

# Kijk eens wat verder

Duitsland en Frankrijk zijn twee van onze belangrijkste handelspartners, maar kennen allebei nog een groot onbenut exportpotentieel. MKB-Nederland en de ambassades schieten mkb'ers te hulp.

AL IN DE GOUDEN EEUW was Nederland een succesvolle handelsnatie. Export leverde goud op, vandaag de dag is dat niet anders. Philips, Unilever en DSM zijn wereldnamen, maar kleinere ondernemingen genereren minstens zoveel omzet in het buitenland. Hoewel veel mkb'ers het niet meteen overwegen, biedt export vaak serieuze groeikansen. In Nederland staan verschillende instanties klaar om ze op weg te helpen, zoals NL EVD Internationaal. De vroegere Economische Voorlichtingsdienst heeft marktadviseurs in dienst die ondernemers op weg helpen in het land of de landen waar ze zaken willen doen. Ook Fenedex en diverse brancheorganisaties bieden ondersteuning.

## EERSTE STAPPEN

Volgens MKB-Nederland is er nog een groot onbenut exportpotentieel. De Vereniging is daarom samen met ABN Amro en het ministerie van economische zaken recent het project *Startwijs in Duitsland en Frankrijk* begonnen, waarbij de focus ligt op internationale starters en ondernemers die niet eerder actief zijn geweest in Duitsland of Frankrijk. Onderzoek van MKB-Nederland en ABN Amro in 2009 was aanleiding om dit project te starten. Met *Startwijs* stimuleren genoemde partijen ondernemers om hun eerste stappen in het

buitenland te zetten. 'We speelden al langere tijd met het idee om meer aandacht te schenken aan de nabije markten', vertelt projectleider *Jasmijn van Well* van MKB-Nederland. De focus van de Nederlandse export is de laatste jaren steeds meer op de verre markten, zoals China, India en Brazilië komen te liggen. 'Ondernemen in verre landen werd door de crisis toch wat bemoeilijkt, dus zijn onze naaste landen extra interessant.' Voor Nederlandse mkb-bedrijven bieden de nabije markten volgens Van Well nog altijd de beste kansen. 'Voor hen is export naar deze landen een uitgelezen mogelijkheid om dicht bij huis hun afzetgebied uit te breiden.' De keuze voor Duitsland is betrekkelijk eenvoudig uit te leggen: onze oosterburen vormen sinds jaar en dag de belangrijkste handelspartner van Nederland en de belangrijkste doelgroep van het midden- en kleinbedrijf. De Duitse markt is goed voor 24,5 procent van de Nederlandse export. Frankrijk is met 8 procent ook een van Nederlands belangrijkste handelspartners. Volgens MKB-Nederland zijn echter nog maar weinig ondernemers bekend met de kansen die dit land biedt. Of zij zien drempels op het gebied van taal en cultuur. MKB-Nederland en ABN Amro hebben ook twee boekjes uitgegeven: *Frankrijk, Route du succès en Duits-*

*land Dichterbij*, met onder meer inspirerende praktijkverhalen over internationaal ondernemen. 'We willen ondernemers prikkelen, aansporen tot actie. Want er liggen zoveel kansen in die markten.'

## VERVLOCHTEN

Tweederde van het BBP verdient Nederland in het buitenland, weet ambassadeur *Marnix Krop*, die Nederland vertegenwoordigt vanuit Berlijn. 'Dan kun je wel uitrekenen hoe belangrijk de Duitse markt is voor de Nederlandse economie. Dat is gigantisch. Ze zeggen ook wel: als Duitsland niest, wordt Nederland verkouden.' Niettemin heeft de export van Nederland aan Duitsland gedurende de crisis relatief goed stand gehouden. De ambassadeur geeft overigens aan dat het niet om een eenzijdige verhouding gaat. 'Een kleine 10 procent van de Duitse export gaat naar Nederland. Bovendien zijn we een ongelofelijk grote investeerder in Duitsland – met afstand de grootste.' Nederland is bijvoorbeeld een belangrijke toeleverancier van de Duitse automobielenindustrie. 'Er zijn geen landen die zo diepgaand met elkaar vervlochten zijn als Nederland en Duitsland.' Frankrijk is inmiddels opgeklommen tot de derde plaats als exportland, stelt *Hugo Siblesz*, de Nederlandse ambassadeur in Parijs. Hij erkent dat



er nog een heleboel winst valt te behalen voor Nederlandse bedrijven, maar zij weten Frankrijk al steeds beter te vinden. Hoewel Frankrijk niet grenst aan Nederland, is de afstand volgens ambassadeur Siblesz zeker te overzien. 'In drie uur ben je met de Thalys van Amsterdam in Parijs.' Aan de Franse kant bestaat ook zeker interesse in wat Nederland te bieden heeft. 'Bijvoorbeeld op het gebied van innovatie, elektrische auto's, duurzame energie en energiebesparing. Het zijn terreinen waarop Nederland in Frankrijk goed bekendstaat en waar dus zeker kansen liggen. Zeker omdat de vergroeningstrend ook in Frankrijk sterk aanwezig is.' Andere kansrijke branches zijn volgens de ambassadeur de voedingsmiddelenindustrie, de medische technologie en de luchtvaartindustrie. Maar Frankrijk biedt ook ruimte voor klassieke, minder innovatieve producten. 'Reken er wel op dat je af en toe moet uitleggen dat je daadwerkelijk

iets beters te bieden hebt dan dat zij zelf al hebben bedacht. Fransen zijn overtuigd van hun eigen kennis en kunde.'

## CULTURELE AFSTAND

Een interessante groeimarkt voor Nederlandse bedrijven binnen Duitsland is volgens ambassadeur Krop Zuid-Duitsland, hoewel de dichterbij gelegen deelstaten Noord-Rijnland-Westfalen en Nedersaksen volgens hem ook interessante regio's zullen blijven. 'In het grensgebied is Nederland sowieso sterk vertegenwoordigd. Maar waar ik ook ben in Duitsland, ik kom altijd Nederlandse ondernemers tegen.' Niet alleen de fysieke, ook de culturele afstand tussen Nederland en Duitsland is volgens de Nederlandse ambassadeur in Berlijn relatief eenvoudig te overbruggen. Toch zijn er volgens hem zaken om rekening mee te houden. 'Duitsland en Nederland zijn dan wel buurlanden en hebben steeds meer gemeen, er zijn wel

degelijk verschillen. De grootste fout die je kunt maken, is denken dat de landen bijna gelijk zijn. Duitsers zijn veeleisend. Ze stellen hoge eisen aan zichzelf en aan de degelijkheid van producten en relaties.'

Duitsers maken zelf producten van hoge kwaliteit. Als Nederlandse partij moet je daarom ook kwalitatief hoogstaande producten en diensten leveren, maar op dit terrein moet je niet met ze concurreren. De toegevoegde waarde van Nederlandse ondernemingen zit hem wat Duitsers betreft in het innovatieve en creatieve karakter van hun producten en productiewijzen. En in het design van de verpakkingen. 'Duitsers zelf maken over het algemeen geen wereldbestormende designs. Op deze punten kun je het verschil maken.'

#### FRANKRIJK VERANDERT

Volgens ambassadeur Siblesz klopt het beeld dat veel Nederlanders nog altijd hebben van Frankrijk niet meer. 'De culturele verschillen zouden groot zijn en het zou moeilijk zaken doen zijn met Frankrijk. Frankrijk is inderdaad geen Nederland, maar ik stel vast dat het land behoorlijk aan het veranderen is.' Steeds meer Fransen spreken Engels, zeker ook jongeren. 'Ze snappen dat ze er niet komen met het schitterende Frans dat niemand verstaat. Dat blijkt ook uit de cijfers.'

Frankrijk is beslist anders dan Nederland. 'Je moet niet de ambitie hebben om voor het eten thuis te zijn als je hier zaken wilt doen. Je moet investeren in de relatie, de tijd nemen. Het gaat erom dat je gezien wordt als betrouwbare partner.' Zo verklaart ambassadeur Siblesz ook de 14.000 euro die de ambassade uittrok aan champagne in 2008 – en waar de Nederlandse media in april over berichtten. 'Dat is onderdeel van de Franse manier van zakendoen. Een glas champagne bij de lunch hoort erbij hier in Frankrijk.' Uiteindelijk is

het aan de ondernemers zelf om te werken aan een vertrouwensrelatie. 'Je moet niet te snel willen scoren. Informeer ook eens naar het welzijn van de familie van je counterpart.'

#### RUDI CARELL-ACCENT

Wie zaken wil doen in Duitsland moet zich zoals gezegd ook bewust zijn van culturele verschillen. 'Je moet je willen verdiepen in de cultuur van de Duitser', waarschuwt ambassadeur Krop. 'Duitsers stellen het over het algemeen op prijs als je hun taal spreekt. En dat mag best met een Rudi Carell-accent, dat vinden ze wel charmant. Als je je best maar doet.' Overigens kan gebrekkige kennis van de taal ook leiden tot misverstanden. Zo haalt de ambassadeur een anekdote aan van een Nederlandse en een Duitse machinebouwer die wilden fuseren. 'De Duitsers hadden een plan gemaakt en Nederlanders uitgenodigd voor de presentatie. De directeur was na afloop erg onder de indruk. "Das habt ihr *schlimm gemacht*", zei hij complimenteuzes. Waarop de Duitsers de vergadering afbraken en een week later met een compleet nieuw plan kwamen. Ze waren zich doodgeschrokken, want "*schlimm gemacht*" betekent immers "*slecht gedaan*".'

#### EIGENHEIMERS

De Nederlandse ambassades in Berlijn en Parijs houden zich – in opdracht van NL EVD Internationaal – onder meer bezig met handelsbevordering tussen beide landen. Dat gebeurt niet alleen vanuit de ambassades, maar ook vanuit de consulaten generaal (in Duitsland) en door de zogenoemde honoraire consuls. Ook zijn er Netherlands Business Support Offices (NBSO's) in Duitsland en Frankrijk. Verder kunnen bedrijven in Frankrijk op weg worden geholpen via de Nederlandse Zakengemeenschap in Frankrijk (NZGF) of de Club Affaires Paris-Amsterdam (CAPA).

#### ALLES OP ÉÉN WEBSITE

Ondernemers met exportambities in Duitsland of Frankrijk kunnen vanaf nu op één website terecht voor alle relevante informatie, activiteiten en handelsbevorderende maatregelen die hen op dit gebied verder kunnen helpen: [www.internationaalondernemen.nl/startwijz](http://www.internationaalondernemen.nl/startwijz). Op deze website is niet alleen informatie te vinden van NL EVD Internationaal, het agentschap van Economische Zaken, maar ook van handelsbevorderende organisaties als Fenedex, brancheverenigingen en andere (ondernemers) organisaties.

Ambassadeur Krop: 'Ondernemers moeten zo goed mogelijk terechtkomen, sommige gaan voor het eerst de grens over. We verstrekken informatie, signaleren marktkansen, leggen contacten en helpen cultuurverschillen in het zakendoen te overbruggen.' Dit jaar maakt de Duitse ambassade waarschijnlijk zo'n 175 marktscaans voor Nederlandse bedrijven die zaken willen doen in Duitsland. Verder verwacht de ambassade in Berlijn (samen met NL EVD Internationaal) zo'n 2500 handelsvragen te beantwoorden en circa driehonderd bezoeken/missies te begeleiden. Ambassadeur Krop: 'Op allerlei manieren proberen we te voorkomen dat Nederlanders hun neus stoten. Het is niet vanzelfsprekend dat je hier slaagt, want Duitsers zijn ook eigenheimers en we staan er niet altijd goed op. Probeer iets bijzonders te leveren. Als je weinig toevoegt, koopt een Duitser wellicht liever bij een Duits bedrijf.'

#### DREMPELVREES

Ook als het gaat om Frankrijk is er bij Nederlandse bedrijven steeds meer belangstelling voor informatie, voorlichtingsdagen en handelsmissies. Zo is het aantal handelsvragen in 2009 met 15 procent gestegen ten opzichte van het jaar daarvoor. En bijna twee keer zoveel bedrijven kwamen naar de jaarlijkse voorlichtingsdagen over Frankrijk. De ambassade en de NBSO's willen volgens ambassadeur Siblesz graag helpen om eventuele drempelvrees weg te nemen en, waar nodig, deuren te openen. 'Bijvoorbeeld naar de Franse overheid.' <

Aan export kleef je altijd een betalingsrisico, dat maakt de crisis maar al te duidelijk. Daarom springt de staat bij, onder meer met een aanvullende kredietverzekering TASK.

## Met staatsgarantie

EEN GEZONDE EXPORT van kapitaalgoederen is onmisbaar. Dat vindt de overheid natuurlijk ook, dus heeft ze beleid uitgezet dat deze export moet ondersteunen. Transacties met het buitenland brengen risico's met zich mee en particuliere verzekeraars zijn niet altijd in staat om deze (volledig) te verzekeren.

#### SUIKEROOM

Vanwege dit probleem biedt de overheid al sinds 1932 een exportkredietverzekering (EKV). Exporteurs en banken maken gebruik van de EKV om zekerheid te hebben met betrekking tot de betaling; grote en kleine bedrijven kunnen zich verzekeren en ook banken kunnen hun leningen en andere kredieten ermee afdekken. Als exporteur ontvang je je geld uiterlijk bij levering en vaak zelfs eerder. Niet alleen kredietrisico's, maar ook fabricatie-, koers- en vooruitbetalingsrisico's zijn te verzekeren in het kader van de EKV-faciliteit. Toch is de overheid zeker geen suikeroom. De risico's moeten bij acceptatie gezond zijn en er zijn enkele strikte eisen aan verbonden. 'Op termijn moet het kostendekkend zijn', zegt Vinco David van Atradius Dutch State Business, dat de regeling in opdracht van het ministerie van financiën uitvoert. 'De staat springt

bij vanuit het subsidiariteitsbeginsel, maar verwacht niet dat zij er geld op toe moet leggen. Dit is ook een verplichting die voortvloeit uit afspraken in de Wereldhandelsorganisatie WTO.'

#### TASK

Als extra crisismaatregel loopt tot 31 december 2010 de Tijdelijke Aanvullende Staatskredietverzekering (TASK). Verzekeraars hebben sinds het uitbreken van de kredietcrisis in specifieke gevallen hun limieten verlaagd, waardoor de rekening bij exporteurs is komen te liggen. Om die handel weer aan de praat te krijgen, garandeert de overheid een aanvullende verzekering die gemaximeerd is tot een verdubbeling van de limiet die door de kredietverzekeraar is afgegeven. Verschillende Nederlandse kredietverzekeraars voeren de TASK uit, tot een maximum van de oorspronkelijke limieten. Atradius Dutch State Business, dat strikt gescheiden is van de commerciële poot van Atradius, voert in het kader van de EKV ook nog enkele andere exportregelingen uit. Om te beginnen is er de werkkapitaaldekking voor banken die voorfinanciering verstrekken aan bedrijven die een exporttransactie gaan uitvoeren. Afnemers zijn vandaag minder ge-

neigd vooruit te betalen, waardoor de exporteur zelf de productiefase moet financieren. Met de werkkapitaaldekking zijn banken eerder bereid de exporteur voor te financieren.

#### EXPORTKREDIETGARANTIE

Twee andere maatregelen zijn de exportkredietgarantie en afspraken over een drietal individuele landen. Veel bankkapitaal is door de crisis verdampt en vanwege strengere kapitaal-eisen moeten banken voor leningen meer kapitaal opzij zetten. Voor institutionele beleggers garandeert de overheid de kredietverschaffing aan banken als die banken dit geld gebruiken voor de financiering van export. Een andere maatregel geldt specifiek voor de export naar Rusland, Servië en Kazachstan, landen waarvoor het moeilijk is om zelfs kortlopende kredieten verzekerd te krijgen bij particuliere verzekeraars. Voor deze landen is de staat bereid om ook dergelijke kortlopende kredieten te dekken. <

Vier kredietverzekeraars voeren de Tijdelijke Aanvullende Staatskredietverzekering (TASK) uit. Dit zijn: -Atradius -Euler Hermes -Coface -Interpolis

