

Position paper Handelsbeleid

Rondetafelgesprek Tweede Kamer 11 september 2017

Handel en de Nederlandse economie zijn sterk met elkaar verweven. Handel is van vitaal belang voor de verdienkracht van de Nederlandse economie. Ruim 32% van het Nederlands BNP wordt in het buitenland verdiend. Nederlandse bedrijven kunnen goed concurreren met het buitenland. Het handelsbeleid sluit echter niet optimaal aan bij de behoefte van de kleinere bedrijven, waardoor deze ondernemers niet voldoende gestimuleerd en gefaciliteerd worden om internationaal te ondernemen. Momenteel opereert slechts 9% van het midden- en kleinbedrijf internationaal.

Het ondernemerslandschap is veranderd, grote bedrijven blijven krimpen terwijl er steeds meer kleine(re) ondernemingen ontstaan. Deze ondernemingen zijn wendbaar ingericht en hebben minder slagkracht en trackrecord dan grote gevestigde bedrijven om individueel op buitenlandse markten te concurreren. Kleine(re) ondernemingen hebben behoefte aan een andere vorm van handelsbevordering. Het handelsbeleid is hier nog niet op ingericht en zou dus geoptimaliseerd moeten worden om deze ondernemers te stimuleren en te faciliteren.

Het handelsbeleid moet vraag-gestuurd word worden ingericht. De behoefte van Nederlandse ondernemers moet leidend zijn bij het vaststellen van de ondersteuning, instrumentaria en activiteitenagenda. Dit vergt dat continu onderzocht wordt wat de vraag is, wat ondernemers nodig hebben en hoe ondernemers het beste ondersteund willen worden en hoe we effectief de publiek-private samenwerking hierop kunnen afstemmen. Hierbij moet niet alleen naar de behoefte vanuit de topsectoren gekeken worden, maar de behoefte van alle ondernemers. Op basis van die kennis kan een doelgericht exportbeleid worden vastgesteld.

De afgelopen jaren is het belang van handel en geld verdienen in het buitenland onderbelicht gebleven. ONL heeft de indruk dat de politieke focus meer lag op IMVO en hulp dan bij export en buitenlandse handel. Het belang van internationaal geld verdienen door handel moet binnen de politiek weer duidelijk in het vizier komen. Succesvolle buitenlandse handel is niet vanzelfsprekend. De Brexit en de onvoorspelbare mondiale ontwikkelingen brengen grote risico's en kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven. Juist nu is de juiste ondersteuning vanuit de overheid essentieel.

Het huidige handelsbeleid blijft te veel gaan over hoe dingen in Den Haag geregeld moeten worden, hoe overheidsloketten en handelsmissies ingericht of vormgegeven (moeten) worden. Het handelsbeleid is er ter ondersteuning van het bedrijfsleven, maar bij het vaststellen wordt onvoldoende gekeken naar het veranderende profiel en portfolio van de Nederlandse ondernemingen. Kleine ondernemers hebben minder aan een kennismaking met een belangrijke minister of het voorgesteld worden aan de CEO van een groot buitenlands bedrijf, zij willen in contact worden gebracht met project originators en toegang krijgen tot grensoverschrijdende waardeketens.

Handelsbevordering start-ups en midden- en kleinbedrijf

Vanuit start-ups en het midden- en klein bedrijf bestaat er behoefte aan:

- ❖ Ondernemende ecosystemen (aansluitende proposities die passen in lokale waardeketens) om mee naar het buitenland te gaan;
- ❖ directe toegang tot potentiële opdrachtgevers;
- ❖ financieringsmogelijkheden t.b.v. producten en bruikbare exportinstrumenten voor de export en implementatie van kennis;

Buitenlandse bedrijven zoeken vaak totaaloplossingen die kleine ondernemers individueel niet kunnen bieden. Meerdere gespecialiseerde bedrijven kunnen samen (in strategische allianties) zeer interessante proposities ontwikkelen. Dit vergt een andere invulling van handelsmissies en onze handelsdiplomatie. In deze strategie moeten Nederlandse bedrijven moeten samengebracht worden in allianties en waardeketens waardoor zij gezamenlijk interessante partners zijn voor buitenlandse bedrijven.

Ondernemers hebben behoefte aan kennis over kansen in bepaalde landen. Wordt er in land X gezocht naar kennis over een bepaald onderwerp? Zijn er afzetmarkten in land Y of kan er op basis van kwaliteit geconcurrereerd worden in land Z? Als er kansen liggen dan willen ondernemers het liefst direct in contact gebracht worden met potentiële opdrachtgevers en klanten. Lokale kennis en netwerken vanuit diplomatieke missies en lokale ondernemersnetwerken kunnen als basis dienen voor het invullen van werkprogramma's.

Het is voor ondernemers lastig om financiering te krijgen om internationaal te ondernemen. Goede producten worden momenteel niet geëxporteerd omdat de financiering van export niet rond te krijgen was. De toegang tot financiering moet vergemakkelijkt worden voor kleine bedrijven en bedrijven die net beginnen met exporteren. ONL pleit voor een Credits voor export, inclusief een programma EigenBaas voor export. Vanuit deze instelling kunnen kleine bedrijven en bedrijven zonder trackrecords financiering krijgen om te exporteren.

Momenteel is er een tweetal financieringsinstrumenten voor exporterende ondernemers: het Dutch Trade and Investment Fund (DTIF) en het Dutch Good Growth Fund (DGGF). Er geldt een onderscheid dat het DGGF alleen gebruikt kan worden voor ontwikkelingsactiviteiten in ontwikkelingslanden en het DTIF daarbuiten. ONL pleit voor één ondernemersfonds voor export. Binnen dit fonds moet ten minste 75% gereserveerd worden voor start-ups en het midden- en kleinbedrijf.

Het publiek beschikbare exportinstrumentarium wordt **herijkt zodat dit beter aansluit op de huidige economische realiteit.**

Kleine bedrijven hebben een andere behoefte dan een gevestigde speler die al globaal opereert. Om beide typen bedrijven te kunnen faciliteren moeten we handelsbevordering vraag-gestuurd inrichten. Momenteel is het exportbeleid nog teveel aanbodgericht: vanuit ministeries en ambassades worden diensten en faciliteiten aangeboden. Met een te aanbodgericht en selectief vraag-gericht beleid faciliteert met name de usual suspects.

Handelsdiplomatie en handelsmissies zijn nog te veel gericht op het samenbrengen van grote partijen uit verschillende landen. De toegevoegde waarde zal steeds meer komen te liggen op het samenbrengen en verbinden van waardeketens. Ondernemers moeten geïntroduceerd worden in ondernemende en grensoverschrijdende ecosystemen.

Generieke handelsbevordering

Vanuit verschillende organisaties en beleidsdepartementen wordt gewerkt aan handelsbevordering. Dit maakt het voor ondernemers onduidelijk waar bepaalde faciliteiten gevonden kunnen worden. Het is van belang om ook politiek duidelijkheid te scheppen over de verantwoordelijkheid voor en de invulling van het handelsbeleid. ONL pleit daarom voor één bewindspersoon die alle handelsbeleid coördineert en hier politiek verantwoordelijk voor draagt. Met een nationale visie, een Nationaal Actieplan voor Internationale Handel, wordt een richting uitgezet waar het bedrijfsleven op kan aanhaken.

In navolging van StartupDelta is het wenselijk om internationale handel ook een (ondernemers)boegbeeld te geven. StartupDelta heeft Nederlandse start-ups gezicht gegeven, hetzelfde is nodig voor export. Dit boegbeeld moet kansen voor internationaal ondernemen naar de Nederlandse ondernemers brengen en de Nederlandse export in het binnen en buitenland vertegenwoordigen. ONL stelt voor om dit te verenigen met politieke verantwoordelijkheid door een Minister van Internationale Handel te benoemen.

Economische diplomatie is belangrijk voor het Nederlandse bedrijfsleven. De kennis en kunde aanwezig bij de ambassades is waardevol voor Nederlandse bedrijven. ONL vindt het daarom wenselijk dat economische diplomatie de verantwoordelijkheid van het Ministerie van Buitenlandse Zaken blijft. Het investeren in een netwerk van diplomatieke posten loont en helpt ondernemers. ONL pleit er voor om nieuwe ambassades alleen neer te zetten in landen die economisch van belang zijn.

De faciliteiten voor internationale handel moeten voor alle ondernemers beschikbaar zijn. Het is daarom onwenselijk dat brancheorganisaties of koepels van brancheorganisaties sturing geven aan het internationale handelsbeleid. Voorkomen moet worden dat bepaalde private organisaties de internationale handelsagenda kunnen bepalen en de handelsmissies gaan coördineren, het risico dat niet bij deze organisaties aangesloten ondernemers buiten de boot vallen is te groot. ONL is voorstander van verdere coördinatie van het handelsbeleid en het inzetten op branding, maar vindt het onverstandig dat de bevoegdheden bij enkele private organisaties te leggen, zoals het plan Team NL voorstelt.

Handel is gebaat bij een sterke publiek private samenwerkingen. Hierbij moet geborgd worden dat het private deel breed en toekomstgericht ingevuld wordt. Voorkomen moet worden dat enkele organisaties publiek-private samenwerking monopoliseren.

Concrete beleidsvoorstellen

- ❖ ONL pleit voor een **Minister van Internationale Handel**. Deze Minister kan opereren vanuit het Ministerie van Buitenlandse Zaken en toezien op de totstandkoming en uitvoering van een Nationaal Actieplan voor Internationale Handel. De Minister van Internationale Handel heeft hiertoe een coördinerende rol in de Ministerraad. Vier doelen die hierbij gesteld kunnen worden zijn: een groter aandeel van ons BNP in het buitenland verdienen; een groter deel van het midden- en kleinbedrijf wordt actief in het buitenland met een gezonde balans tussen EU en niet-EU landen; optimaal benutten van beschikbare kennis over internationale handel; procesgerichte benadering met kop en staart met als doel de opbrengsten van handelsmissies en andere collectieve instrumenten te vergroten en een breder draagvlak te verkrijgen.

Een bewindspersoon die handelsmissies initieert en coördineert is nodig. Het doel is de Nederlandse economie maximaal laten profiteren van de buitenlandse vraag naar de producten en diensten van onze bedrijven. Niet alleen uitgaande, maar ook inkomende handelsmissies zijn hierbij van belang. Internationale gasten moeten gepast en goed voorbereid ontvangen kunnen worden op het hoogst mogelijke niveau.

De Minister van Internationale Handel zorgt er voor dat alle ondersteunings- en financieringsprogramma's in Nederland goed aansluiten bij de behoefte van het bedrijfsleven. In de functie van top accountmanager van Nederland stroomlijnt de Minister van Internationale Handel het beleid van andere departementen en zorgt er voor dat hun beleid naadloos aansluit op de Nederlandse exportactiviteiten.

Een aandachtspunt hierbij is het presenteren van Nederland als een sterk handelsgericht land en voorkomen dat bijvoorbeeld steden een gefragmenteerd handelsbeleid voeren.

De Minister van Internationale handel krijgt de verantwoordelijkheid voor de ontvangst van buitenlandse handelsmissies en maakt buitenlandse bedrijven wegwijs op de Nederlandse markt. Inkomende missies worden op gepaste manier ontvangen, er wordt meteen een inventarisatie gemaakt van welke behoeftes er spelen bij buitenlandse handelspartners, zij worden wegwijs gemaakt met Nederlandse wet- en regelgeving en waar mogelijk gekoppeld aan Nederlandse bedrijven.

In de Ministerraad coördineert de Minister het beleid op het gebied van handelsbevordering met andere vakministers en zorgt dat er vanuit alle departementen een goede aansluiting is van algemene ondersteuningsinstrumenten voor het bedrijfsleven met de instrumenten voor exportbevordering. Tevens zorgt de Minister van Internationale Handel dat alle ministers informatie delen over hun (voorgenomen) buitenlandse bezoeken en deze via de Minister van Internationale Handel met elkaar afstemmen.

- ❖ Samenvoegen Ministersposten Internationale Handel en Koninkrijksrelaties: Staatkundig zal de Minister van Internationale Handel ook de verantwoordelijkheid dragen over de relaties met het Caribisch deel van het Koninkrijk en de drie bijzondere gemeenten Bonaire, Sint Eustatius en Saba. De volledige titel wordt Minister van Internationale Handel en Koninkrijksrelaties.
- ❖ Nederland heeft behoefte aan een strategie om handel te bevorderen die past bij de nieuwe economische realiteit. Dit betekent dat exportondersteuningsactiviteiten gestroomlijnd moeten worden en goed toegankelijk worden voor kleinere bedrijven. Om te zorgen dat de vakdepartementen goed aansluiten wordt er daarom gewerkt met een **Nationaal Actieplan voor Internationale Handel**. Hiermee wordt een richting uitgezet waar het bedrijfsleven op kan aanhaken.
- ❖ Om de export vanuit Nederland te stimuleren komen er een centrale **International Business Desk (IBD)**, met hieraan gekoppeld een **International Finance Desk (IFD)**. Via deze centrale diensten worden alle beschikbare ondersteuningsprogramma's en financieringsinstrumenten gecoördineerd.

Op dit moment blijven ondersteuningsregelingen ongebruikt, of komen niet terecht bij het bedrijfsleven. De Minister begint daarom met een stofkamexercitie om orde te scheppen in de tientallen ondersteuningsregelingen en zorgt dat er een kleiner aantal effectievere regelingen overblijft. De IBD en IFD werken nauw samen en maken gebruik van hetzelfde backoffice en dezelfde database. Binnen de IBD en IFD werken experts vanuit verschillende disciplines nauw samen. Voor het midden- en kleinbedrijf zijn er op dit moment geen instrumenten die specifiek zijn gericht op de financiering van exportactiviteiten. Hiervoor wordt binnen de IFD een Qredits voor exporterende ondernemers opgericht.

- ❖ **Handelsmissies** hebben een kop en een staart nodig, als onderdeel van een integraal plan van aanpak. Op basis van de specifieke behoefte van een buitenlandse handelspartner moet er in Nederland van tevoren een groep ondernemers bij elkaar worden gezocht die gezamenlijk in een handelsmissie participeren. Vooraf wordt gekeken wie welk onderdeel kan leveren. Hierdoor ontstaat een optimale mix van specialismes en capaciteiten. Deze benadering kost echter wel organisatiekracht. Kleinere bedrijven hebben veelal niet de mankracht

beschikbaar om op deze manier zelf een plan van aanpak op te stellen. Het plan van aanpak staat daarom onder leiding van de International Business Desk. De IBD monitort vervolgens ook achteraf de resultaten uit de handelsmissie. Op deze manier ontstaat er een overzicht van de uitkomsten van getekende intentieverklaring en contracten, maar is het ook mogelijk om verdere kansen te identificeren voor bedrijven die later kunnen aansluiten bij contracten. Vooral voor opkomende markten en ontwikkelingslanden hebben ambassadeurs behoefte aan een heel pakket aan investeringen. Hierbij is goede organisatie en matchmaking vooraf de succesfactor.

- ❖ Handelsbeleid moet een **ketenbenadering** als uitgangspunt nemen. Juist in de combinatie van grote en kleine bedrijven is een goede business propositie te ontwikkelen. Een buitenlandse handelspartner zoekt vaak een totaaloplossing. Individuele, gespecialiseerde, bedrijven kunnen vaak slechts voorzien in enkele elementen van de behoefte van een handelspartner. Door meerdere bedrijven actief als toeleverancier bijeen te brengen ontstaat een betere businesscase. Daarnaast doen buitenlandse partijen graag zaken met grotere, gevestigde namen. Wanneer toeleveranciers zich bij een groep aansluiten kunnen zij samen met een groter bedrijf gezamenlijk een propositie neerleggen. Het grotere bedrijf kan laten zien hoe de totale toeleveringsketen eruit ziet. Op deze manier ontstaat er een integrale benadering waarbij meer toegevoegde waarde ontstaat voor alle partijen; kleinere ondernemingen, grote bedrijven en buitenlandse handelspartners.
- ❖ Door **alle expertise op het gebied van exportbevordering te combineren** bij één organisatie ontstaan er spill-overs. Deze organisatie combineert verschillende expertises op het gebied van marktkennis, buitenlandse wet- en regelgeving en financiering, maar bouwt ook zelf expertise op. Er ontstaat een database van Nederlandse bedrijven die kennis en kunde hebben om in het buitenland in behoeften te voorzien. Op deze manier kunnen er vroegtijdig kansen voor Nederlandse bedrijven worden geïdentificeerd.
- ❖ In Nederland draagt de Minister het **belang van vrije handel en handelsverdragen** uit. Nederland heeft een open, concurrerende economie. Het bedrijfsleven is afhankelijk van onbelemmerde export en goede handelsrelaties. Hiervoor zijn handelsverdragen essentieel. De Minister van Internationale Handel is bij uitstek geschikt om de voordelen van vrije handel, zowel wat betreft economische groei als voor innovatie en werkgelegenheid, voor het voetlicht te brengen.
- ❖ Met name kleinere bedrijven hebben moeite om te exporteren. Zij missen de ervaring, slagkracht of financiering om succesvol zaken te doen met buitenlandse handelspartners. Met name in de **directe export door MKB-bedrijven liggen grote kansen**. Zij zijn actief in de toelevering naar grotere exporterende bedrijven, maar brengen weinig zelf geproduceerde producten naar het buitenland¹. Tegelijkertijd leunt het grootbedrijf op hun kleinere, vaak gespecialiseerde, toeleveranciers.

¹CBS, 2016, Het belang van het midden- en kleinbedrijf voor de Nederlandse export in 2012, p.4.