Westland. Het rapport bevat tevens aanbevelingen, waarmee overheden en sectororganisaties beleid kunnen ontwikkelen en tot uitvoering kunnen brengen gericht op stimulering van het herstructureringsproces.

Het onderzoek is uitgevoerd door M.N.A. Ruijs (projectleider) en C.E. Reijnders van het LEI, en E. Poot van PPO Sector Glastuinbouw. Een commissie bestaande uit M. Leunissen (SenterNovem/Glami), H. Bor (Provincie Zuid-Holland), J. Dijksterhuis (Provincie Drenthe) en M. Cappendijk (LTO-Noord) heeft het onderzoek begeleid.

De Westlandse ondernemers zijn geworven via AgriDirect en met hulp van LTO-Noord. Aan de studie hebben tevens bijgedragen: J. Nienhuis en C. Bol (LEI), B. van der Maas, C. van der Lans, S. van Woerden en C. Slootweg (PPO Sector Glastuinbouw). Bijzondere dank gaat uit naar de (voormalige) Westlandse telers, die hun medewerking hebben verleend aan de interviews.



Prof.dr.ir. L.C. Zachariasse  
Algemeen directeur LEI B.V.





# Samenvatting

## *Aanleiding en werkwijze*

In de herstructureringsopgave voor de Nederlandse glastuinbouw staan telers die hun bedrijf willen verplaatsen centraal. Zij creëren ruimte in het gebied dat ze verlaten en geven tegelijkertijd vorm aan nieuwe glastuinbouwgebieden. In het Westland verloopt de herstructurering trager dan verwacht. De provincie Zuid-Holland en Glami willen daarom meer inzicht krijgen in de motieven van ondernemers om te verplaatsen en in de factoren die de keuze van een vestigingslocatie bepalen. Op basis daarvan kan de herstructurering van het Westland nieuwe impulsen krijgen. LEI en PPO Glastuinbouw zijn gevraagd deze motieven en vestigingsfactoren in kaart te brengen.

Op basis van telefonische en schriftelijke enquêtes en een 'rondetafelgesprek' met Westlandse en vanuit het Westland verkaste telers zijn de verplaatsingsmotieven en de belangrijkste keuzecriteria voor nieuwe locaties benoemd. Daarnaast hebben de telers aangegeven welke instanties hulp kunnen bieden in het verplaatsingstraject.

## *Verplaatsingsmotieven*

De belangrijkste motieven van glastelers om het bedrijf te verplaatsen houden verband met bedrijfsontwikkeling. Efficiencyverbetering en kostenverlaging worden het meest genoemd. Er is echter nooit sprake van één motief, maar van een combinatie. Een bijzondere aanleiding om te verkassen is de wijziging van het bestemmingsplan van de huidige locatie. Voor telers die daarmee te maken krijgen is bedrijfsontwikkeling een minder sterke drijfveer. Zij zijn simpelweg gedwongen om hun bedrijf te staken of te verkassen.

Hoe sterker de drijfveer om het bedrijf te ontwikkelen, hoe meer de ondernemer bereid is om zich buiten het Westland te vestigen. Voor snijbloemen- en met name potplantentelers is de nabijheid van veiling en handel een belangrijk motief om in het Westland te blijven. Ook is gebleken dat grote bedrijven niet snel compleet buiten het Westland worden hervestigd. Wel zullen deze eerder nieuwe vestigingen buiten het Westland openen. Ondernemers beslissen vooral zelf over verplaatsing, maar bespreken dit wel met zakelijke partners en binnen het gezin.

## *Locatiefactoren*

Westlandse telers vinden verafgelegen gebieden niet aantrekkelijk: de locaties in het noorden, oosten en zuidoosten van het land zijn niet populair. Bij deze keuze geven sociale redenen de doorslag. Binnen het overgebleven zoekgebied worden verschillende andere locatiefactoren tegen elkaar afgewogen. Kavelaspecten (grootte, vorm, prijs), de productieomstandigheden (klimaat, water), het cluster (ontsluiting, afstand tot ketenpartijen) en de gemeente zijn het meest bepalend. Dit is een bevestiging van eerdere studies.

Daarentegen zijn sociale factoren belangrijker geworden en is de fysieke afstand tot kenniscentra minder belangrijk dan pakweg tien jaar geleden.

Ondernemers die binnen het Westland verplaatsen, hebben de sterkste sociale binding met het Westland en hechten sterker aan de clustervoordelen van het gebied. Potplantentelers zijn het minst geneigd zich buiten het Westland te vestigen, terwijl groentetelers deze stap het makkelijkste zetten.

### *Verplaatsingsplannen van Westlandse telers*

In 2004 hadden 50 tot 90 Westlandse telers verplaatsingsplannen. Hun bedrijven namen 70 tot 120 ha ruimte in beslag. Van de totale vrijkomende ruimte komt wegens gewijzigde bestemmingsplannen ongeveer twee derde ten goede aan andere functies, zoals woningbouw, bedrijventerreinen, groenvoorziening en recreatie.

### *Besluitvorming rond het verplaatsingsproces*

Om meer begrip van en grip op de besluitvorming van ondernemers te krijgen, biedt een doelgroepenmodel uitkomst. Het AIDA-model beschrijft het besluitvormingsproces op basis van vier fasen: *attention, interest, desire en action*.

- **attention:**  
Ondernemers die nog niet actief bezig zijn met verplaatsingsplannen, kunnen geattendeerd worden op de kansen van nieuwe glastuinbouwlocaties via bekende informatiekanalen, zoals vakbladen en vakbeurzen;
- **interest:**  
Geïnteresseerde ondernemers willen zich gedegen oriënteren op de verschillende locaties. Dit vergt een meer gerichte informatievoorziening. In deze fase wordt het ook relevant om de ondernemer en zijn gezin te informeren over de woon- en leefomstandigheden in de nieuwe gebieden, inclusief de sociaal-culturele aspecten. Juist op basis van deze 'zachte' factoren vallen gebieden al in een vroeg stadium af;
- **desire:**  
Ondernemers die hun bedrijf willen verplaatsen, hebben behoefte aan specifieke en gedetailleerde informatie om de juiste afweging te kunnen maken. Het gaat dan om informatie over kavels, productieomstandigheden, clusters, gemeentelijk beleid en lokale voorzieningen. Naarmate het proces vordert, worden meer partijen geraadpleegd en wordt hun invloed groter;
- **action:**  
In de beslissingsfase laten ondernemers zich nog door een of enkele informatiebronnen beïnvloeden. Deze moeten bekend zijn en adequaat van de juiste informatie worden voorzien.

### *Ondersteuning door derden*

Tijdens en na de besluitvorming zoeken de ondernemers steun bij gemeenten en waterschappen. Zij zijn erg benieuwd hoe gemeenten en hun inwoners tegen de glastuinbouw aankijken. Ondernemers willen ook vroegtijdig duidelijkheid hebben over vergunningen,

procedures en tijdspaden en willen weten wie hun contactpersonen zijn. Verder vragen ze van de gemeente planologische zekerheid en duidelijkheid over het beleid omtrent omzetting van bedrijfswoningen in burgerwoningen.

Gemeenten kunnen hun dienstverlening en klantgerichtheid verbeteren door ervaringen uit te wisselen en hun beleid af te stemmen met andere glastuinbouwgemeenten. Ze zouden idealiter één loket voor vestigende ondernemers moeten openen en duidelijk zijn in hun houding en beleid ten aanzien van glastuinbouw. Nog beter is een toegesneden inplaatsingsbeleid, met aandacht voor de economische en sociale aspecten voor de ondernemer en zijn gezin. Gemeenten en provincies kunnen participeren in regionale ontwikkelingsmaatschappijen, gericht op duurzame glastuinbouwontwikkeling en herstructurering. Provinciale en landelijke overheden kunnen een rol spelen in de ruimtelijke ordening, mede ten behoeve van greenports en Landbouw Ontwikkelings Gebieden.

Ook is er behoefte aan ondersteuning door partijen die niet tot het bevoegd gezag behoren, zoals belangenbehartigers, banken en adviesbureaus. Deze kunnen helpen bij het schrijven van businessplannen en het aanvragen van vergunningen. Belangenbehartigers kunnen een lobbytaak vervullen in nieuwe glastuinbouwgebieden, dienen als vraagbaak, organiseren herstructureringscommissies en spelen een rol in sociale processen tijdens en na bedrijfsverplaatsingen. Last but not least kunnen zij participeren in de reeds genoemde regionale ontwikkelingsmaatschappijen.

#### *En de teler zelf*

De ondernemers zelf moeten zich instellen op langdurige en complexe processen, die een grondige voorbereiding en doorzettingsvermogen vergen. Naast informatie van overheden en adviseurs zijn de ervaringen van collega's erg waardevol. Verplaatsende ondernemers moeten rekening houden met de cultuur van het nieuwe gebied, moeten open zijn over hun plannen en rekening houden met de eisen en wensen van gemeente en omwonenden. Bijzondere aandachtspunten in dat verband zijn eventuele (licht)hinder en de landschappelijke inpassing van het bedrijf. Openheid en communicatie zijn cruciaal om eventuele misverstanden en vooroordelen uit de weg te ruimen.



# Summary

Westlanders on the move; Motives and location factors of relocating Westland growers

## *Background and approach*

The focus of the restructuring task for Dutch horticulture is on growers who wish to relocate their business. They create space in the area they leave behind and also help to shape the new horticultural areas. In the Westland area, the restructuring process is progressing at a slower pace than expected. The province of South Holland and Glami therefore wish to obtain greater insight into what motivates entrepreneurs to relocate and the factors that determine their choice of location. On the basis of this insight, the restructuring of Westland can be given new incentives. LEI and PPO Glastuinbouw were asked to investigate these motives and location factors.

On the basis of telephone surveys, written questionnaires and a 'round table' discussion with current and former Westland growers, the motives for relocation and the main choice criteria were outlined. Furthermore, the growers indicated which institutions could help them in the relocation process.

## *Relocation motives*

The main motives behind greenhouse-based growers wanting to relocate their businesses are related to company development. Efficiency improvements and cost reductions were the main reasons mentioned. However, there is never just one motive but a combination of factors. A particular reason to move is a new land use plan for the present location. For growers confronted with this situation, company development is less important as a motive. They are simply forced to stop work or relocate.

The stronger the motivation to develop the enterprise, the more the entrepreneur is prepared to move outside Westland. For cut flower growers and particularly pot plant growers, the close proximity of the auctions and trade is an important motive for staying in Westland. Another fact seems to be that large companies tend not to relocate their entire business outside Westland. However, they may start additional branches outside Westland. The decision to relocate mainly rests with the entrepreneurs themselves, but they do discuss their plans with business partners and within the family.

## *Location factors*

Westland growers do not find remote areas attractive; locations in the north, east and south-east of the country are not popular. Social reasons are generally the decisive factor in this choice. In the remaining search area, various other location factors are considered. Plot aspects (size, shape, price), production conditions (climate, water), the cluster (accessibility, distance to chain parties) and the municipality are the most important factors. This confirms other earlier studies. On the other hand, social factors have become more impor-

tant and the physical distance to knowledge centres has become less important than ten years ago.

Entrepreneurs who relocate within Westland have the strongest social links with the area and are more attached to the cluster advantages there. Pot plant growers are the least likely to move outside Westland, while vegetable growers are most likely to take this step.

### *Relocation plans of Westland growers*

In 2004, between 50 and 90 Westland growers had plans to relocate. Their companies covered between 70 and 120 hectares. As a result of amended land use plans around two-thirds of the total area becoming available will be used for other functions such as housing, business sites, green facilities and recreation.

### *Decision-making and the relocation process*

In order to improve our understanding of how entrepreneurs take decisions, a target group model is the answer. The AIDA model describes the decision-making process based on four phases: *attention, interest, desire and action*.

**Attention:** Entrepreneurs who are not yet actively thinking about relocating may be informed about the opportunities offered by new greenhouse horticultural areas through familiar information channels such as trade journals and trade fairs.

**Interest:** Interested entrepreneurs will explore the different locations. This requires more specific information. In this phase, it is also relevant to inform the entrepreneur and his family about the living conditions in the new areas, including the social and cultural aspects. Many people lose interest early on in the process on the basis of these 'soft' factors.

**Desire:** Entrepreneurs who wish to relocate their enterprises need specific and detailed information to be able to make the right decisions. They need information about plots, production conditions, clusters, municipal policy and local facilities. As the process progresses, more parties are consulted and their influence becomes greater.

**Action:** In the decision phase, entrepreneurs may be influenced by one or more information sources. These must be familiar and be provided with the right information.

### *Support by third parties*

During and after the decision-making process, entrepreneurs look for support from municipalities and water boards. They are very interested how municipalities and their populations view horticulture. Entrepreneurs also like to have clarity at an early stage about permits, procedures and timescales and know who their contacts are. They also ask the municipality for planning guarantees and clarity about policy relating to conversion of business premises into residential housing.

Municipalities can improve their services and customer orientation by discussing experiences and aligning their policy with other horticultural municipalities. Ideally, they should open a one-stop shop for new entrepreneurs and be transparent in their attitude and policy regarding horticulture. Better still, a specific integration policy could be developed, focusing on the economic and social aspects for the entrepreneur and his family. Muni-

palties and provinces can participate in regional development companies, targeted at sustainable horticultural development and restructuring. Provincial and national government can play a role in spatial planning, partly for green ports and Agricultural Development Areas.

There is also a need for support from parties who do not belong to the competent authorities, such as interest groups, banks and advisory bureaus. They could help in writing business plans and applying for permits. Representatives can fulfil a lobbying task in new greenhouse horticultural areas, provide information, organise restructuring committees and play a role in social processes during and after company relocations. Last but not least, they can participate in the regional development companies mentioned above.

#### *And the grower himself?*

Entrepreneurs must be prepared for lengthy and complex processes, requiring thorough preparation and perseverance. Besides information from local authorities and advisors, the experiences of colleagues are very valuable. Relocating entrepreneurs must take into account the culture of the new area, be open about their plans and take into account the demands and wishes of municipalities and local residents. Particular points of attention in this respect are any (light) pollution and the integration of the company in the landscape. Openness and communication are crucial to avoid any misunderstandings and to remove any prejudice.





# 1. Inleiding

## 1.1 Aanleiding

Nederland is internationaal toonaangevend op het gebied van de teelt van bloemisterij en groenteteeltgewassen onder glas. Het Westland is met bijna 29% van het landelijk areaal glas met afstand het grootste productiegebied. Daarnaast heeft het Westland als onderdeel van de greenport Westland/Oostland een belangrijke functie op het terrein van handel, distributie en toelevering. Het overheidsbeleid (nationaal, provinciaal en lokaal) is gericht op hoogwaardige en duurzame glastuinbouw met zo veel mogelijk geconcentreerde vestiging. Voor Zuid-Holland is dit geconcentreerd in de zogeheten glas-as: het gebied van het Westland via Oostland tot en met het nieuw te ontwikkelen glastuinbouwgebied in de Zuidplaspolder. Acties van de provincie Zuid-Holland om het ruimtegebrek voor telers op te lossen zijn gericht op het creëren van nieuwe glastuinbouwgebieden in het Oostland en de nieuwe projectvestiging Zuidplaspolder als meest aansprekende voorbeeld, en de herstructurering van de bestaande glastuinbouw in het Westland. Voor die reconstructie in het Westland is letterlijk en figuurlijk ruimte nodig. Deze ontstaat als ondernemers hun bedrijf verplaatsen buiten de regio dan wel beëindigen. Hierdoor kan de vrijkomende ruimte benut worden voor modernisering en schaalvergroting van bedrijven die in het Westland blijven of voor andere activiteiten of functies (recreatie, wonen en andere bedrijvigheid). Het proces van bedrijfsverplaatsing naar de 10 landbouwontwikkelingsgebieden glastuinbouw verloopt volgens overheden tot op heden trager dan verwacht en wordt bevestigd door het onderzoek van NovioConsult (Van Kessel et al., 2005). Aan de andere kant heeft een aantal Westlandse telers zich in de afgelopen periode buiten het Westland gevestigd, getuige de inventarisatie die LTO-Noord heeft uitgevoerd onder haar leden (Cappendijk, 2005).

Het probleem is dat er onvoldoende inzicht is in welke mate Westlandse glastelers zich bezinnen op hun huidige vestigingsplaats. Wat zijn de motieven of beweegredenen om te willen verplaatsen? Daarnaast ontbreekt actueel inzicht in de locatiefactoren die bepalen of Westlandse ondernemers zich binnen of buiten het Westland willen vestigen. Dit kan ook betrekking hebben op een extra vestiging als onderdeel van een na te streven schaalvergroting.

De provincie Zuid-Holland en GLAMI wensen inzicht in beide vraagstukken, zodat het voor hen mogelijk wordt beleid te ontwikkelen en tot uitvoering te brengen, gericht op stimulering van het herstructureringsproces. Daarnaast wenst de provincie Zuid-Holland inzicht te krijgen in het ruimtebeslag van glastelers die zich bezinnen op hun vestigingsplaats. GLAMI wil het verkregen inzicht ook gebruiken voor andere glastuinbouwcentra waar herstructurering wordt nagestreefd (spin-off).

## 1.2 Doelstelling

Het doel van het onderzoek is als volgt gedefinieerd:

- het inventariseren van de motieven voor bedrijfsverplaatsing;
- het bepalen van de factoren die van belang zijn voor de vestigingslocatie;
- het inventariseren van de behoefte aan (het type) ondersteuning bij Westlandse telers die willen verplaatsen of een vestiging willen openen;
- het in kaart brengen van aantal telers dat zich bezint op hun vestigingsplaats en het ruimtebeslag dat zij innemen;
- het doen van beleidsaanbevelingen voor overheden en sectororganisaties om het proces van herstructurering en bedrijfsverplaatsing te faciliteren en te stimuleren.

Het onderzoek concentreert zich enerzijds op telers in het Westland die verplaatsing overwegen en anderzijds op telers die verplaatst zijn vanuit het Westland. Bij bedrijfsverplaatsing of uitbreiding met een nieuwe vestiging komen zowel vestigingslocaties in Nederland als in het buitenland in aanmerking.

Bij het vertalen van de resultaten en de conclusies naar beleidsaanbevelingen wordt specifiek ingegaan op aangrijpingspunten voor ondersteuning van het herstructureringsproces. Daarbij wordt ingegaan op het besluitvormingsproces van de ondernemer en de rol van informatieverzameling (AIDA-model).

## 1.3 Afbakening

Westlandse telers die verplaatsing overwegen en telers die verplaatst zijn vanuit het Westland vormen de focus in dit onderzoek. Het onderzoek richt zich dus niet op telers die hun bedrijven afbouwen of stoppen en ook niet op telers die zich niet met het locatievraagstuk hebben beziggehouden. Telers die willen uitbreiden op hun huidige locatie zijn ook geen onderwerp van studie.

## 1.4 Terminologie

In het rapport wordt een aantal termen gebruikt dat hieronder nader wordt omschreven:

- *verplaatsingsmotieven*  
De motieven of beweegredenen die ten grondslag liggen aan (het overwegen van) bedrijfsverplaatsing;
- *locatiefactoren*  
Factoren die van belang zijn voor de keuze van een vestigingslocatie;
- *overwegen*  
Er is sprake van overwegen van verplaatsen wanneer de ondernemer zelf aangeeft dat hij hiervoor serieuze plannen heeft (Hopman en van Niejenhuis, 1995);
- *verplaatsen*  
Het verplaatsen van een bedrijf op een andere locatie dan de huidige locatie. Dit kan zowel een andere locatie binnen Nederland als een locatie in het buitenland zijn;

- *Westland*  
Dit betreft de regio Westland. Hieronder vallen de gemeente Westland en Midden Delfland en de aangrenzende gebieden met glastuinbouw in de gemeenten Den Haag, Delft en Rotterdam (Hoek van Holland);
- *glasoppervlak*  
De oppervlakte glas op het bedrijf ook wel netto glas genaamd. Dit is de oppervlakte glas (inclusief paden en gevelranden) met uitzondering van de bedrijfsruimte;
- *subsector*  
De onderverdeling van de glastuinbouw in de subsectoren glasgroente, snijbloemen en potplanten.

## **1.5 Leeswijzer**

De opzet en aanpak van het onderzoek zijn beschreven in hoofdstuk 2. In hoofdstuk 3 worden de resultaten behandeld met betrekking tot de verplaatsingsmotieven. Het locatiekeuze vraagstuk wordt toegelicht in hoofdstuk 4. Hoofdstuk 5 gaat in op de vraag hoe en op welke wijze telers ondersteund willen worden bij verplaatsing. In hoofdstuk 6 wordt nagegaan hoe groot het aantal Westlandse telers is dat zich bezint op hun vestigingsplaats en welke ruimte zij innemen. In hoofdstuk 7 worden de resultaten beschouwd met het oog op het formuleren van aanbevelingen. Ten slotte worden in hoofdstuk 8 conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan voor overheden, sectororganisaties en andere partijen ter stimulering van het proces van herstructurering.

## 2. Onderzoeksopzet en data

In dit hoofdstuk wordt beschreven hoe het onderzoek is opgezet en welke data zijn gebruikt. Het besluit tot verplaatsing of het openen van een vestiging is een langdurig en complex proces. Daarom is ervoor gekozen een mix van kwantitatieve en kwalitatieve onderzoeksmethoden toe te passen.

### 2.1 Identificatie en bepaling onderzoekspopulaties

#### *Telers die verplaatsing overwegen*

Om Westlandse telers te achterhalen die overwegen hun bedrijf te verplaatsen (binnen of buiten het Westland) is het marketingbureau AgriDirect benaderd. AgriDirect houdt jaarlijks een uitgebreide telefonische enquête onder Nederlandse glastelers naar hun toekomstplannen. Aan deze enquête deden in 2004 1.096 Westlandse telers mee, wat neerkomt op 64%<sup>1</sup> van alle telers uit het Westland. Voor dit onderzoek zijn twee groepen respondenten van belang. De eerste groep betreft telers die aangeven dat zij willen verplaatsen binnen of buiten Nederland. De tweede groep omvat telers die aangeven dat zij willen uitbreiden. De groep uitbreiders is meegenomen, omdat uitbreidingsplannen vaak één van de belangrijkste redenen zijn om verplaatsing te overwegen (Hopman en van Niejenhuis, 1995).

Onder beide groepen telers is een aanvullende telefonische enquête gehouden om exact te bepalen welke telers in het voorjaar van 2005 nog steeds verplaatsingsplannen of uitbreidingsplannen hebben.

De groep Westlandse telers die in 2004 verplaatsing overwogen binnen Nederland, bestond uit 33 telers. De groep telers die in 2004 uitbreidingsplannen hadden, omvatte 113 telers.

In maart 2005 zijn in totaal 146 telefonische enquêtes afgenomen. Via deze enquêtes is achterhaald of de ondernemers nog steeds verplaatsing overwegen of dat de verplaatsing al heeft plaatsgevonden. Op basis van de aanvullende telefonische enquête zijn de volgende drie groepen onderscheiden.

1. Bedrijven in het Westland die nog *niet* willen verplaatsen of een nieuwe vestiging willen openen.
2. Bedrijven in het Westland die wel willen verplaatsen of een nieuwe vestiging willen openen of daarmee bezig zijn.
3. Bedrijven die al verplaatst zijn.

De telers die wel verplaatsing overwegen of bezig zijn te verplaatsen, zijn gevraagd mee te werken aan een mondelinge enquête. Aanvullend zijn adressen via LTO-Noord

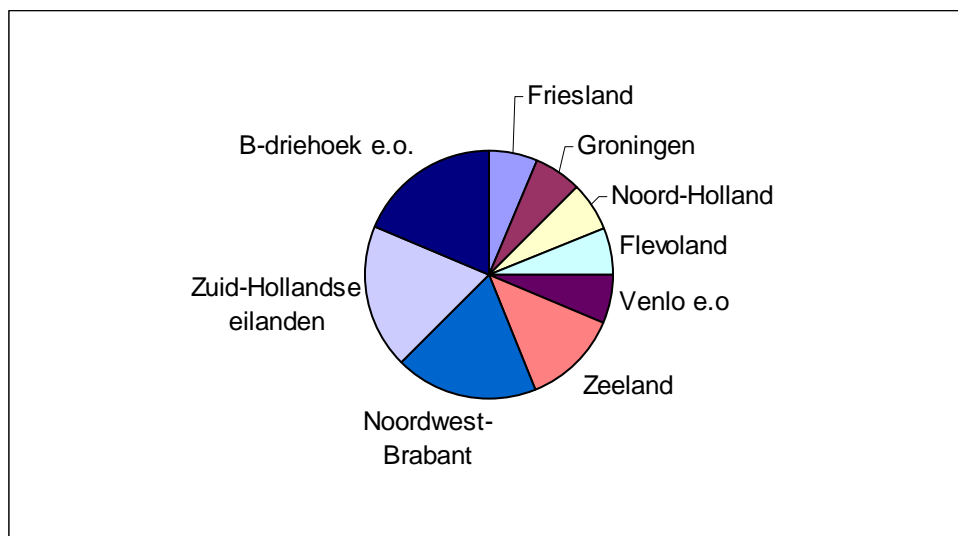
---

<sup>1</sup> Volgens de CBS-Landbouwtelling waren in 2004 1.709 glastuinbouwbedrijven in het Westland actief.

verkregen. Daarnaast zijn ook adressen verkregen bij het enquêteren van de telers, door te vragen of zij misschien telers wisten die verplaatsingsplannen hadden. Uiteindelijk hebben 47 telers meegedaan aan de mondelinge enquête.

#### *Telers die al verplaatst zijn*

Om een beter beeld van bedrijfsverplaatsing te verkrijgen zijn ook Westlandse telers geënquêteerd die de laatste 10 jaar zijn verplaatst uit het Westland. Bij het selecteren van deze telers is rekening gehouden met de geografische verspreiding. Hierbij is gebruikgemaakt van de inventarisatie van LTO-Noord (Cappendijk, 2005). In figuur 2.1 is de verdeling van het aantal enquêtes (zie tabel 2.1) over de verschillende regio's weergegeven.



*Figuur 2.1 Verdeling van de 16 enquêtes gehouden bij Westlandse telers die verplaatst zijn uit het Westland*

Er is gezocht naar Westlandse telers die naar Overijssel en Drente verplaatst zijn. In Overijssel is er geen gevonden, in Drente één maar deze kon wegens omstandigheden niet aan het onderzoek meedoen.

Aanvullend op de enquête onder telers die zijn verplaatst buiten het Westland is ook een aantal telers geënquêteerd die zijn verplaatst binnen het Westland. Deze aanvulling was mogelijk door een doctoraalstudie (Reijnders, 2005). De groep telers die is verplaatst binnen het Westland is dezelfde enquête voorgelegd.

In totaal zijn 26 telers geënquêteerd, waarvan 16 telers naar een regio buiten het Westland en 10 telers binnen het Westland.

#### *Onderzochte onderzoekspopulaties*

In tabel 2.1 is de grootte van onderzoekspopulaties weergegeven. In totaal waren er vijf bedrijven die willen verplaatsen of een vestiging willen openen in het buitenland.

Tabel 2.1 Aantallen telers per onderzoekspopulatie

Onderzoekspopulatie	Aantal
Overwegen verplaatsing	47
Verplaatst buiten het Westland	16
Verplaatst binnen het Westland	10
Totaal	73

### *Representativiteit*

De telers die verplaatsing overwegen en die verplaatst zijn, zijn 'select' getrokken. Dit betekent dat gericht is gezocht naar telers die in een van beide groepen vallen.

Voor de groep telers die verplaatsing overwegen, is gebruikgemaakt van de enquête van AgriDirect. Deze enquête geeft een representatief beeld van de toekomstplannen van Westlandse telers (dekking is 64% van de totale populatie van Westlandse telers). Vervolgens zijn de doelgroepen 'telers met verplaatsingsplannen' en 'telers met uitbreidingsplannen' als uitgangspunt genomen voor de selectie van de telers in dit onderzoek, waarbij de groep 'telers met verplaatsingsplannen' in zijn geheel is meegenomen. In totaal zijn 47 telers in dit onderzoek geïnterviewd op een totaal van 146 telers met verplaatsing- en uitbreidingsplannen (AgriDirect-enquête; zie hierboven). Dit houdt in dat circa 20% van alle Westlandse telers met verplaatsingsplannen en uitbreidingsplannen in dit onderzoek zijn betrokken. Dit is als representatief te beschouwen.

De groep verplaatste Westlandse telers is gericht gezocht, waarbij de geografische verspreiding als belangrijk selectie criterium gold, en de periode van verplaatsing niet langer dan tien jaar geleden. Daar het aantal verplaatste Westlandse telers binnen en buiten het Westland niet bekend is, kan geen uitspraak worden gedaan over de representativiteit van de 26 verplaatste telers in dit onderzoek. Dit aantal is gekozen vanuit de verwachting dat hiermee in voldoende mate informatie kan worden verkregen over de verplaatsingsmotieven en locatiefactoren van weleer en hoe deze telers terugkijken op de verplaatsing. Uit de inventarisatie van LTO-Noord (Cappendijk, 2005) blijkt dat circa 75 ondernemers in de periode 1990-2005 buiten het Westland hebben geïnvesteerd in verplaatsing of in uitbreiding met extra vestiging. In dit onderzoek zijn 16 telers geïnterviewd die uit het Westland zijn verplaatst; dit is ruim 20%.

## **2.2 Opzet mondelinge enquêtes**

Op basis van literatuuronderzoek in het kader van een doctoraalstudie (Reijnders, 2005) is een overzicht opgesteld van mogelijke verplaatsingsmotieven en locatiefactoren die van belang zijn voor de keuze van een vestigingsplaats. In dit literatuuronderzoek is de basis gelegd voor de vragenlijst van de enquête.

Voorafgaand aan de te houden enquêtes is een rondetafelgesprek gehouden met 4 verplaatste Westlandse telers, 2 accountmanagers van een bank en 1 vertegenwoordiger van de sectororganisatie met als doel aanvullende informatie te verzamelen over bedrijfsverplaatsing. Dit betreft informatie ten aanzien van de verplaatsingsmotieven, de factoren van belang bij locatiekeuze, de belemmeringen en de wijze waarop overheden en sectororganisaties het proces van verplaatsing kunnen ondersteunen.

De conceptenquête voor telers die verplaatsing overwegen is bij een tweetal telers getest. Deze enquête (zie bijlage 1) is de basis geweest van de enquêtes voor de andere onderzoeksgroepen.

De enquêtes bevatten grotendeels gesloten vragen. Bij de vragen naar de motieven voor verplaatsing en de waardering van afzonderlijke locatiefactoren is gebruikgemaakt van een ordinale schaal van 0 tot 5. Bij voorbaat werd niet verondersteld dat de ordinale waarden normaal zijn verdeeld. Daarom zijn de antwoorden eerst gestandaardiseerd. Na standaardisatie kon een ordinale schaal worden opgevat als een ratioschaal (Pen, 2002). Door middel van standaardisatie wordt gecompenseerd voor het feit dat sommige respondenten een meer uitgesproken mening hebben, vaker een 1 of 5 aankruisen, en sommige respondenten een minder uitgesproken mening hebben. Op basis van de gestandaardiseerde antwoorden is bepaald of er significante verschillen tussen verschillende groepen van respondenten aanwezig waren (bijlage 2 en 3). Omwille van de leesbaarheid is er voor gekozen om de niet-gestandaardiseerde waarde weer te geven.

De enquêtes zijn afgesloten met een aantal open vragen over hoe telers ondersteund kunnen worden bij het proces van bedrijfsverplaatsing en welke rol voor overheden en sectororganisaties is weggelegd. Er is voor open vragen gekozen omdat over dit onderwerp in de glastuinbouw geen literatuur voorhanden was en is daarom meer exploratief van karakter.

De respons bij de telefonische en de mondelinge enquête was hoog. Aan de telefonische enquête deden 4 bedrijven niet mee. De respons was 97%. Bij de mondelinge enquête zijn 6 bedrijven afgevallen. De respons komt daarmee op 92%.

## **2.3 Beschrijving onderzoeksgroepen en dataverwerking**

### *Kenmerken onderzoeksgroepen*

In totaal zijn 73 ondernemers geïnterviewd. Bij de groep overwegers is bijna de helft een groenteteler en bij de verplaatste telers buiten het Westland is dit bijna 70%. Onder de verplaatste telers binnen het Westland was 70% snijbloementelers. De gemiddelde bedrijfsgrootte van de geënquêteerden bedraagt 3,4 ha (zie tabel 2.2). Dit is 1,6 ha groter dan het gemiddelde bedrijf in het Westland. De gemiddelde bedrijfsgroottes van telers die verplaatsing of het openen van een vestiging overwegen is ook groter dan die van alle bedrijven in het Westland. Dit wordt veroorzaakt door twee zeer grote bedrijven (> 20 ha), die een extra vestiging overwegen. De bedrijven die verplaatst zijn buiten het Westland zijn gemiddeld 5,4 ha groot, terwijl de verplaatste bedrijven binnen het Westland gemiddeld 2,3 ha zijn.

Op basis van enquêtes blijkt dat op 30-40% van de bedrijven sprake is/was van een bestemmingsplanwijziging.

Tabel 2.2 Kenmerken van de onderzoeksgroepen

Onderzoeksgroep	Totale doelgroep (n=73)	Groep Overwegers (n=47)	Verplaatst buiten Westland (n=16)	Verplaatst binnen Westland (n=10)	Alle Westlandse bedrijven a) (n=1.709)
Aantal telers (n)					
Groentebedrijven (%)	46,6	46,8	68,8	10,0	31,9
Bloemenbedrijven (%)	37,0	31,9	31,3	70,0	45,2
Potplantenbedrijven (%)	15,1	19,1	0,0	20,0	22,9
Overig (%)	1,4	2,1	0,0	0,0	nvt
Gemiddeld glasoppervlak (ha)	3,4	3,8	5,3 b)	2,3 b)	1,8
Aantal ondernemers per bedrijf	2,0	2,0	2,1	1,6	1,8
Bestemmingsplanwijziging (%)	31,5	31,9	31,3	40	niet bekend
Gemiddelde geboortejahr ondernemer	1964	1963	1968	1962	1958
Gemiddelde leeftijd kas (jaar)	12	15	6	6	niet bekend

a) Bron CBS-Landbouwtelling 2004. In de landbouwtelling wordt een bedrijf geclassificeerd naar de teelt die het meeste voorkomt. Om deze reden hier geen overige bedrijven; b) Bij verplaatste bedrijven is het gemiddeld glasoppervlak na verplaatsing weergegeven.

In de groep overwegers zijn de groentetelers het sterkst vertegenwoordigd (zie ook tabel 2.3). De groentebedrijven zijn gemiddeld 5,6 ha groot en aanzienlijk groter dan de bloemenbedrijven (1,8 ha) en de potplantenbedrijven (2,9 ha). Als de groep overwegers wordt opgedeeld in bedrijven met één vestiging of bedrijven met meerdere vestigingen, is het verschil in bedrijfs grootte opvallend groot: 1,6 respectievelijk 8,1 ha.

Uit tabel 2.3 blijkt dat van de groep overwegers bij de bloementelers het meeste sprake is van een bestemmingsplanwijziging. Bij bedrijven met meerdere vestigingen blijkt een bestemmingsplanwijziging vaker aan de orde dan bij bedrijven met één vestiging.

Tabel 2.3 Enkele kenmerken van telers die overwegen te verplaatsen

Onderzoeksgroep	Totale groep (n=47)	Groenten (n=22)	Bloemen (n=15)	Potplanten (n=9)	Meerdere vestigingen (n=16)	1 vestiging (n=31)
Aantal telers (n)						
Gemiddelde glasoppervlak (ha)	3,8	5,6	1,8	2,9	8,1	1,6
Bestemmingsplanwijziging (%)	31,9	22,7	46,7	33,3	37,5	25,8

### Dataverwerking

De dataverwerking is gericht op het onderscheiden van verschillende groepen telers. Dit is gedaan door te zoeken bij vooraf samengestelde groepen op significante verschillen bij een betrouwbaarheidsniveau van 95%. Het samenstellen van de groepen gebeurt op basis van gevonden invloeden op de verplaatsingsmotieven en de locatiefactoren. Een voorbeeld van een analyse is het vaststellen van significante verschillen in de waardering van locatiefactoren tussen telers waar wel of geen sprake is van een bestemmingsplanwijziging.



### *Aangrijpingspunten voor ondersteuning van bedrijfsverplaatsing*

De resultaten uit dit onderzoek zijn vertaald naar aanbevelingen voor de opdrachtgevers (Provincie Zuid-Holland en Glami) om bedrijfsverplaatsing te kunnen ondersteunen en te stimuleren. Aangrijpingspunten hiervoor zijn onder meer gevonden in de studie van Verstegen et al. (2003). Volgens Verstegen spelen 4 factoren een rol in het besluitvormingsproces van de ondernemer: persoonlijkheidskenmerken, attitudes, bedrijfsfactoren en informatieverzamelingsgedrag tijdens het besluitvormingsproces. In het conceptueel model volgt uit het informatieverzamelingsgedrag de beslissing, waarbij de informatieverzameling door de andere factoren wordt beïnvloed. Bij informatieverzamelingsgedrag gaat het om het type informatie en de fase van het besluitvormingsproces waarin deze is geraadpleegd. De fasen zijn (in het AIDA-model) als volgt omschreven:

- *attention*  
de ondernemer wordt attent gemaakt op nieuwe ontwikkelingen;
- *interest*  
ondernemer neemt zelf actie, informatieverzameling is ongericht/breed;
- *desire*  
ondernemer heeft idee wat hij wil. Verzamelt specifieke informatie op onder andere techniek en financiën;
- *action*  
besluit wordt genomen, ook wel beslissingsfase genoemd.

Na het doorlopen van dit proces, bij het operationaliseren van het besluit, komt een fase die de 'Implementing' fase genoemd kan worden. Het AIDA-model is behulpzaam bij het nauwkeuriger identificeren van de doelgroepen, waardoor gericht beleid mogelijk wordt.

## 3. Bedrijfsverplaatsing

Het besluit om te gaan verplaatsen is ingrijpend en niet eenvoudig. Verschillende aspecten rond het besluit om te verplaatsen of het openen van een vestiging zijn onderzocht. In paragraaf 3.1 wordt ingegaan op de vraag welke motieven van belang zijn bij bedrijfsverplaatsing. Daarna wordt in paragraaf 3.2 behandeld welke factoren van invloed zijn op deze verplaatsingsmotieven. Paragraaf 3.3 gaat in op de vraag welke actoren zijn betrokken bij het besluit om te verplaatsen of het openen van een vestiging.

### 3.1 Verplaatsingsmotieven

Op basis van literatuurstudie is een lijst van 48 motieven opgesteld (zie tabel 3.1). Dit betreft motieven die verband houden met de bedrijfsopzet (14), met de bedrijfsorganisatie (12) en met de omgeving (22); zie ook vraag 14 in bijlage 1. Alle onderzochte telers hebben aangegeven hoe belangrijk deze 48 verplaatsingsmotieven zijn/waren voor hun situatie. In tabel 3.1 is de gemiddelde score (op een vijfpuntsschaal) van de verschillende motieven weergegeven.

De motieven die verband houden met de organisatie scoren hoger dan die met de opstanden (bedrijfsopzet) en vervolgens dan die met de omgeving. Hieruit kan worden afgeleid dat de ontwikkeling van de kosten op de huidige locatie(s) het belangrijkste aspect lijkt om te gaan verplaatsen. Motieven die hierbij aansluiten zijn:

- efficiëntie bedrijfsprocessen (nummer 1);
- besparing totale bedrijfskosten (nummer 2);
- groei productie/omzet (nummer 3);
- aanwezigheid uitbreidingsruimte (nummer 4);
- te kleine kasopstanden (nummer 6);
- kostprijsontwikkeling (nummer 7);
- winstontwikkeling (nummer 9);
- ontwikkeling productiemethoden (nummer 10);
- mogelijkheden automatisering/aanpassing teeltsystemen (nummer 11);
- voorzieningen op het bedrijf (nummer 12).

Hieruit komt een beeld naar voren dat telers gericht zijn op bedrijfsontwikkeling, waarin kostprijsbeheersing een belangrijk element is. Hierbij probeert de teler zijn kosten zo laag mogelijk te houden door bij te blijven met de inrichting en organisatie van zijn productiesysteem. Het productiesysteem zal hij zo efficiënt mogelijk inrichten zodat hij een zo laag mogelijk kostprijs per product realiseert. Het streven naar een lagere kostprijs per product zal vaak gepaard gaan met schaalvergroting. De hoge investeringen voor bijvoorbeeld verdere automatisering, moeten worden opgevangen met een hogere productie. Uit dit onderzoek bleek dat bij 29 bedrijven waarvan dit bekend was, de gemiddelde be-

drijfs-grootte groeide van 2,7 ha naar 4,8 ha. De bijna verdubbeling van een bedrijf geeft aan wat voor impact een bedrijfsverplaatsing heeft op een teler op financieel en organisatorisch gebied. Dit beeld stemt overeen met de motieven die zijn genoemd in het rondetafelgesprek; de verbinding tussen schaalvergroting en automatisering werd expliciet genoemd.

De hoge waardering van subjectieve/persoonlijke doelen als verplaatsingsmotief kan verklaard worden doordat verplaatsen en schaalvergroting nooit totaal gedwongen is. Een teler kiest er zelf voor om zijn bedrijf vergroten en te verplaatsen. Uit dit onderzoek blijkt dat de ambitie om groter te worden ook een belangrijk motief is.

Op basis van tabel 3.1 is af te leiden dat niet een enkel motief ten grondslag ligt aan het besluit om te gaan te verplaatsen. Dit ligt in het verlengde van de gevonden literatuur (Reijnders, 2005). Het is een samenspel van meerdere motieven. De verschillende motieven zijn als het ware verantwoordelijk voor het behalen van een bepaalde kritische waarde die de teler doet besluiten om te gaan verplaatsen (Pen, 2002). In het rondetafelgesprek werd ook aangegeven dat er meerdere motieven ten grondslag liggen aan een verplaatsing.

Uit tabel 3.1 blijkt dat de motieven 'afstand tot veiling en handel' en 'nabijheid van toeleveranciers' laag scoren. Dit is te verwachten. Westlandse telers zullen niet snel verplaatsen, omdat zij problemen hebben met de huidige afstand tot handel of toeleveranciers.

*Tabel 3.1 Score en rangorde van verplaatsingsmotieven volgens Westlandse telers, die verplaatsing overwegen of verplaatst zijn*

<i>Verplaatsingsmotieven (n=73)</i>	<i>Gemiddelde</i>	<i>Rangorde a)</i>
<i>Bedrijfsopzet</i>		
Aanwezigheid uitbreidingsruimte	3,73	4
Kasopstanden waren te klein	3,63	6
Kostprijsontwikkeling	3,62	7
Mogelijkheden automatisering/aanpassing teeltsystemen	3,16	11
Voorzieningen op het bedrijf	3,14	12
Lengte en breedte verhouding kasopstanden	3,05	13
Ouderdom kasopstanden	2,97	17
Onderhoudsituatie kasopstanden	2,78	22
Grondprijs	2,73	23
Uitstraling van de kasopstanden	2,42	31
Arbo-eisen en veiligheid	2,38	33
Klimaat	2,26	40
Bodemgesteldheid	2,03	47
Huurcontract/eigendomssituatie	2,00	48

Tabel 3.1 Score en rangorde van verplaatsingsmotieven volgens Westlandse telers die verplaatsing overwegen of verplaatst zijn (vervolg)

Verplaatsingsmotieven (n=73)	Gemiddelde	Rangorde a)
<i>Bedrijfsopzet</i>		
<i>Bedrijfsorganisatie</i>		
Efficiëntie bedrijfsprocessen	3,85	1
Besparing totale bedrijfskosten	3,84	2
Groei productie/omzet	3,82	3
Subjectieve/persoonlijke doelen	3,68	5
Bedrijfsstrategie	3,62	8
Winstontwikkeling	3,51	9
Ontwikkeling productiemethoden	3,25	10
Personeelszaken	3,04	14
Flexibiliteit van teelt(wijze)	3,03	15
Interne communicatie/logistiek	3,00	16
Kwaliteitseisen aan organisatie/product	2,93	19
Nieuwe eigenaar (management)	2,49	30
<i>Omgeving</i>		
Energiekosten	2,96	18
Bestemmingsplanwijzigingen	2,79	20
Marktinteresse voor opstanden/grond	2,79	21
Faciliteiten voor laden en lossen	2,63	24
Bereikbaarheid	2,59	25
Kwaliteit woon en leefomgeving	2,58	26
Houding gemeente ten opzichte van glastuinbouw	2,51	27
Regionale arbeidsmarkt	2,49	28
Reconstructie bij huidige locatie	2,49	29
Representativiteit van de omgeving	2,41	32
Waterkwaliteit	2,38	34
Verstedelijking	2,37	35
Afstand tot veiling/handel	2,30	36
Milieubeleid en beperkingen	2,30	37
Luchtkwaliteit	2,27	38
Nabijheid van toeleveranciers	2,27	39
Afstand tussen wonen en werken	2,25	41
Overlast van en of op de omgeving	2,18	42
Nabijheid van steden	2,16	43
Criminaliteit/veiligheid	2,14	44
Internationale contacten	2,08	45
Nabijheid transportterminals	2,07	46

a) Rangorde in belangrijkheid van alle verplaatsingsmotieven

1) minimumscore = 1 en maximumscore = 5.

### 3.2 Invloedsfactoren

In de vorige paragraaf is een algemeen beeld geschetst van de verplaatsende teler. In deze paragraaf wordt gekeken of er factoren zijn die van invloed zijn op de verplaatsingsmotieven van Westlandse telers. De volgende factoren zijn onderzocht:

- wel of geen bestemmingsplanwijziging;

- verplaatst zijn binnen of buiten de regio;
- verplaatsen of openen van een extra vestiging;
- subsector: groenten, snijbloemen of potplanten.

Bestemmingsplanwijziging is onderzocht omdat deze aanleiding om te verplaatsen zoals beschreven in paragraaf 3.1 niet zozeer voorkomt vanuit het bedrijf zelf, maar het gevolg is van externe ontwikkelingen. Daarnaast is onderscheid gemaakt tussen telers die verplaatst zijn binnen en buiten het Westland. Dit is gedaan om na te gaan of dit samenhangt met verschillen in verplaatsingsmotieven tussen beide groepen. Een andere factor die onderzocht is of een bedrijf geheel verplaatst wordt of dat een extra vestiging wordt geopend. Het verschijnsel doet zich voor dat steeds meer bedrijven niet meer in zijn geheel verplaatsen maar ervoor kiezen een extra vestiging te openen. In dit onderzoek komt naar voren dat bedrijven met meerdere vestigingen gemiddeld vijfmaal groter zijn dan bedrijven met een vestiging (tabel 2.3). Het is voor een bedrijf van meer dan 8 ha lastiger om te verplaatsen vanwege de geringe beschikbaarheid van kavels van meer dan 10 ha. Bovendien kan een extra vestiging beter passen in de bedrijfsstrategie, zoals een andere locatie gericht op specifieke afzetmarkt.

Ten slotte is nagegaan of de subsector van invloed is op de motieven om verplaatsing te overwegen.

Omwille van de leesbaarheid van dit hoofdstuk is besloten alleen tabel 3.1 over verplaatsingsmotieven in dit hoofdstuk weer te geven. De andere tabellen over de invloedsfactoren op verplaatsingsmotieven zijn te vinden in bijlage 2.

#### *Bestemmingsplanwijziging*

Het besluit om te gaan verplaatsen wordt genomen op basis van het toegenomen gewicht van de verschillende motieven. De teler kan al langer een behoefte hebben om bijvoorbeeld uit te breiden en zijn kostprijs te verlagen. Pas als bijvoorbeeld de kostprijs zodanig hoog wordt op zijn huidige locatie dat de toekomst van het bedrijf in het geding is, zal dit de teler aanzetten tot acties om te gaan verplaatsen.

Een bestemmingsplanwijziging kan als factor dit proces versnellen omdat een teler min of meer wordt gedwongen om over verplaatsen na te denken. Uit tabel B2.1 (bijlage 2) blijkt dat bij de bedrijven waar een bestemmingsplanwijziging niet aan de orde is, vrijwel alle motieven hoger scoren dan waar dat wel het geval is. Voor 11 motieven is de score zelfs significant hoger. Bovendien wordt het gewicht van de motieven die in tabel 3.1 hoog scoren nog groter. Dit betekent dat de motieven die te maken hebben met de bedrijfsontwikkeling en die gericht zijn op kostprijsverlaging zich nog nadrukkelijker manifesteren.

De motieven van verplaatsende telers waar sprake is van bestemmingsplanwijziging is misschien niet erg verschillend van waar dit niet speelt, maar de interne druk of drijfveer die deze telers voelen om te verplaatsen is wel minder of wordt overschaduwed door de bestemmingsplanwijziging.

#### *Verplaatst binnen of buiten het Westland*

Er zijn meerdere aspecten die een verklaring kunnen geven voor de gevonden verschillen (zie tabel B2.2, bijlage 2) tussen beide groepen, zoals nabijheid leveranciers, afstand tot veiling/handel, verstedelijking en bestemmingsplanwijziging.

Het lijkt erop dat de telers die uit het Westland zijn verplaatst te maken hebben gehad met een hogere interne druk of grotere drijfveer om te verplaatsen dan telers die binnen het Westland zijn verplaatst. Dit kan worden afgeleid uit de hogere scores voor de in tabel 3.1 als 10 meest belangrijk vermelde verplaatsingsmotieven. Deze motieven houden, zoals eerder gemeld, sterk verband met de bedrijfsontwikkeling. De verplaatste telers waren overwegend glasgroentetelers (zie tabel 2.2).

De groep telers die verplaatst zijn binnen het Westland scoort significant hoger op het motief van bestemmingsplanwijziging, wat ook duidt op een mindere interne druk. De significante hogere score van verstedelijking voor de groep in het Westland kan samenhangen met de hogere score voor bestemmingsplanwijziging. De bestemmingsplanwijziging kan immers het gevolg zijn van de uitbreidingen van woningbouw of industrieterreinen.

Andere significante verschillen zijn te clusteren onder de noemer afstand/bereikbaarheid. De groep van telers in het Westland hechten een significante hogere waarden aan voor de volgende verplaatsingsmotieven dan die door verplaatste telers buiten het Westland:

- afstand tot veiling /handel;
- nabijheid van toeleveranciers;
- bereikbaarheid;
- nabijheid van transportterminals; en
- internationale contacten.

Een mogelijke verklaring voor deze hogere score is dat telers die in het Westland verplaatsen dit doen omdat een kleine afstand tot veiling/handel en toeleveranciers en snelle contacten met de afzet(markt) voor hen belangrijke criteria zijn. De verplaatste telers binnen het Westland waren hoofdzakelijk siertelers. Desondanks scoren bovenvermelde motieven lager dan de motieven die samenhangen met de bedrijfsontwikkeling. Alleen zijn de verschillen tussen het belang van de motieven bij verplaatste telers binnen het Westland minder groot dan die daarbuiten zijn verplaatst.

Voor de verplaatste telers buiten het Westland zijn de motieven met betrekking tot bestemmingsplanwijziging en afstand/bereikbaarheid van geringere betekenis.

#### *Verplaatsen versus openen vestiging*

Tussen bedrijven met één of bedrijven met meerdere vestigingen zijn beperkte verschillen. (zie tabel B2.3, bijlage 2).

In het algemeen is de rangorde in het belang van de motieven tussen beide groepen weinig verschillend, zij het dat bij bedrijven met meerdere vestigingen de volgende motieven duidelijk meer gewicht krijgen, namelijk: personeelszaken en nieuwe eigenaar (management). Het lijkt erop dat dit samen kan hangen met de verschillen in bedrijfsgrootte tussen beide groepen. Bedrijven met meerdere vestigingen zijn circa vijfmaal zo groot als bedrijven met 1 vestiging (zie tabel 2.3). Dit kan een verklaring voor de significante verschillen bij nieuwe eigenaar (management) en personeelszaken. Grotere bedrijven hebben vaker meerdere eigenaren.

Het verschil in personeelszaken kan verklaard worden doordat op grotere bedrijven met meerdere vestigingen meer kaderpersoneel aanwezig is. Een motief om een (extra)

vestiging te openen kan zijn om het eigen personeel (inclusief bedrijfsopvolgers) meer ont-plooiingsmogelijkheden te geven. Het grote verschil in bedrijfsgrootte kan mogelijk ook een indicatie zijn waarom bedrijfsstrategie een van de het belangrijkste verplaatsingsmotieven is van bedrijven meerdere vestigingen. De grotere bedrijven met meerdere vestigingen zijn vaak het resultaat van een bepaalde bedrijfsstrategie en -filosofie. Een extra vestiging past in die bedrijfsstrategie, waarbij de stap naar een extra vestiging voor deze bedrijven minder groot is dan voor bedrijven met 1 vestiging.

Dat bedrijven met meerdere vestigingen significant hoger scoren bij huurcontract/eigendomsituatie kan duiden op dat bedrijven met meerdere vestigingen relatief meer huren dan bedrijven met 1 vestiging.

Opvallend zijn de significante hogere waarden voor milieubeleid/beperkingen en overlast van en of op de omgeving voor bedrijven met meerdere vestigingen. Het lijkt niet logisch dat hier een significant verschil wordt gevonden. Een mogelijke verklaring voor het gevonden verschil is wellicht dat bedrijven met meerdere vestigingen ook vestigingen hebben buiten het Westland waar verschillend met de (handhaving van) regelgeving wordt omgegaan. Op de Zuid-Hollandse eilanden zijn er protesten tegen de lichtuistoot van assimilatielampen. Een gedegen verklaring voor deze verschillen is niet gevonden.

### *Subsector*

De subsector waarin de teler werkzaam is blijkt geen belangrijke factor van betekenis te zijn om verplaatsing te overwegen of te zijn geweest om destijds te verplaatsen. Voor alle drie de subsectoren liggen de motieven qua belangrijkheid in dezelfde orde van grootte. Er is tussen de subsectoren geen significant verschil in score op de motieven waargenomen (zie tabel B2.4, bijlage 2).

### **3.3 Besluitvorming tot verplaatsing**

De beslissing om te verplaatsen neemt de teler over het algemeen niet alleen. Om na te gaan welke personen of organisaties van invloed zijn op dit besluit, is dit aan de teler gevraagd. Tevens is de mate van invloed nagegaan.

*Tabel 3.2 Invloed van personen en organisatie op het besluit om te gaan verplaatsen of een vestiging te gaan openen*

	<i>Aantal malen genoemd</i>	<i>Mate van invloed (%)</i>
Ondernemer zelf	65	46
Maat/zakelijke partner	37	33
Vrouw	42	24
Gemeente	13	63
Kinderen	21	17
Overige familie	11	25
Boekhouder/accountant	16	11
Personeel	11	10
Voorlichter	8	7
Collega's	7	8
aantal respondenten (n=73)		

Het blijkt dat de teler zichzelf de meeste invloed toedicht (zie tabel 3.2). Daarnaast hebben de vrouw en de zakelijk partners ook veel invloed. Opvallend is de grote invloed die door 13 respondenten aan de gemeente wordt toegekend. Het blijkt dat bij bestemmingsplanwijziging veel telers een hoge score geven aan de gemeente. Van de andere actoren blijkt dat de familie (kinderen en overige familie) in enkele gevallen ook van invloed kunnen zijn. Overige actoren hebben een beperktere rol bij het besluitvormingsproces.

### **3.4 Conclusies**

1. Meerdere motieven liggen ten grondslag aan bedrijfsverplaatsing of een extra vestiging.
2. De belangrijkste motieven voor verplaatsing hangen samen met de bedrijfsontwikkeling en betreft meestal kostprijsverlaging (interne druk of drijfveer).
3. Bij een bestemmingsplanwijziging is de interne druk of drijfveer om te verplaatsen minder sterk, maar wel aanwezig.
4. Naarmate de interne druk om te verplaatsen hoger is, lijkt het erop dat telers eerder uit het Westland verplaatsen.
5. De bereikbaarheid van veiling/handel en toelevering is voor snijbloementelers en met name potplantentelers een belangrijk motief om in het Westland te blijven.
6. Een teler neemt, in samenspraak met de zakelijke partner(s) en levenspartner, het besluit tot verplaatsing. Een bestemmingsplanwijziging voelt daarbij aan als een gedwongen besluit om te verplaatsen.
7. Grotere bedrijven zullen minder snel als geheel verplaatsen, maar eerder een extra vestiging openen (bedrijfsstrategie).



## 4. Vestigingslocatie

Na het ingrijpende besluit om te verplaatsen of een extra vestiging te openen moet de teler nog een belangrijke keuze maken. De teler moet kiezen naar welke locatie hij wil verplaatsen en nagaan of dit ook mogelijk is.

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op dit keuzeprocess. Waar wil een teler daadwerkelijk naar toe en waarom? Hierbij wordt tevens nagegaan welke glastuinbouwlocaties de voorkeur genieten en waarom.

In paragraaf 4.1 wordt ingegaan op door telers of door groepen telers te prefereren glastuinbouwlocaties. In 4.2 wordt ingegaan op de locatiefactoren die verplaatsing overwegende telers belangrijk vinden. In paragraaf 4.3 wordt nagegaan of er verschillen zitten in het belang dat verschillende groepen telers hechten aan de locatiefactoren.

### 4.1 Locatiekeuze

De grootste groep telers uit dit onderzoek overwegen of zijn bezig te verplaatsen. Nagegaan is of bepaalde locaties bij voorbaat afvallen en waarom deze afvallen en welke locaties wel in beeld zijn.



Figuur 4.1 LOG-locaties

### *Bij voorbaat afgevallen gebieden*

Bij keuze van een toekomstig gebied vallen een aantal gebieden bij voorbaat af (Hopman en van Niejenhuis, 1995). Deze gebieden worden blijkbaar niet serieus overwogen. In dit onderzoek zijn de gebieden die bij voorbaat afvallen vastgesteld en nader gedetailleerd voor de volgende groepen:

- alle telers en uitgesplitst naar de situatie waar wel of geen sprake is van een bestemmingsplanwijziging (tabel 4.1);
- telers die overwogen te verplaatsen of een extra vestiging te openen, uitgesplitst naar subsector (tabel 4.2).

*Tabel 4.1 Gebieden die in 2005 bij voorbaat afvallen als vestigingsgebied voor alle telers en uitgesplitst voor alle telers naar bestemmingsplanwijziging in %*

Alle telers, exclusief naar buitenland Bij voorbaat afgevallen gebieden	Totaal (n=68)	Bestemmingsplanwijziging a)	
		ja (n=23)	nee (n=45)
Friesland	88	91	87
Emmen e.o.	94	91	96
Noordoostpolder	85	91	82
Bergerden	74	78	71
Venlo e.o.	78	91	71
Noordwest-Brabant a)	56	57	56
Zeeland a)	62	57	64
Zuid-Hollandse eilanden	44	52	40
Westland	13	9	16
Zuidplaspolder	49	52	47
B-driehoek	49	48	49
Rijnsburg e.o.	75	78	73
Aalsmeer e.o.	76	70	80
Wervenshoof e.o.	81	78	82

a) Bij bestemmingsplanwijziging geen significante verschillen gevonden (anova  $p < 0,05$ ). Naarmate percentage hoger is valt een gebied eerder bij voorbaat af als vestigingsplaats.

Het algemene beeld dat naar voren komt bij de verschillende groepen is dat naarmate het gebied verder ligt van het Westland het als vestigingsgebied eerder afvalt. De gebieden Noordwest-Brabant, Zeeland, Zuid-Hollandse eilanden, B-Driehoek en Zuidplaspolder zijn nog wel in beeld, met uitzondering bij de meeste potplantentelers. Dit komt ook naar voren als de telers gevraagd wordt de belangrijkste reden aan te geven waarom een gebied bij voorbaat afvalt (tabel 4.3). Vooral het sociale aspect/structuur is een belangrijke reden waarom een gebied afvalt. Op de tweede plaats volgt de afstand tot de handel. Het verschil in percentage tussen het sociale aspect en afstand tot de handel kan in werkelijkheid kleiner zijn omdat bij een aantal enquêtes niet is doorgevraagd als afstand werd genoemd. De keren dat werd doorgevraagd werd voornamelijk de sociale structuur bedoeld.

Tabel 4.2 Gebieden die in 2005 bij voorbaat afvallen als vestigingsgebied voor de telers die verplaatsing of extra vestiging overwegen, uitgesplitst naar subsector in %

Telers die verplaatsing of het openen van een extra vestiging overwegen (exclusief naar buitenland)			
Bij voorbaat afgefallen gebieden	Groentetelers (n=22)	Bloementelers (n=14)	Potplantentelers (n=8)
Friesland	95	100	100
Emmen e.o.	100	86	100
Noordoostpolder	91	86	100
Bergerden	77	71	100
Venlo e.o.	73	93	88
Noordwest-Brabant a)	41	71	100
Zeeland a)	45	86	100
Zuid-Hollandse eilanden	32	50	75
Westland	23	7	0
Zuidplaspolder	41	50	88
B-driehoek	55	36	88
Rijnsburg e.o.	73	86	88
Aalsmeer e.o.	86	71	88
Wervenshoof e.o.	86	93	88

a) De mate waarin een bepaald gebied afvalt, is significant verschillend tussen groente- en potplantentelers (anova  $p < 0,05$ ).

Tabel 4.3 Belangrijkste redenen waarom een gebied procentueel is afgefallen van telers die overwegen om te verplaatsen of een extra vestiging te openen in 2005

Belangrijkste reden voor bij voorbaat afgefallen gebied	Percentage
Afstand/sociale aspect/sociale structuur	63
Afstand tot de handel	10
Klimaat	7
Afstand tot andere vestigingen	3
Te weinig instraling	3
Te veel bloemen bedrijven	2
Te hoge grondprijzen	2
Bereikbaarheid	2
Overig	9

De teeltsector is duidelijk van invloed op de gebieden die bij voorbaat afvallen. Potplantentelers laten bijna alle andere gebieden eerder afvallen dan bloemen- en groentetelers (tabel 4.3). Dit verschil is niet terug te vinden in de verafgelegen gebieden zoals Friesland, Emmen en omgeving, Noordoostpolder, Venlo en omgeving, Wervenshoof e.o. en Aalsmeer e.o. Deze gebieden vallen bij de meeste bloemen- en groentetelers ook bij voorbaat af.

Op basis van de laagste score van de meest dichtbijgelegen gebieden en de hoogste score bij het Westland is grootste verplaatsingsbereidheid buiten het Westland te vinden bij de groentetelers. Die verplaatsingsbereidheid betreft de gebieden Noordwest-Brabant, Zeeland, Zuid-Hollandse eilanden, Zuidplaspolder en in iets mindere mate de B-driehoek.

Dat telers bij een bestemmingsplanwijziging geneigd zijn te verplaatsen over kortere afstanden wordt niet overtuigend aangetoond (Boogaard, 2001). Weliswaar laten deze te-

lers het Westland minder snel afvallen dan telers waar dit niet speelt (zie tabel 4.1). Uit tabel 2.2 bleek dat een hoger percentage bestemmingsplanwijziging voorkomt bij verplaatste telers binnen het Westland dan bij verplaatste telers uit het Westland. Op basis hiervan kan geconcludeerd worden dat een teler met een bestemmingsplanwijziging een lagere verplaatsingsbereidheid heeft, maar dat dit beïnvloed wordt door de teeltsector waarin de telers actief zijn.

## 4.2 Beoordeling locatiefactoren

In dit onderzoek hebben telers een beoordeling gegeven over 35 verschillende locatiefactoren op basis van een vijfpuntsschaal. De 35 locatiefactoren zijn geclusterd rond 7 aspecten, namelijk (zie ook tabel 4.4):

- kavel: vorm, grootte, prijs, enzovoort;
- productieomstandigheden: klimaat, water, enzovoort;
- sociaal: familie, kennissen en sociale voorzieningen;
- kennis: netwerken van;
- gemeente: houding en planologie;
- cluster/complex: ontsluiting, afstand veiling, handel, distributie, enzovoort;
- energie.

Per aspect is vervolgens de gemiddelde waarde bepaald. Een vergelijkbare vraag is in 1993 ook aan Westlandse telers voorgelegd (Hopman en van Niejenhuis, 1995).<sup>1</sup> Op deze wijze is het mogelijk om de resultaten van onderhavige studie te vergelijken met die van Hopman en van Niejenhuis.

In de afgelopen 12 jaar blijken de 6 belangrijkste locatiefactoren hetzelfde te zijn gebleven, zij het in een iets andere volgorde. De belangrijkste 6 locatiefactoren zijn (zie ook tabel 4.1):

- kavelform;
- grootte beschikbare kavels;
- gemiddelde hoeveelheid instraling;
- ontsluiting van gebied;
- houding gemeente ten aanzien van glastuinbouw;
- aanwezigheid goed gietwater.

In de loop van de jaren is er wel een verschuiving opgetreden in de waardering van locatiefactoren. Zo blijken in dit onderzoek aan 5 van de 7 aspecten een groter belang te worden gehecht dan in 1993. Het aspect 'gemeente' blijft in belang hetzelfde.

---

<sup>1</sup> In dit onderzoek zijn geïnterviewd: 73 tuinders die verplaatsing overwegen, 34 die verplaatst zijn buiten het Westland en 29 die verplaatst zijn binnen het Westland.

Tabel 4.4 Belang van (clusters van) locatiefactoren van Westlandse telers in 2005 en 1993

Locatiefactoren	Tuinders		Tuinders		verschil
	2005 (n=73)	R	1993 (n=135)	R	
<i>Kavel</i>	3,97		3,92		0,05
Kavelvorm	4,44	1	4,67	1	0,23
Grootte beschikbare kavels	4,42	2	4,34	3	0,08
Uitbreidingsmogelijkheden toekomst	3,93	10	3,56	15	0,37
Grondprijs	3,73	15	3,91	8	0,18
Draagkracht bodem	3,34	22	3,13	23	0,21
<i>Productieomstandigheden</i>	3,75		3,66		0,08
Gemiddelde hoeveelheid instraling	4,36	3	4,24	4	0,12
Aanwezigheid goed gietwater	4,11	6	4,17	6	0,06
Temperatuur winter	4,08	8	3,59	13	0,49
Temperatuur zomer	4,08	7	3,53	17	0,55
Ziektedruk	3,62	16	3,75	10	0,13
Afwezigheid luchtverontreiniging	3,42	20	3,49	18	0,07
Bodemvruchtbaarheid	2,55	33	2,87	28	0,32
<i>Sociaal</i>	3,23		2,87		0,36
Leefcultuur bevolking	3,81	14	3,55	16	0,26
Aanwezigheid winkels	3,47	18	3,27	21	0,20
Aanwezigheid kennissen in het gebied	3,45	19	2,64	29	0,81
afstand tot vorige vestigingsplaats	3,42	21	3,03	27	0,39
Landschap	3,27	23	3,22	22	0,05
Aanwezigheid uitgaansmogelijkheden	3,11	26	2,41	31	0,70
Afstand tot grote stad	2,79	31	2,44	30	0,35
Kerkelijk klimaat	2,49	35	2,39	32	0,10
<i>Kennis a)</i>	3,03		3,36		0,33
Intensieve kennisuitwisseling	3,22	24	3,73	11	0,51
Aanwezigheid tuinders zelfde teelt	3,10	27	3,34	20	0,24
Aanwezigheid voorlichting	3,10	28	3,07	26	0,03
Aanwezigheid studieclubs	2,93	29	3,58	14	0,65
Aanwezigheid tuinbouwonderwijs	2,81	30	3,1	24	0,29
Aanwezigheid telersvereniging	2,53	34	nvt		
<i>Gemeente</i>	4,01		3,99		0,03
Houding gemeente tav glastuinbouw	4,14	5	4,21	5	0,07
Planologische zekerheid	3,89	12	3,76	9	0,13
<i>Cluster a)</i>	3,96		3,86		0,10
Ontsluiting van het gebied b)	4,36	4	4,39	2	0,03
Afstand veiling /handel/distributiecent.	4,00	9	3,45	19	0,55
Aanwezigheid kwal. goed personeel	3,92	11	3,93	7	0,01
Aanwezigheid toeleveranciers	3,56	17	3,68	12	0,12
Afstand overige vestigingen bedrijf	2,71	32	nvt		
<i>Energie a)</i>	3,81		3,07		0,74
Energieprijs	3,81	13	3,07	25	0,74
Mogelijkheden tot terugleveren stroom	3,16	25	nvt		

a) Bij berekening van het gemiddelde zijn alleen waarden meegenomen die bekend zijn van 1993 en 2005;

b) In het onderzoek uit 1993 is niet gevraagd naar ontsluiting van het gebied, wel naar infrastructuur.

R = rangorde.

Het aspect 'energie' is sterk in belang toegenomen. De stijging van de energieprijzen en een andere tariefstructuur als gevolg van de liberalisering van de energiemarkt zijn hier debet aan. Dit wordt nog eens onderstreept door een hogere score van de factor temperatuur (winter/zomer), die beide een groter gewicht krijgen in de locatiekeuze dan in de studie van Hopman en van Niejenhuis. Bij de locatiekeuze wordt nu terdege rekening gehouden met de effecten op het energieverbruik en de energiekosten.

Aan het aspect 'sociaal' wordt in dit onderzoek een groter belang toegedicht dan destijds in 1993. De factoren 'aanwezigheid kennissen', 'aanwezigheid uitgaansmogelijkheden' en 'afstand tot vorige vestigingsplaats' zijn nu belangrijker in de locatiekeuze. Ondanks de hogere score voor het aspect 'sociaal' heeft het de een na laagste score als locatiefactor.

Het belang van het aspect 'kennis' is in de loop van de jaren afgenomen en wordt nu als minst belangrijke locatiefactor beschouwd. De intensieve kennisuitwisseling en aanwezigheid van studieclubs zijn met name van minder gewicht dan in 1993. Dit past bij het algemene tijdsbeeld in de maatschappij van de toegenomen individualisering. Aan de andere kant is door ICT de beschikbare kennis gemakkelijker te bereiken. Daarnaast zullen ook andere factoren hierop van invloed zijn geweest, zoals bijvoorbeeld de schaalvergroting en de daarmee samenhangende professionalisering van productiebedrijven en de versnippering van de handel in de groenteteelt. De behoefte aan kennis blijft echter onverminderd groot.

Het aspect 'cluster' of complex is als locatiefactor wat belangrijker geworden dan in 1993. Dit komt vooral op conto van de factor 'afstand veiling/handel/distributie'. Dit houdt in feite in dat de afstand tot de logistieke knooppunten (veiling/handelsplaats en verzamel/collectiepunt) sterk meeweegt in de keuze van de locatie. Een potplantenteler gaf aan dat de transportbewegingen tussen zijn bedrijf en de veiling de laatste jaren zijn toegenomen omdat op zijn bedrijf steeds meer voorraadvorming plaatsvindt (just in time). Twee groentetelers, de twee grootste bedrijven uit dit onderzoek, bleven in ieder geval met één vestiging in het Westland om dicht bij de handel te zitten. Voor de andere vestiging(en) is de nabijheid van verzamelpunten van belang met het oog op de afzetmarkt.

De aspecten 'kavel' en 'productieomstandigheden' blijven belangrijke locatiefactoren als het gaat om de keuze van een geschikte vestigingsplaats. Zo is de productieomstandighedenfactor 'temperatuur' belangrijker geworden, maar dit houdt verband met het energieverbruik en de inherente energiekosten (zie hierboven).

### **4.3 Beoordeling locatiefactoren nader bekeken**

In deze paragraaf zijn twee factoren onderzocht die naar verwachting van invloed zijn op de waardering van locatiefactoren door telers. Bij de eerste invloedsfactor wordt gekeken naar het gegeven of telers zijn verplaatst binnen of buiten het Westland. Dat verschillen worden gevonden lijkt logisch, maar het is interessant om na te gaan waarom telers willen verplaatsen binnen of buiten het Westland. De tweede factor waarnaar gekeken wordt is het type teelt. Zijn er, zoals algemeen wordt verondersteld, verschillen in de waardering van locatiefactoren tussen potplanten-, bloemen- en groentetelers met het oog op het gebied naar waar hij zijn bedrijf (wil) verplaatst(en)? Een andere factor waar wel naar

gekeken is maar waarvan geen noemenswaardige invloed van uitgaat, is of men één of meerdere vestigingen heeft (tabel B3.1, bijlage 3).

Omwille van de leesbaarheid zijn de tabellen behorende bij de invloedsfactoren opgenomen in bijlage 3.

#### *Verplaatst binnen of buiten het Westland*

Verplaatsen is een ingrijpend besluit, maar verplaatsen naar een andere regio is nog ingrijpender. Waar zit nu het verschil tussen verplaatsen binnen en buiten de regio? De grootste verschillen die zijn gevonden hebben te maken met de clustergedachte (zie tabel B3.2, bijlage 3). Telers die zijn verplaatst binnen het Westland hechten respectievelijk meer waarde aan:

1. aanwezigheid van toeleveranciers (significant);
2. afstand tot de handel/veiling/distributiecentrum (significant);
3. aanwezigheid kwalitatief goed personeel (significant);
4. ontsluiting gebied (significant); en
5. afstand tot overige vestigingen van hun bedrijf.

Verplaatste telers binnen het Westland hechten ook groot belang aan beschikbare kennis in de directe omgeving. Een opvallend significant verschil is de hogere waardering van de aanwezigheid van voorlichting als locatiefactor. Mogelijk is men tevreden over de huidige diensten die de adviseur verleent. Dat telers een hogere waardering hebben voor de aanwezigheid van studieclubs en telersverenigingen houdt mogelijk verband met het gegeven dat men hierover bekend is binnen het Westland en niet of minder daarbuiten. Daarnaast is de dichtheid van studieclubs in de buitengebieden lager.

Behalve de kracht van een cluster spelen ook sociale structuren een rol. Telers die verplaatst zijn binnen het Westland doen dat mede omdat hun kennissen hier wonen. Daarnaast is de factor 'aanwezigheid van uitgaansmogelijkheden' van belang.

Een duidelijk verschil is de waardering van de houding van de gemeente ten op zichte van glastuinbouw. De hogere waardering door telers, verplaatst in het Westland, kan erop duiden dat houding van de gemeente Westland een belangrijke rol heeft gespeeld in waar een bedrijf naar toe is verplaatst. In feite kun je zeggen dat de gemeente Westland een positief beeld heeft bij die telers door haar doen en laten voor de glastuinbouw.

Dat geen grote verschillen zijn gevonden bij productieomstandigheden kan verklaard worden doordat de meeste verplaatsingen plaatsvinden naar nabijgelegen regio's met vergelijkbare klimaatomstandigheden. Dit komt ook naar voren in de nagenoeg even hoge waardering voor de afstand tot de vorige vestigingsplaats als locatiefactor.

Voor telers verplaatst buiten het Westland wordt het aspect 'kavel' eigenlijk als belangrijkste locatiefactor beschouwd van alle aspecten voor de gedane locatiekeuze. Ook de locatiefactor 'hoeveelheid instraling' is een groot gewicht toegedicht.

De scores op de locatiefactoren is door telers gedaan die in het (recente) verleden zijn verplaatst. De in het algemeen hoge scores voor de locatiefactoren door telers binnen het Westland kunnen erop duiden dat men tevreden is met de situatie binnen het Westland en men bekend is met de Westlandse regio. Daarnaast kan een rol spelen dat als men achteraf vraagt naar het belang van de locatiefactoren men dit onbewust goedpraat.

### *Type teelt*

In het algemeen heerst de opvatting dat potplantentelers dichter bij de veiling- of handelaar (dus in het Westland) blijven zitten dan snijbloemen- respectievelijk groentetelers ingeval van bedrijfsverplaatsing. Nagegaan is of deze veronderstelling in dit onderzoek wordt bevestigd.

De potplantentelers die verplaatsing overwegen of verplaatst zijn kennen met name een groot belang aan de aspecten 'gemeente' en 'cluster' (zie tabel B3.3 in bijlage 3). Dit is zowel ten opzichte van de andere aspecten, als in vergelijking met snijbloemen- en groentetelers. Aanwezigheid en nabijheid van toelevering, handel en distributie en aanwezigheid van goed personeel zijn van prominent belang (significant hogere score). Ook de houding van de gemeente ten opzichte van en de planologische zekerheid voor de glastuinbouw zijn voor potplantentelers belangrijk met het oog op de soms zeer hoge investeringsbedragen.

Daarnaast hechten potplantentelers relatief meer belang aan sociale structuren, wat is terug te voeren op de leefcultuur en de aanwezige kennis in het Westland. Waarom potplantentelers meer sociaal verbonden zijn met het Westland is niet duidelijk geworden.

Ondanks de lagere score van groentetelers voor de locatiefactor afstand tot de handel is deze factor de laatste twaalf jaar ook voor hen belangrijker geworden. In vergelijking met het onderzoek uit 1993 is voor elke teelttype de belangrijkheid van de afstand tot de handel toegenomen. Ten opzichte van 1993 is de waardering van deze locatiefactor gestegen met 0,4 punten voor groentetelers met 0,55 punten voor bloementelers en 0,81 punten voor potplantentelers.

Dat bloementelers hoger scoren met bodemvruchtbaarheid heeft te maken met het feit dat er relatief meer bloementelers in de grond telen. Deze factor is vooral voor deze grondtelers van belang bij de locatiekeuze.

## **4.4 Conclusies**

1. Westlandse telers laten vooral om sociale redenen de glastuinbouwgebieden in Friesland, Drenthe, Flevoland en Noord-Holland snel vallen als mogelijke vestigingsplaats.
2. Een verplaatsende teler waar sprake is van een bestemmingsplanwijziging heeft een wat grotere voorkeur voor een locatie binnen het Westland.
3. De factoren ten aanzien van 'kavel', 'productieomstandigheden', 'cluster' en 'gemeente' blijken door de tijd heen bepalend te zijn voor de locatiekeuze.
4. De sociale factor is aan belang voor de locatiekeuze toegenomen ten opzichte van de factor kennis.
5. Telers die verplaatsen of een extra vestiging openen binnen het Westland hechten meer waarde aan de clustervoordelen dan telers die uit het gebied verplaatsen.
6. Telers die verplaatsen of een extra vestiging openen binnen het Westland lijken meer sociaal verbonden met het Westland dan telers die uit het gebied verplaatsen.
7. Potplantentelers hebben de laagste en groentetelers de hoogste verplaatsingsbereidheid naar een regio buiten het Westland.

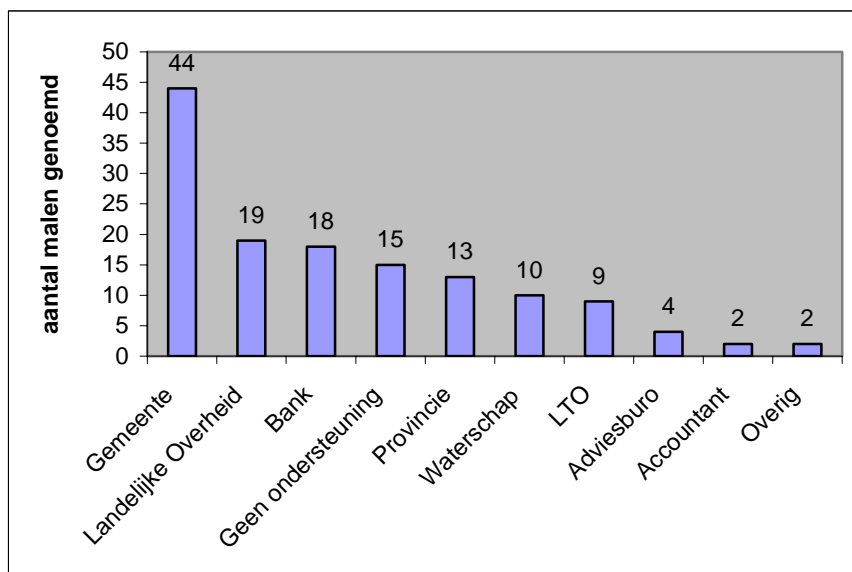


## 5. Ondersteuning verplaatsingsproces

Bedrijfsverplaatsing is een proces dat de teler niet alleen doet. Hij laat zich informeren en ondersteunen. De wijze waarop is van cruciaal belang. In paragraaf 5.1 wordt weergegeven wat de individuele telers aan ondersteuning verlangen. Daarnaast is nagegaan wat telers zelf zouden kunnen doen om het verplaatsingsproces te vergemakkelijken. Dit wordt in paragraaf 5.2 behandeld. In paragraaf 5.3 worden enkele discussiepunten aangestipt.

### 5.1 Perceptie telers

Aan de telers is gevraagd welke organisaties het verplaatsingsproces kunnen ondersteunen en hoe deze organisaties dat zouden kunnen doen. In figuur 5.1 is weergegeven het aantal malen dat een organisatie is genoemd. In het vervolg van de paragraaf zal eerst de groep telers worden beschreven die claimt geen extra ondersteuning nodig te hebben bij verplaatsen. Daarna worden de belangrijkste meningen van telers toegelicht hoe diverse organisaties hen kunnen ondersteunen. Hierin zijn ook de punten meegenomen uit het rondetafelgesprek (zie bijlage 4).



n = 73

*Figuur 5.1 Aantal malen dat organisaties, die telers kunnen ondersteunen bij verplaatsen, zijn genoemd door telers*

Door 60% van de telers wordt de gemeente genoemd als partij die het verplaatsingsproces kan ondersteunen. Daarna volgen de landelijke overheid, banken, provincie, het

waterschap en LTO (toenmalige situatie). Circa 20% van de telers ziet voor anderen geen rol bij het verplaatsingsproces van de teler.

De instanties die door de telers het meest worden genoemd, zijn vaak de instanties waar de teler langs 'moet' om bedrijfsverplaatsing mogelijk te maken. De overige partijen, zoals LTO, adviesbureaus, enzovoort kunnen door de teler worden ingeschakeld. Het is opmerkelijk te noemen dat deze laatste partijen relatief weinig worden ingeschakeld, omdat verplaatsing een ingrijpend proces is en wellicht wordt onderschat.

### *Geen ondersteuning*

Op de vraag hoe telers ondersteund kunnen worden door externe organisaties hadden 8 telers een specifieke reden aangegeven waarom dit niet nodig is. Daarnaast waren er nog eens 7 telers die bij deze vraag niets hebben ingevuld. Bij elkaar zijn dit de 15 telers (20%) waarbij geen ondersteuning nodig wordt bevonden (figuur 5.1). Een mogelijke reden is dat telers niet konden aangeven hoe zij ondersteund kunnen worden. Uit enkele evaluaties die zijn gehouden na de enquêtes bleek dat deze vraag als moeilijk werd beschouwd. Om deze reden wordt bij de analyse van telers die geen ondersteuning willen vooral gekeken naar de 8 telers die een specifieke reden aangaven.

Deze groep bestaat uit 6 potplantentelers en twee bloementelers. De redenen waarom geen ondersteuning nodig is zijn divers. De meest voorkomende reden is dat de ondernemers bestaande bedrijven kopen en daarvoor nagenoeg geen vergunningen nodig hebben. Daarom is geen extra ondersteuning benodigd. Dat verplaatsen eenvoudiger is als telers geen vergunningen hoeven aan te vragen kwam ook naar voren in het rondetafelgesprek.

### *Gemeente*

De gemeente is het meest genoemd als organisatie die (extra) ondersteuning kan geven aan telers die willen verplaatsen. De punten die genoemd worden, zijn:

- er is behoefte aan een duidelijke regeling voor burgerwoningen in tuinbouwgebieden. De bestaande burgerwoningen en tuinderwoningen die omgezet worden, moeten de reconstructie van een gebied niet onmogelijk maken<sup>1</sup>. Een gemeente waar tuinbouw is gevestigd moet volgens de telers ook een duidelijke visie hebben wat zij met de tuinbouw willen en vervolgens daar achter gaan staan. In het verlengde hiervan ligt de houding van een gemeente. Als een gemeente kiest voor glastuinbouw, verwachten de glastelers een positieve meedenkende houding van de gemeente;
- vergunningen zijn een veel voorkomende bron van ergernis waar volgens de telers in dit onderzoek nog veel valt te verbeteren. Bij vergunningen kan de snelheid en de duidelijkheid worden verbeterd. Het aanvragen van vergunningen duurt volgens veel telers te lang. Naast de wettelijke termijnen die men te lang vindt te duren, vertraagt de onduidelijkheid rond het aanvragen van vergunningen het verplaatsingsproces;
- de mate van dienstverlening van de gemeente kan beter. Meerdere ondernemers gaven aan dat zij te veel van het kastje naar de muur werden gestuurd. Het duurde te lang voordat zij de juiste personen kregen te spreken en voor zij wisten wie zij moesten spreken. Een teler gaf aan dat de gemeentes dezelfde eisen zouden moeten stellen.

---

<sup>1</sup> In dat kader is nu door de gemeente Westland in samenspraak met Provincie Zuid-Holland en WLTO een 'Raamplan voor woningen in het buitengebied van de gemeente Westland' opgesteld (Gemeente Westland, 2005).

- Zo mag in bepaalde gemeenten een teler zijn kavel maar beperkt bebouwen, terwijl andere gemeenten grotere te bebouwen oppervlaktes aanhouden;
- een gemeente kan de tuinbouw ook ondersteunen door het verbeteren van de infrastructuur. In de oude gebieden kan hierdoor de reconstructie worden gestimuleerd;
  - het optreden als investeerder: in grootschalige energieprojecten. Of in een grondbank, een soort stallingsbedrijf, die zelfstandig tuinen kan aan- en verkopen met als doel reconstructie te bevorderen;
  - het afstemmen van beleid met andere glastuinbouwgemeentes zoals het uitwisselen van ervaringen.

#### *Landelijke overheid*

De centrale overheid kan volgens de telers meerdere acties ondernemen om het verplaatsingsproces te ondersteunen:

- overheid moet duidelijkheid verschaffen over de uitbreidingsgebieden voor glastuinbouw. Welke gebieden zijn dit en wanneer komen deze dan beschikbaar. De overheid kan er voor zorgen dat deze informatie voor iedereen beschikbaar komen;
- het financieel stimuleren van telers die vestigen in de voorkeursgebieden van de overheid;
- het verlichten van de administratieve lastendruk. Naast minder regels zou de overheid er voor kunnen zorgen dat in elke gemeente dezelfde regels worden gehanteerd;
- het zorgen voor 1 aanspreekpunt van de overheid voor de teler die zich ergens wil vestigen (1-loketgedachte);
- de overheid moet betrouwbaar zijn en nakomen wat men belooft.

#### *Provincie*

Volgens de telers kan de provincie op de volgende wijze ondersteuning verlenen:

- verplaatsen van woningen eenvoudiger en sneller laten verlopen. Door het uitplaatsen kan de reconstructie van oude gebieden sneller plaatsvinden, doordat er mooiere kavels ontstaan;
- telers informeren over (overloop)gebieden waar telers naar toe kunnen gaan. De telers willen duidelijkheid welke gebieden er vrijkomen en wanneer dit gebeurt;
- gemeentes aansturen in het uitvoeren van het ruimtelijk overheidsbeleid ten aanzien van de glastuinbouw;
- telers betrekken bij de inrichting van nieuwe gebieden.

#### *Bank*

Een aantal telers verwacht ondersteuning bij het verplaatsingsproces. Deze ondersteuning kan bijvoorbeeld door te helpen bij het opstellen van een ondernemingsplan. Andere telers verwachten van een bank meer informatie te krijgen over een mogelijk tuinbouwbedrijf dat te koop komt. De informatie kan ook gaan over resultaten van telers met dezelfde teelt in een bepaalde regio. De bank kan ook telers helpen die zich in het buitenland willen vestigen te helpen aan betrouwbare contactpersonen. Een aantal telers verwacht (of hoopt op) lagere financieringslasten en een meer creatieve wijze van financieren.

### *Waterschap*

Over het waterschap is de mening unaniem dat deze organisatie klantvriendelijker moet worden. Een belangrijke terugkomende vorm van kritiek is het verkeerd doorverwijzen of het niet weten waar naar toe moet worden verwezen. Ook is kritiek op de snelheid waarmee processen verlopen binnen het waterschap. Dit zou in de ogen van telers veel sneller en transparanter moeten verlopen. Door meer transparantie wordt misschien duidelijk waarom bepaalde processen een lange tijd in beslag nemen.

Een aantal telers verwacht ook een flexibelere houding.

### *Sector-/Belangenorganisatie*

Belangenbehartiging is volgens telers een belangrijke taak.

- sectororganisaties kunnen lobbywerk verrichten om de tuinbouwbelangen te verdedigen: dit doen ze in sommige situaties al. Meer lobbywerk in de gemeente waar glastuinbouw minder prominent aanwezig is;
- de sectororganisatie kan telers ook helpen met verplaatsen door de telers van informatie te voorzien over verplaatsen naar een ander gebied in Nederland en in specifieke gevallen ook naar het buitenland. Productschap Tuinbouw werd ook genoemd als belangenbehartiger voor verplaatsende telers;
- ondersteunen van het sociale aspect, door middel van voorlichting over diverse mogelijke vestigingsgebieden. Dit kan bijvoorbeeld door het meerdere malen bezichtigen van glastuinbouwlocaties en gesprekken te voeren met al gevestigde telers en hun familie.

### *Andere organisaties*

Een adviesbureau kan het proces ondersteunen door de financiële consequenties van een bedrijfsverplaatsing in kaart te brengen en het opstellen van een ondernemingsplan. Een adviesbureau kan ook worden gebruikt om een tuinbouwgebied in te richten. Voor de accountant ziet men vooral een rol bij de ondersteuning bij het schrijven van een ondernemingsplan. Andere organisaties die zijn genoemd zijn VNO/NCW (hulp bij subsidie aanvraag) en afnemerorganisatie (afname garanderen voor een bepaalde tijd).

## **5.2 Rol teler**

De teler heeft zelf ook een rol in het proces van bedrijfsverplaatsing:

- het proberen de houding van een toekomstige gemeente en zijn inwoners, vooral waar weinig tuinbouw aanwezig is, positief te beïnvloeden. Een teler kan dit doen door: openheid te geven in wat hij van plan is, een busreis voor de gemeenteraad te organiseren naar een tuinbouwgebied zoals het Westland of een open dag organiseren na oplevering van het bedrijf;
- laten zien dat men aan de eisen en wensen van de maatschappij tegemoet wil komen;
- professionaliseren van de organisatie. Deze professionalisering is nodig om de schaalvergroting die bijna altijd plaatsvindt bij bedrijfsverplaatsing op te vangen. In dit onderzoek steeg de gemiddelde bedrijfsgrootte per bedrijf (n=29) bij bedrijfsverplaatsing met gemiddeld 78% van 2,7 ha naar 4,8 ha. Voor een aantal telers was het

- ook een voorwaarde dat zij niet alleen wilde doorgroeien. Meestal werd gezocht naar een andere ondernemer en in een enkel geval naar een goede bedrijfsleider. Een teler gaf aan dat bij hem de verplaatsing op zich zonder problemen is verlopen, alleen heeft het groeien en besturen van de nieuwe organisatie hem meer moeite gekost;
- bedrijfsverplaatsing vraagt een goede en lange voorbereiding. Het onderhandelen met verschillende organisaties en het verzamelen van informatie kost veel tijd. Dit kan vertragingen en teleurstellingen voorkomen.

### 5.3 Conclusies

Telers die willen verplaatsen zijn groeiende en professionaliserende bedrijven en hebben vooral behoefte aan duidelijkheid.

1. Telers wensen duidelijkheid van gemeenten en waterschappen over vergunningen, procedures en tijdstrajecten en wie haar contactpersonen zijn.
2. Telers wensen inzicht in de houding van de gemeente en haar bevolking tegenover (toekomstige) glastuinbouwvestiging binnen haar gemeentegrenzen.
3. Telers wensen planologische zekerheid over (toekomstige) glastuinbouwlocaties.
4. Telers wensen duidelijkheid over het gemeentebeleid ten aanzien van omzetting van telerswoningen in burgerwoningen.
5. Telers hebben behoefte aan een overzicht van generieke en specifieke overheidsregels ten aanzien van bedrijfsverplaatsing.
6. Telers hebben (deels) behoefte aan ondersteuning en begeleiding bij het opstellen van een ondernemingsplan.
7. Telers hebben minder behoefte aan ondersteuning, indien op het beoogde bedrijf of kavel al de vereiste vergunningen rusten.

Rol voor de teler:

- teler kan maatschappelijke acceptatie bereiken door de gemeente en omwonenden vroegtijdig te informeren c.q. uit te nodigen over zijn toekomstplannen.
- teler bereidt zich grondig voor op bedrijfsverplaatsing, omdat naast verplaatsen meestal ook schaalvergroting aan de orde is (organisatorisch aspect).

## 6. Omvang ruimtebeslag potentiële verplaatsers

In dit hoofdstuk wordt een indruk gegeven van het aantal Westlandse telers dat overweegt te verplaatsen. Daarnaast is nagegaan welke ruimte deze potentiële verplaatsers innemen.

### 6.1 Omvang aantal verplaatsers

In de enquête van AgriDirect gaven in 2004 33 van de 1.096 geënquêteerde Westlandse telers (= 3%) aan dat zij verplaatsingsplannen hadden. Indien wordt uitgegaan van een representatieve steekproef door AgriDirect (betreft 64% van de Westlandse bedrijven) dan komt het aantal tuinders met verplaatsingsplannen in 2004 uit op 52 tuinders.

Volgens Hopman (1995) is bekend dat een uitbreidingsplan vaak een belangrijke reden is tot verplaatsing. In de groep telers met uitbreidingsplannen zit dus ook een potentieel aantal verplaatsers. In 2004 waren er 113 telers die uitbreidingsplannen hadden (10%). Stel, omdat hierover geen informatie beschikbaar is, dat 20% van deze telers de uitbreidingsplannen zouden omzetten in verplaatsingsplannen dan zijn dit er 23. Voor het gehele Westland zou dit uitkomen op 36.

In totaal zouden er in 2004 grofweg 50-90 Westlandse telers zijn die met verplaatsing bezig zijn. Dit betekent niet automatisch dat deze telers ook onmiddellijk zouden verplaatsen: het is een momentopname.

Het percentage Westlandse telers dat verplaatsingsplannen of uitbreidingsplannen heeft, blijkt in 2005 overeen te komen met dat op landelijk niveau (3 respectievelijk 15).

### 6.2 Ruimtebeslag potentiële verplaatsers

Voor de in 6.1 vermelde groep verplaatsers is nagegaan welke ruimte zij innemen. De genoemde hectares hebben betrekking op de oppervlakte glas (inclusief paden en gevelranden) met uitzondering van de bedrijfsruimte. De 33 telers met verplaatsingsplannen blijken gezamenlijk 45 ha te omvatten (zie tabel 6.1). Naar Westland niveau getild zou dit 70 ha zijn (zie tabel 6.2).

Als voor het deel van de groep uitbreiders die ook potentiële verplaatsers zijn ook deze exercitie wordt gedaan, dan betreft dit 31 ha voor de 23 bedrijven en 48 ha op het schaalniveau van Westland.

Op basis van het voorgaande betreft de ruimte die potentiële verplaatsers in 2004 innemen 70-120 ha; dit is 2-4% van het totale Westlandse areaal.

### *Voor glastuinbouw en andere functies beschikbaar komende ruimte*

Om na te gaan welke ruimte vrijkomt is via telefonische enquête naast de glasoppervlakte ook nagegaan wanneer er sprake was van een bestemmingsplanwijziging. Bij een bestemmingsplanwijziging vervalt de tuinbouwbestemming en daarmee de ruimte voor de tuinbouwbedrijven op de desbetreffende locatie. Van de 33 bedrijven is bij 18 bedrijven met in totaal 29 ha sprake van een bestemmingsplanwijziging (tabel 6.1). De 16 ha van de andere 15 bedrijven komt de grond weer vrij voor andere glastuinbouwbedrijven.

*Tabel 6.1 De gemiddelde glasoppervlakte van de Westlandse bedrijven die in 2004 verplaatsingsplannen hebben op basis van een enquête onder 64% van de telers*

	Geen bestemmingsplanwijziging	Bestemmingsplanwijziging
Gem. bedrijfsgrootte (ha)	1,1	1,6
Totale oppervlakte (ha)	16	29
Aantal bedrijven	15	18

Om de totale beschikbaar komende ruimte te schatten wordt verondersteld dat de gemiddelde bedrijfsgrootte en de verhouding tussen wel of geen bestemmingsplanwijziging in de AgriDirect-enquête representatief is voor de totale populatie van Westlandse telers. Op basis van deze veronderstellingen wordt geschat dat van de telers die in 2004 verplaatsingsplannen hadden circa 25 ha beschikbaar komt voor andere tuinbouwbedrijven (zie tabel 6.2). Zo'n 45 ha valt door bestemmingswijziging toe aan andere ruimtevragende functies.

*Tabel 6.2 Geschatte totale oppervlakten van Westlandse telers die verplaatsingsplannen hebben in 2004*

	Geen bestemmingsplanwijziging	Bestemmingsplanwijziging
Gem. glasoppervlakte (ha)	1,1	1,6
Totale oppervlakte (ha)	25	45
Aantal bedrijven	24 a)	28

a) Afgerond naar boven.

Indien ook de groep potentiële verplaatsers onder de telers met uitbreidingsplannen wordt meegenomen, dan zou de totale voor glastuinbouw beschikbaar komende ruimte in het Westland circa 43 ha zijn en voor andere functies circa 77 ha.

### **6.3 Conclusie**

1. In 2004 waren in het Westland 50-90 telers die verplaatsing overwogen. Het ruimtebeslag dat deze telers innemen bedraagt 70-120 ha.
2. Een derde van de vrijkomende ruimte door bedrijfsverplaatsing (43 ha) behoudt een glastuinbouwfunctie; tweederde zal functiewijziging ondergaan (77 ha).
3. Om de ontwikkeling van het aantal verplaatsers en uitbreiders en hun ruimtebeslag te volgen, verdient het aanbeveling jaarlijks cijfers te ontleen aan bestaande enquêtes en monitoring.

## 7. Beschouwing

In dit hoofdstuk worden enkele onderwerpen aangesneden die van belang zijn voor de ver-  
taalslag van de resultaten en de conclusies naar aanbevelingen voor beleidsontwikkeling en  
-uitvoering.

### *Aangrijpingspunten voor ondersteuning*

In hoofdstuk 3 en 4 zijn de voor (deelgroepen van) telers belangrijkste verplaatsingsmotie-  
ven respectievelijk locatiefactoren vermeld. Met deze motieven en locatiefactoren in het  
achterhoofd is het de vraag welke aangrijpingspunten er voor de opdrachtgevers (Provincie  
Zuid-Holland en Glami) zijn om bedrijfsverplaatsing van telers te ondersteunen en te sti-  
muleren.

In 2.3 is vermeld dat bij het informatieverzamelingsgedrag van telers het gaat om het  
type informatie en de fase van het besluitvormingsproces, waarin deze is geraadpleegd (at-  
tention-, interest-, desire- en action-fase). In het onderzoek van Verstegen et al. (2003)  
bleek dat individuele verschillen tussen telers effect hebben op de besluitvorming en tevens  
een verklaring bieden voor de invloed van 'externen'. Zo wordt onder meer geconcludeerd  
dat extraverte telers zich minder laten leiden door 'externen' dan introverte telers en hoe  
groter de investering is des te meer informatiebronnen worden geraadpleegd.

Op grond daarvan worden de volgende aanbevelingen gedaan. Extraverte telers leu-  
nen vooral op informatie die zij op passieve wijze ontvangen. Telers zijn vooral te bereiken  
via vakbladartikelen, demo's enzovoort. Telers die vaker offertes/informatie in de desire-  
fase aanvragen laten de beslissing vaker over aan 'externen'. Goede informatie dient bij in-  
formatiebronnen voldoende aanwezig te zijn.

Wat betekent dit voor het proces van bedrijfsverplaatsing? Telers die in de attention-  
fase (of passieve fase) zitten kunnen het beste bereikt worden met algemene informatie  
over alternatieve glastuinbouwvestigingen in de voor hen bekende informatiekkanalen, zoals  
vakbladen, demo's, enzovoort. Dit betreft niet alleen tuinbouwgerelateerde zaken, maar  
ook over het sociale aspect. Telers in de interest-fase oriënteren zich actief op locaties. Ob-  
jectieve en goede informatie bij de informatiebronnen is belangrijk. Dit betreft met name  
ook informatie over de nabijheid van (agrologistieke) knooppunten (veiling/handel en ver-  
zamelpunten). In deze fase kan de teler en zijn partner/gezin ook bewuster worden gemaakt  
van het leefklimaat en de sociale structuur in de locaties. Ervaringen van andere telers en  
gezin vervullen hierin een ondersteunende rol. Telers in de desire-fase hebben behoefte aan  
specifieke, objectieve en goede informatie. De invloed van 'externen' wordt groter naarma-  
te telers langer en intensiever met het proces bezig zijn. Voor telers in de beslissingsfase  
(action) is een bepaalde informatiebron belangrijk bij het nemen van een beslissing. Het is  
belangrijk deze informatiebron te kennen om deze informatiebron van goede en objectieve  
informatie te voorzien.

Een probleem is dat niet bekend is in welke fase de teler zich op dat moment bevindt.  
Via algemene informatie kunnen telers in de attention- en interest-fase worden bereikt.



Voor de telers in de desire-fase en action-fase is (zijn) specifieke informatiebron(nen) voor hen belangrijk om hun beslissing te kunnen nemen. Dit betekent dat vooral adviseurs, financiële instanties en belangenorganisaties over goede en objectieve informatie over glastuinbouwlocaties dienen te beschikken.

Via de enquête van Agridirect (zie 2.1) is meer in te zoomen op telers die naar verwachting eerder bereid zullen zijn om te verplaatsen (uit het Westland); zie meer onder het punt Identificatie van verplaatsers.

### *Greenports en LOG*

De resultaten uit dit onderzoek onderstrepen het belang van het versterken van de greenports en het ontwikkelen van LOG's in de nabijheid van agrologistieke en infrastructurele knooppunten. Afhankelijk van de subsector zullen Westlandse telers kiezen voor productielocaties die verder weg liggen, mits zij goed zijn aangesloten op die knooppunten en transportassen (naar de afzetmarkt).

Voor Westlandse telers ligt de horizon voor productielocaties in een straal rond het Westland, waarbij het zwaartepunt in het zuidwesten ligt. Glasgroente- en snijbloementelers zullen zich eerder op locaties buiten het Westland oriënteren dan potplantentelers. Hierbij speelt de schaalgrootte van het toekomstige glasgroente- of snijbloemenbedrijf mede een rol, omdat grote kavels (> 5 ha) in het Westland steeds minder beschikbaar komen.

### *Overige ontwikkelingen*

De ontwikkelingen in de internationale concurrentieverhoudingen, op de energiemarkt (structureel hoge energieprijzen) en ten aanzien van CO<sub>2</sub>-emissiehandel zullen impact hebben op het verplaatsingsgedrag van telers. Vooral de energiekosten en de afzet zijn onderwerpen die de telers nu bezighouden en de dynamiek van de verplaatsing zullen versterken. Vestigingslocaties nabij agrologistieke en infrastructurele knooppunten zullen daardoor aan belang toenemen.

### *Spin-off naar andere (oude) concentratiegebieden*

In het onderzoek stonden de verplaatsingsmotieven en locatiefactoren van Westlandse telers centraal. Welke lering kan hieruit worden getrokken voor andere oude glastuinbouwcentra? De volgende resultaten lijken ook van toepassing voor de aldaar gevestigde telers:

- bedrijfsontwikkeling en daarin het element kostprijsbeheersing is de belangrijkste drijfveer voor verplaatsing;
- de afstand tot het sociale netwerk is de belangrijkste reden om locaties op grote afstand vroegtijdig te laten afvallen;
- telers richten zich qua vestigingslocatie sterk op agrologistieke knooppunten. Voor potplantentelers is dit meestal de huidige regio;
- de kavel, productieomstandigheden, gemeente(houding) en cluster zijn het belangrijkste in de keuze van een vestigingsplaats;
- de ondersteuningsbehoefte van telers in hun beslissing om te verplaatsen zal niet wezenlijk verschillen van die van Westlandse telers.

### *Identificatie verplaatsers en omvang ruimtebeslag verplaatsers*

Het identificeren van potentiële verplaatsers in een locatie is voor een belangrijk deel te achterhalen via de enquête van AgriDirect. Aanvullende informatie over de potentiële verplaatsers, zoals fase van informatieverzameling en bestemmingsplanwijziging, kan meer inzicht bieden in de wil en tijdshorizon om te verplaatsen.

Uit het onderzoek komt duidelijk naar voren dat vooral glasgroentetelers en in zekere mate snijbloementelers zich eerder oriënteren op een locatie buiten het Westland. In combinatie met een bestemmingsplanwijziging zullen glasgroente- en snijbloementelers eerder bereid zijn om uit het Westland te verplaatsen.

Bij het gericht zoeken naar ondernemers met verplaatsingsplannen, bijvoorbeeld door via direct-marketing een vraag naar verplaatsingsplannen te stellen, worden ondernemers bereikt die in de desire- en de action-fase zitten, en mogelijk die in de interest-fase zitten (volgens AIDA-model, zie 2.3).

Voor de evaluatie van het besluitvormingsproces, waarbij zowel de verplaatsingsmotieven als de keuzefactoren voor de nieuwe locatie aan bod komen, kan een beroep worden gedaan op telers die reeds verplaatst zijn. Deze zijn via de netwerken van zowel onderzoek, belangenbehartiging als gemeentelijke overheid op te sporen.

De omvang van het ruimtebeslag is geschat op basis van de situatie bij de 'bekende' potentiële verplaatsers. Niet duidelijk is of de opschaling naar Westland niveau representatief is. De steekproef is namelijk select getrokken, wat wil zeggen dat gericht naar een bepaalde doelgroep is gezocht. Hierdoor kan een overschatting plaatsvinden. Temeer omdat ook telers met uitbreidingsplannen zijn betrokken, waarvan niet bekend is welk deel dit omzet naar verplaatsing.

Het berekende ruimtebeslag zegt niets over het tijdstip waarop de ruimte vrijkomt. Telers kunnen immers jaren met verplaatsingsplannen rondlopen.

## 8. Conclusies en aanbevelingen

### 8.1 Conclusies

#### *Algemene conclusies*

- De belangrijkste drijfveer tot verplaatsing is bedrijfsontwikkeling. Een bestemmingsplanwijziging versnelt het verplaatsingsproces.
- Locaties op grote afstand raken om sociale redenen snel uit beeld als mogelijke vestigingsplaats. De factoren met betrekking tot kavel, productieomstandigheden, gemeente en cluster bepalen binnen het overgebleven zoekgebied uiteindelijk de locatiekeuze. Potplantentelers verplaatsen vooral binnen de regio vanwege de nabijheid van handel/toelevering. Groentetelers blijken het meest naar gebieden buiten het Westland te verhuizen.
- Telers wensen een duidelijke en transparante opstelling van de 'overheid' ten aanzien van glastuinbouwvestiging, vooral van gemeenten.
- De motieven en locatiefactoren van Westlandse telers lijken niet wezenlijk te verschillen van die in andere gebieden.

Hieronder worden de specifieke conclusies weergegeven met betrekking tot de motieven, de locatiefactoren en de ondersteuningsbehoefte van telers.

#### *Verplaatsingsmotieven*

1. Meerdere motieven liggen ten grondslag aan bedrijfsverplaatsing of een extra vestiging.
2. De belangrijkste motieven voor verplaatsing hangen samen met de bedrijfsontwikkeling en betreft meestal kostprijsverlaging (interne druk of drijfveer).
3. Bij een bestemmingsplanwijziging is de interne druk of drijfveer om te verplaatsen wel latent aanwezig.
4. Een teler neemt, in samenspraak met de zakelijke partner(s) en levenspartner, het besluit tot verplaatsing. Een bestemmingsplanwijziging voelt daarbij aan als een gedwongen besluit om te verplaatsen.
5. Naarmate de interne druk om te verplaatsen hoger is, lijkt het erop dat telers eerder uit het Westland verplaatsen.
6. De bereikbaarheid van veiling/handel en toelevering is voor snijbloementelers en met name potplantentelers een belangrijk motief om in het Westland te blijven.
7. Grotere bedrijven zullen minder snel verplaatsen, maar eerder een extra vestiging openen (bedrijfsstrategie).

#### *Locatiefactoren en -keuze*

1. Westlandse telers laten om sociale redenen de glastuinbouwgebieden in Friesland, Drenthe, Flevoland en Noord-Holland snel vallen als mogelijke vestigingsplaats.

2. Een verplaatsende teler waar sprake is van een bestemmingsplanwijziging heeft een wat grotere voorkeur voor een locatie binnen het Westland.
3. De factoren ten aanzien van kavel, productieomstandigheden, cluster en gemeente blijken door de tijd heen bepalend te zijn voor de uiteindelijke locatiekeuze.
4. De sociale factor heeft zowel absoluut als ten opzichte van de factor kennis aan belang voor de locatiekeuze toegenomen.
5. Telers die verplaatsen of een extra vestiging openen binnen het Westland hechten meer waarde aan de clustervoordelen dan telers die uit het gebied verplaatsen.
6. Telers die verplaatsen of een extra vestiging openen binnen het Westland lijken meer sociaal verbonden met het Westland dan telers die uit het gebied verplaatsen.
7. Potplantentelers hebben de laagste en groentetelers de hoogste verplaatsingsbereidheid naar een regio buiten het Westland.

#### *Ondersteuningsbehoefte*

1. Telers wensen duidelijkheid van gemeenten en waterschappen over vergunningen, procedures en tijdstrajecten en wie haar contactpersonen zijn.
2. Telers wensen inzicht in de houding van de gemeente en haar bevolking tegenover (toekomstige) glastuinbouwvestiging binnen haar gemeentegrenzen.
3. Telers wensen planologische zekerheid over (toekomstige) glastuinbouwlocaties.
4. Telers wensen duidelijkheid over het gemeentebeleid ten aanzien van omzetting van bedrijfswoningen in burgerwoningen.
5. Telers hebben behoefte aan een overzicht van generieke en specifieke overheidsregels ten aanzien van bedrijfsverplaatsing.
6. Een deel van de telers heeft behoefte aan ondersteuning en begeleiding bij het opstellen van een ondernemingsplan.
7. Telers hebben minder behoefte aan ondersteuning, indien op het beoogde bedrijf of kavel al de vereiste vergunningen rusten.

#### *Aantal en ruimtebeslag verplaatsers*

1. In 2004 waren in het Westland 50-90 telers die verplaatsing overwogen. Het ruimtebeslag dat deze telers innemen bedraagt 70-120 ha.
2. Een derde van de vrijkomende ruimte door bedrijfsverplaatsing (circa 40 ha) behoudt een glastuinbouwfunctie; tweederde zal functiewijziging ondergaan (circa 80 ha).

#### *Spin-off naar andere (oude) glastuinbouwgebieden*

1. De motieven, locatiefactoren en de wijze waarop telers tot een locatiekeuze komen is voor Westlandse telers niet wezenlijk verschillend van die voor telers in andere glastuinbouwgebieden.
2. De keuze voor een nieuwe locatie is te beschouwen als een druppel die in een vijver valt, waarbij afhankelijk van wensen en voorkeuren het blikveld zich cirkelsgewijs uitbreidt. De horizon wordt daarbij begrensd door de sociale afstand tot de huidige locatie.

## 8.2 Aanbevelingen

Hieronder volgen aanbevelingen om beleid te ontwikkelen en uit te voeren gericht op het faciliteren en stimuleren van het verplaatsingsproces van telers.

### *Identificatie van telers die verplaatsing overwegen*

- AgriDirect biedt de mogelijkheid jaarlijks inzicht te verkrijgen in de toekomstplannen van telers. Additionele vragen, zoals passieve/actieve informatieverzameling, bestemmingsplanwijziging, etc, kunnen dit inzicht vergroten.

### *Ondersteunen verplaatsing in relatie tot de fasen van het besluitvormingsproces*

- Telers die passief informatie verzamelen, kunnen het beste bereikt worden via de hen bekende kanalen (vakbladen, demo's). Behalve tuinbouwgerelateerde zaken, verdient het sociale aspect al in een vroeg stadium aandacht.
- Telers die actief informatie verzamelen over potentiële locaties zijn gebaat bij goede en objectieve informatie. In deze fase kan de partner/gezin ook bewuster worden gemaakt van het leefklimaat en de sociale structuur in die locaties; ervaringen van andere telers en hun gezin kunnen daarin een belangrijke rol vervullen.
- Telers die locaties afwegen hebben behoefte aan specifieke en objectieve informatie over die locaties. De invloed van externe partijen wordt groter naarmate telers langer en intensiever met het proces bezig zijn.
- Telers die aan de vooravond van het besluit staan, laten zich vaak door een of enkele informatiebron beïnvloeden. Het is belangrijk deze informatiebron te kennen om deze van goede en objectieve informatie te voorzien.

### *Rol Gemeente: aandacht geven aan:*

- Het afstemmen van beleid ten aanzien van de glastuinbouw door het uitwisselen van ervaringen met andere glastuinbouwgemeenten (collegiale consultatie). De commissie Ruimtelijke Inrichting van Glami en/of het platform Greenports Nederland kunnen daarin een initiërende en coördinerende rol hebben
- Het streven naar 1 aanspreekpunt van de lokale overheid voor de zich vestigende teler (1 loketgedachte).
- Het verduidelijken en uitdragen van haar houding ten opzichte van de glastuinbouw.
- Het ontwikkelen van instrumentarium om de gewenste glastuinbouwontwikkeling te accommoderen. Enkele voorbeelden uit de praktijk zijn: uitvoeren van promotie en netwerkvorming en initiëren van draagvlak onder omwonenden (zie ook Mid term review herstructurering glastuinbouw; Glami, 2005).
- Het optreden als mede-investeerder of als verschaffer van risicodragend kapitaal in projecten vanuit het publieke belang. Dit zou middels een lokale ontwikkelingsmaatschappij kunnen, die zich richt op infrastructurele verbeteringen, zoals een energie-infrastructuur.
- Het ontwikkelen van inplaatsingsbeleid voor elders gevestigde telers. In de communicatie naar de doelgroep aandacht besteden aan de economische én de sociale motieven van telers en hun gezin, zoals de leefcultuur en de sociale voorzieningen in de betreffende gemeente.

*Rol Provinciale overheid: aandacht geven aan:*

- Het verschaffen van planologische zekerheid omtrent glastuinbouwlocaties binnen haar grenzen.
- Het doorvertalen van het ruimtelijk rijksbeleid ten aanzien van de greenports en de LOG's (nabij agrologistieke en infrastructurele knooppunten) naar lokaal niveau.
- Het organiseren en betrekken van telers bij de inrichting van nieuwe gebieden.
- Het ontwikkelen van stimuleringsbeleid voor telers die zich willen vestigen in de greenports of LOG's.
- Het voorrang geven aan aangewezen glastuinbouwlocaties en/of nieuw te ontwikkelen glastuinbouwlocatie nabij agrologistieke knooppunten.
- Het optreden als mede-investeerder of verschaffer van risicodragend kapitaal in grootschalige projecten. Dit kan via een regionale ontwikkelingsmaatschappij dat zich richt op het stimuleren van duurzame glastuinbouwontwikkeling en gewenste sanering en verplaatsingen. Een voorbeeld is de Tuinbouwontwikkelingsmaatschappij (TOM) in Noord-Brabant.

*Rol Landelijke overheid: aandacht geven aan:*

- Het verschaffen van planologische zekerheid omtrent het ruimtelijk beleid ten aanzien van de glastuinbouw.
- Het aansturen van lagere overheden en evalueren van het ruimtelijk beleid ten aanzien van de glastuinbouw.

*Rol Waterschappen*

- Het besteden van aandacht aan een klantvriendelijke houding jegens de glastuinbouw. Vanuit de glastuinbouw ligt de wens van een flexibele, duidelijke en transparantere houding.

*Rol belangenorganisaties:*

- Meer lobbywerk in gemeenten waar glastuinbouw minder prominent aanwezig is.
- Het optreden als vraagbaak voor verplaatsters met laagdrempelige info over gebieden en regelingen.
- Het initiëren en organiseren van herstructureringscommissies en aandragen van vertrouwenspersonen ten behoeve van verplaatssende telers.
- Het initiëren en coördineren van communicatieactiviteiten met betrekking tot het sociale aspect in alternatieve vestigingsgebieden. Dit kan bijvoorbeeld door het meerdere malen bezichtigen van glastuinbouwlocaties en gesprekken te voeren met al gevestigde telers en hun familie.
- Het organiseren van contactbijeenkomsten van verplaatste en verplaatsing overwegende telers.
- Het participeren in ontwikkelingsmaatschappijen (lokaal en/of regionaal) om duurzame glastuinbouwontwikkeling en gewenste saneringen en verplaatsingen te faciliteren. De TOM in Noord-Brabant, met risicodragend kapitaal van ZLTO, is daarvan een voorbeeld.

### *Rol Adviseurs/banken*

- Het actiever opstellen richting telers die verplaatsing overwegen middels het helpen formuleren van een ondernemingsplan.
- Het begeleiden bij de bedrijfsverplaatsing in de gedachte dat het geen vaak voorkomende situatie is. Ingeval van ontwikkeling op nieuwe glastuinbouwlocaties het uit handen nemen van aanvragen van vergunningen, enzovoort.

### *Rol Teler (met name bij vestiging in nieuwe glastuinbouwgebieden)*

- Het gedegen voorbereiden op bedrijfsverplaatsing, omdat dit een langdurig en complex proces is. Hierbij kan desgewenst een adviseur wordt ingeschakeld, die de bedrijfsverplaatsing begeleidt.
- Het leren van ervaringen van verplaatste collega's.
- Opstellen als een gast. Houd rekening met de taal en cultuur van het nieuwe gebied.
- Het helder communiceren over de investeringsplannen om transparant te zijn voor andere partijen.
- Het helder communiceren over de wijze waarop rekening wordt gehouden met de eisen en wensen vanuit de maatschappij, zoals ten aanzien van hinder en inpassing in de omgeving.
- Het openstellen van bedrijf voor een kijkje in de keuken door vakgenoten én directe omwonenden.





## Literatuur

Boogaard, M., *Verkassen vanuit sociaal perspectief*. Afstudeerscriptie VU. Amsterdam, 2001.

Cappendijk, M., *Groeten uit....; Een inventarisatie naar het investeringsgedrag van Westlandse glastuinbouwondernemers buiten het Westland, periode 1990-2005*. LTO Noord, afdeling Westland, 2005.

Gemeente Westland, *Raamplan voor woningen in het buitengebied van de gemeente Westland*. 2005.

GLAMI, Mid-term review. [www.glami.nl](http://www.glami.nl), 2005

Hopman, J.K.K. en J.H. van Niejenhuis, *De locatiekeuze van glastelers*. Vakgroep Agrarische bedrijfseconomie, Landbouwuniversiteit Wageningen (Intern rapport), Wageningen, 1995.

Kessel, H. van, F. van Heest, B. McCarthy en E. Otterman. *Ruimtelijk beleid glastuinbouw; Beleidsevaluatie van het ruimtelijk beleid glastuinbouw in de 10 LOG's.*, NovioConsult Van Spaendonck, 2005.

Pen, C.J., *Wat beweegt bedrijven, Besluitvormingsprocessen bij verplaatste bedrijven, Nederlandse geografische studies*. Proefschrift. Rijksuniversiteit Groningen 2002.

Reijnders, C.E., *Waar blijven de Westlanders?; Invloedsfactoren op het overwegingproces bij migratie van glastelers*. Afstudeerscriptie. Erasmus universiteit. Rotterdam, 2005.

Verstegen, J., H. Schuite en M. Klopper. *Een hernieuwde kijk op individuele besluitvorming in de glastuinbouw*. Rapport 7.03.13. LEI, Den Haag, 2003.



# Bijlage 1    Enquête voor ondernemers die verplaatsen overwegen

**NAAM INTERVIEWER** \_\_\_\_\_

**NAAM TELER** \_\_\_\_\_

**ADRES EN WOONPLAATS** \_\_\_\_\_

**TELEFOON** \_\_\_\_\_

**TEELT** \_\_\_\_\_

**GROENTEN/SNIJBLOEMEN/POTPLANTEN** \_\_\_\_\_

**GROOTTE BEDRIJF GLAS (M<sup>2</sup>)** \_\_\_\_\_

**GEMIDDELDE LEEFTIJD KAS** \_\_\_\_\_

**DATUM** \_\_\_\_\_

**TIJDSTIP AANVANG ENQUETE** \_\_\_\_\_

**Voorblad invullen door interviewer en laten controleren door geïnterviewde**

Gegevens worden vertrouwelijk behandeld

1) Even korte schets van geïnterviewde en de taakverdeling op het bedrijf?

<b>In welk jaar bent u geboren?</b>	<b>19..</b>
<b>Wat is uw functie in het bedrijf?</b>	

2) Hoeveel ondernemers zijn er op dit bedrijf

Aantal ondernemers	
<b>1</b>	<b>0</b>
<b>2</b>	<b>0</b>
<b>3</b>	<b>0</b>
<b>4 of meer</b>	<b>0</b>

3) hoeveel vestigingen heeft dit bedrijf

Aantal vestigingen	
<b>1 (ga door naar vraag 5)</b>	<b>0</b>
<b>2 (ga door naar vraag 4)</b>	<b>0</b>
<b>3 of meer (ga door naar vraag 4)</b>	<b>0</b>

4) Waar zijn de adressen van de overige vestigingen?

<b>Straat + nummer</b>	<b>postcode</b>	<b>plaats</b>

5) Wat is de hoogste (volledig afgeronde) dagopleiding, van u zelf en van de anderen op uw bedrijf?

<b>Hoogste afgeronde dagopleiding</b>	<b>van u zelf</b>	<b>van ander op het bedrijf</b>
<b>Lagere Tuinbouwschool</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Andere LBO-opleiding</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Middelbare Tuinbouwschool</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Andere MBO-opleiding</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>MULO/MAVO/VMBO</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>HBS/HAVO/VWO/Atheneum/Gymnasium</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Hogere Tuinbouwschool/Landbouwuniversiteit</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Andere HBO-opleiding/universiteit</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**6) Hoeveel jaren bent u eigenaar (van dit bedrijf, of eventueel een vorig bedrijf)?**

Aantal jaren bedrijfsleider	
<b>Minder dan 4 jaar</b>	<b>O</b>
<b>4 tot en met 7 jaar</b>	<b>O</b>
<b>8 tot en met 11 jaar</b>	<b>O</b>
<b>12 tot en met 20 jaar</b>	<b>O</b>
<b>Meer dan 20 jaar</b>	<b>O</b>

**7) Bent u of een andere ondernemer van uw bedrijf gehuwd of samenwonend?**

Thuisituatie	<b>U zelf</b>	<b>Andere ondernemer</b>
<b>JA</b>	<b>O</b>	<b>O</b>
<b>Nee</b>	<b>O</b>	<b>O</b>

**8) Hebben de ondernemers van uw bedrijf kinderen?**

Kinderen	<b>U zelf</b>	<b>Andere ondernemer</b>
<b>JA</b>	<b>O</b>	<b>O</b>
<b>Nee (ga door naar vraag 15)</b>	<b>O</b>	<b>O</b>

**9) Hoeveel kinderen zijn dit per ondernemer?**

Aantal kinderen	<b>U zelf</b>	<b>Andere ondernemer</b>

**10) In welke leeftijdsgroep zitten deze kinderen?**

Leeftijdsgroep kinderen	<b>U zelf</b>	<b>Andere ondernemer</b>
<b>0-11 jaar</b>		
<b>12-17 jaar</b>		
<b>18 jaar en ouder</b>		

**11) In hoeverre wilt u uw bedrijf verplaatsen of een extra vestiging openen?**

<b>Bedrijf verplaatsen (ga naar vraag 14)</b>	<b>O</b>
<b>Extra vestiging openen</b>	<b>O</b>
<b>Weet ik nog niet (ga naar vraag 13)</b>	<b>O</b>

**12) Kunt u de belangrijkste redenen geven waarom u een extra vestiging wil openen en niet een u uw bedrijf in totaal wil verplaatsen?**

<b>1</b>
<b>2</b>
<b>3</b>

Ga door naar vraag 14!

**13) Kunt u de belangrijkste redenen geven waarom u nog niet weet of u wil gaan verplaatsen of een extra vestiging wil openen?**

1
2
3

**14) Elke verplaatsing (of uitbreiding met een extra vestiging) kent z'n eigen aanleidingen. Wilt u voor elke mogelijkheid aangegeven of en zo ja in welke mate, deze een rol speelde bij de beslissing om verplaatsing te gaan overwegen. U kunt de belangrijkheid uitdrukken in een cijfer van 1 t/m 5.**

		heel onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	heel belangrijk
	Aanleidingen in verband met opstanden om te gaan verplaatsen of een extra vestiging te openen					
1	Ouderdom kasopstanden	1	2	3	4	5
2	Uitstraling van de kasopstanden	1	2	3	4	5
3	Grondprijs	1	2	3	4	5
4	Arbo-eisen en veiligheid	1	2	3	4	5
5	Aanwezigheid uitbreidingsruimte	1	2	3	4	5
6	Kasopstanden waren te klein	1	2	3	4	5
7	Huurcontract/eigendomsituatie	1	2	3	4	5
8	Klimaat	1	2	3	4	5
9	Kostprijsontwikkeling	1	2	3	4	5
10	Voorzieningen op het bedrijf	1	2	3	4	5
11	Lengte en breedte verhouding kasopstanden	1	2	3	4	5
12	Onderhoudsituatie kasopstanden	1	2	3	4	5
13	Mogelijkheden automatisering/aanpassing teeltsysteem	1	2	3	4	5
14	Bodemgesteldheid	1	2	3	4	5

	Aanleidingen in verband met de organisatie om te gaan verplaatsen of een extra vestiging te openen	heel onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	heel belangrijk
1	Winstontwikkeling	1	2	3	4	5
2	Nieuwe eigenaar(management)	1	2	3	4	5
3	Bedrijfsstrategie	1	2	3	4	5
4	Personeelszaken	1	2	3	4	5
5	Ontwikkeling productiemethoden	1	2	3	4	5
6	Kwaliteitseisen aan organisatie/product	1	2	3	4	5
7	Groei productie/omzet	1	2	3	4	5
8	Interne communicatie/logistiek	1	2	3	4	5
9	Besparing totale bedrijfskosten	1	2	3	4	5
10	Subjectieve/persoonlijke doelen	1	2	3	4	5
11	Efficiëntie bedrijfsprocessen	1	2	3	4	5
12	Flexibiliteit van teelt(wijze)	1	2	3	4	5

	Aanleidingen in verband met de omgeving om te gaan verplaatsen of een extra vestiging te openen	heel onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	heel belangrijk
1	Bestemmingsplanwijziging	1	2	3	4	5
2	Faciliteiten voor laden en lossen	1	2	3	4	5
3	Afstand tot veiling/handel	1	2	3	4	5
4	Nabijheid van toeleveranciers	1	2	3	4	5
5	Nabijheid van steden	1	2	3	4	5
6	Criminaliteit/veiligheid	1	2	3	4	5
7	Bereikbaarheid	1	2	3	4	5
8	Representativiteit van de omgeving	1	2	3	4	5
9	Milieubeleid en beperkingen	1	2	3	4	5
10	Overlast van en/of op de omgeving	1	2	3	4	5
11	Afstand tussen wonen en werken	1	2	3	4	5
12	Nabijheid transportterminals	1	2	3	4	5
13	Regionale arbeidsmarkt	1	2	3	4	5
14	Kwaliteit woon en leefomgeving	1	2	3	4	5
15	Internationale contacten	1	2	3	4	5
16	Marktinteresse voor opstanden/grond	1	2	3	4	5
17	Waterkwaliteit	1	2	3	4	5
18	Energiekosten	1	2	3	4	5
19	Verstedelijking	1	2	3	4	5
20	Houding gemeente tov Glastuinbouw	1	2	3	4	5
21	Luchtkwaliteit	1	2	3	4	5
22	Reconstructie bij huidige locatie	1	2	3	4	5

15) Kunt u 100 punten verdelen onder de onderstaande personen (organisatie) om zo de invloed van elk van deze aan te geven bij het besluit om te gaan verplaatsen of te doen besluiten niet te gaan verhuizen, maar een extra vestiging te gaan openen.

Hoe groter de invloed van een persoon organisatie, hoe meer punten die persoon krijgt

	Punten
Ondernemer zelf	
Maat/zakelijk partner	
Vrouw	
Kinderen	
Voorlichter	
Boekhouder/accountant	
Personeel	
Overige familie	
Collega's	
Gemeente	
Anders:	
<b>Totaal</b>	<b>100 punten</b>



16) Hieronder volgen een aantal locatie-eigenschappen van glastuinbouwgebieden. Kunt u voor elke eigenschap aangeven, hoe belangrijk u deze eigenschap vindt bij de keuze voor een bedrijfslocatie. U kunt de belangrijkheid uitdrukken in een cijfer van 1 t/m 5.

	Locatiefactoren	heel onbelangrijk	onbelangrijk	neutraal	belangrijk	heel belangrijk
1	Aanwezigheid studieclubs	1	2	3	4	5
2	Aanwezigheid telersvereniging	1	2	3	4	5
3	Aanwezigheid voorlichting	1	2	3	4	5
4	Aanwezigheid telers zelfde teelt	1	2	3	4	5
5	Aanwezigheid tuinbouw onderwijs	1	2	3	4	5
6	Intensieve kennis uitwisseling	1	2	3	4	5
7	Kerkelijk klimaat	1	2	3	4	5
8	Afstand tot grote stad	1	2	3	4	5
9	Landschap	1	2	3	4	5
10	Aanwezigheid winkels	1	2	3	4	5
11	Leefcultuur bevolking	1	2	3	4	5
12	Aanwezigheid uitgaansmogelijkheden	1	2	3	4	5
13	Aanwezigheid toeleveranciers	1	2	3	4	5
14	Aanwezigheid kennissen in het gebied	1	2	3	4	5
15	Grondprijs	1	2	3	4	5
16	Vorm kavels	1	2	3	4	5
17	Grootte beschikbare kavels	1	2	3	4	5
18	Draagkracht bodem	1	2	3	4	5
19	Uitbreidingsmogelijkheden in de toekomst	1	2	3	4	5
20	Temperatuur zomer	1	2	3	4	5
21	Temperatuur winter	1	2	3	4	5
22	Gemiddelde hoeveelheid instraling	1	2	3	4	5
23	Aanwezigheid goed gietwater	1	2	3	4	5
24	Ziektedruk	1	2	3	4	5
25	Bodemvruchtbaarheid	1	2	3	4	5
26	Energieprijs	1	2	3	4	5
27	Afwezigheid luchtverontreinigingen	1	2	3	4	5
28	Aanwezigheid kwalitatief goed personeel	1	2	3	4	5
29	Afstand tot de veiling/handel/distributiecentrum	1	2	3	4	5
30	Houding van gemeente t.a.v. glastuinbouw	1	2	3	4	5
31	Planologische zekerheid	1	2	3	4	5
32	Ontsluiting van het gebied	1	2	3	4	5
33	Afstand tot overige vestingen van dit bedrijf	1	2	3	4	5
34	Mogelijkheden tot terugleveren stroom	1	2	3	4	5
35	Afstand tot vorige vestigingsplaats	1	2	3	4	5

17) Welke van de gebiedseigenschappen uit vraag 16 (of andere) zullen uiteindelijk de doorslag gaan geven bij uw keuze voor een nieuwe locatie voor uw nieuwe bedrijf of vestiging, in volgorde van afnemende belangrijkheid ( 1= de belangrijkste , 2 = de op één na belangrijkste)?

1
2
3
4
5

18) Sinds wanneer overweegt u om uw bedrijf te verplaatsen of een extra vestiging wil openen? Dit moment kan zijn dat u het voor het eerst met u partner of familie heeft gehad dat verplaatsen tot 1 van de mogelijkheden behoort.

Jaartal

19) Sinds wanneer heeft u definitief besloten om uw bedrijf te verplaatsen of een extra vestiging wil openen? Dit besluit kan los staan van de vraag waar naartoe wordt verplaatst.

Jaartal	
Nog niet besloten	<input type="radio"/>

20) Welke van de gebieden vallen (of vielen) bij voorbaat af als eventuele nieuwe vestigingsplaats voor uw bedrijf/vestiging?

Gebieden		Reden voor afvallen
Friesland	<input type="radio"/>	
Emmen e.o.	<input type="radio"/>	
Noordoostpolder	<input type="radio"/>	
Bergerden	<input type="radio"/>	
Venlo e.o.	<input type="radio"/>	
Noord-West Brabant	<input type="radio"/>	
Zeeland	<input type="radio"/>	
Zuid-Hollandse Eilanden	<input type="radio"/>	
Westland	<input type="radio"/>	
Zuidplaspolder	<input type="radio"/>	
B-driehoek	<input type="radio"/>	
Rijnsburg e.o.	<input type="radio"/>	
Aalsmeer e.o.	<input type="radio"/>	
Wervenshoof e.o.	<input type="radio"/>	
Anders:	<input type="radio"/>	

21) Heeft u al besloten naar welke regio u uw bedrijf wil verplaatsen of een extra vesting wil openen?

Vestigingsregio al besloten	
<b>Ja</b>	<input type="radio"/>
Nee (ga door naar vraag 23)	<input type="radio"/>

22) Sinds wanneer weet u waar naartoe u uw bedrijf gaat verplaatsen of een extra vestiging wil openen?

Jaartal
---------

23) Welke onzekerheden en belemmeringen bij verplaatsing/opening vestiging hebben het proces tot nu toe vertraagd, in volgorde van afnemende belangrijkheid ( 1= de belangrijkste, 2 = de op één na belangrijkste)?

1
2
3
4
5

**24) Waardoor zou de locatiekeuze voor u eenvoudiger worden?**

--

**25) In hoeverre zou de overheid ( bijvoorbeeld gemeente, provincie, enzovoort ) of een andere instelling (bijvoorbeeld, LTO, bank, accountant, voorlichter, etc) het locatiekeuzeproces kunnen ondersteunen?**

<b>Instelling</b>	<b>Hoe ondersteunen</b>

26) Heeft u misschien voor ons adressen van telers die bezig zijn met of overwegen om te gaan verplaatsen met hun bedrijf?

--

Hartelijk dank voor uw medewerking !!!!

Nadat het onderzoek is voltooid sturen wij u de resultaten toe.

Zoals u gewend bent van het LEI zullen wij uw gegevens vertrouwelijk behandelen. Individuele gegevens zullen niet worden gepresenteerd.

TIJDSTIP EINDE ENQUETE \_\_\_\_\_

Let op mogelijk nog aanvullende vragen

**Aanvullende vragenlijst voor telers die overwegen te verplaatsen  
Voor telers die niet zijn benaderd via telefonische enquête**

Vraag a) Heeft u een opvolger voor uw bedrijf?

Is een opvolger aanwezig?	
<b>Ja, zeker</b>	<b>O</b>
<b>Ja, waarschijnlijk</b>	<b>O</b>
<b>Nee, waarschijnlijk niet</b>	<b>O</b>
<b>Nee, zeker niet</b>	<b>O</b>
<b>Vraag is nog niet aan de orde</b>	<b>O</b>

Vraag b) **Bevindt u huidige bedrijf op een locatie waar het bestemmingsplan van gaat wijzigen of is gewijzigd? (wijken voor woningbouw,infrastructuur, bedrijventerrein)**

Bestemmingsplan wijziging	
<b>JA</b>	<b>O</b>
<b>Nee</b>	<b>O</b>

Vraag c) **Bent u lid van een telersvereniging?**

Lid telersvereniging	
<b>JA</b>	<b>O</b>
<b>Nee</b>	<b>O</b>

## Bijlage 2 Verplaatsingsmotieven ingedeeld naar invloedsfactoren

Tabel B2.1 *Invloed van bestemmingsplanwijziging op het belang van verplaatsingsmotieven onder Westlandse telers*

Verplaatsingsmotieven	Bestemmingsplanwijziging		Verschil	Rang
	ja (n=23)	nee (n=47)		
<i>Bedrijfsopzet</i>				
voorzieningen op het bedrijf a)	2,39	3,55	1,16	2
mogelijkheden automatisering/aanpassing teeltsystemen a)	2,61	3,49	0,88	3
Kostprijsontwikkeling a)	3,00	3,87	0,87	5
aanwezigheid uitbreidingsruimte a)	3,26	4,00	0,74	7
kasopstanden waren te klein	3,26	3,91	0,65	11
ouderdom kasopstanden	2,57	3,20	0,63	13
arbo-eisen en veiligheid a)	1,96	2,57	0,61	14
uitstraling van de kasopstanden a)	2,09	2,66	0,57	16
lengte en breedte verhouding kasopstanden	2,74	3,28	0,54	21
onderhoudsituatie kasopstanden	2,43	2,94	0,50	22
klimaat	2,00	2,43	0,43	26
grondprijs	2,43	2,83	0,40	30
bodemgesteldheid	1,83	2,09	0,26	38
huurcontract/eigendomssituatie	2,17	1,96	0,22	41
<i>Bedrijfsorganisatie</i>				
subjectieve/persoonlijke doelen a)	3,09	3,96	0,87	4
winstontwikkeling a)	2,96	3,70	0,74	6
groei productie/omzet a)	3,39	4,06	0,67	9
nieuwe eigenaar (management)	2,09	2,72	0,64	12
efficiëntie bedrijfsprocessen	3,48	4,02	0,54	19
besparing totale bedrijfskosten	3,61	4,02	0,41	28
kwaliteitseisen aan organisatie/product	2,65	3,04	0,39	32
flexibiliteit van teelt(wijze)	2,78	3,11	0,32	34
ontwikkeling productiemethoden	3,04	3,36	0,32	35
bedrijfsstrategie	3,48	3,77	0,29	36
interne communicatie/logistiek	3,13	2,98	0,15	44
personeelszaken	3,00	3,02	0,02	48
<i>Omgeving</i>				
bestemmingsplanwijzigingen a)	4,57	1,89	2,68	1
afstand tot veiling/handel a)	1,83	2,55	0,72	8
kwaliteit woon en leefomgeving	2,17	2,83	0,66	10
luchtkwaliteit	1,91	2,51	0,60	15
internationale contacten a)	1,74	2,30	0,56	17
regionale arbeidsmarkt	2,17	2,72	0,55	18
energiekosten	2,61	3,15	0,54	20
waterkwaliteit	2,09	2,53	0,44	23
representativiteit van de omgeving	2,13	2,57	0,44	24
bereikbaarheid	2,35	2,79	0,44	25

houding gemeente tov glastuinbouw	2,22	2,64	0,42	27
milieubeleid en beperkingen	2,04	2,45	0,40	29
marktinteresse voor opstanden/grond	2,48	2,87	0,39	31
afstand tussen wonen en werken	2,04	2,43	0,38	33
nabijheid transportterminals	1,91	2,19	0,28	37
criminaliteit/veiligheid	2,00	2,23	0,23	39
nabijheid van steden	2,04	2,28	0,23	40
overlast van en of op de omgeving	2,04	2,26	0,21	42
nabijheid van toeleveranciers	2,17	2,34	0,17	43
faciliteiten voor laden en lossen	2,70	2,57	0,12	45
reconstructie bij huidige locatie	2,48	2,53	0,05	46
verstedelijking	2,39	2,43	0,03	47

a) Deze eigenschap is significant verschillend tussen beide groepen (anova  $p < 0,05$ ). rang is bepaald aan de hand van het absolute verschillen in de waardering van de verschillende motieven.

Tabel B2.2 *Invloed van verplaatst zijn binnen of buiten het Westland op het belang van de verplaatsingsmotieven van telers*

Verplaatsingsmotieven	Buiten Westland (n=16)	Binnen Westland (n=10)	Vershil	Rang
<i>Bedrijfsopzet</i>				
uitstraling van de kasopstanden	2,56	3,20	0,64	14
huurcontract/eigendomssituatie	2,06	2,50	0,44	21
onderhoudsituatie kasopstanden	3,00	3,40	0,40	22
aanwezigheid uitbreidingsruimte	4,19	3,80	0,39	25
arbo-eisen en veiligheid	2,38	2,70	0,33	28
bodemgesteldheid	2,00	1,70	0,30	30
lengte en breedte verhouding kasopstanden	3,44	3,70	0,26	33
kostprijsontwikkeling	4,06	3,80	0,26	34
grondprijs	3,00	2,80	0,20	36
voorzieningen op het bedrijf	3,31	3,50	0,19	37
klimaat	2,44	2,30	0,14	40
ouderdom kasopstanden	3,19	3,10	0,09	45
mogelijkheden automatisering/aanpassing teeltsystemen	3,56	3,50	0,06	46
kasopstanden waren te klein	3,94	3,90	0,04	47
<i>Bedrijfsorganisatie</i>				
kwaliteitseisen aan organisatie/product	2,94	3,70	0,76	13
groei productie/omzet	4,44	3,80	0,64	17
subjectieve/persoonlijke doelen	4,00	3,60	0,40	23
flexibiliteit van teelt(wijze)	3,19	2,80	0,39	26
interne communicatie/logistiek	3,31	3,60	0,29	31
nieuwe eigenaar (management)	2,56	2,80	0,24	35
besparing totale bedrijfskosten	4,19	4,00	0,19	38
winstontwikkeling	3,56	3,40	0,16	39
efficiëntie bedrijfsprocessen	4,13	4,00	0,13	41
bedrijfsstrategie	4,00	3,90	0,10	42
personeelszaken	3,31	3,40	0,09	43
ontwikkeling productiemethoden	3,50	3,50	0,00	48
<i>Omgeving</i>				
nabijheid van toeleveranciers a)	1,81	3,50	1,69	1
afstand tot veiling/handel a)	1,94	3,30	1,36	2
verstedelijking a)	2,19	3,50	1,31	3
bestemmingsplanwijzigingen a)	2,50	3,80	1,30	4
representativiteit van de omgeving	2,25	3,40	1,15	5
bereikbaarheid a)	2,38	3,40	1,03	6
nabijheid transportterminals a)	1,81	2,80	0,99	7
reconstructie bij huidige locatie	2,25	3,20	0,95	8
criminaliteit/veiligheid a)	1,69	2,60	0,91	9
faciliteiten voor laden en lossen	2,63	3,50	0,88	10
internationale contacten a)	1,88	2,70	0,83	11
nabijheid van steden	2,19	3,00	0,81	12
kwaliteit woon en leefomgeving	2,56	3,20	0,64	15
marktinteresse voor opstanden/grond	2,56	3,20	0,64	16
energiekosten	2,81	3,40	0,59	18
overlast van en of op de omgeving	1,94	2,50	0,56	19
milieubeleid en beperkingen	2,25	2,70	0,45	20
waterkwaliteit	2,31	2,70	0,39	24



houding gemeente tov glastuinbouw	2,56	2,90	0,34	27
regionale arbeidsmarkt	2,69	3,00	0,31	29
luchtkwaliteit	2,31	2,60	0,29	32
afstand tussen wonen en werken	2,31	2,40	0,09	44

a) Deze eigenschap is significant verschillend (anova  $p < 0,05$ ). Rang is bepaald aan de hand van het absolute verschillen in de waardering van de verschillende motieven.

Tabel B2.3 De invloed van het hebben van meerdere vestigingen op het belang verplaatsingsmotieven van Westlandse telers

Verplaatsingsmotieven	1 vestiging (n=33)	Meerdere vestigingen (n=14)	Vershil	Rang
<i>Bedrijfsopzet</i>				
huurcontract/eigendomssituatie a)	1,67	2,36	0,69	6
onderhoudsituatie kasopstanden	2,42	2,93	0,50	11
kostprijsontwikkeling	3,58	3,07	0,50	12
kasopstanden waren te klein	3,61	3,14	0,46	16
mogelijkheden automatisering/aanpassing teeltsyst.	3,09	2,64	0,45	18
voorzieningen op het bedrijf	3,12	2,71	0,41	24
lengte en breedte verhouding kasopstanden	2,88	2,57	0,31	29
arbo-eisen en veiligheid	2,39	2,14	0,25	33
ouderdom kasopstanden	2,94	2,69	0,25	35
klimaat	2,24	2,07	0,17	39
uitstraling van de kasopstanden	2,18	2,29	0,10	43
aanwezigheid uitbreidingsruimte	3,58	3,50	0,08	45
bodemgesteldheid	2,12	2,07	0,05	46
grondprijs	2,61	2,64	0,04	47
<i>Bedrijfsorganisatie</i>				
nieuwe eigenaar (management) a)	2,09	3,14	1,05	1
personeelszaken a)	2,64	3,43	0,79	2
bedrijfsstrategie	3,21	3,93	0,72	5
kwaliteitseisen aan organisatie/product	2,64	3,07	0,44	22
flexibiliteit van teelt(wijze)	2,91	3,29	0,38	26
interne communicatie/logistiek	2,67	3,00	0,33	28
efficiëntie bedrijfsprocessen	3,64	3,93	0,29	31
ontwikkeling productiemethoden	3,03	3,29	0,26	32
besparing totale bedrijfskosten	3,61	3,86	0,25	34
winstontwikkeling	3,45	3,64	0,19	38
groei productie/omzet	3,58	3,71	0,14	40
subjectieve/persoonlijke doelen	3,61	3,57	0,03	48
<i>Omgeving</i>				
milieubeleid en beperkingen a)	2,00	2,79	0,79	3
overlast van en of op de omgeving a)	1,97	2,71	0,74	4
regionale arbeidsmarkt	2,12	2,79	0,66	7
bereikbaarheid	2,30	2,93	0,63	8
afstand tot veiling/handel	2,03	2,64	0,61	9
nabijheid van toeleveranciers	2,00	2,57	0,57	10
reconstructie bij huidige locatie	2,58	2,07	0,50	13
faciliteiten voor laden en lossen	2,30	2,79	0,48	14
internationale contacten	1,88	2,36	0,48	15
representativiteit van de omgeving	2,12	2,57	0,45	17
houding gemeente tov glastuinbouw	2,27	2,71	0,44	19
afstand tussen wonen en werken	2,06	2,50	0,44	20
nabijheid van steden	1,85	2,29	0,44	21
waterkwaliteit	2,21	2,64	0,43	23
kwaliteit woon en leefomgeving	2,33	2,71	0,38	25
bestemmingsplanwijzigingen	2,58	2,93	0,35	27
nabijheid transportterminals	1,91	2,21	0,31	30
verstedelijking	2,12	2,36	0,24	36

criminaliteit/veiligheid	2,12	2,36	0,24	37
luchtkwaliteit	2,15	2,29	0,13	41
energiekosten	2,88	3,00	0,12	42
marktinteresse voor opstanden/grond	2,76	2,86	0,10	44

a) Deze eigenschap is significant verschillend tussen beide groepen (anova  $p < 0,05$ ). Rang is bepaald aan de hand van het absolute verschillen in de waardering van de verschillende motieven

Tabel B2.4 De invloed van subsector op het belang verplaatsingsmotieven van Westlandse telers

Verplaatsingsmotieven	groentetuinders (n=34)	bloementuinders (n=27)	potplantentuinders (n=11)
<i>Bedrijfsopzet</i>			
ouderdom kasopstanden	3,21	2,96	2,20
uitstraling van de kasopstanden	2,38	2,41	2,55
grondprijs	2,82	2,70	2,55
arbo-eisen en veiligheid	2,44	2,22	2,55
aanwezigheid uitbreidingsruimte	3,94	3,59	3,27
kasopstanden waren te klein	3,76	3,70	2,91
huurcontract/eigendomssituatie	1,88	2,15	2,00
klimaat	2,24	2,37	1,82
kostprijsontwikkeling	3,82	3,59	3,00
voorzieningen op het bedrijf	3,18	3,22	2,64
lengte en breedte verhouding kasopstanden	3,00	3,37	2,36
onderhoudsituatie kasopstanden	2,65	2,93	2,82
mogelijkheden automatisering/aanpassing teeltsystemen	3,24	3,30	2,64
bodemgesteldheid	1,91	2,07	2,18
<i>Bedrijfsorganisatie</i>			
winstontwikkeling	3,62	3,22	3,73
nieuwe eigenaar (management)	2,59	2,41	2,36
bedrijfsstrategie	3,74	3,56	3,36
personeelszaken	3,18	2,63	3,64
ontwikkeling productiemethoden	3,38	3,15	3,00
kwaliteitseisen aan organisatie/product	2,85	2,70	3,73
groei productie/omzet	3,85	3,85	3,64
interne communicatie/logistiek	3,06	2,89	3,09
besparing totale bedrijfskosten	3,94	3,85	3,45
subjectieve/persoonlijke doelen	3,91	3,26	3,91
efficiëntie bedrijfsprocessen	4,09	3,59	3,73
flexibiliteit van teelt(wijze)	3,03	2,85	3,45
<i>Omgeving</i>			
bestemmingsplanwijzigingen	2,41	3,19	3,09
faciliteiten voor laden en lossen	2,53	2,59	2,91
afstand tot veiling/handel	2,21	2,30	2,73
nabijheid van toeleveranciers	2,00	2,41	2,82
nabijheid van steden	2,09	2,30	2,09
criminaliteit/veiligheid	2,00	2,22	2,36
bereikbaarheid	2,47	2,67	2,73
representativiteit van de omgeving	2,26	2,44	2,82
milieubeleid en beperkingen	2,32	2,30	2,27
overlast van en of op de omgeving	2,12	2,22	2,36
afstand tussen wonen en werken	2,35	2,22	2,09
nabijheid transportterminals	2,00	2,26	1,82
regionale arbeidsmarkt	2,53	2,56	2,27
kwaliteit woon en leefomgeving	2,56	2,63	2,64
internationale contacten	2,03	2,26	1,91
marktinteresse voor opstanden/grond	2,79	2,78	3,00
waterkwaliteit	2,50	2,30	2,36
energiekosten	3,12	2,89	2,55
verstedelijking	2,35	2,41	2,45

houding gemeente tov glastuinbouw	2,59	2,44	2,55
luchtkwaliteit	2,26	2,30	2,36
reconstructie bij huidige locatie	2,06	2,81	2,91
<hr/>			
Geen significante verschillen ( $p > 0,05$ ) gevonden.			

## Bijlage 3 Extra locatiefactoren tabellen

Tabel B3.1 Belang locatiefactoren van telers die willen verplaatsen of een extra vestiging willen openen in 2005 met 1 of meerdere vestigingen

Locatiefactoren	1 vestiging (n=33)	Meerdere vestigingen (n=14)	Verskil
<i>Kavel</i>	3,95	3,80	0,15
grondprijs	3,82	3,36	0,46
vorm kavels	4,36	4,50	0,14
grootte beschikbare kavels	4,24	4,57	0,33
draagkracht bodem	3,52	2,93	0,59
uitbreidingsmogelijkheden in de toekomst	3,79	3,64	0,15
<i>Productieomstandigheden</i>	3,97	3,62	0,34
temperatuur zomer	4,15	4,00	0,15
temperatuur winter	4,15	4,14	0,01
gemiddelde hoeveelheid instraling	4,42	4,29	0,14
aanwezigheid goed gietwater	4,39	4,14	0,25
ziektedruk	3,79	3,43	0,36
bodemvruchtbaarheid a)	3,24	1,86	1,38
afwezigheid luchtverontreiniging	3,61	3,50	0,11
<i>Sociaal</i>	3,30	3,18	0,12
kerkelijk klimaat	2,67	2,43	0,24
afstand tot grote stad	2,61	2,79	0,18
landschap	3,33	3,07	0,26
aanwezigheid winkels	3,64	3,29	0,35
leefcultuur bevolking	3,94	3,93	0,01
aanwezigheid uitgaansmogelijkheden	3,21	3,14	0,07
aanwezigheid kennissen in het gebied	3,67	3,50	0,17
afstand tot vorige vestigingsplaats	3,30	3,29	0,02
<i>Kennis</i>	2,97	2,69	0,28
aanwezigheid studieclubs	2,88	2,57	0,31
aanwezigheid telersvereniging	2,67	2,36	0,31
aanwezigheid voorlichting	3,18	2,86	0,32
aanwezigheid tuinders zelfde teelt	3,00	2,93	0,07
aanwezigheid tuinbouwonderwijs	2,85	2,71	0,13
intensieve kennis uitwisseling	3,27	2,71	0,56
<i>Gemeente</i>	4,09	4,21	0,12
houding van gemeente tav glastuinbouw	4,30	4,29	0,02
planologische zekerheid	3,88	4,14	0,26
<i>Cluster</i>	3,63	4,13	0,50
aanwezigheid toeleveranciers	3,45	3,86	0,40
aanwezigheid kwalitatief goed personeel	4,12	3,93	0,19
afstand tot veiling /handel/distributiecentrum	3,91	4,14	0,23
ontsluiting van het gebied	4,48	4,50	0,02
afstand tot overige vestigingen van dit bedrijf a)	2,18	4,21	2,03
<i>Energie</i>	3,44	3,64	0,20
energieprijs	3,94	4,14	0,20
mogelijkheden tot terugleveren stroom	2,94	3,14	0,20

a) Deze eigenschap wordt significant belangrijker gevonden door de betreffende groep (anova  $p < 0,05$ ).

Tabel B3.2 *Belang locatiefactoren van telers in 2005 die de laatste 10 jaar verplaatst zijn binnen en buiten het Westland*

Locatiefactoren	Buiten Westland (n=16)	Binnen Westland (n=10)	Verskil
<i>Kavel</i>	4,06	4,16	0,10
grondprijs	3,88	3,70	0,18
vorm kavels	4,50	4,50	0,00
grootte beschikbare kavels	4,56	4,60	0,04
draagkracht bodem	3,19	3,60	0,41
uitbreidingsmogelijkheden in de toekomst	4,19	4,40	0,21
<i>Productieomstandigheden</i>	3,43	3,70	0,27
temperatuur zomer	3,94	4,20	0,26
temperatuur winter	3,81	4,20	0,39
gemiddelde hoeveelheid instraling	4,25	4,40	0,15
aanwezigheid goed gietwater	3,88	3,50	0,38
ziektedruk	3,31	3,80	0,49
bodemvruchtbaarheid	1,94	2,20	0,26
afwezigheid luchtverontreiniging	2,88	3,60	0,73
<i>Sociaal</i>	3,02	3,40	0,38
kerkelijk klimaat	2,25	2,40	0,15
afstand tot grote stad	3,06	3,00	0,06
landschap	3,25	3,40	0,15
aanwezigheid winkels	3,25	3,50	0,25
leefcultuur bevolking	3,50	3,70	0,20
aanwezigheid uitgaansmogelijkheden a)	2,63	3,50	0,88
aanwezigheid kennissen in het gebied a)	2,63	4,00	1,38
afstand tot vorige vestigingsplaats	3,63	3,70	0,08
<i>Kennis</i>	2,85	3,37	0,51
aanwezigheid studieclubs	2,94	3,60	0,66
aanwezigheid telersvereniging	2,25	2,80	0,55
aanwezigheid voorlichting a)	2,63	3,90	1,28
aanwezigheid tuinders zelfde teelt	3,19	3,50	0,31
aanwezigheid tuinbouwonderwijs	2,75	2,90	0,15
intensieve kennis uitwisseling	3,38	3,50	0,13
<i>Gemeente</i>	3,53	4,25	0,72
houding van gemeente tav glastuinbouw	3,56	4,30	0,74
planologische zekerheid	3,50	4,20	0,70
<i>Cluster</i>	3,15	4,28	1,13
aanwezigheid toeleveranciers a)	2,88	4,60	1,73
aanwezigheid kwalitatief goed personeel a)	3,31	4,20	0,89
afstand tot veiling /handel/distributiecentrum a)	3,56	4,80	1,24
ontsluiting van het gebied a)	3,81	4,60	0,79
afstand tot overige vestigingen van dit bedrijf	2,19	3,20	1,01
<i>Energie</i>	3,34	3,65	0,31
energieprijs	3,19	3,90	0,71
mogelijkheden tot terugleveren stroom	3,50	3,40	0,10

a) De belangrijkheid van deze locatiefactor is significant verschillend tussen beide groepen (anova  $p < 0,05$ ).

Tabel B3.3 Belang locatiefactoren voor groente-, bloemen- en potplantentelers in 2005

Locatiefactoren	Groentetelers (n=34)	Bloementelers (n=27)	Potplantentelers (n=11)
<i>Kavel</i>	3,98	3,99	3,89
Grondprijs	3,97	3,56	3,36
Vorm kavels	4,44	4,48	4,27
Grootte beschikbare kavels	4,50	4,41	4,27
Draagkracht bodem	3,03	3,56	3,73
Uitbreidingsmogelijkheden in de toekomst	3,94	3,93	3,82
<i>Productieomstandigheden</i>	3,62	3,87	3,79
Temperatuur zomer	4,09	4,00	4,18
Temperatuur winter	4,06	4,11	4,00
Gemiddelde hoeveelheid instraling	4,41	4,33	4,27
Aanwezigheid goed gietwater	4,18	3,96	4,18
Ziektedruk	3,44	3,74	3,91
Bodemvruchtbaarheid a/-/c)	1,94	3,41	2,27
Afwezigheid luchtverontreiniging	3,21	3,52	3,73
<i>Sociaal</i>	3,14	3,19	3,57
Kerkelijk klimaat	2,32	2,63	2,64
Afstand tot grote stad	3,00	2,41	3,00
Landschap	3,09	3,26	3,82
Aanwezigheid winkels	3,44	3,33	3,82
Leefcultuur bevolking	3,79	3,67	4,18
Aanwezigheid uitgaansmogelijkheden	2,88	3,30	3,27
Aanwezigheid kennissen in het gebied a/b/-)	3,06	3,63	4,18
Afstand tot vorige vestigingsplaats	3,53	3,26	3,64
<i>Kennis</i>	2,99	2,94	2,86
Aanwezigheid studieclubs	2,97	3,00	2,73
Aanwezigheid telersvereniging	2,68	2,44	2,36
Aanwezigheid voorlichting	2,97	3,41	2,82
Aanwezigheid telers zelfde teelt	3,12	2,96	3,27
Aanwezigheid tuinbouwonderwijs	2,82	2,78	2,91
Intensieve kennis uitwisseling	3,35	3,07	3,09
<i>Gemeente</i>	3,84	3,98	4,55
Houding van gemeente tav glastuinbouw	4,03	4,07	4,55
Planologische zekerheid -/b/c)	3,65	3,89	4,55
<i>Cluster</i>	3,52	3,70	4,27
Aanwezigheid toeleveranciers	3,26	3,70	4,00
Aanwezigheid kwalitatief goed personeel -/b/c)	3,68	3,96	4,55
Afstand tot veiling /handel/distributiecentrum -/b/-)	3,62	4,15	4,73
Ontsluiting van het gebied	4,29	4,26	4,73
Afstand tot overige vestigingen van dit bedrijf	2,74	2,41	3,36
<i>Energie</i>	3,49	3,56	3,32
Energieprijs	3,68	3,89	3,91
Mogelijkheden tot terugleveren stroom	3,29	3,22	2,73

a) De belangrijkheid voor deze eigenschap is significant verschillend voor groente- en bloementelers (anova  $p < 0,05$ ); /b) De belangrijkheid voor deze eigenschap is significant verschillend voor groente- en potplantentelers (anova  $p < 0,05$ ); /c) De belangrijkheid voor deze eigenschap is significant verschillend voor bloemen- en potplantentelers (anova  $p < 0,05$ ).



## Bijlage 4 Rondetafelgesprek verplaatsingsmotieven glastelers

11 mei 2005

Locatie: PPO Naaldwijk

Tijd: 15:00-17:30

Het verslag bestaat uit samenvatting door middel van steekwoorden en het tweede onderdeel met uitgebreidere notulen per besproken onderwerp

### Samenvatting (steekwoorden)

#### Motieven voor verplaatsing

- Geen uitbreidingsmogelijkheden op huidige locatie
- Beschikbaarheid goede kavel in het Westland
- Verouderde opstanden bedrijf/achterblijvende rentabiliteit door opstanden
- Kostprijsverlaging
- Schaalvergroting/automatisering
- Bestemmingsplan wijziging
- Reconstructie van oude glastuinbouwgebieden
- Bediening van de handel

>> *kortom: bedrijfsontwikkeling vaak de aanleiding*

#### Factoren van belang bij locatie keuze

- Klimaat: licht (uren) en temperatuur
- Grondprijzen en de waardeontwikkeling daarvan door de jaren
- Sociale aspecten: dichtbij familie en kennissen. verjaardagcultuur willen onderhouden (Vooraf niet naar het noorden willen gaan)
- Leeftijd van de kinderen
- Bestuurbaarheid/visie van telersvereniging
- Dichtbij handel om deze adequaat te kunnen bedienen en transport kosten laag te houden: m.n. bij potplanten
- Nabijheid van veiling ivm met contacten met marktpartijen
- Houding van de gemeente tov van glastuinbouw
- Financiële mogelijkheden teler
- Personeelsvoorziening
- Representativiteit van locatie en opstanden
- Centrumfunctie: nabijheid van toeleveranciers en collega's
- De mogelijkheden en kosten om stroom terug te leveren aan het openbare net
- Het landschap van de toekomstige vestigingsplaats

- De tijdige beschikbaarheid van informatie over mogelijke uitbreidingsgebieden voor alle telers: informatie over lange termijnplanning t.a.v. bestemming glastuinbouw

#### Belemmeringen

- Medewerking gemeenten (tuinbouw minded) en waterschappen
- Onwetendheid bij telers over het proces dat dient te worden doorlopen bij verplaatsen.
- Cultuurverschillen tussen het Westland en andere regio's
- Aanvragen van vergunningen bij verschillende personen van de overheid
- Houding omwonenden. In Brielle actiegroep opgericht tegen lichthinder door kassen

#### Welke acties (kunnen) worden verwacht van overheid en sectororganisaties

- Afstemming van beleid door alle gemeente met tuinbouwvestigingsgebieden: uitwisselen ervaringen.
- Telers betrekken bij inrichting van nieuw tuinbouwgebieden
- Sectororganisaties kunnen lobby werk verrichten om de tuinbouwbelangen te verdedigen: dit doen ze in sommige situaties al. Meer lobbywerk in gemeenten waar glastuinbouw minder prominent aanwezig is
- Telers moeten (met behulp van sectororganisaties) zich aanpassen aan de eisen van de maatschappij.
- Het zorgen voor 1 aanspreekpunt van de overheid voor de teler die zich ergens wil vestigen (1-loket gedachte).
- Het financieel stimuleren van telers die vestigen in de voorkeursgebieden van de overheid
- Ondersteunen van het sociale aspect, door middel van voorlichting over diverse mogelijke vestigingsgebieden. (meerdere malen bezichtigen glastuinbouwlocaties en gesprekken met al gevestigde telers en hun familie)
- De overheid moet betrouwbaar zijn en nakomen wat men belooft.

### ***1 Motieven voor verplaatsing***

*(Bloementeler)* Ik had een klein bedrijf in het Westland en kon geen goed bestaand bedrijf in het Westland kopen om bedrijfsvergroting te doen. Ik ben na een traject van 2 a 3 jaar uitgekomen in Oostvoorne onder andere omdat het dichtbij de kust is (veel licht en gematigde temperatuur) en door de lage grondprijs.

*(Groenteteler 1)* Bij ons was het ook een langdurend proces. De aanleiding was bij ons de kostprijs die te hoog was doordat onze opstanden qua moderniteit en omvang niet meer bij de tijd was. Een voorwaarde bij verplaatsing was dat wij absoluut niet naar het noorden wilden gaan.

*(Groenteteler 2)* De telersvereniging Prominent is een Westlandse telersvereniging die ervoor heeft gekozen om alleen uit Westlandse telers te bestaan. Het idee hierachter is dat dit de mate van bestuurbaarheid ten goede komt en de onderlinge bereikbaarheid is hiermee

ook beter gewaarborgd. Het Westlands blijven, prevaleert boven de grondprijs (de Westlandse identiteit is in de statuten van de vereniging vastgelegd).

*(Potplantenteler)* Eind 90 jaren wilden wij de markt beter bedienen en gaan automatiseren. We lang rondgekeken voor een locatie van 10 ha. We hebben voor een locatie in het Westland gekozen dichtbij de veiling om primair de toeleveringstijd voor de handel te verkorten en de transportkosten te beperken.

*(Accountmanager bank 1)* Een bedrijf die zich wil ontwikkelen (groeien) zal eerst kijken wat de mogelijkheden zijn op de huidige locatie, lukt dit niet dan gaat een teler eerst kijken binnen zijn eigen regio. Indien dit ook niet lukt dan gaat een Westlandse teler kijken in B-driehoek of Zeeland. De cirkel waar binnen een teler zoekt zal steeds groter worden.

*(Onderzoeker)* In hoeverre was erbij de deelnemers sprake van een wijziging van het bestemmingsplan als aanleiding voor verplaatsing.

*(Groenteteler 2)* Een voormalig Prominent lid stopte. Dit heeft het proces versneld.

*(Accountmanager bank 2)* reconstructie kan ook een aanleiding zijn om te gaan verplaatsen. Het meewerken van de Gemeente is in dit soort processen cruciaal.

*(Potplantenteler)* Het meewerken van een teler is afhankelijk in de mate hoe hij financieel er uitspringt.

## ***2 Factoren van belang bij verplaatsing***

*(Bloementeler)* De lage grondprijs en het klimaat (veel licht en milde winters). De geringe afstand tot het Westland. Het ligt op 50 km rijden wat gemiddeld 35 minuten autorijden betekent. Het is ook gering omdat ik nog jonge kinderen had tijdens de verplaatsing. Het sociale aspect is belangrijk. Het zakelijk en privé leven lopen door elkaar heen. De personeelsvoorziening is veel beter dan in het Westland. Ik wist dat het eenvoudiger was, maar ik had nooit verwacht dat het zo eenvoudig was. Het gebied (open landschap) sprak mij ook aan.

*(Potplantenteler)* Wij wilden een vestiging:

- Dichtbij de handel voor de vele contacten met verschillende marktpartijen
- Een representatieve locatie, vlakbij de veiling
- Met lage transportkosten.

*(Groenteteler 2)* Het uitgangspunt is dat Prominent een Westlandse vereniging wil zijn en blijven. De centrumfunctie gedachte speelt naast de bestuurbaarheid ook een belangrijke rol. Het dichtbij zijn van allerlei toeleveranciers wordt belangrijk geacht. Door het zitten in een centrum is het eenvoudiger en goedkoper om aangesloten te worden op het openbare stroomnet.

*(Groenteteler 1)* We wisten dat we niet naar het noorden wilden en dat dicht bij de kust wilden blijven (licht en temperatuur). We oriënteerden ons eerst op Steenbergse.. Hier

konden we niet in 1 keer beginnen, maar wel in gemeente Oost-Duiveland. De afstand is driekwartier van Maasland. Het voordeel was dat de gemeente meewerkte en dat de grondprijs laag was. Door een gemeentelijke herindeling had ons bedrijf later te maken met een gemeente die veel minder tuinbouw minded was. Hierdoor heeft het proces van verplaatsen langer geduurd dan aanvankelijk de verwachting was.

*(Accountmanager bank 1)* Het zien van kerktoren van Naaldwijk blijft belangrijk. Een gebied dat op het rijden van 1 uur van het Westland wordt vaak als maximum gezien. Deze afstand maakt het nog steeds mogelijk om actief deel te blijven te nemen aan verjaardagcultuur in de oude regio. In het Zuidoosten waar ik werkzaam ben hebben we hele mooie locaties in de aanbidding, maar die worden bijna niet verkocht aan westlanders. Het bedrijf naar hier verplaatsen voelt bijna net als emigreren. Degene die verplaatsen zullen ook altijd aangeven dat het meevalt omdat een persoon bij ingrijpende besluiten geneigd is tegenvalers te bagatelliseren.

*(Groenteteler 1)* Een ontwikkeling die je tegenwoordig steeds vaker ziet, is dat een locatie erbij wordt gekocht. Op deze locatie wordt dan geleid door een bedrijfsleider. Ik verwacht als het gebied rond Terneuzen wordt ontwikkeld dat er waarschijnlijk 5 tuinbouwbedrijven worden geopend zonder dat er een enkele teler zich bij het bedrijf vestigt.

*(Vertegenwoordiger sectororganisatie)* Je vindt Westlandse telers overal. Een probleem voor Westlandse telers is de beschikbaarheid van info over de nieuwe gebieden die worden ontwikkeld. Het lijkt erop dat de telers uit de eigen regio vaak een voorkeurspositie hebben bij verkoop van nieuwe kavels.

*(Accountmanager bank 2)* Ik heb vijf bedrijven in portefeuille die ik altijd kan bellen als ik een goede locatie in het Westland voor ze heb. Deze bedrijven willen absoluut niet naar het Oostland. Indien 10 Westlandse telers willen verplaatsen buiten het Westland vestigen, zijn dit nog steeds een behoorlijk aantal telers. Een beeld wat ik ook regelmatig tegenkom zijn telers die met een goede rentabiliteit die bij verplaatsen meer sociale aspecten laten prevaleren dan economische aspecten.

*(Bloementeler)* Al zou ik potplanten hebben gehad was ik nooit hier gevestigd. Bij potplanten maakt de grondprijzen minder uit. Op mijn bedrijf komt maar 1 keer per dag een vrachtwagen om mijn producten naar de veiling te brengen.

*(Potplantenteler)* Al kijk je naar de waarde ontwikkeling van de grond dan is in investeren in grond in het Westland een goede investering. In vergelijking met de andere investeringskosten is de investering in de grond relatief niet heel belangrijk.

### ***3 Belemmeringen bij bedrijfsverplaatsing***

*(Groenteteler 1)* Mijn onwetendheid was de grootste belemmering. Ik ging er met mijn Westlandse mentaliteit vanuit dat we even gingen bouwen. Ik heb het proces onderschat

naast het feit dat ook door de gemeente extra eisen werden gesteld en dat door een gemeentelijke herindeling ik te maken kreeg met een gemeente die niet meer zo tuinbouw minded was. Het duurt ook een tijd voordat je taal spreekt van de regio. Nu weten we hoe we met dit soort zaken moeten omgaan en hoe lang dit soort processen duren.

*(Bloementeler)* Wij hadden geen echte belemmeringen. Dat kwam onder andere omdat wij een kavel kochten waarvoor de benodigde vergunningen al voor verstrekt waren. Het verkrijgen van vergunningen zal nu een stuk lastiger zijn omdat er bij ons twee actie groepen zijn opgericht tegen lichthinder door glastuinbouw.

*(Groenteteler 2)* De opstelling van een gemeente is belangrijk. Het lijkt erop dat na de vorming van de gemeente Westland dit nog beter is geworden in het Westland. Waarschijnlijk komt het ook door de burgemeester die tuinbouw een belangrijke prioriteit toekent. Van der Tak wil: '*niet irriteren maar faciliteren*'. Zaken doen met het nutsbedrijf is ook makkelijk dan in bijvoorbeeld Rilland.

*(Groenteteler 1)* Door Delta zijn wij ook met open armen ontvangen. Er is zelfs een w/k-installatie geplaatst. De mentaliteit is wel iets anders. Je moet om zaken te doen wel je Westlandse mentaliteit afleggen en je aanpassen aan het gebied.

*(Accountmanager bank 2)* Bij telers in Den Haag en Hoek van Holland merk je duidelijk dat er verschil is dat een gemeente niet tuinbouw minded is.

*(Potplantenteler)* Bij ons heeft het proces lang geduurd (drie jaar). Dit was verwacht omdat we onder andere 7 bedrijven moesten aankopen. Bij elke fase hebben wij zoveel mogelijk openheid gegeven aan alle stakeholders. Bij het verkrijgen van vergunningen zijn geen echte problemen opgetreden. Het is vaak een onderhandelingsproces waar als de betrokken partijen het willen er altijd wel consensus bereikt kan worden.

*(Accountmanager bank 1)* Bij Bergerden merk je in hoeverre de opstelling van een gemeente en burgemeester een verschil kan maken. De burgemeester trekt daar bij wijze van spreke de kar zelf. De telers hechten hieraan veel waarde.

*(Accountmanager bank 2)* Bij een verplaatsing zie je wel eens een teler overgaan naar een ander bank. Meestal is dit pas enkele jaren na de verplaatsing. Dit komt door hoge kosten van verplaatsen, dan gaat voorkeur uit naar zaken doen met iemand met wie je al een vertrouwensrelatie hebt.

*(Onderzoeker)* is het een idee om in kaart te brengen in hoeverre gemeente tuinbouw minded zijn

Hierop is geen duidelijke reactie gekomen. Ik heb wel het gevoel dat dit politiek gezien niet verstandig wordt gevonden, omdat je betreffende gemeenten tegen de haren in kunt te strijken.

#### ***4 Welke acties (kunnen) worden verwacht van de overheid en sectororganisatie***

*(Vertegenwoordiger sectororganisatie)* Gemeentes met tuinbouwbedrijven kennis laten uitwisselen over hoe zij zaken aanpakken cq. bespreken met telers, met als doel van elkaar te leren.

*(Groenteteler 1)* Ik heb een aantal stakeholders waaronder de hele gemeenteraad en aantal mensen van nutsbedrijf in een bus geladen om het gebied Madesteijn in het Westland te bezoeken. Ik wilde onder andere laten zien hoe groen een tuinbouwgebied kan zijn.

*(Potplantenteler)* Er zijn verantwoordelijkheden voor telers en overheden. Er moet helderheid komen over regels en normen in alle gebieden. Dit is een taak voor de overheid en voor ons zelf. Daarnaast moet een teler aanpassen aan de eisen van deze tijd.

*(Accountmanager bank 2)* Bij het ontwikkelen van een tuinbouwgebied moet de gemeente een aantal telers betrekken die zich daadwerkelijk gaan vestigen in dat gebied. Bij Bergerden heeft dit voortreffelijk gefunctioneerd.

*(Groenteteler 1)* Ik heb een overeenkomst gesloten met ZLTO. Zij zou lobbyen voor ons. Wij legden onze denkbeelden en problemen bij hen neer. ZLTO was in staat voor ons en voor andere telers na te gaan welke deurtjes voor de ruimtelijke inpassing moesten worden geopend.

*(Vertegenwoordiger sectororganisatie)* Overheden (bv gemeente en waterschap) moeten zorgen voor 1 aanspreekpunt (1 loket gedachte) net zoals bij herconstructie.

*(Bloementeler)* De gemeente moet het meer zelf doen. De overheid moet zich er voor de rest niet mee bemoeien. ZLTO heeft goed gelobbyd maar het is moeilijk om een gemeente om te krijgen. In onze gemeente zitten er geen telers in de gemeenteraad. De bewoners willen gewoon geen tuinbouw. Voorne wil geen Westland worden.

*(Accountmanager bank 1)* Wil graag weten waarvoor de overheid dit onderzoek laat doen. Wil het een sturing mechanisme.

*(Onderzoeker)* De opdrachtgevers willen niet zo zeer sturen maar eerder stimuleren door ondersteuning.

*(Accountmanager bank 1)* Een financiële prikkel zoals groen label subsidie kan verplaatsing buiten het Westland stimuleren. Het vestigen in een voorkeursgebied van de overheid brengt dan fiscale voordelen met zich mee.

*(Potplantenteler)* Het stimuleren op individueel niveau ben ik op zich geen tegenstander van. Een belangrijk aspect wat niet vergeten dient te worden is het emotionele aspect. Het ondersteunen van emotionele aspect zal op enigerlei wijze moeten plaatsvinden. Wellicht

is het rond laten rijden van bussen met telers en hun partners in andere vestigingsplaatsen een nuttige activiteit.

*(Groenteteler 1)* De overheid moet betrouwbaar zijn. Een gebied kan nog zo aantrekkelijk zijn met bv restwarmte, maar een teler moet er wel een goed gevoel aan overhouden anders vestigt hij zich niet in die regio.