

# Werk in Uitvoer

Een analyse van de Gelderse export  
en de rol van de provincie in  
exportbevordering

≡ provincie  
Gelderland



Universiteit Utrecht

Scriptie ter afsluiting van de master-  
opleiding Economische Geografie

**Titel:** Werk in uitvoer: Een analyse van de Gelderse export en de rol van de provincie in exportbevordering.

**Opleiding:**

Master Economische Geografie  
Universiteit Utrecht  
Faculteit Geowetenschappen

Auteur: Ard van den Noort  
Studentnr.: 3137546  
E-mail: ardvandennoort@gmail.com

Begeleider: A. van Rietbergen  
E-mail: a.vanrietbergen@uu.nl

In opdracht van: Provincie Gelderland



**Omslagfoto:** Het 'Innovation Centre' van FrieslandCampina in Wageningen  
(Bron: VMT, 2014).

# Voorwoord

Voor u ligt de scriptie waarmee ik hoop de masteropleiding Economische Geografie te voltooien. Een uitgebreide analyse van statistische gegevens en de respons op een enquête, die speciaal voor dit onderzoek is uitgezet, moeten aantonen dat ik op academisch niveau een onderzoek kan uitvoeren. Dit was zeker geen makkelijke opgave en heeft me meer tijd gekost dan ik had gewild, maar uiteindelijk heb ik vertrouwen in het eindproduct.

Hiervoor ben ik in het bijzonder mijn begeleider Ton van Rietbergen dank verschuldigd. Zijn feedback zorgde altijd voor opheldering, wanneer ik door de bomen het bos niet meer kon zien. Ook wanneer ik vastliep, wist hij me toch naar het einde toe te pushen.

Ook zou ik graag mijn stagebegeleiders Marieke Dijkstra en Menno Walsweer van de provincie Gelderland willen bedanken. Zij hebben mij erg op weg geholpen in mijn onderzoek. Menno zat vol goede tips en opbouwende kritiek met betrekking tot mijn statistische analyse. Marieke was waardevol in de sturing van mijn onderzoek in de beginfase en hielp me in contact komen met de mensen die ik heb mogen interviewen.

Voor het uitzetten van de enquête wil ik verder de mensen van I&O Research bedanken, die een zeer goed product hebben geleverd. Tot slot voel ik dankbaarheid naar de mensen toe die tijd wilden vrijmaken voor een interview of voor het invullen van mijn enquête. Zonder uw inzichten zou ik een veel minder compleet beeld van de materie hebben gehad.

Ik hoop van harte dat deze scriptie u waardevolle nieuwe informatie en inzichten biedt.

Ard van den Noort  
April 2018

# Inhoudsopgave

Voorwoord .....	3
Inleiding.....	6
<b>Hoofdstuk 1 Theoretisch Kader .....</b>	<b>10</b>
1.1. Export en economische ontwikkeling.....	10
1.1.1. Waardeketens in de export.....	11
1.2. Exportbarrières .....	12
1.2.1. Te weinig kennis van buitenlandse markten.....	14
1.2.2. Te weinig kennis, tijd en mankracht voor export binnen de onderneming.....	14
1.2.3. Vinden van handelspartners .....	15
1.2.4. Baten wegen niet op tegen de lasten .....	16
1.2.5. Zware concurrentie op buitenlandse markten .....	16
1.2.6. Financiering van de export.....	16
1.2.7. Ondersteuning vanuit de overheid .....	17
1.2.8. Buitenlandse regelgeving en douaneprocedures .....	17
1.2.9. Culturele en taalkundige verschillen.....	18
1.3. Overheidsbeleid inzake export .....	18
1.3.1. Het Gelderse exportbeleid .....	19
1.4. Conceptueel model.....	19
<b>Hoofdstuk 2. Het beeld van de export in de Nederlandse economie .....</b>	<b>21</b>
2.1. De betekenis van export voor de regio.....	21
2.2. Voorwaarden voor export .....	22
2.2.1. Bedrijfsgrootte .....	22
2.2.2. Sector .....	22
2.2.3. Buitenlandse zeggenschap.....	23
2.2.4. Regionale karakteristieken.....	23
2.3. Het beeld van de Nederlandse export.....	23
2.4. Conclusie: Het beeld van de export.....	25
<b>Hoofdstuk 3 De Gelderse export in cijfers.....</b>	<b>26</b>
3.1. Export op provinciaal niveau: hoe presteert Gelderland?.....	27
3.1.1. Bedrijfsgrootte .....	28
3.1.2. Sector .....	30
3.1.3. Exportproducten .....	32
3.1.4. Buitenlandse zeggenschap.....	33
3.1.5. Handelspartners.....	35
3.2. Wederuitvoer en indirecte export.....	38
3.3. Regionale karakteristieken in Gelderland.....	40
3.3.1. Arnhem/Nijmegen.....	41
3.3.2. Veluwe.....	41
3.3.3. De Achterhoek.....	42
3.3.4. Zuidwest-Gelderland .....	42

3.4. Regionale export in Gelderland .....	42
3.5. Profiel van exporterende bedrijven.....	45
3.6. Conclusie van de statistische analyse .....	47
<b>Hoofdstuk 4 Methoden .....</b>	<b>51</b>
4.1. Gebruik kwantitatieve en kwalitatieve methoden .....	51
4.2. Operationalisatie in de vragenlijst.....	52
<b>Hoofdstuk 5 Resultaten Enquête I: Exportbarrières in Gelderland .....</b>	<b>55</b>
5.1. Beschrijving van de respons.....	55
5.2. Handelsbarrières volgens de Gelderse exporteurs.....	57
5.3. Handelsbarrières volgens experts .....	58
<b>Hoofdstuk 6 Resultaten Enquête II: De rol van de provincie in exportbevordering.....</b>	<b>60</b>
6.1. Gelderse exporteurs en het institutionele landschap .....	60
6.2. De visie van ondernemers over de rol van de provincie in de export .....	61
6.3. De visie van experts over de rol van de provincie in de export.....	63
Conclusie en aanbevelingen .....	65
Bronnenlijst .....	67
Bijlage A: De vragenlijst voor de Gelderse MKB'ers.....	73
Bijlage B: Brief die aan geselecteerde bedrijven verstuurd is.....	77

# Inleiding

Al decennialang is de export een grote aanjager voor de Nederlandse economie. Door zijn gunstige ligging en de aanwezigheid van 's werelds grootste haven buiten Azië, vormt Nederland een logistiek knooppunt voor Noordwest-Europa. Volgens CBS (2014) is Nederland, na Duitsland, zelfs het tweede exportland van Europa en stond ons land in 2012 wereldwijd zelfs op plaats vijf. Een vijfde van de Nederlandse werkgelegenheid (ruim 2 miljoen banen) is afhankelijk van de export (NRC Handelsblad, 2014). Er wordt zelfs gesteld dat gedurende deze eeuw de economische groei van de Nederlandse economie volledig op het conto van de export kan worden geschreven, aangezien de consumentenbestedingen in deze periode nauwelijks zijn toegenomen (Van Mulligen, 2016). Maar wat zeggen deze indrukwekkende exportcijfers over de economie? En in hoeverre dragen regio's buiten de Randstad bij aan de export? Wat en hoeveel exporteert Gelderland? Welke ervaringen hebben Gelderse ondernemers hieromtrent, en kunnen regionale overheden bijdragen aan een hoger provinciaal uitvoercijfer? Deze vragen komen in dit onderzoek aan bod en worden beantwoord aan de hand van statistieken van het CBS en de antwoorden van het Gelderse midden- en kleinbedrijf (MKB) op een door de auteur opgestelde enquête. Voor het beantwoorden hiervan zijn zo'n 900 bedrijven aangeschreven; 153 van hen beantwoordden de enquête, waarvan er 131 bruikbaar bleken.

Voor een land dat zo verweven is in het wereldwijde handelsnetwerk als Nederland, is het belangrijk te achterhalen wat ons land als internationale 'handelshub' aantrekkelijk maakt, en vooral houdt. Ook is het van belang om na te gaan wat de exportcijfers zeggen over algehele economische groei in Nederland. Hierover zijn de meningen verdeeld. Het belangrijkste argument om de exportcijfers te relativiseren, is dat export in de traditionele zin minder en minder plaatsvindt. De ontwikkeling naar de huidige mondiale economie heeft gezorgd voor een opknipping van de waardeketen; de verschillende productiestadia van goederen en diensten vinden nu verspreid over de hele wereld plaats (Hueck & Went, 2016). Als gevolg hiervan moet de waarde van een eindproduct verdeeld worden over verschillende landen en zijn nieuwe data nodig die beter weergeven hoeveel van de waarde van een geëxporteerd product is toegevoegd in Nederland. Kortom: *"Het gaat er niet langer om welk product een land exporteert, maar wat een land bijdraagt in de mondiale waardeketens"* (Hinrichs, 2016, p. 7). Een nieuwe statistische analyse van exportcijfers zou beter de daadwerkelijk toegevoegde waarde aan de export kunnen scheiden van de elders toegevoegde waarde, die in de huidige statistieken soms nog aan andere regio's toegedicht wordt. Hieraan wordt hard gewerkt, maar is op moment van schrijven nog niet beschikbaar.

Om een genuanceerd beeld te krijgen van de rol die export speelt in een land of regio, zijn kale import- en exportcijfers dus in afnemende mate van belang. Mede doordat de export van diensten in de beschikbare statistieken niet goed te vangen is. Belangrijker dan te focussen op exportvolumes, is onderzoeken hoeveel waarde uiteindelijk toegevoegd wordt aan het eindproduct en in welke productiefases dat gebeurt is.

Daarnaast is de laatste jaren vooral de *wederuitvoer* gegroeid, een vorm van uitvoer waarbij het product tijdelijk een Nederlandse eigenaar krijgt, maar direct weer verdwijnt over de grens. Dat percentage ligt tegenwoordig boven de 40 procent (Hueck & Went, 2016). De waardetoevoeging aan deze producten is minimaal, waardoor de positieve invloed op de Nederlandse economie erg klein is.



Ondanks het veranderde karakter van de export, zijn de cijfers hierover nog altijd een nuttig instrument om uit te vinden hoe sterk een regio presteert in de internationale handel. Ondanks dat de zeggingskracht van de exportstatistieken in deze paragraaf enigszins werd gerelativeerd, dient het nog steeds als overzichtelijke graadmeter voor de Gelderse prestaties in de internationale handel.

Een overzicht van de Nederlandse provincies door het CBS (2013b) laat zien dat Gelderland achterloopt in exportvolume vergeleken met veel andere provincies. Dit terwijl in hetzelfde document gesteld wordt dat in Gelderland, net als andere grensprovincies in het zuiden en oosten, een groter aandeel van de bedrijven handel drijft met het buitenland. Ook kent Gelderland het hoogste percentage van export vanuit het MKB. Dit scheidt een beeld van Gelderland als provincie met een gunstige ligging voor export, maar waar dit toch achterwege blijft vanwege de relatieve afwezigheid van grote, exporterende bedrijven.

Voor de provincie Gelderland is dit een reden om beter in kaart te krijgen waar het matige exportcijfer vandaan komt en hoe dit omhoog kan. Dit in de veronderstelling dat een hogere uitvoer hand in hand gaat met een groei van productiviteit en werkgelegenheid. Deze wens vormt de aanleiding hier onderzoek naar te doen. Dat zal gebeuren aan de hand van onderstaande hoofd- en deelvragen.

#### **Doelstelling:**

*Het doel van dit onderzoek is het verklaren van de Gelderse exportpositie en het achterhalen van wat gedaan moet worden om de export te bevorderen.*

#### **Hoofdvraag:**

Hoe presteert het Gelderse MKB op het gebied van export en hoe kan de provincie Gelderland bijdragen aan de bevordering van de export?

#### **Deelvragen:**

- 1: Hoe verhoudt Gelderland zich tot de rest van Nederland op het gebied van export?
- 2: Wat zijn de kenmerken van exporterende bedrijven in Gelderland?
- 3: In welke mate worden Gelderse bedrijven door exportbarrières geremd in hun export?
- 4: Wat kan de Provincie Gelderland doen om de provinciale export te stimuleren?

De eerste deelvraag wordt beantwoord aan de hand van bij het CBS verkregen statistieken omtrent export, zowel op provinciaal als op COROP-niveau. De derde en vierde deelvraag worden behandeld in hoofdstuk 5 en 6, aan de hand van een vragenlijst die verstuurd is naar het Gelderse midden- en kleinbedrijf die actief zijn in exportintensieve sectoren van de industrie<sup>1</sup>. Ook is gesproken met vertegenwoordigers van verschillende (semi-)publieke partijen, die betrokken zijn bij de Oost-

<sup>1</sup> De op maat gemaakte statistische data van het CBS en de respons van de uitgezette vragenlijst zijn voor werknemers van de provincie Gelderland terug te vinden in het digitale archief, onder zaaknummer 2016-002403.

Nederlandse export. Voorbeelden hiervan zijn de Kamer van Koophandel (KvK), WTC Twente en VNO-NCW.

Dit onderzoek is deels gebaseerd op het rapport *“Gelderland maakt ‘t, internationaal”* dat in opdracht van de provincie is geschreven en waarin een stappenplan is uitgewerkt met als doel de export van de Gelderse maakindustrie te stimuleren. De hoop voor dit onderzoek is om enerzijds bevestiging te vinden van de resultaten in het rapport en anderzijds nieuwe inzichten te verkrijgen inzake handelsbevordering voor de industrie.

### Maatschappelijke en wetenschappelijke relevantie

In 2008 raakte de mondiale economie in een crisis. Tijdens die jaren behoevde de grote export ons land voor een grotere malaise (Van Mulligen, 2016). Een hogere export zorgt voor een toename in productiviteit, banen en bestedingsruimte. Dat is de laatste jaren ook waarneembaar in Gelderland, waar de economie de afgelopen twee jaar weer gegroeid is, onder andere door een toegenomen export (Stentor, 2016). Het CBS (2015h) legt ook het verband tussen export en R&D; volgens hen besteedt het midden- en kleinbedrijf dat aan export doet ook aanmerkelijk meer aan research & development en zijn ze over het algemeen 20 procent productiever dan vergelijkbare bedrijven.

De provincie Gelderland ziet het belang van een sterke exportpositie in en zet, vaak in samenwerking met de OostNV, in op handelsbevordering. Zo zijn er banden met vier Chinese provincies opgebouwd en worden handelsmissies en beursbezoeken georganiseerd in opdracht van de provincie. Toch blijft de Gelderse export, zoals hiervoor beschreven, achter op het landelijk gemiddelde. De stelling van het CBS (2013b) dat er geen provincie is met een hoger aandeel MKB-export dan Gelderland, lijkt een gevolg te zijn van het relatief lage aandeel multinationale ondernemingen binnen de provinciale grenzen, iets dat bevestigd wordt door Geertsema (2013). Met dit in gedachten en het gegeven dat een hoog exportcijfer een economie weerbaarder maakt tegen crises, is het in kaart brengen van de Gelderse exportpositie wenselijk.

Daarnaast heeft de Kamer van Koophandel recentelijk besloten hun deelname aan het SIB-programma<sup>2</sup> stop te zetten, waardoor er op het gebied van exportassistentie een gat dreigt te vallen. Het peilen van de ervaringen en wensen van het Gelderse MKB omtrent export, moet de provincie een beter idee geven van wat gedaan moet worden om de buitenlandse handel vanuit Gelderland te stimuleren.

Er bestaat een grote wetenschappelijke consensus over de positieve invloed van export op zowel regio's als op individuele bedrijven. Export heeft op verschillende manieren een positieve impact op bedrijven, waaronder een spreiding van risico's over verschillende markten, en het (door)ontwikkelen van betere producten en efficiëntere productiemethoden (Leonidou, 2004; Cassiman e.a., 2010). De positieve effecten van export krijgen bedrijven niet in de schoot geworpen; zogenaamde exportbarrières vormen een hindernis. Naar deze barrières en hun effecten bestaat al veel literatuur (Morgan & Katsikeas, 1997; Alvarez, 2004; Dhanaraj & Beamish, 2003; Durmusoglu e.a., 2012). Ook is door verscheidene auteurs gepoogd om de onderzochte barrières in te passen in een theoretisch raamwerk (Leonidou, 1995a; 2004; Arteaga & Ortiz, 2010). In dit onderzoek wordt getoetst of de Gelderse ondernemers de barrières in dezelfde mate als hinderlijk ervaren als MKB'ers elders.

---

<sup>2</sup> Middels het programma 'Starters International Business' van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) worden onervaren bedrijven begeleid in hun exportactiviteiten. In de resultatenhoofdstukken wordt dit nader toegelicht.



De meeste studies omtrent export van het MKB zijn gedaan naar bedrijven uit Angelsaksische landen (Freixanet, 2012; Kasikeas & Morgan, 1994). Kleine Europese landen, laat staan een regio als Gelderland, zijn nog weinig als onderzoeksregio gebruikt. Terwijl in kleine landen, met hun kleine binnenlandse markten, bedrijven juist eerder geneigd zijn om groei te realiseren door middel van internationalisering (DeClerq e.a., 2005).

Over exportbevorderend beleid van overheden bestaat ook de nodige literatuur (Naidu & Rao, 1993; Wilkinson & Brouthers, 2006; Durmusoglu e.a. 2012). Hier wordt uitgezocht welke soorten exportassistentie het meeste effect hebben in bepaalde regio's. Geen van de geraadpleegde artikelen gaat echter in op (regionaal) Nederlands overheidsbeleid. De hoop is om met dit onderzoek dat hiaat op te vullen.

### Leeswijzer

Het eerste hoofdstuk bestaat uit het theoretisch kader, waarin te lezen is wat eerder wetenschappelijke onderzoek geconcludeerd heeft over handelsbarrières en overheidsbeleid ten aanzien van exportbevordering. Aan het eind van het hoofdstuk is een conceptueel model opgenomen dat schematisch de relevante factoren en hun relatie tot elkaar duidelijk maakt.

De hoofdstukken 2 en 3 staan in het teken van het interpreteren van exportstatistieken. Hoofdstuk 2 zet uiteen welke factoren belangrijk zijn voor de export van een regio en geeft een globaal overzicht van de positie van Nederland in de wereldhandel. Hoofdstuk 3 focust zich op de uitvoercijfers van de provincie Gelderland, met een uitgebreide conclusie over de staat van de Gelderse export.

Hoofdstuk 4 geeft een uitleg over de gebruikte methoden, van zowel het statistische onderzoek als de enquête en vraagsprekken met experts. De twee laatstgenoemde methoden komen aan bod in hoofdstuk 5 en 6. Hoofdstuk 5 gaat in op de vraag hoeveel hinder de uit de theorie vastgestelde handelsbarrières veroorzaken onder het Gelderse MKB en de mening van de experts hierover. Hoofdstuk 6 zet uiteen hoe deze partijen aankijken tegen mogelijke maatregelen die de provincie kan nemen om de export van het Gelderse MKB te bevorderen.

De scriptie sluit af met een conclusie en enige aanbevelingen.

# Hoofdstuk 1

## Theoretisch Kader

De afgelopen decennia is de economie sterk gemondialiseerd. Dit heeft eraan bijgedragen dat, in navolging van grote multinationals ook kleinere bedrijven over hun landsgrenzen heen kijken. De makkelijkste en snelste manier voor een klein bedrijf om internationaal te gaan opereren is de export.

In dit hoofdstuk worden de kernbegrippen van dit onderzoek onderbouwd vanuit de wetenschappelijke theorie. Als eerste zal het begrip ‘export’ kort worden behandeld. Hoofdstuk 2 gaat hier ook op in. Vervolgens wordt de stap gezet naar barrières omtrent export. De tientallen factoren die genoemd worden in de literatuur worden opgedeeld in *interne* en *externe barrières* (Leonidou, 2004). Deze indeling blijft in stand nadat de vele factoren in dit hoofdstuk zijn gedestilleerd naar negen barrières. Deze zijn breder en omvatten het leeuwendeel van de oorspronkelijke barrières en zijn ook opgenomen in de vragenlijst, die door het Gelderse bedrijfsleven is ingevuld.

Daarnaast wordt ook ingegaan op de theorie rond de levensloop van bedrijven en de plaats van export daarin. Tot slot wordt ingegaan op overheidsbeleid met betrekking tot export en de effecten hiervan.

### 1.1. Export en economische ontwikkeling

Het belang van export als een drijvende kracht achter de export werd al in de 18<sup>e</sup> eeuw onderkend door Adam Smith, die inzag dat een regio, zowel op nationaal als stedelijk niveau, niet eindeloos kan doorgroeien zonder handel met omliggende regio's. Groei zou volgens Smith direct verbonden zijn met koopkracht. Een uitbreiding van die markt in de vorm van export zou een hogere koopkracht teweeg brengen (Atzema e.a., 2002). Als vervolg hierop formuleerde Werner Sombart begin vorige eeuw de *exportbasistheorie*. Hierin maakt hij onderscheid tussen bedrijven met stuwende en met verzorgende activiteiten. De stuwende bedrijven zijn gericht op de export, de verzorgende richten zich op consumenten en de stuwende bedrijven. De kern van de theorie is dat export deviezen oplevert, die de koopkracht van een regio verhoogt en dat export leidt tot een verhoging van de productiecapaciteit. Voor economische groei is een regio dus afhankelijk van haar ‘stuwende sector’ (Atzema e.a., 2002). Hoewel de theorie nog altijd wordt toegepast, zijn er kanttekeningen te maken bij het verklarend vermogen van deze theorie in het bepalen van (regionaal) concurrentievermogen. Toch is er een consensus over het positieve verband tussen export en regionale groei (Porter, 2003; Kitson e.a., 2004).

Nieuwere regionaal-economische modellen, zoals die van Michael Porter, geven een completer beeld van wat een regio concurrerend maakt. Naast enkel kostenoverwegingen geeft Porter aan dat regionale omstandigheden ook meespelen; onder andere de kwaliteit van de (telecom)infrastructuur en kennis op de arbeidsmarkt, de regionale vraag naar hoogwaardige producten, en overheersende bedrijfsstrategieën bepalen de concurrentiepositie van een regio (Atzema e.a., 2002). *Clusters* en *netwerken* spelen ook een belangrijke rol als economische aanjager in de theorie van Porter. Porter (2000) definieert clusters als volgt:

*“Clusters are geographic concentrations of interconnected companies, specialized suppliers, service providers, firms in related industries, and associated institutions (e.g., universities, standards agencies, trade associations) in a particular field that compete but also cooperate.”*  
(Porter, 2000, p. 15)

De idee dat clusters heden ten dage onmisbaar zijn in een goed functionerende regionale economie wordt breed gedragen, zowel in de wetenschap als onder beleidsmakers. Ook in Nederland en Gelderland zijn clusters geïdentificeerd, gecreëerd en centraal gezet in ruimtelijk-economisch beleid (Ministerie van Economische Zaken, 2006). Clusters zijn een drijvende kracht achter een toenemende export en zijn ‘magneten’ voor het aantrekken van buitenlandse directe investeringen (FDI). Ook vormen clusters een belangrijk forum waar dialoog plaatsvindt tussen bedrijven onderling, maar ook met overheden en kennisinstellingen (Porter, 2000).

Hierboven is gesteld dat ten eerste, export een belangrijke determinant is voor economische groei, en ten tweede, dat de aanwezigheid van clusters in een regio zorgt voor een toenemende internationalisering in de economie, in de vorm van export en FDI. Ten opzichte van andere manieren om een buitenlandse markt te betreden, kost export minder moeite, kent meer flexibiliteit en brengt minder zakelijke risico’s met zich mee. (Leonidou e.a., 2007; Arteaga & Fernandez, 2010) Een bedrijf dat exporteert, is beter bestand tegen crises en heeft meer expertise in de breedte. Een exporterend bedrijf blijkt ook concurrentievoordelen te creëren en zijn productiecapaciteit efficiënter te gebruiken, door verbeterde managementvaardigheden (Arteaga & Fernandez, 2010; Durmusoglu e.a., 2012). Alvarez (2013) stelt ook dat bedrijven die permanent export bedrijven innovatiever blijken dan bedrijven die niet of sporadisch exporteren (p. 387).

### **1.1.1. Waardeketens in de export**

In de laatste twee decennia is een verandering te zien in de aard van export. Producten worden in toenemende mate niet meer op één plek gemaakt. De productiecycclus is in toenemende mate versnipperd geraakt en vindt op mondiale schaal plaats. Aan de hand van de Oost-Aziatische economieën toont Gereffi (1999) aan hoe een economie tot bloei kan komen door een exportgeoriënteerde strategie aan te houden. De reden waarom deze landen hun economische positie hebben kunnen consolideren terwijl de lonen en de prijzen in eigen land stegen aan het eind van de vorige eeuw, is dat landen als Japan, Zuid-Korea en Taiwan zich hebben toegelegd op hoogwaardigere delen van de waardeketen, zoals *design* en *sales* van hun merkproducten. Laagwaardige goederenproductie, waar minder geld mee verdiend wordt, werd uitbesteed naar minder ontwikkelde Aziatische landen (Geriffi, 1999, p. 38).

In de geest hiervan observeren Timmer e.a. (2014) vier trends in de wereldeconomie vanaf de vroege jaren ’90. Ten eerste is er een toenemende internationale fragmentatie te zien op het gebied van waardetoevoeging van producten, wat een gevolg is voor de sterk afgenomen kosten van communicatie en coördinatie. Hierdoor kunnen verschillende delen van het productieproces uitbesteed worden naar plekken waar de productiekosten het laagst zijn. Ten tweede wordt, vooral door technologische vernieuwingen, een toenemend deel van de waarde toegevoegd door hoogopgeleiden, terwijl de waardetoevoeging door laagopgeleide arbeid afneemt. De derde trend is dat de ontwikkelde landen zich meer en meer toeleggen op economische activiteiten die door hooggeschoold personeel wordt uitgevoerd. Als laatst is ook te zien dat economisch opkomende landen zich toeleggen op ‘kapitaalintensieve’ activiteiten (Timmer e.a., 2014, p. 100). In hun

onderzoek laten zij zien dat hoogopgeleide banen en kapitaal in toenemende mate verantwoordelijk zijn voor de totale waardetoevoeging. Dit geldt zowel in opkomende als ontwikkelde economieën en gaat ten koste van het aandeel laag- en middelbaar opgeleiden. Dit is een resultaat van het verdwijnen van werkgelegenheid in deze klassen, als gevolg van robotisering (Timmer e.a., 2014).

Recentelijk is een database ontwikkeld, die nauwkeurig laat zien hoeveel waarde aan producten is toegevoegd in welk land. Deze “*World Input-Output Database*” (WIOD) heeft op nationaal niveau data verzameld en gecombineerd van alle EU27-landen en de 13 grootste landen eruiten. Hierbij zijn 35 verschillende sectoren onderscheiden, waaronder de industriële sectoren die in hoofdstuk 3 aan bod komen (Timmer e.a., 2015, p. 578). De auteurs stellen vast dat van alle Nederlandse export zo’n 65 procent bestaat uit in eigen land toegevoegde waarde, wat overeenkomt met percentages uit vergelijkbare databases. Hiermee staat ons land rond de 30<sup>e</sup> plaats in de ranglijst van meeste toegevoegde waarde in de totale nationale export, tussen vooral andere kleine Europese landen. De grote economieën laten duidelijk hogere percentages zien (Timmer e.a., 2015, p. 580-581).

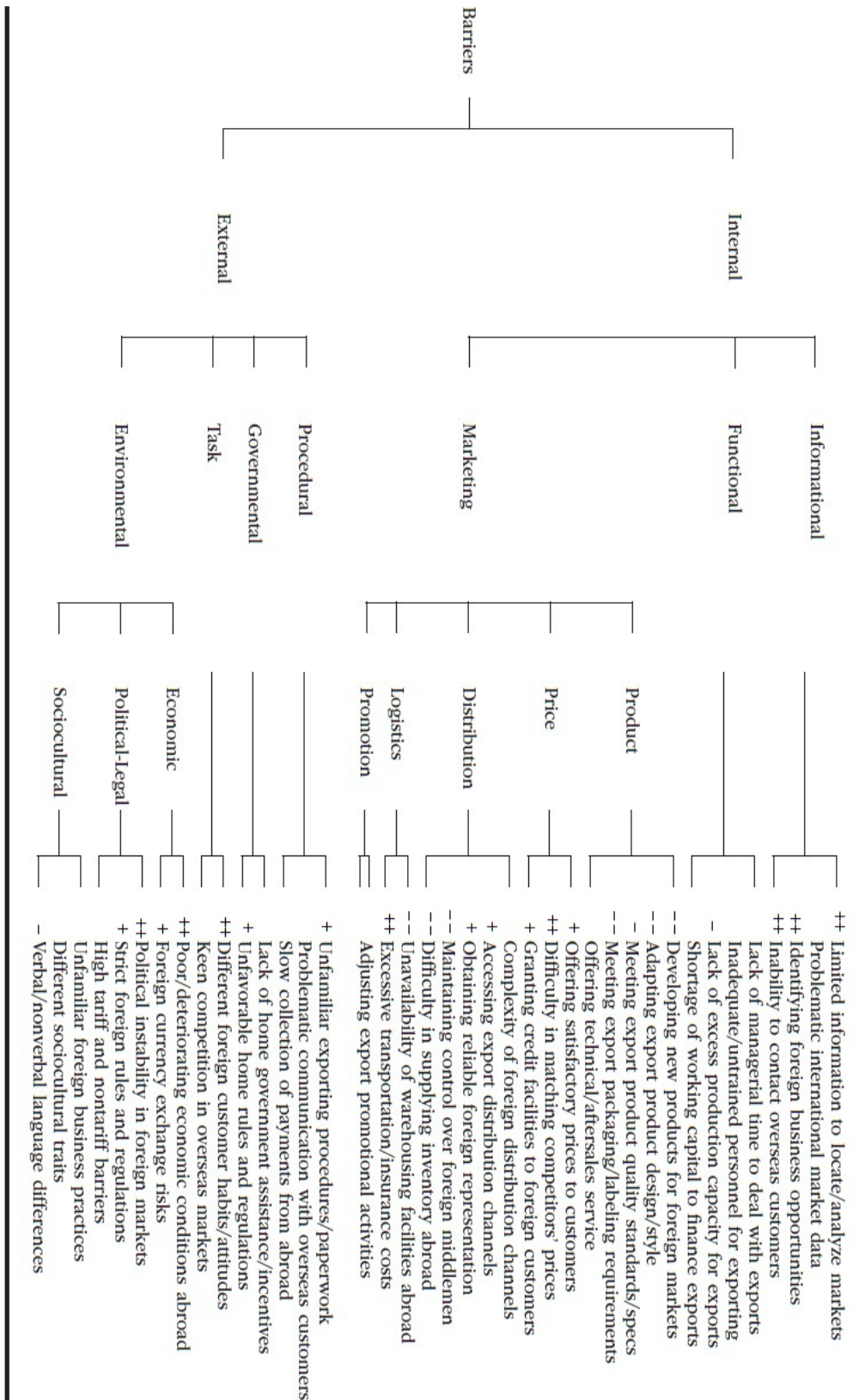
Het verknipt raken van de waardeketen gaat hand in hand met de integratie van afzonderlijke economieën in de wereldmarkt. De plaats die Nederland hierin inneemt, ligt vooral op de productie van diensten en hoogwaardige producten. Voor een toenemend aantal bedrijven is het, zeker in een klein land als het onze, nodig handel te drijven met het buitenland. De volgende paragraaf beschrijft de barrières waarmee exporterende ondernemers geconfronteerd worden.

## 1.2. Exportbarrières

Het voornemen van een onderneming tot internationaliseren brengt uitdagingen met zich mee. Veel bedrijven hebben te maken met exportbarrières. Deze kunnen worden gedefinieerd als alle beperkingen op het gebied van onder andere gedrag, structuur en bestuur, die het vermogen van een bedrijf tot initiëren, ontwikkelen en onderhouden van internationale operaties (Leonidou, 1995, p. 31). Dit geldt in het bijzonder voor het midden- en kleinbedrijf. Deze exportbarrières en hun rol in het exportproces is door de jaren heen onderwerp geweest van vele onderzoeken (Dhanaraj & Beamish, 2003; Durmusoglu e.a., 2012; Leonidou, 1995a & 2004; Wilkinson & Brouthers, 2006; Freixanet, 2012). Arteaga & Fernandez (2010) stellen vast dat er in de wetenschap geen consensus bestaat over het aantal barrières en het belang ervan ten opzichte van elkaar. Dit is te wijten aan het feit dat veel onderzoeken hun eigen lijst met barrières gebruikt en conclusies uit eerder onderzoek niet weet te integreren (p. 398).

Verschillende wetenschappers hebben gepoogd exportbarrières onder te verdelen in categorieën. Arteaga & Fernandez (2010) onderscheiden er bijvoorbeeld vier: *kennis*, *‘resources’*, *procedure* en *exogeen* (p. 395) en Wilkinson & Brouthers (2006) beschrijven een onderscheid tussen *motivatie*, *informatie*, *operationeel* en *kennis* (p. 235). Leonidou (2004) heeft een overzicht gemaakt van 32 empirische studies naar exportbarrières en heeft er daarvan 39 geanalyseerd. Deze barrières heeft hij opgedeeld in twee hoofdcategorieën: *interne* en *externe* barrières (figuur 1.1).

Figuur 1.1. Classificatie van exportbarrières en hun impact.



Bron: Leonidou, 2004, pp. 283 & 286.

Interne barrières hebben betrekking op de organisatorische ‘resources’ en vaardigheden, en de benadering van het bedrijf op export. Externe barrières hebben hun oorsprong buiten het bedrijf, in de omgeving(en) waarin het bedrijf opereert (Leonidou, 2004, p. 281). Deze indeling wordt in dit onderzoek aangehouden en verder worden uitgewerkt. Hierbij ligt er een nadruk op de barrières die als invloedrijk worden geacht, zie hiervoor figuur 1.1. Deze figuur is overgenomen uit Leonidou (2004), maar is bewerkt met informatie uit hetzelfde artikel, die de sterkte van de invloed die elke barrière heeft opdeelt in vijf klassen. Deze variëren van “very high impact” (++) naar “very low impact” (--). De barrières zonder symbool zijn geclassificeerd als “moderate impact”, de middelste klasse van de vijf. Aan de hand van de classificeringen in deze figuur is het aantal barrières teruggebracht naar negen, die hieronder zullen worden toegelicht.

### **1.2.1. Te weinig kennis van buitenlandse markten**

Informatiebarrières refereren aan problemen omtrent het identificeren, selecteren en in contact treden met internationale markten, wegens een inefficiënte informatievoorziening (Leonidou, 2004). Binnen deze subcategorie vallen verscheidene barrières die door eerdere studies als invloedrijk werden beschreven in exportsucces voor bedrijven (Leonidou, 1995b; Leonidou, 2004).

Het midden- en kleinbedrijf (MKB) ondervindt op dit gebied vaak problemen, omdat men vaak niet weet waar marktinformatie kan worden ingewonnen. De groei van de hoeveelheid beschikbare data, heeft deze problemen niet opgelost (Arteaga & Fernandes, 2010). Ook moet voor de specifieke informatie die gezocht wordt vaak betaald worden, wat een reden kan zijn om exportplannen in de ijskast te zetten. Bovendien zijn de beschikbare data ook niet altijd even betrouwbaar (Leonidou, 2004).

Voor een succesvolle toetreding tot buitenlandse markten, is het belangrijk dat men kansen daartoe tijdig kan identificeren. Vaak loopt het MKB hierin achter de feiten aan en reageren ze pas bij een buitenlandse order of met hulp van een externe organisatie, wat hen niet optimaal voorbereidt op een succesvolle exportervaring (Leonidou, 2004).

Om deze barrières te elimineren, moeten kleine bedrijven de juiste partners kiezen, dan wel op de thuismarkt of op de buitenlandse markt, die deze kennis wel bezitten (Brouthers, 2009). In het geval van exporteurs zullen deze partners kunnen bestaan uit overheid of marktpartijen, die over waardevolle marktinformatie beschikken. Deelname aan handelsmissies en vakbeurzen wordt tevens gezien als een goede manier voor ondernemers om snel kennis te vergaren over exportmarkten en het exportproces in het algemeen (Wilkinson & Brouthers, 2006).

### **1.2.2. Te weinig kennis, tijd en mankracht voor export binnen de onderneming**

Deze barrière omvat wat Leonidou (2004) beschrijft als “functional”. Het refereert naar tekortkomingen van de organisatie van ondernemingen, op het gebied van kennis, ervaring en expertise. Uit zijn eigen analyse concludeert Leonidou (2004) dat deze barrière in vrij kleine mate hinder veroorzaakt.

Binnen kleine bedrijven is er vaak één persoon die beslissingen neemt over dit soort zaken. De extra hoeveelheid werk die een beslissing tot exporteren met zich meebrengt, kan vaak niet opgebracht worden. Bovendien heeft de ondernemer doorgaans geen kennis over de ‘basics’ van export, iets wat volgens Arteaga & Fernandez (2010) succesvolle export zeer hindert. Ook kunnen kleine bedrijven niet zomaar die expertise inhuren of aannemen van buiten.



De Clercq e.a. (2005) stellen dat het voor bedrijven in kleine landen, zoals Nederland, vaak noodzaak is om hun markt uit te breiden. Een veel bewandeld pad is volgens hen dat bedrijven zich vaak eerst richten op markten niet ver van hun eigen land en daar ervaring in de export opbouwen, voor ze uitbreiden op verder gelegen markten. Calof & Viviers (1995) concluderen dat Canadese en Zuid-Afrikaanse bedrijven eerst een markt opzoeken die geografisch en cultureel dicht bij hen staat om vervolgens de riskantere markten te betreden.

Dat er bij export sprake is van een leercurve, wordt duidelijk uit de bevindingen van Araujo e.a. (2016) die observeren dat veel exporteurs na enkele jaren weer van een internationale markt verdwenen zijn, terwijl degene die erna ook actief zijn een groei doormaken in hun exportvolume. Verder nemen zij waar dat de succesvolle exporterende bedrijven die beginnen aan de export, vaker al ervaring hebben op gebied van export.

De organisatie van een onderneming heeft een grote invloed op zowel de beslissing om te exporteren als het succes ervan. Een onderneming wordt in de 'resource based view' gedefinieerd als een *"administratieve eenheid met grenzen"* (Garnsey, 1998, p. 526). De onderneming opereert als een *'open systeem van activiteit, een input-output-systeem dat 'resources' aantrekt uit haar omgeving en die omzet in producten of diensten waar opbrengsten uit voortkomen"* (Garnsey, 1998, pp. 526-527). De positie die een bedrijf inneemt op de markt wordt getekend door de interactie met spelers op de markt (klanten, distributeurs, concurrenten, etc.). Binnen de onderneming vinden leerprocessen plaats, dankzij deze interactie, maar ook door uitwisseling van de specifieke kennis van werknemers binnen de onderneming (Garnsey, 1998). Actief zijn in de export brengt nieuwe leerprocessen met zich mee, waardoor de aanwezige expertise van een bedrijf wordt uitgebreid. Dit leidt op den duur tot een verkleining van de barrières, waardoor een bedrijf doorgroeit (Wilkinson & Brouthers, 2006).

Zeker in de beginfase van een bedrijf is de instelling van een ondernemer cruciaal voor het pad dat een bedrijf inslaat. Als het bedrijf groeit, wordt het voor de ondernemer moeilijker om persoonlijk betrokken te blijven bij alle aspecten van de bedrijfsvoering. De overgang naar een structuur waar de ondernemer verantwoordelijkheid delegeert naar andere werknemers, brengt risico's met zich mee. Veel ondernemers kiezen er bewust voor de (financiële) risico's niet te nemen, wat betekent dat de groei geremd wordt of zelfs helemaal stagneert (Garnsey, 1998). Aangezien het exportproces, zeker aan het begin, veel extra werk vereist, zullen deze ondernemers geen kans zien hierin actief te worden.

### **1.2.3. Vinden van handelspartners**

Succesvolle export hangt nauw samen met het vinden van de juiste handelspartners. Deze factor hangt samen met tekort aan marktkennis (§ 1.2.1.). Leonidou (2004) geeft drie hoofdoorzaken voor de moeilijkheden die bedrijven hiermee hebben; ten eerste vormt de afstand tussen markten een hindernis om effectief contacten te kweken. Ook noemt hij de benadering van bedrijven in het zoeken naar deze contacten *"karakteristiek halfslachtig"* en als laatste stelt hij dat contactinformatie slechts gelimiteerd beschikbaar is, al zou dat in de loop der tijden beter moeten worden, met de verbeterde communicatietechnologie (Leonidou, 2004, p. 287). Alvarez & Fernandez (2010) observeren dat *"locating a reliable distributor"* in verscheidene onderzoeken als een van de allergrootste hindernissen naar voren kwam (p. 401). Buiten het vinden van buitenlandse partners vormt ook de toetreding tot (distributie)netwerken een struikelblok. Redenen hiervoor zijn

doorgaans de kosten die dat met zich meebrengt of het feit dat een concurrent al actief is daarbinnen (Leonidou, 2004).

Dat het vinden van een betrouwbare handelspartner in het buitenland een cruciale factor is in de exportgeneigdheid van bedrijven, wordt duidelijk in de stelling dat zo'n handelspartner een groot effect heeft op het exportvolume. Vertrouwen wordt over een langere tijd opgebouwd en pas als de samenwerking goed loopt, kiezen veel ondernemers er voor om hogere volumes uit te voeren (Araujo e.a., 2016).

#### **1.2.4. Baten wegen niet op tegen de lasten**

De vierde interne barrière concentreert zich op de kosten-batenanalyse die men maakt bij de beslissing om te exporteren. Onder andere Katsikeas & Morgan (1994) benoemen de hoge aanloopkosten van export als een probleem voor ondernemers. In §1.2.6 wordt hier verder op ingegaan. In de bredere zin behelst de term 'lasten' ook de tijd, moeite en mankracht die met export gepaard gaan en de baten, naast financiële winst, ook ervaring en expertise die opgedaan wordt door export. De Clerq e.a. (2005) stellen dat een onderneming sneller geneigd is te internationaliseren als er meer kennis aanwezig is van de exportprocessen. Ondernemers met weinig kennis over export zullen de lasten en de baten ook minder goed kunnen inschatten dan ervaren exporteurs (Arteaga & Fernandez, 2004). Wel moet vermeld worden dat in de meeste onderzoeken vooral de groep 'exporteurs' is onderzocht. 'Niet-exporteurs' en hun ervaringen en percepties zijn in veel mindere mate onderzocht (Leonidou, 2004).

#### **1.2.5. Zware concurrentie op buitenlandse markten**

De mogelijkheid om een hogere opbrengst te halen uit productie, wordt genoemd als een mogelijke reden te gaan exporteren (Leonidou, 1998). Het wordt echter ook onderkend dat voor veel bedrijven moeilijk is hun producten op een buitenlandse markt aan te bieden tegen een concurrerende prijs (Leonidou, 1994). Zoals in de volgende paragraaf beschreven wordt, brengt export extra kosten met zich mee, die concurrenten op een buitenlandse markt niet hoeven te maken. Mogelijk moet er een aanpassing van het product plaatsvinden om aan de standaarden van een ander land te voldoen. Ook valutarisico's, verschillen in economische structuren, hoge logistieke kosten en overheidswetgeving die buitenlandse ondernemingen benadeelt, kunnen redenen vormen waarom concurreren op die markt moeilijk is (Leonidou, 1994).

Smeets e.a. (2010) observeren een verschil in houding van bedrijven tussen grote en kleine nationale markten. Zij stellen dat op kleine markten een bedrijf in de regel minder concurrentie heeft, waardoor de markt aantrekkelijk wordt.

#### **1.2.6. Financiering van de export**

Export is niet een activiteit die onmiddellijk winst oplevert; een onderneming moet investeren en het ontvangen van betalingen van buitenlandse klanten gebeurt doorgaans niet op korte termijn. Voor veel ondernemingen is dit een reden om niet aan export te beginnen (Leonidou, 1994; Arteaga & Fernandez, 2004). Bovendien is er sprake van extra "*trade costs*" bij internationale handel; er worden in twee landen kosten gemaakt om het product op de markt te zetten. Onderdeel hiervan zijn transportkosten, kosten die gemaakt moeten worden door buitenlandse regelgeving, bijvoorbeeld importheffingen en een gebrek aan onderling vertrouwen door onbekendheid met handelspartners en hun cultuur (Khan & Kalirajan, 2011). Om de financiering rond te krijgen, heeft een ondernemer

een bank nodig. Niet alleen om de kredietverstrekking, maar ook vanwege de expertise die zij hebben omtrent internationale handel (Freeman e.a., 2012).

Op provinciaal niveau wordt deze barrière ook als serieus beschouwd. Door de PPM OOST (2015), de regionale investeringsmaatschappij van de provincies Gelderland en Overijssel, is vastgesteld dat het MKB in Oost-Nederland de afgelopen jaren in toenemende mate moeite heeft met het rondkrijgen van financiering voor exporttransacties. Hoewel een provinciaal fonds voor exportfinanciering niet van de grond kwam, is van overheidswege wel gepoogd om ondernemers in contact te brengen met de juiste partijen die hen kunnen voorthelpen.

### **1.2.7. Ondersteuning vanuit de overheid**

Deze externe factor heeft vooral betrekking op de invloed van overheidsbeleid met betrekking tot handelsbevordering, op het exportgedrag van ondernemingen. In paragraaf 1.3 komen verschillende soorten overheidsbeleid aan bod en wordt dieper ingegaan op het effect hiervan.

Alvarez & Fernandez (2010) noemen als kennisgerelateerde barrière het gebrek aan kennis van exportassistentieprogramma's (p. 400). Er wordt wel bij aangetekend dat deze factor als secundair wordt beschouwd. Ook Leonidou (2004) classificeert een tekort aan 'incentives' en programma's vanuit de overheid als maar matig hinderlijk. Voor het doel van dit onderzoek wordt echter wel aandacht besteed aan deze factor.

In een studie naar handelsbevordering in de VS, stellen Naidu & Rao (1993 p. 86) dat "veel van deze programma's relatief onbekend zijn bij een groot aantal bedrijven" uit dat land. Deze stelling komt terug in verschillende andere studies, in een variëteit aan landen, die hiernaar gedaan zijn (Wilkinson & Brouthers, 2006; Alvarez, 2004; Durmusoglu e.a., 2012). De resultaten uit de bovengenoemde onderzoeken laten een zekere apathie zien bij bedrijven als het gaat om assistentiemogelijkheden vanuit de overheid. Een mogelijke reden kan zijn dat zij geen overheidshulp wensen, maar ook een gebrek aan bekendheid van deze programma's kan hier oorzaak van zijn.

### **1.2.8. Buitenlandse regelgeving en douaneprocedures**

Deze externe factor omvat de rol van instituties buiten de thuismarkt en de restricties die ontstaan als gevolg van hun beleid. Voor Nederlandse bedrijven zijn politieke omstandigheden in een (potentiële) exportbestemming erg belangrijk. De stabiliteit van het politieke systeem, de kwaliteit van de wetgeving en de mate van corruptie zijn doorslaggevend voor het al of niet aangaan van banden in deze landen. Omdat de 'trade costs' die hiermee gemoeid zijn in grote mate vaste kosten zijn hebben deze zaken weinig invloed op het exportvolume (Smeets e.a., 2010). Importheffingen hebben volgens Smeets e.a. (2010) alleen invloed op het volume van de export, dus niet op de beslissing om wel of niet te exporteren. De kosten voor deze heffingen vallen namelijk wel samen met het handelsvolume.

Ook het moeten aanpassen van producten of het moeten krijgen van een certificering, hebben betrekking op deze barrière (Leonidou, 2004; Alvarez & Fernandez, 2010). Moini (1997) schrijft dat onzekerheid over het benodigde papierwerk een obstakel in zichzelf is en dat dit veel ondernemers ervan weerhoudt om te exporteren. Ook de kosten en de tijd die dat papierwerk kost, worden beschreven als "*intimiderend en verwarrend*" (Moini, 1997, p. 77).

Dankzij de inspanningen van transnationale organisaties zoals de *Wereldhandelsorganisatie* (WTO) en de EU om de wereldhandel te liberaliseren verdwijnen meer en meer handelsbeperkingen op dit gebied. Leonidou (2004) identificeert aanverwante barrières ook als matig belangrijk (figuur 1.1).

### 1.2.9. Culturele en taalkundige verschillen

Deze externe barrière focust in op bestaande verschillen in taal en cultuur en in hoeverre deze de export beïnvloeden. Smeets e.a. (2010) noemen de culturele afstand tussen landen als belangrijke factor in de keuze om te exporteren. Volgens het model van Leonidou (2004, figuur 1.1) komt dit in recente onderzoeken echter niet naar voren als een heel belangrijke rem op de export. Het is echter wel een factor waar rekening mee gehouden moet worden. Een Nederlandse ondernemer zal bij een bezoek aan bijvoorbeeld Oost-Azië rekening moeten houden met het feit dat men op een minder directe manier ter zake komt. Ook het niet beheersen van elkaars taal kan leiden tot misverstanden die de handelsrelatie kunnen schaden. De perceptie van deze barrière is groter dan haar eigenlijke impact; niet-exporteurs zien dit als een grote pushfactor van export, ex-exporteurs geven in veel mindere mate aan dat dit een probleem is (Leonidou, 1995b).

Een veel aangehaalde beschrijving van cultuurverschillen wordt gegeven door *Geert Hofstede*, die vijf dimensies formuleerde waarin culturen op nationaal niveau verschillen van andere (Hofstede, 1993). Deze zijn machtsafstand (mate van ongelijkheid), individualisme, masculiniteit (importantie van mannelijke t.o.v. vrouwelijke waarden), onzekerheidsvermijding (flexibel vs. rigide) en korte- vs. langetermijnoriëntatie (Hofstede, 1993, pp. 89-91).

Aan de hand van vijf dimensies, is de Nederlandse samenleving met haar omgangsvormen een unieke cocktail. Zelfs met nabijgelegen landen in Europa zijn verschillen waar te nemen. Een ondernemer die een buitenlandse markt betreedt, doet er goed aan zich hier op voor te bereiden.

Verskillende auteurs wijzen erop dat export vooral plaatsvindt tussen landen waartussen de culturele afstand niet al te groot is. Een bedrijf zoekt het liefst een partner in een land dat zowel geografisch als cultureel dichtbij ligt (Choquette & Meinen, 2012; Brouthers e.a., 2009).

### 1.3. Overheidsbeleid inzake export

Op allerlei niveaus houdt de overheid zich bezig met handelsbevordering; van EU- tot gemeenteschaal bestaan er programma's en initiatieven om de regionale economie te internationaliseren. Er bestaan verschillende soorten van deze programma's. Over de effectiviteit hiervan zijn de meeste onderzoeken ambivalent; de resultaten zijn afhankelijk van het type programma en de exportfase waarin een bedrijf verkeert (Durmusoglu e.a., 2012; Naidu & Rao, 1993; Freixanet, 2012). Wilkinson & Brouthers (2006) onderscheiden drie verschillende typen handelsbevordering namelijk *handelsbeurzen*, *handelsmissies* en *programma's gericht op het lokaliseren van exportpartners op andere markten* (pp. 237-240). Durmusoglu e.a. (2012) benoemen ook nog programma's met betrekking tot financiering, overdracht van marktkennis en kennisoverdracht over export in het algemeen (p. 681). Over de eerste zijn zij positief; de beurzen geven 'managers' een mogelijkheid om zeer snel veel informatie in te winnen over een exportmarkt in bepaalde sectoren. Ook genereert het extra inkomsten.

Handelsmissies geven een ondernemer de kans in contact te komen met klanten, distributeurs en meer ervaren exporteurs, met wie zakelijke contacten gelegd kunnen worden. Vaak worden deze geleid door een hoge ambtenaar, die deuren kan openen. Missies van deze aard kosten vaak veel tijd en moeite om te organiseren. De uiteindelijke resultaten zijn volgens onderzoek minder goed dan die van handelsbeurzen; 8 op de 10 deelnemers aan zo'n missie verdient het uitgegeven geld niet terug (Wilkinson & Brouthers, 2006, p. 239). Het effect van handelsmissies op de exportprestatie is vooral

indirect, volgens de auteurs. De missies zijn vooral geschikt voor het op- en uitbouwen van relaties die op de lange termijn tot handel of overzeese investeringen leiden (Wilkinson & Brouthers, 2006).

Over de effectiviteit van de programma's zijn de resultaten verdeeld. Volgens Naidu & Rao (1993) hangt dit samen met de fase van export waarin een bedrijf zit. Zij stellen dat niet-exporteurs, beginnende exporteurs en ervaren exporteurs verschillende barrières als hinderlijk ervaren of voorstellen. Niet-exporteurs blijken over de hele breedte negatiever te zijn over handelsbarrières, terwijl ervaren exporteurs vooral een probleem hebben bij het identificeren van kansen; zij wensen vooral bezoek aan relevante beurzen (Naidu & Rao, 1993, p. 92).

Verder wordt aangegeven dat het belangrijk is dat programma's voor handelsbevordering heldere doelen hebben en daarbij het juiste beleid aan de juiste doelgroep koppelen. Is het doel van een overheid het aandeel exporteurs te verhogen of het aandeel goederen? In het eerste geval doet men er goed aan te werken aan een makkelijkere toetreding tot de markt, terwijl in het tweede geval een terugdringing van de 'trade costs' en transportkosten moeten worden bewerkstelligd (Smeets e.a., 2010).

### 1.3.1. Het Gelderse exportbeleid

De afgelopen jaren heeft de provincie Gelderland zich toegelegd op de door hen geformuleerde topsectoren: Food, Health en EMT. De maakindustrie valt daar buiten, maar wordt wel gezien als een belangrijke pilaar in de regionale economie. Vooral in de Achterhoek is er veel van deze industrie aanwezig, die vaak onderdeel uitmaken van mondiale waardeketens (Dankbaar e.a., 2014). De provincie heeft de afgelopen jaren proberen te achterhalen hoe de maakindustrie in Gelderland haar positie kan versterken en wereldwijd kan concurreren.

In Nederland is een samenspel te zien van nationale en regionale initiatieven. Via Het Rijk zijn instanties als de *Netherlands Foreign Investment Agency* (NFIA), *Kamer van Koophandel* (KvK) en *Rijksdienst voor Ondernemend Nederland* (RVO) grote spelers op het gebied van het aanbieden van exportassistentie.

De uitvoering van het beleid wordt door de provincie Gelderland grotendeels uitbesteed aan de OOST NV, de Gelders-Overijsselse tak van de NFIA die naast de nationale instellingen actief is in de regio. Daarnaast zijn er verschillende instellingen actief, die niet per se door de overheid gefinancierd en aangestuurd worden, maar wel assistentie bieden aan exporterende leden.

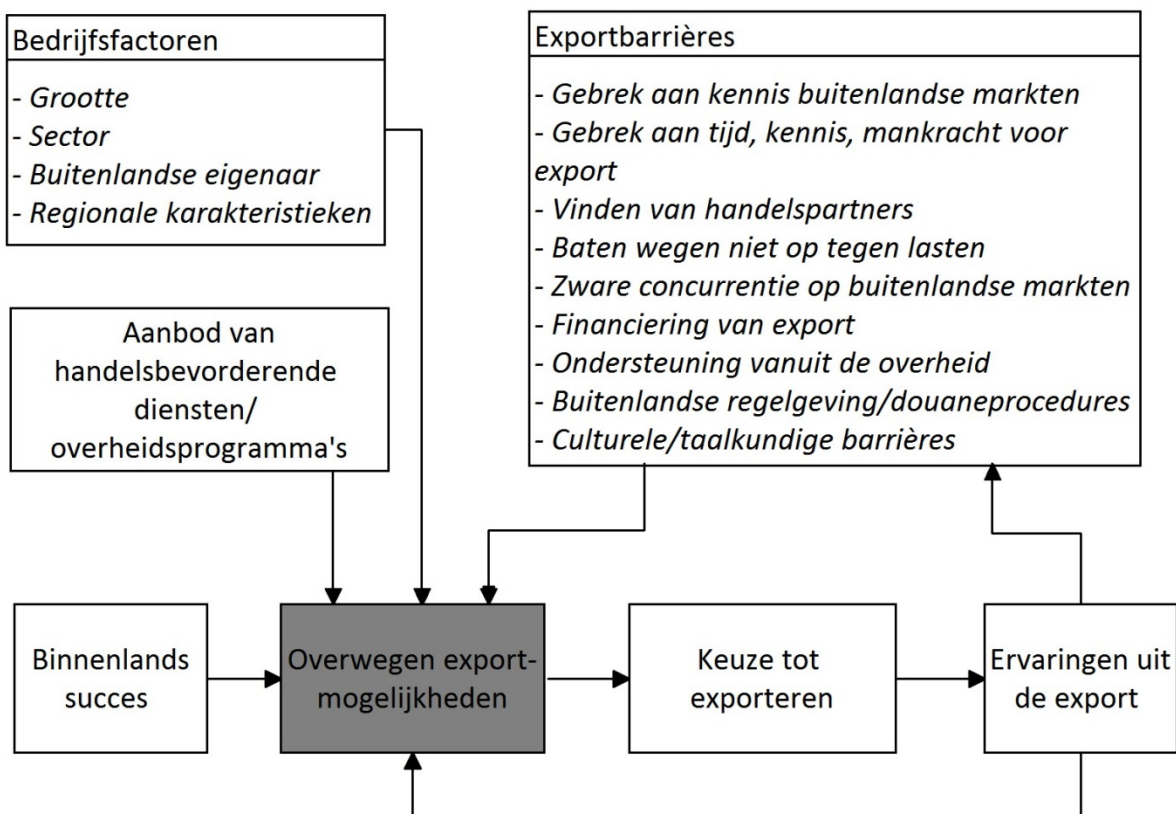
## 1.4. Conceptueel model

Het onderstaande model geeft op schematische wijze het exportgedrag van het midden- en kleinbedrijf weer. De onderste helft van het model start met de veronderstelling dat een bedrijf succesvol is binnen de eigen grenzen. Handel met buitenlandse partners is dan een logische volgende stap om een grotere omzet te draaien. Het is ook mogelijk dat een bedrijf tot export aangezet wordt, omdat zij in een niche opereren en mogelijke toeleveranciers en afnemers alleen in het buitenland te vinden zijn. Met waardeketens die in toenemende mate versnipperen, is dit in veel productieketens een realiteit. Binnen de onderneming zal vervolgens worden afgewogen hoeveel perspectief de stap naar export biedt. Er zijn in dit hoofdstuk twee factoren besproken die in die overweging worden meegenomen, namelijk exportbarrières en het aanbod van exportassistentie door derden. De bedrijfsfactoren worden verder besproken in hoofdstuk 2. Deze factoren hebben invloed op de potentie voor export en wegen derhalve mee in de beslissing daartoe.

De exportbarrières waar een bedrijf tegenaan loopt, of waar het tegenaan denkt te lopen, bepaalt mede de keuze wel of niet te exporteren. Deze barrières zijn beschreven in paragraaf 1.2. Het aanbod van handelsbevorderende ondersteuning, vooral vanuit overheidswege, is ook opgenomen in het model, aangezien dit een focus van het onderzoek is. Wanneer derden assistentie kunnen bieden op een vlak waar het bedrijf het nodig acht, weegt dat positief mee in de afweging voor export.

Na overweging van de mogelijkheden neemt een bedrijf de beslissing wel of niet te exporteren. Wanneer dat besluit positief uitvalt en de onderneming gaat exporteren, ontstaat een cyclische situatie, waarin de ervaringen die worden opgedaan in de export leiden tot een heroverweging van de beslissing tot exporteren. Slechte ervaringen kunnen ervoor zorgen dat men de exportactiviteiten staakt of mindert, succes zet aan tot voortzetting en zelfs uitbreiding van de export. Ook zorgt het opbouwen van exportervaring ervoor dat de exportbarrières minder hinderlijk zullen worden. Bekendheid met het exportproces maakt het eenvoudiger met de hindernissen om te gaan.

## 1.2. Conceptueel Model





## Hoofdstuk 2.

# Het beeld van de export in de Nederlandse economie

*Wat is de betekenis van export voor een regio? En welke factoren hebben invloed op de exportprestatie?* Dat zijn de centrale vragen die in dit hoofdstuk beantwoord worden. Hier wordt toegelicht wat het belang is van export voor een economie. Verder wordt de term *export* nader verklaard en worden er implicaties gegeven voor het interpreteren van cijfers omtrent dit onderwerp.

### 2.1. De betekenis van export voor de regio

Over de specifieke rol van export in een regio is weinig wetenschappelijk onderzoek beschikbaar. Dit in tegenstelling tot internationalisering. Export kan worden gezien als de eerste en makkelijkste stap van een onderneming richting internationalisering. Hoewel er voor export ook obstakels zijn (zie hoofdstuk 1), zijn er lagere investeringen voor nodig dan bij een overname, joint venture of vestiging van een nevenvestiging in het buitenland. Een economie die weinig exporteert, zal waarschijnlijk ook niet echt internationaal georiënteerd zijn. En aan internationale oriëntatie zitten wel degelijk voordelen. Een buitenlands bedrijf in Nederland exporteert meer, betaalt hogere lonen en doet in hogere mate aan innovatie (Ministerie van EZ, 2006). Verder wordt er een verband verondersteld tussen de aanwezigheid van multinationale ondernemingen en grotere geneigdheid van binnenlandse bedrijven om te gaan exporteren. De voornaamste reden hiervoor lijkt te liggen in de toegenomen concurrentie op de thuismarkt, maar mogelijk hebben *'exportspillovers'* hier ook een invloed op (Greenaway e.a., 2004). Het begrip *exportspillovers* wordt door Choquette & Meinen (2012, p. 1913) gedefinieerd als het effect van exporterende ondernemingen op de keuze van nabijgelegen niet-exporterende bedrijven om hiertoe over te gaan. Laatstgenoemde auteurs hebben geconcludeerd dat de nabijheid tot een exporterend bedrijf uit dezelfde sector de kans met 1,2 procent vergroot dat een niet-exporteur daar ook toe over gaat. Verder stellen zij dat kennis over export en buitenlandse markten in de regionale arbeidsmarkt groeit bij meer exporterende bedrijven en dat dit een positieve stimulans is om te gaan exporteren, vooral voor kleinere bedrijven (Choquette & Meinen, 2012, p. 1935).

Van de bedrijven in Nederland deed in 2007 zeven procent aan export, maar zij hadden 44 procent van de werknemers in de private sector aan het werk, en waren verantwoordelijk voor 52 procent van de totale toegevoegde waarde, 63 procent van de netto omzet en 87 procent van R&D-uitgaven (Genee & Fortanier, 2010, p. 2). Het aandeel exporteurs onder de bedrijvenpopulatie is wel toegenomen tot boven de tien procent de laatste jaren, vooral dankzij kleine bedrijven uit de dienstensector (CBS, 2013). Duidelijk is dat internationaal opererende bedrijven, waaronder dus exporteurs, een voortrekkersrol spelen in de regionale economie.

Een recent onderzoek naar de mate van internationalisering in Oost-Nederland laat zien dat deze regio achterloopt op het westen en zuiden van Nederland, maar of dit problematisch is, wordt in het midden gelaten (Geertsema, 2013). Aan de hand van wat eerder in deze paragraaf gesteld wordt, zou dit echter wel als zodanig gezien kunnen worden.

## 2.2. Voorwaarden voor export

De Nederlandse economie is in grote mate afhankelijk van de export, maar niet voor elke onderneming is dit even relevant. Er zijn verschillende factoren die invloed hebben op de exportpotentie van Nederlandse bedrijven. Hieronder worden ze kort besproken, in het volgende hoofdstuk zal er op deze factoren dieper worden ingegaan.

### 2.2.1. Bedrijfs grootte

Een groter bedrijf wordt vaak in verband gebracht met een hogere kans op exportsucces. Redenen die hiervoor gegeven worden zijn onder meer dat grotere bedrijven profiteren van schaalvoordelen, betere toegang tot financiële middelen, meer ruimte om risico te nemen en draagkracht voor de hoge kosten om tot een nieuwe markt toe te treden (Alvarez, 2004). Daarom zijn er relatief veel grote bedrijven actief in de export. Hoewel zo'n 99,5 procent van alle Nederlandse bedrijven onder het MKB (minder dan 250 werknemers) valt, neemt het grootbedrijf zo'n 35 procent van de Nederlandse export voor zijn rekening (CBS, 2015c).

### 2.2.2. Sector

De Nederlandse economie is opgedeeld in ongeveer twintig sectoren. Daarvan nemen er slechts twee het leeuwendeel van de export voor hun rekening, namelijk: 'industrie' en 'groothandel'. Gezamenlijk nemen zij zo'n 90 procent van de totale Nederlandse export voor hun rekening (CBS, 2015c). De dienstensector is vooral nog een marginale exporteur. Vooral binnen de industriële sector zijn er de nodige verschillen waar te nemen in exportintensiteit, ofwel de verhouding van export tot omzet. Vooral

### Verklaring van begrippen:

- **Import/Invoer:** (De kosten van) de hoeveelheid goederen die vanuit het buitenland naar Nederland vervoerd worden. Tenzij anders vermeld wordt wederuitvoer hierin meegerekend, maar doorvoer niet.
- **Export/Uitvoer:** (De opbrengsten van) de hoeveelheid goederen die van Nederland naar het buitenland vervoerd worden. Tenzij anders vermeld wordt wederuitvoer hierin meegerekend, maar doorvoer niet.
- **Wederuitvoer:** goederen die Nederland binnenkomen, kort overgaan op een Nederlandse eigenaar, en weer verlaten zonder dat er veel extra waarde aan is toegevoegd. Dit zijn onder andere goederen die door Nederlandse distributiecentra worden ingeklaard en vervoerd naar andere Europese landen (Jaarsma, 2005).
- **Doorvoer:** goederen die op Nederlands grondgebied aanwezig zijn, maar geen Nederlandse eigenaar krijgen en waaraan niet of nauwelijks waarde wordt toegevoegd.
- **Handelsvolume:** De som van de totale handel (import + export) tussen twee landen.
- **Handelsbalans:** Het verschil tussen de waarde van de export en de import.
- **Intermediair verbruik:** Goederen en diensten die in het productieproces worden ingezet en die aan het eind van het proces geheel in de nieuwe producten zijn opgegaan, zoals grondstoffen en halffabricaten (Jaarsma, 2005).
- **Toegevoegde waarde:** De waarde die in het productieproces toegevoegd wordt aan het product. De optelling hiervan op nationale schaal vormt het BBP.
- **MKB:** Midden- en kleinbedrijf. Hieronder vallen alle ondernemingen tot de 250 werknemers. Dit komt neer op meer dan 99 procent van alle bedrijven in Nederland. Binnen het MKB wordt verder onderscheid gemaakt tussen 'micro' (0-9), 'klein' (10-49) en 'middelgroot' (50-249). (CBS, 2015c).
- **SBI-indeling:** De sectoren in de Nederlandse economie zijn onderverdeeld in klassen. Op het hoogste niveau gaat de indeling naar letters:  
**A:** Landbouw, bosbouw, visserij / **B:** Delfstoffenwinning / **C:** Industrie / **DE:** Nutsbedrijven / **F:** Bouw / **G:** Groot- en detailhandel / **HJ:** Vervoer, opslag & communicatie / **I:** Horeca / **K:** Financiële instellingen / **LMN:** Zakelijke dienstverlening / **O:** Openbaar bestuur / **P:** Onderwijs / **Q:** Gezondheidszorg / **RS:** Overige dienstverlening

bedrijven uit de farmaceutische, chemische, elektronische en metaalindustrie halen een groot deel van hun omzet (40-60 procent) uit de export (CBS, 2011). Meer hierover in hoofdstuk 4.

### **2.2.3. Buitenlandse zeggenschap**

In Nederland gevestigde bedrijven met een buitenlandse moeder doen veel vaker aan export. Zij zijn al aangesloten op internationale netwerken en zijn over het algemeen groter dan Nederlandse bedrijven. Vooral bedrijven van buiten Europa bedienen met een Nederlandse vestiging de hele Europese markt (Ministerie van EZ, 2006). Uit onderzoek van Geertsema (2013) blijkt dat Gelderland, net als Oost-Nederland in zijn geheel, laag scoort op het aandeel buitenlandse bedrijven en arbeidsplaatsen; het Gelderse aandeel is zo'n 85 procent van het Nederlands gemiddelde.

### **2.2.4. Regionale karakteristieken**

Over de invloed van locatie op export is weinig onderzoek gedaan. Het meeste exportonderzoek focust op de relatie met organisatorische factoren. Jaarsma e.a. (2013) stellen dat locatie invloed heeft op de geneigdheid tot handelen met het buitenland. De grote verschillen tussen de Nederlandse provincies lijken dat te bevestigen. Het oosten en zuiden van Nederland blijken gunstige regio's om internationale handel te plegen. Mogelijke verklaringen die hiervoor gegeven worden zijn de aanwezigheid van clusters en landsgrenzen. Noord-Brabant, Flevoland en Overijssel worden genoemd als beste locaties voor export (p. 129). Freeman e.a. (2012, p 104) vinden in het geval van Australië dat locatie wel invloed heeft op de export, maar vooral indirect; het regionale aanbod van vaardigheden in de arbeidsmarkt blijkt vooral de ruimtelijke verschillen te veroorzaken.

## **2.3. Het beeld van de Nederlandse export**

Nederland is een exportland. In 2013 kende ons land zelfs het een-na-grootste cijfer voor totale export binnen de Europese Unie (500 miljard euro); in absoluut volume ruim twee maal minder als Duitsland, maar hoger dan landen als Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk (CBS, 2014). Ons land heeft onmiskenbaar een open economie, met communicatie- en goederenstromen die zich over grote delen van de wereld verspreiden. De totale exportwaarde bedroeg in 2009 zo'n 70 procent van het totale BBP, een stijging van vijftien procentpunten in twintig jaar (CBS, 2012). Dit cijfer vertekent, omdat maar iets meer dan de helft van de export bestaat uit Nederlands fabricaat en de rest uit wederuitvoer, waar maar kleine marges aan verdiend worden. In vergelijking met andere Europese landen is de verhouding tussen export en BBP echter heel hoog. Hueck & Went (2016) observeren dat Nederland in 2014 in bruto export wereldwijd de zevende plek inneemt. Maar in toegevoegde waarde staan we 'slechts' op de 16<sup>e</sup> plaats, een positie die meer in lijn is met de grootte van de nationale economie.

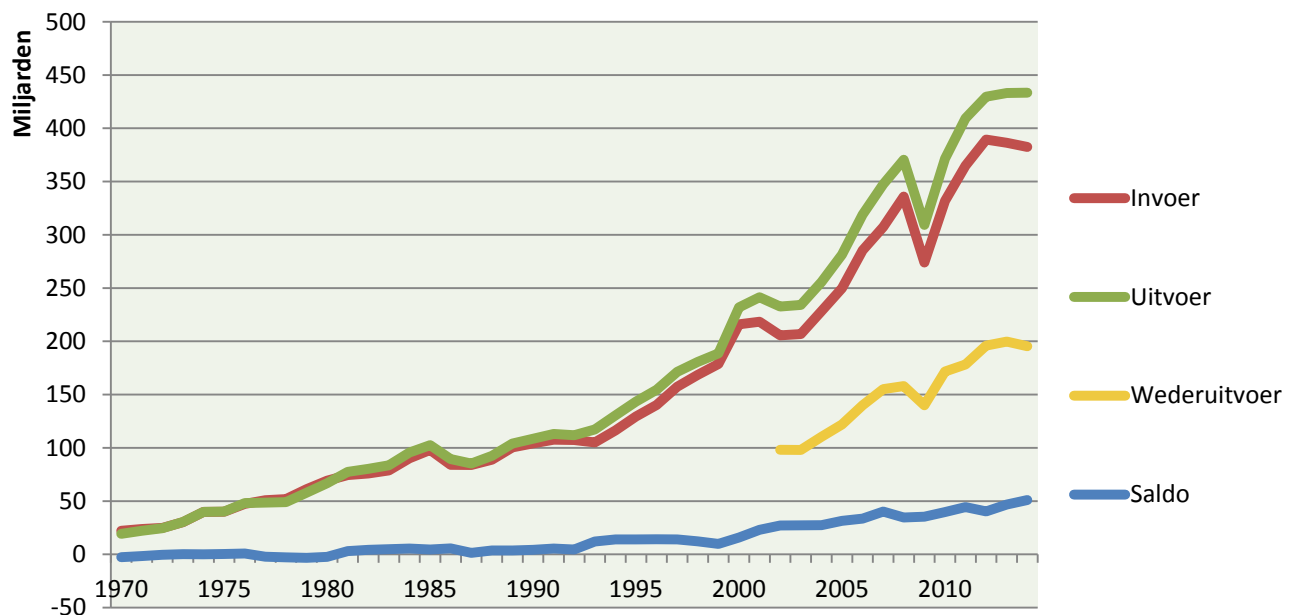
In figuur 2.1 is de exponentiële lijn te zien waarmee de Nederlandse handel met het buitenland is toegenomen. Nederland lijkt de afgelopen decennia erg geprofiteerd te hebben van de integratie van de Europese markt. Opvallend is dat tijdens de crisisjaren vanaf 2008 de invoer stagneerde, terwijl de uitvoer licht bleef toenemen. Een mogelijke verklaring hiervoor is, dat de Duitse economie beter bleef draaien in deze periode en dat goederen voor de Duitse markt bleven komen via Nederland.

De bedragen in de figuur hebben alleen goederen, en dus niet diensten meegenomen. Goederen maken nog steeds verreweg het grootste deel uit van de export, al wint het aandeel diensten terrein. Laatstgenoemde categorie was in 2007 goed voor 70 miljard van de invoer en 80 miljard van de

uitvoer. Dit aandeel was in 2015 gegroeid tot boven de 100 miljard. (CBS 2015a). De statistieken die in het volgende hoofdstuk worden behandeld hebben alleen betrekking op de goederenexport. Goederen maken het grootste deel uit van de export en bovendien is er vooralsnog weinig cijfermateriaal voorhanden over dienstenexport.

In figuur 2.1 is te zien dat Nederland sinds het eind van de jaren '80 een vrijwel constante stijging heeft gezien in zijn export. Ook na de dramatische daling van in- en uitvoer in 2009 is de stijging op het oude niveau doorgegaan om vanaf 2012 af te vlakken. In 2014 was de export van goederen net zo hoog als die in goederen én diensten in 2007 (CBS, 2015c).

**Figuur 2.1. De Nederlandse in- en uitvoer tussen 1970 en 2014.**



Bron: CBS, 2016a

Hoe is het mogelijk dat het kleine Nederland zo veel exporteert? Een van de duidelijkste redenen voor het hoge exportcijfer van Nederland is zijn ligging (CPB, 2012). Met de haven van Rotterdam en luchthaven Schiphol heeft Nederland twee mainports die bij de grootste van hun soort horen binnen Europa. Dankzij een prima ontsluiting naar voornamelijk Duitsland, komen veel goederen eerst Nederland binnen voor ze verder vervoerd worden naar andere landen. Export met een dergelijk karakter wordt geclassificeerd als *wederuitvoer*. Dat wil zeggen; goederen die Nederland binnenkomen, kort in Nederlands eigendom komen, en met minimale waardedoelvoeging ons land weer verlaten (Jaarsma, 2005). Zie ook het begrippenkader voor een uitgebreidere uitleg. Deze uitvoer levert ons land minder op dan uitvoer van Nederlands fabricaat; Smit e.a. (2013) houden aan dat met iedere euro wederuitvoer 7,4 cent verdiend wordt, tegenover 58,5 cent per euro export van Nederlands fabricaat (p. 136). Er wordt immers meer waarde toegevoegd aan (half)fabricaten uit eigen productie, dan aan een product wat ingekocht en doorverkocht wordt. In paragraaf 3.3 wordt verder op wederuitvoer ingegaan.

De export is niet gelijk verdeeld over de Nederlandse provincies, zoals in het vervolg van dit onderzoek wordt aangetoond. Bij het verklaren van de grote verschillen tussen de provincies, speelt

ook de wederuitvoer een grote rol. Vooral de Hollandse provincies, met de mainports binnen hun grenzen, kennen een hoog wederuitvoerpercentage. Van de Noord-Hollandse export bestaat zelfs meer dan de helft uit wederuitvoer. Provincies als Noord-Brabant, Limburg en Overijssel kennen ook een hoog wederuitvoeraandeel. Gelderland vormt met 25 procent een uitzondering onder de grote provincies; het Gelders aandeel ligt op het niveau van de kleine provincies (CBS, 2015f). In het volgende hoofdstuk wordt hier dieper op ingegaan.

## 2.4. Conclusie: Het beeld van de export

In dit hoofdstuk is uiteengezet wat het belang van export is voor een land of regio. De export is een indicatie voor hoe internationaal gericht een regio is. Bedrijven die internationaal actief zijn, zorgen voor werkgelegenheid, betalen hogere lonen en zijn actiever in R&D. Bovendien vormen zij een stimulans voor niet-exporteurs om ook internationaal actief te worden. Nederland is, zeker gezien zijn omvang, een grote exporteur. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat een groeiend deel hiervan wederuitvoer is – tegenwoordig meer dan 40 procent. Ook is maar een klein deel van het Nederlandse MKB actief op buitenlandse markten. Deze bedrijven zijn bovendien niet gelijk verdeeld over de regio's. In het volgende hoofdstuk wordt aangetoond dat de export niet gelijk verspreid is over de provincies.

Verder is in dit hoofdstuk een aantal factoren vastgesteld die invloed hebben op de exportprestatie van een regio. Ten eerste is dat omvang: grote bedrijven zijn verantwoordelijk voor een groot deel van de export en hebben meer middelen en mankracht ter beschikking hiervoor. Verder speelt ook de sector waarbinnen het bedrijf valt een rol. Industriële en landbouwproducten worden veel geëxporteerd door bedrijven in een beperkt aantal sectoren. Ten derde blijken bedrijven die in buitenlands bezit te zijn meer te exporteren. Het netwerk en expertise van het moederbedrijf helpt hen daarbij. Tot slot spelen ook regionale karakteristieken mee. De aanwezigheid en kwaliteit van infrastructuur, onderwijs en aanwezige vaardigheden binnen de arbeidsmarkt bepalen het profiel van de regionale economie en daarmee ook van de export.

Het volgende hoofdstuk gaat aan de hand van deze factoren in op het exportprofiel van de Nederlandse provincies en die van Gelderland in het bijzonder.

## Hoofdstuk 3

### De Gelderse export in cijfers

In het vorige hoofdstuk is beschreven wat het belang is van export, welke factoren hier een rol in spelen en hoe het zich op Nederlands schaalniveau heeft ontwikkeld. In dit hoofdstuk wordt de focus verlegd naar de ontwikkeling vanaf 2008 op lagere schaalniveaus, namelijk die van de provincies en de Gelderse COROP-regio's. Er is naast Gelderland ook enige aandacht voor Overijssel, aangezien deze twee provincies op het gebied van internationalisering nauwe betrekkingen hebben en zich profileren als Oost-Nederland. Instanties als OostNV en VNO-NCW Midden hebben bijvoorbeeld beide provincies in hun werkgebied. Desondanks hebben deze provincies niet helemaal hetzelfde profiel met betrekking tot export. De vraag die in dit hoofdstuk beantwoord wordt, luidt:

*Hoe verhoudt Gelderland zich tot de rest van Nederland op het gebied van export?  
En wat zijn de kenmerken van exporterende bedrijven in Gelderland?*

Naast statistieken van CBS Statline en rapportages van andere (overheids)partijen, wordt tevens gebruik gemaakt van maatwerktabellen met data op provinciaal en COROP-niveau, die het CBS in opdracht van de Provincie Gelderland heeft samengesteld. Tabellen en figuren, gebaseerd op dit maatwerk, laten van de provincie Groningen grotendeels incomplete gegevens zien. Om die reden wordt Groningen, dat door de gaswinning bovendien een afwijkend karakter heeft omtrent export, grotendeels weggelaten in de analyse. Omdat dit onderzoek zich vooral richt op goederenexport, zal vooral de industriële sector (SBI-sector C) aan bod komen in dit hoofdstuk.

Het hoofdstuk begint hieronder met een kort overzicht van de bevolkings- en werkgelegenheids cijfers van Gelderland. Vervolgens wordt op provinciaal niveau een beeld van de export gegeven, aan de hand van de in het vorige hoofdstuk beschreven factoren. Daarna wordt ingezoomd op de profielen en prestaties van de regio's binnen Gelderland. In paragraaf 3.5 wordt vervolgens een profiel geschetst van exporteurs en wordt een voorschot genomen op het bepalen van de aan te schrijven bedrijven voor de enquête, iets dat ook in hoofdstuk 4 aan bod komt. Tot slot volgt een conclusie, die de hierboven geformuleerde vraag beantwoordt.

De provincie Gelderland had in 2015 een inwonertal van zo'n 2 miljoen, een stijging van 8,3 procent ten opzichte van twintig jaar eerder. Deze bevolkingsgroei ligt bijna een procentpunt achter op de groei van de totale bevolking van Nederland, die de afgelopen twee decennia 9,5 procent heeft bedragen (CBS Statline, 2015b). Gelderland maakt niettemin een stabiele, gemiddelde groei door, waarvan door slechts drie provincies echt wordt afgeweken: Flevoland en Utrecht zijn de uitschieters naar boven met een groei van respectievelijk 53 en 18 procent ten opzichte van 1995. In Limburg is na het jaar 2000 de bevolking gekrompen en is daarmee de enige provincie die momenteel een inwonertal heeft dat lager ligt dan het niveau van 1995. De grootste groei binnen Gelderland is waar te nemen in de stedelijke gebieden; Arnhem en Nijmegen zijn de afgelopen jaren relatief hard gegroeid.

Net als in Limburg is er de laatste tien jaar op COROP-niveau ook elders sprake van bevolkingskrimp; de Achterhoek verloor de afgelopen tien jaar bijna een procent van zijn inwoners (CBS Statline, 2015b). Door het Planbureau voor de Leefomgeving zijn de regio's Twente en de Achterhoek



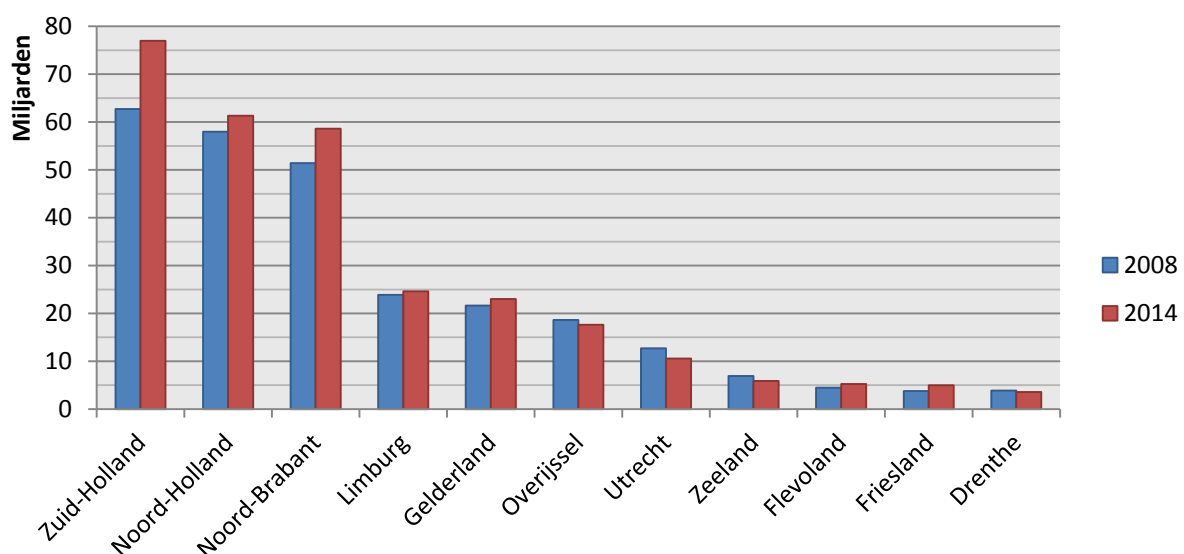
aangemerkt als anticipeergebieden; regio's waar krimp en aanverwante gevolgen nog niet duidelijk merkbaar zijn, maar waar deze wel verwacht worden. Op economisch gebied is het belangrijkste gevolg dat de arbeidsmarkt aan de aanbodkant kleiner zal worden en dat daardoor de regio's voor vooral arbeidsintensieve sectoren (diensten) minder aantrekkelijk wordt. Dit kan deels worden opgevangen door omscholing van werklozen en een hogere arbeidsparticipatie van vrouwen, maar kan uiteindelijk niet helemaal gestopt worden (Ritsema van Eck e.a., 2013).

De economische prestaties van de Oost-Nederlandse provincies lopen licht achter op het gemiddelde, wanneer gekeken wordt naar het BBP per hoofd, uitgesplitst op provinciaal niveau. Ver achter de vier best presterende provincies, komt Gelderland op een vijfde plaats met een inkomen van iets meer dan 33 duizend euro, vijfduizend minder dan het Nederlands gemiddelde. In Overijssel ligt het BBP per hoofd nog duizend euro lager (CBS, 2015e).

### 3.1. Export op provinciaal niveau: hoe presteert Gelderland?

In deze paragraaf worden op provinciaal niveau kerncijfers uiteengezet die relevant zijn voor de exportprestatie. Er is gekozen voor een focus op de jaren 2008 en 2014 om een beeld te krijgen welke invloed de afgelopen economische dip op de export heeft gehad. 2008 was het laatste jaar dat de cijfers nog niet getekend waren door de crisis en 2014 was een jaar van voorzichtig herstel. Gedurende deze crisisjaren slaagde Nederland er desondanks in om de totale export met 7,9 procent te laten groeien naar 305 miljard euro (CBS, 2015c). Figuur 3.2 laat zien dat deze winst vooral geboekt is in West-Nederland en Noord-Brabant. De groeicijfers voor Gelderland en Limburg zijn laag en in het geval van Overijssel en Utrecht zelfs negatief. Gegeven de omvang van de Gelderse economie scoort Gelderland erg laag wat betreft export. Limburg, Overijssel en Utrecht bieden immers veel minder werkgelegenheid, ook in de industrie. Dit wekt de suggestie dat Gelderland zijn exportpotentieel in mindere mate waarmaakt dan zijn buurprovincies. De cijfers van Groningen zijn incompleet, maar zijn gezien hun kleine economie en exportstromen is Noord-Nederland ook minder relevant om met Gelderland te vergelijken.

**Figuur 3.2. Ontwikkeling van export per provincie, in miljarden euro's.**



Bron: CBS, 2015c

Een manier om te analyseren hoe belangrijk export voor een regio is, is door te kijken naar de uitvoerquote; tabel 3.2 geeft deze weer uit 2012, het recentste jaar met complete cijfers op moment van schrijven. Hier wordt gekeken hoe de totale uitvoerwaarde zich verhoudt tot de waarde van alle geproduceerde goederen van de regio. Te zien is dat de quote van Gelderland erg laag ligt in vergelijking met de andere grote provincies in Nederland. De notering van 0,19 betekent dat 19 procent van alle geproduceerde goederen uiteindelijk geëxporteerd zijn vanuit Gelderland. Gelderland is dus minder afhankelijk van de export, maar laat misschien wel buitenlandse groeikansen liggen.

**Tabel 3.2. Uitvoerquote per regio, 2012.**

Regio	Prod. Basisprijzen (x mln)	uitvoer-waarde (x mln)	Uitvoerquote
<b>Nederland</b>	<b>1.202.267</b>	<b>295.035</b>	<b>0,25</b>
Limburg	75.800	23.919	0,32
Zeeland	23.271	7.018	0,3
Noord-Brabant	193.177	55.880	0,29
Zuid-Holland	292.520	78.097	0,27
Overijssel	67.202	18.447	0,27
Noord-Holland	250.902	62.960	0,25
Flevoland	21.150	4.601	0,22
<b>Gelderland</b>	<b>122.118</b>	<b>22.995</b>	<b>0,19</b>
Drenthe	24.423	3.763	0,15
Utrecht	98.433	13.165	0,13
Friesland	33.721	4.190	0,13

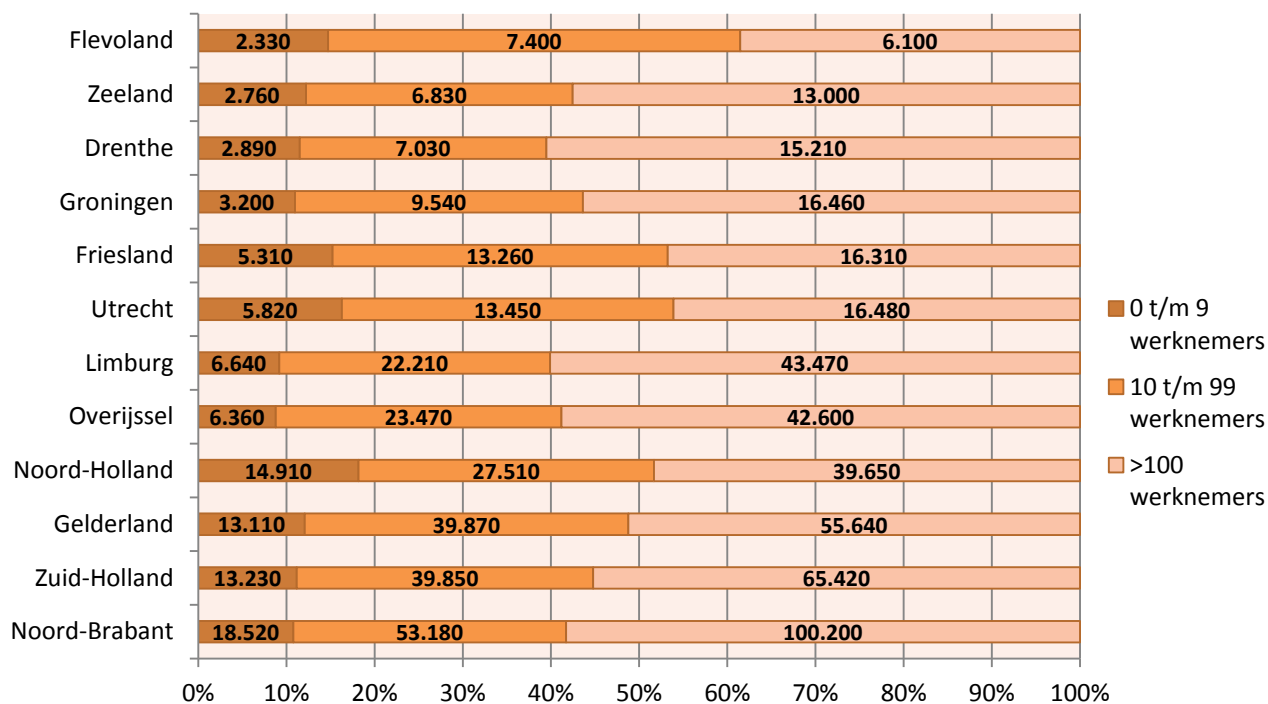
Bron: CBS, 2015c; CBS, 2016b.

### 3.1.1. Bedrijfsgrootte

De grootte van een bedrijf blijkt een bepalende factor te zijn in de duiding van regionale export. Een trend die bij elke provincie op te merken is, is het grotere aandeel van grote bedrijven (>100 werknemers) in de werkgelegenheid in de industriële sector; 53 procent ten opzichte van 38 procent over alle sectoren in Nederland. Bedrijven in deze sector zijn dus bovengemiddeld groot (LISA, 2014). Figuur 3.3 laat, gesorteerd van meeste naar minste aantal banen in de industrie op provinciaal niveau, de verdeling zien van aantal en aandeel banen naar grootteklasse. Figuur 3.4 houdt de volgorde van 3.3 aan en laat zien hoe de export is opgebouwd naar grootte. Hoewel door beperkingen in de data de grootteklassen niet geheel op elkaar aansluiten.

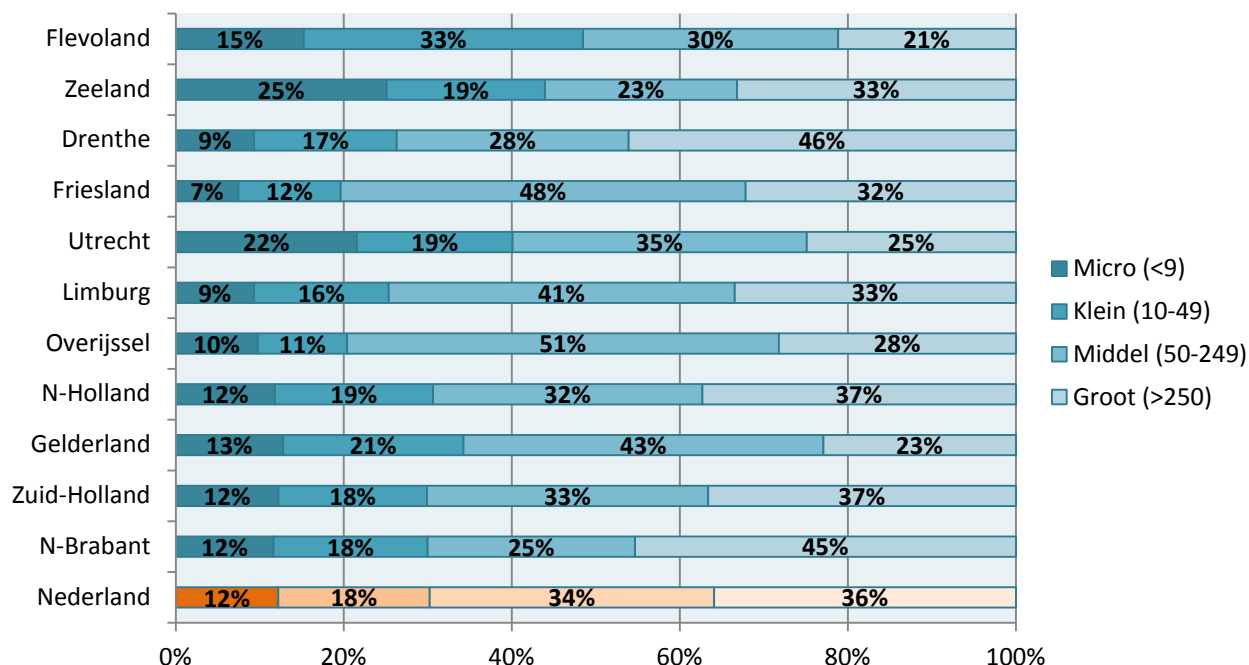
Weinig verrassend is dat het grootbedrijf, 0,3 procent van het Nederlandse bedrijfsbestand, een hoog exportaandeel heeft. In combinatie met het middenbedrijf (50 – 250 werknemers) nemen zij 60 tot 80 procent van de export voor hun rekening. Dit lijkt echter bij benadering niet ver van hun aandeel banen in de industrie te liggen. Opvallend is ook dat in grote lijnen het exportaandeel van microbedrijven (<10 werknemers) gelijk staat aan het aandeel banen in de industrie. Grote bedrijven exporteren grotere volumes, maar afgezet naar aantal werknemers lijken de verschillen klein te zijn. Een reden hiervoor ligt vermoedelijk in het feit dat in de industrie kleine bedrijven, die een uniek product maken, een mondiale nichemarkt kunnen bedienen.

**Figuur 3.3. Verdeling van het aantal banen in de industrie, per grootteklasse, in 2014**



Bron: LISA, 2014

**Figuur 3.4. Omzetaandeel in de export van bedrijven naar bedrijfsgrootte in %, in 2014**



Bron: CBS, 2015c

De cijfers voor Gelderland laten zien dat de provincie derde staat wat betreft aantal werknemers in de industrie en dat de bedrijvenpopulatie uit relatief weinig grote bedrijven bestaat. Dit is terug te zien in de verdeling van de export; in vergelijking met de zes grootste industrieprovincies exporteert

het Gelderse micro- en kleinbedrijf het meest. Nationaal neemt het grootbedrijf 36 procent van de export voor zijn rekening, in Gelderland is dit slechts 23 procent.

### 3.1.2. Sector

Hoewel de dienstensector de afgelopen decennia een steeds grotere plaats in heeft genomen in de Nederlandse economie, heeft deze desondanks maar een klein aandeel in de totale export. Rond de veertig procent van de Nederlandse ondernemingen is actief in de dienstensector, terwijl hun bijdrage in de export ver onder de tien procent ligt (Jaarsma & Smit, 2013). Viersen en Walsweer (2014) laten voor de provincie Gelderland een ontwikkeling zien waarbij vanaf 1960 de werkgelegenheid in de industrie af is genomen van 35 naar 11 procent en de die in de dienstensector juist sterk gestegen; zo'n 80 procent. Werkgelegenheid in de landbouw laat al decennialang een langzame maar zekere daling zien. Opmerkelijk genoeg blijft het aandeel arbeidsplaatsen in de bouw erg stabiel (p. 18). Een dergelijke ontwikkeling is te zien in heel Nederland, blijktens de stelling van Viersen en Walsweer (2014) dat Nederland, na Luxemburg, het kleinste aandeel industrie heeft in zijn economie.

**Tabel 3.3. Aantal & aandeel bedrijfsvestigingen en banen in Gelderland, 2015.**

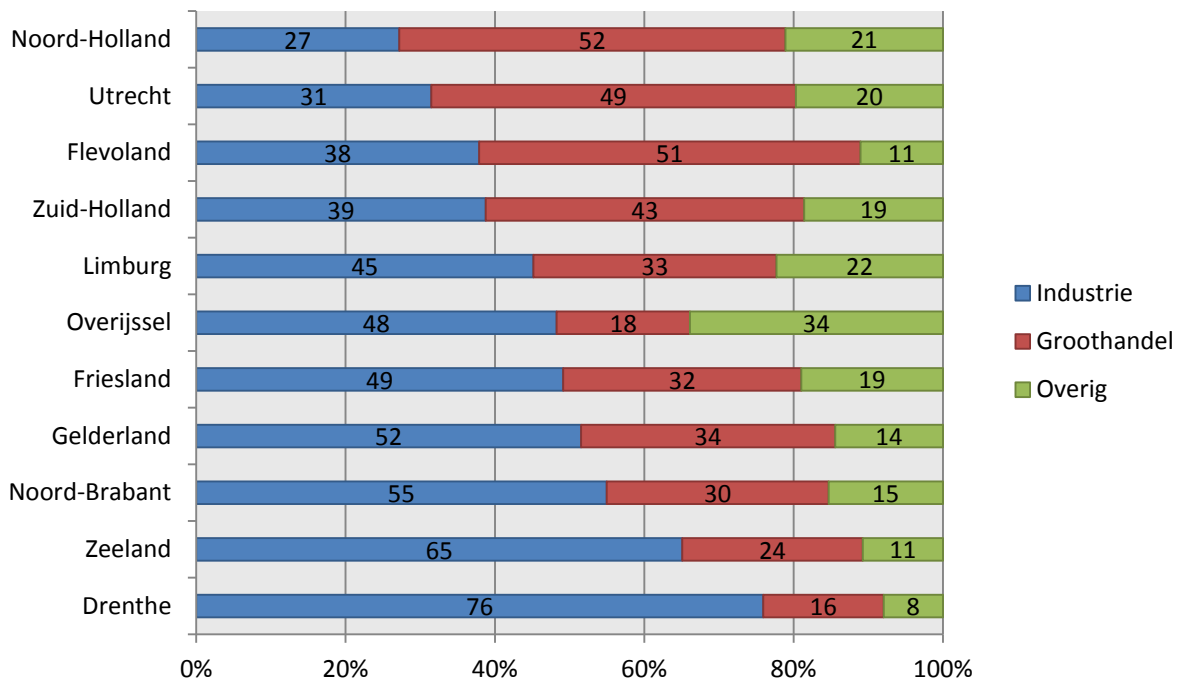
Sector	Gelderland			Nederland
	Vestigingen, abs.	Banen, abs.	Aandeel banen, %	Aandeel banen, % (2014)
A Landbouw & Visserij	10.800	27.300	2,8	1,3
<b>BC Industrie &amp; Delfstoffenwinning</b>	<b>7.710</b>	<b>108.110</b>	<b>11,1</b>	9,5
DE Nutsbedrijven	360	11.590	1,2	0,8
F Bouw	17.080	55.330	5,7	3,8
G Handel	30.360	170.430	17,5	16,5
<b>Ga Groothandel</b>	<b>9.520</b>	<b>57.350</b>	<b>5,9</b>	5,8
Gb Detail- en autohandel	20.840	113.080	11,6	10,8
HJ Vervoer, opslag & communicatie	11.340	66.650	6,9	7,6
I Horeca	5.850	43.740	4,5	4,5
K Financiële instellingen	1.460	17.710	1,8	3,1
LMN Zakelijke dienstverlening	40.200	135.800	14	18,2
O Openbaar bestuur	450	51.190	5,3	6,4
P Onderwijs	8.640	67.380	6,9	6,4
Q Gezondheidszorg	18.080	174.270	17,9	16,6
RS Overige dienstverlening	17.890	42.330	4,4	3,3
<b>Totaal</b>	<b>170.220</b>	<b>971.830</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Bron: PWE Gelderland, 2015; CBS, 2016c.

Tabel 3.3 geeft het algemene beeld weer van de werkgelegenheid per sector in de provincie Gelderland. In de meeste sectoren zweeft Gelderland rond het Nederlands gemiddelde met betrekking tot werkgelegenheid. Opvallend is wel dat Gelderland een bovengemiddelde hoeveelheid banen heeft in de industrie, iets dat ook al opvalt in figuur 3.3. Ook de exportintensieve sectoren landbouw en groothandel bieden relatief veel werkgelegenheid. Binnen de dienstensectoren presteert Gelderland vrijwel zonder uitzondering zwak.

Wat betreft de werkgelegenheid in de industrie, traditioneel een drijvende kracht achter de export, is te zien dat de Randstad-provincies hier relatief laag op scoren; de dienstensector neemt daar een dominantere positie in. Noord-Brabant blijkt in de industrie de absolute koploper. Met rond de 160 duizend banen in deze sector, is zo'n 14 procent van de Brabantse werkgelegenheid te vinden in de industrie. Limburg en Overijssel scoren in deze sector relatief hoog. Met respectievelijk 14 en 13 procent van de totale werkgelegenheid in de industrie complementeren zij de top drie. Gelderland is met 11,1 procent een middenmoter, maar scoort aanmerkelijk hoger dan de Randstad-provincies.

**Figuur 3.5. Export van goederen naar sector en provincie, 2014.**



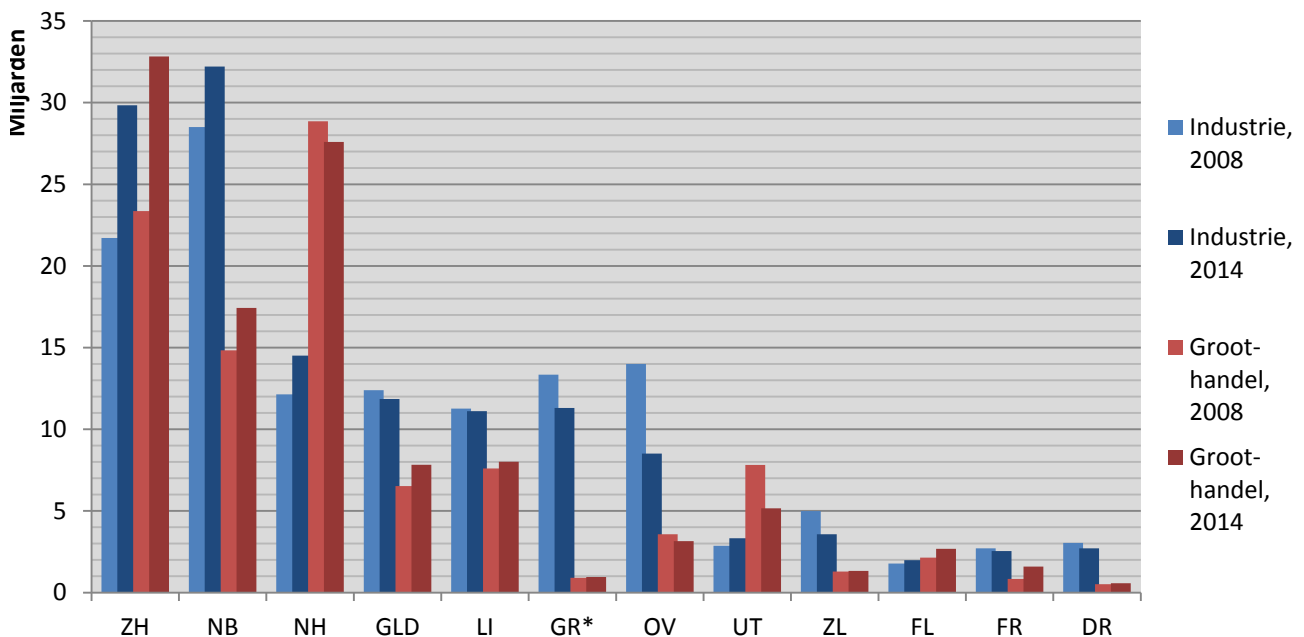
Bron: CBS, 2015c

De CBS-cijfers laten zien dat industrie en groothandels verreweg de meeste export voor hun rekening nemen in alle provincies. De verhoudingen van Overijssel in figuur 3.5 zijn enigszins vertekenend. Tijdens de afgelopen jaren heeft zich een grote verschuiving voorgedaan in de regio Noord-Overijssel, waarbij een aantal grote spelers op exportgebied uit de industrie een verandering van bedrijfsstructuur heeft ondergaan, waardoor deze export onder diensten is komen te vallen (CBS, 2015c). In 2008, voordat deze wijziging plaatsvond, was het aandeel van de industrie in de Overijsselse export 75 procent, een percentage dat in 2014 alleen door Drenthe benaderd werd.

Export in de transport en opslag (ingedeeld onder overig) is het grootst in West- en Zuid-Nederland, dezelfde provincies die meer exporteren dan zij produceren voor de export. In Gelderland is dit aandeel kleiner; met zo'n zes procent van alle Nederlandse banen in de groothandel en zo'n zeven procent van de export neemt Gelderland nationaal een bescheiden positie in. Hoewel de Noord-Hollandse cijfers in deze categorie ontbreken, mag worden aangenomen dat vooral transporteurs in de Randstad deze corridor bedienen. Dit is opmerkelijk, aangezien de ligging van het zuiden van de provincie, op de corridor tussen de Randstad en het Ruhrgebied, deze regio aantrekkelijk maakt voor groothandels. Ook de Betuwse positie in de fruithandel lijkt weinig invloed te hebben op het Gelderse cijfer.

Waar de vorige figuur de relatieve verdeling van de provinciale export weergeeft, daar laat figuur 3.5 de exportontwikkeling in absolute bedragen zien, uitgesplitst naar industrie en groothandel. Een deel van de export (de categorie 'overig' in figuur 3.5) is hierin niet meegenomen. Wat opvalt is de sterke stijging die de, toch al omvangrijke, industrie in Noord-Brabant en Zuid-Holland doormaken. Laatstgenoemde provincie laat ook een sterke groei zien in de groothandel. Tussen 2008 en '14 is de export uit beide sectoren in volume toegenomen, maar de figuur laat zien dat deze groei vooral plaatsvond in Zuid-Holland en Noord-Brabant. Gelderland gaat min of meer gelijk op met Limburg; beide laten een lichte daling zien in industriële export en een lichte stijging in export via groothandels.

**Figuur 3.5. Ontwikkeling van de export in industrie & groothandel, per provincie.**



Bron: CBS, 2015c; 2015f.

\* Het cijfer van de Groningse nijverheid is niet gegeven door het CBS, maar is samengesteld uit het verschil tussen de totale Groningse export en hun totale export minus de categorie *nijverheid*. Vooral de energiesector, die binnen nijverheid valt, stuwt de industriële export op.

### 3.1.3. Exportproducten

Eerder in dit hoofdstuk werd al gesteld dat de industrie, samen met groothandels, de drijvende kracht is achter de Nederlandse export. Het karakter van de industrie van een provincie zou dus moeten samenhangen met de verdeling van exportproducten, iets dat naar voren komt uit de beschikbare data.

Zo leveren minerale grondstoffen verreweg de grootste bijdrage aan de Zuid-Hollandse export, wat mogelijk gemaakt wordt door de veelheid aan raffinaderijen rond de haven van Rotterdam. Dit geldt, weinig verrassend, ook voor Groningen; rond de 65 procent van de export is hieraan gerelateerd. Voor Noord-Brabant zijn machines en vervoermaterieel verantwoordelijk voor een groot deel van de export, iets waar de grote automotive-industrie een hand in heeft. Een andere opvallende uitschieter is dat in Overijssel meer dan de helft van de export in 2010 bestond uit chemische producten.



Tabel 3.4 laat van het jaar 2010 de verdeling zien naar goederengroep van geëxporteerde producten uit Nederland en Gelderland. Voor dit enkele jaar is gekozen, omdat ten eerste de data over meerdere jaren nauwelijks verschuiving laat zien, en ten tweede omdat de beschikbare jaren erna, vooral voor Gelderland, een hoog aandeel onbekende goederen genoteerd staat. De goederen zijn gerangschikt volgens de 'SITC-index', die in de tabel zo compleet mogelijk beschreven staan. De officiële aanduidingen zijn hier en daar echter nogal vaag. Vooral bij de categorieën 6 en 8 is dit het geval. Goederen die onder SITC 6 vallen zijn goederen met een duidelijke grondstof; onder andere producten van leer, rubber, hout, textiel en metaal vallen hier onder. SITC 8 bevat goederen met andere of gemene oorsprong, zoals electronica, meubels, kleding en koffers/tassen. SITC 9 bevat bijna niets en te zien is ook dat het geen rol speelt in Gelderland (Eurostat, 2016).

**Tabel 3.4. Nederlandse en Gelderse export per goederengroep in 2010**

Goederengroep	Nederland		Gelderland	
	€ mln	%	€ mln	%
<b>SITC 0:</b> Voeding en levende dieren	37.257	13,4	6.082	30,6
<b>SITC 1:</b> Dranken en tabak	3.170	1,1	28	0,1
<b>SITC 2:</b> Grondstoffen, niet eetbaar, behalve brandstoffen	14.129	5,1	944	4,7
<b>SITC 3:</b> Minerale brandstoffen, smeermiddelen e.d. producten	39.077	14	110	0,6
<b>SITC 4:</b> Dierlijke en plantaardige oliën en vetten	2.259	0,8	71	0,4
<b>SITC 5:</b> Chemische producten	52.082	18,7	1.405	7,1
<b>SITC 6:</b> Fabrikaten, hoofdzakelijk gerangschikt volgens de grondstoffen	24.064	8,6	2.888	14,5
<b>SITC 7:</b> Machines en vervoermaterieel	66.872	24	4.873	24,5
<b>SITC 8:</b> Diverse gefabriceerde goederen	23.466	8,4	1.969	9,9
<b>SITC 9:</b> Niet afzonderlijk genoemde goederen	1.247	0,4	2	0
Onbekend	15.027	5,4	1.525	7,7
<b>Totaal</b>	<b>278.650</b>	<b>100</b>	<b>19.897</b>	<b>100</b>

Bron: CBS, 2015f

Opvallend maar weinig verrassend aan de export in Gelderland is het hoge aandeel in voeding en levende dieren (SITC0). Hoewel exportreuzen Zuid-Holland en Noord-Brabant in absolute hoeveelheden meer exporteren, is in Gelderland het relatieve aandeel hoger. Bovendien worden de absolute verschillen veel kleiner bij aftrek van wederuitvoer (CBS, 2015f). Gezien de aanwezigheid van het 'foodcluster' rondom de Universiteit van Wageningen, komt dit niet als een verrassing.

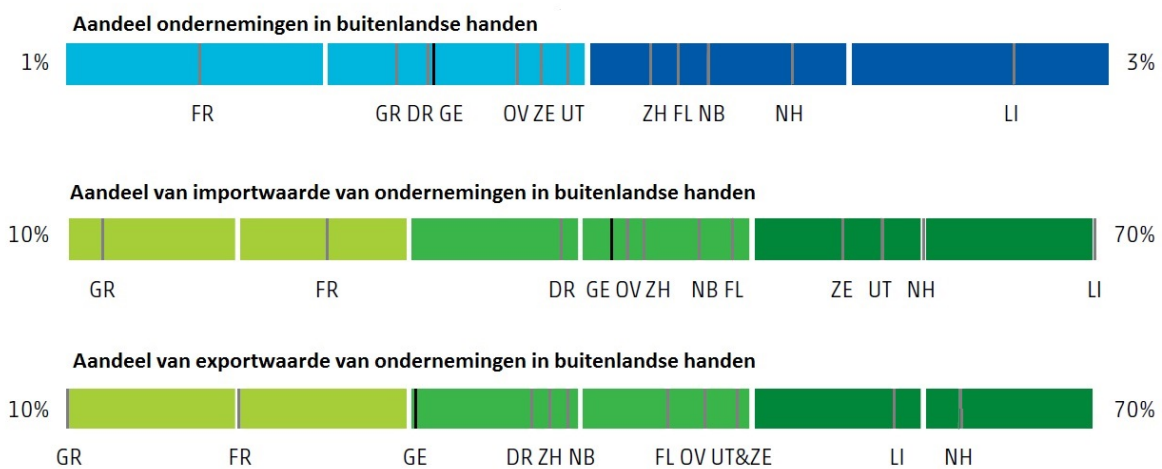
### 3.1.4. Buitenlandse zeggenschap

Het is een bekend gegeven dat buitenlandse bedrijven die zich op de Nederlandse markt vestigen gemiddeld meer werknemers hebben, hogere lonen betalen en harder groeien dan Nederlandse (Ministerie van Economische Zaken, 2006). De meest logische verklaring hiervoor is het feit dat het openen van een vestiging in het buitenland vaak gedaan wordt bij voorspoedige resultaten in het land van herkomst. Hoewel zelfs in een open economie als de Nederlandse het overgrote deel in Nederlandse handen is, mag worden aangenomen dat een buitenproportioneel groot aandeel van de

export juist van deze internationale bedrijven komen. Met een internationaal netwerk en een buitenlands moederbedrijf staan zij sterker.

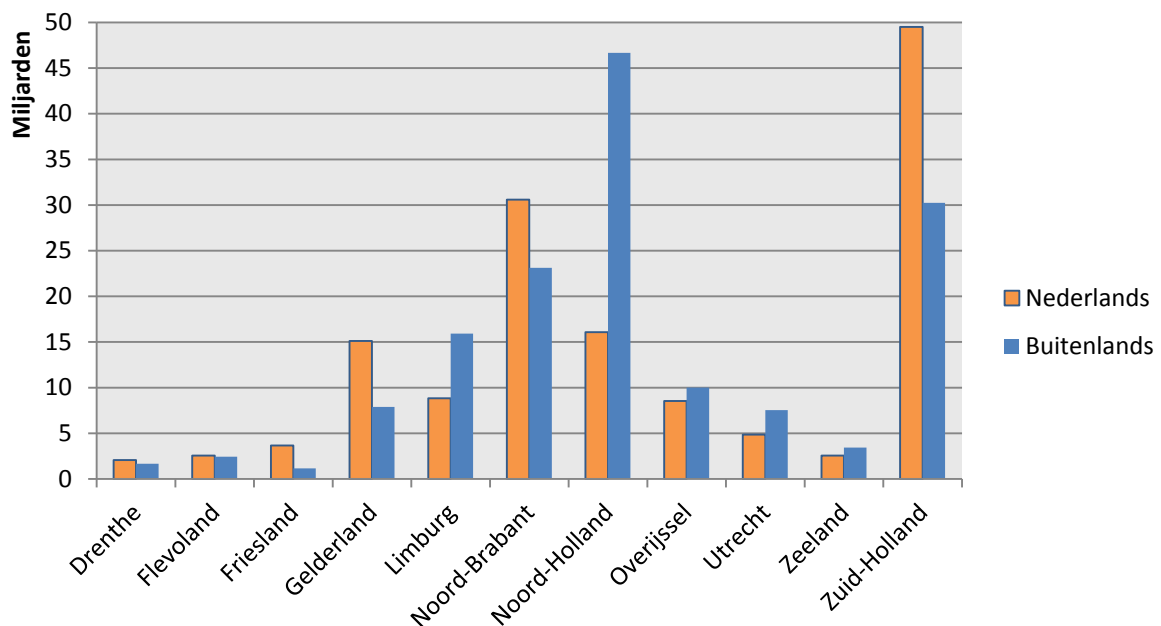
Volgens Jaarsma & Smit (2013) is in elke provincie tussen de één en drie procent van de bedrijven in buitenlandse handen. Figuur 3.6 laat zien in welke mate buitenlandse bedrijven hun stempel op de regionale economie drukken. Voor alle provincies geldt dat de buitenlandse ondernemingen relatief veel importeren en exporteren, afgezet tegen hun aandeel in de bedrijvenpopulatie. Limburg en Noord-Holland blijken de meeste activiteit van internationale bedrijven binnen hun grenzen te hebben, de noordelijke provincies presteren beneden gemiddeld. Dat geldt ook voor Gelderland; met 1,7 procent van de bedrijvenpopulatie met een buitenlandse eigenaar die zo'n 30 procent van de Gelderse export voor hun rekening nemen. Buitenlandse bedrijven vestigen zich liever in het zuiden en westen van het land en laten Gelderland links liggen.

**Figuur 3.6. De invloed van buitenlandse ondernemingen per provincie in 2012**



Bron: CBS, 2012, p. 125.

**Figuur 3.7. Export van goederen naar uiteindelijke zeggenschap; vestiging per provincie, 2013**



Bron: CBS, 2015c

Figuur 3.7 laat zien hoe groot de invloed is van buitenlandse bedrijven op de totale export van een provincie. Hoewel ze een kleine minderheid van de bedrijven uitmaken, is hun aandeel in de totale export enorm. Dit is vooral in Noord-Holland en Limburg het geval. De buitenlandse bedrijven in Gelderland exporteren ongeveer evenveel als de kleinere provincies Overijssel en Utrecht. Dit laat zien dat een laag aandeel van deze bedrijven het exportcijfer drukt. Ook komt in Gelderland twee derde van de export van Nederlandse bedrijven, veel meer dan van andere grote provincies. Het eigen MKB is daarmee een belangrijkere speler in de uitvoer dan in de rest van het land het geval is.

### 3.1.5. Handelspartners

Ondanks de crisis nam het Nederlandse handelsvolume tussen 2008 en 2014 toe van 700 naar meer dan 800 miljard euro, met een handelsbalans die van 34 naar 50 miljard steeg, zoals in het vorige hoofdstuk (figuur 2.1) te zien is (CBS Statline, 2016a). Binnen Europa, oorsprong en bestemming van zo'n 70 procent van de Nederlandse handel, is een groot exportoverschot te zien (100 miljard), wat deels toegeschreven kan worden aan de ligging van Nederland binnen de Unie en zijn functie als doorvoerland. In de handel met de rest van de wereld noteert Nederland een tekort op de handelsbalans van zo'n 50 miljard in 2014, een daling van zo'n 5 miljard ten opzichte van 2008. Oorzaak van die daling is de toegenomen export naar het Amerikaanse continent, De handel met Azië nam sterk toe, van 90 naar 130 miljard, maar de handelsbalans bleef gelijk (CBS, 2016a).

**Tabel 3.5. Nederlandse handel met het buitenland, 2014.**

	Invoerwaarde x €1 miljoen	Uitvoerwaarde x €1 miljoen	Handelsbalans x €1 miljoen	Handelsvolume x €1 miljoen
Wereld	382.416	433.405	50.989	815.822
Europa	238.602	341.422	102.820	580.024
Wereld minus Europa	143.814	91.984	-51.830	235.798
Duitsland	62.727	104.471	41.744	167.198
België	37.019	47.512	10.492	84.532
VK	25.414	36.751	11.337	62.166
Frankrijk	17.292	35.494	18.202	52.786
VS	27.258	18.980	- 8.278	46.238
China	35.398	7.920	- 27.478	43.318
Italië	8.069	18.727	10.658	26.797
Russische Federatie	18.182	6.289	- 11.893	24.471
Spanje	6.822	11.989	5.167	18.810
Polen	6.014	9.622	3.608	15.636
Japan	8.321	3.320	-5.001	11.642
Zuid-Korea	3.181	3.749	568	6.931

Bron: CBS Statline, 2016

Tabel 3.5 geeft de grootste Nederlandse handelspartners weer, gesorteerd naar omvang van het handelsvolume. Hier is te zien dat de handelsbalans met de grote en nabije EU-landen zonder uitzondering positief uitvalt, terwijl Nederland een netto-import noteert uit overzeese landen. Op provinciaal niveau zijn de nationale trends goed terug te zien (zie tabel 3.6). Enkel Groningen en Friesland wijken af van de nationale trend; in het geval van Groningen drukt de handel in minerale brandstoffen zijn stempel op het totaalplaatje - import uit Rusland en Noorwegen, relatief veel

export naar EU-landen. Friesland exporteert buitenproportioneel naar de rest van de wereld; er bestaat relatief veel contact met landen in het Midden-Oosten, vooral in de handel in voedsel en levende dieren (Jaarsma & Smit, 2013).

Voor de andere provincies geldt dat Duitsland met een aandeel tussen de 18 en 30 procent de grootste handelspartner is. Vooral de aangrenzende provincies blijken veel naar Duitsland te exporteren. Onder deze provincies scoort Gelderland het laagst; het Gelderse cijfer ligt op het nationaal gemiddelde, maar is wel hoger dan dat van provincies die niet aan Duitsland grenzen. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat het hoge Gelderse percentage van export naar onbekende bestemming zorgt voor enige ruis.

**Tabel 3.6. Exportbestemmingen in procenten van het regionale totaal, 2014.**

	Duitsland	België	Frankrijk	VK	Overig EU	Rest v.d. Wereld	Onbekend
<b>Nederland</b>	<b>23,2</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>8,2</b>	<b>19,7</b>	<b>25,5</b>	<b>5,3</b>
Zuid-Holland	27,7	13,1	7,5	7,9	17,1	22,9	3,9
Noord-Holland	18,6	7,4	9,5	9,3	22,3	28,8	3,9
Noord-Brabant	17,9	9,5	7,3	7,1	19,9	32,3	6
Limburg	27,4	11,6	8,7	7,8	20,5	18,6	5,4
<b>Gelderland</b>	<b>23,1</b>	<b>9,2</b>	<b>7,5</b>	<b>7,1</b>	<b>17,7</b>	<b>26,5</b>	<b>9</b>
Overijssel	25,1	6,4	6,5	9,7	18,5	28	5,9
Groningen	40,4	8	9,9	11,7	18,9	8,7	2,4
Utrecht	18,7	12,5	8,1	8,4	26,8	16,1	9,4
Zeeland	19,9	14,8	9,7	9,4	18,8	21,6	5,9
Flevoland	23,1	7,7	8,9	7,7	27,4	17,1	7,9
Friesland	15,9	7	4,6	4,7	17,1	41,7	9
Drenthe	24,3	7,6	7,1	8	18,8	25,4	8,7

Bron: CBS, 2015f

Toegespitst op de herkomst van de import en de bestemmingen van de export van Gelderland, valt op dat de provincie geen inbreng blijkt te hebben in het ruime nationale overschot op de handelsbalans met Duitsland. De import en export liggen in dit geval op hetzelfde niveau, zeer ongewoon voor een Nederlandse provincie.

Bovendien valt op dat de Gelderse export zich, ten opzichte van het Nederlands gemiddelde, kenmerkt door minder export naar Europese bestemming en meer naar de rest van de wereld. Op Friesland en Noord-Brabant na heeft Gelderland het grootste exportpercentage naar bestemmingen buiten de Europese Unie. Vermoedelijk hangt dit samen met het lage wederuitvoercijfer van Gelderland, aangezien wederuitvoer vooral op Europa gericht is. In paragraaf 3.3 wordt hier verder op in gegaan.

Gelderland neemt een achtste van de totale Nederlandse export naar China voor zijn rekening (CBS, 2015f). De banden met verschillende Chinese regio's (Provincie Gelderland, 2013) vertaalt zich in de cijfers van 2014 dus nog niet in een omvangrijke exportstroom naar het land.

## Duitsland: Profiel van Nederlands grootste handelspartner

Duitsland is, zoals eerder gesteld met afstand de grootste handelspartner van Gelderland en Nederland als geheel. Hieronder wordt de Nederlands-Duitse handelsrelatie verder uitgediept aan de hand van vooral Duitse statistieken. Net als in vorige paragrafen zijn de jaren 2008 en '14 als uitgangspunten genomen. Data over specifiek de Gelders-Duitse handel zijn door de auteur niet gevonden.

Nederland is, na de VS en Frankrijk, de belangrijkste handelspartner van Duitsland, gemeten naar totaal handelsvolume. In tegenstelling tot andere westerse handelspartners van Duitsland noteert Nederland een overschot op de handelsbalans van 8,5 miljard, waarmee alleen dat van China groter is (Statistisches Bundesamt, 2015). Tussen de jaren 2008 en 2014 groeide de Nederlandse export met 50 miljard euro (zie ook figuur 2.1). 20 miljard daarvan blijkt op het conto van Duitsland te komen. Deze groei loopt vice versa niet synchroon, zoals in tabel 3.6 te zien is. Een reden hiervoor ligt vermoedelijk in het feit dat Duitsland niet zo hard werd geraakt door de laatste economische crisis als Nederland.

Meer dan de helft van zowel de import- als de exportstromen met Nederland, zijn met maar twee Duitse deelstaten: *Nordrhein-Westfalen (NRW)* en *Baden-Württemberg (BW)*. De laatste heeft zijn import uit Nederland in zes jaar zien verdubbelen, een stijging die zich lijkt door te zetten (Statistik BW, 2016). Bijna de helft van zowel de import als export tussen Nederland en BW zijn farmaceutische producten. Exportoverschotten van Nederland naar BW zijn vooral te vinden in voedsel, kleding en textiel, en chemie. Producten uit de machine-, auto- en elektronische industrie worden hier vooral uit geïmporteerd. Meer dan 40 procent van de handel naar weerskanten bestaat echter uit farmaceutische producten (Statistik BW, 2016). Tabel 3.6 laat verder zien dat, net als Beieren en Hessen, de waarde per ton goederen in de handel met Nederland relatief hoog ligt. Dat wil zeggen dat gehandeld wordt in relatief hoogwaardige goederen, wat past in het beeld van de Zuid-Duitse deelstaten als sterke *high-techregio's*.

**Tabel 3.7. Ontwikkeling van de Nederlandse export naar, en import uit Duitse deelstaten, 2014.**

Deelstaten	Import uit:	Toe- /afname t.o.v. 2008	Kosten goederen	Aandeel NL'se import in reg. totaal	Export naar:	Toe- /afname t.o.v. 2008	Opbrengst goederen	Aandeel NL'se export in reg. totaal
	x € miljoen	%	€ per 1000 kg.	%	x € miljoen	%	€ per 1000 kg.	%
Nordrhein-Westfalen	19.175	2,1	554	6,5	37.366	35,2	625	8,1
Baden-Württemberg	11.735	13,9	2.542	3,5	11.837	105	2.728	5,3
Nedersaksen	7.237	-0,3	683	4,5	10.662	40	796	7,8
Beieren	5.861	6,7	2.087	5,7	7.923	47,6	2.697	6,9
Hessen	3.360	10,7	2.907	9,3	5521	15,4	1.459	11
Hamburg	2.283	46,1	1.036	10,7	5.487	22,4	1.025	18,1
Rheinland-Pfalz	2.960	8,9	900	5,5	3.122	4,1	1.201	9,8
Overig Duitsland	6.898	11,5	1.593	3,9	7.036	-15	1.604	5,6
<i>Totaal Gemiddelde</i>	<i>59.216</i>	<i>7</i>	<i>904</i>	<i>4,7</i>	<i>86.884</i>	<i>29,7</i>	<i>920</i>	<i>9,8</i>

Bron: Statistisches Bundesamt, 2015

Nordrhein-Westfalen importeert en exporteert goederen van en naar Nederland waarvoor veel minder wordt betaald per duizend kilogram. De reden hiervoor is terug te zien in de verhandelde goederen; qua gewicht importeert NRW zeer veel fossiele brandstoffen en delfstoffen uit Nederland. Vice versa bestaat er een handelsoverschot in machines en chemische producten. Uit onder andere de voedsel- en metaalindustrie nemen beide regio's veel van elkaar af. Tabel 3.6 laat zien dat de handelsstromen met NRW indrukwekkend zijn. Weinig verrassend is Nederland dan ook de nummer 1 handelspartner voor de deelstaat, zowel qua invoer als uitvoer (LDB NRW, 2016).

De vraag is, wat er voor Gelderland nu af te leiden is aan de import- en exportstatistieken van Duitse deelstaten naar Nederland. De cijfers bevestigen het beeld van Duitsland als belangrijkste handelspartner en laten zien dat vooral met deelstaten in het zuiden en westen van Duitsland het handelsvolume hoog is en ook sterk groeit. De twee belangrijkste partners, Nordrhein-Westfalen en Baden-Württemberg, laten zien dat er in de maakindustrie en chemie over en weer veel handel plaatsvindt. Bovendien wordt door deze deelstaten veel uit de voedselsector geïmporteerd. Hier liggen kansen voor Gelderland, waar de voedselsector sterk vertegenwoordigd is. Dit geldt ook voor de maakindustrie, hoewel de binnenlandse concurrentie op de Duitse markt natuurlijk groot is.

Het hoge import- en exportcijfer van Baden-Württemberg wordt gedomineerd door handel in farmaceutische producten, iets waarvan Gelderland maar weinig producenten binnen zijn grenzen heeft. Ook speelt Gelderland geen rol in de omvangrijke afzet van brand- en delfstoffen aan NRW.

### 3.2. Wederuitvoer en indirecte export

Sinds 2008 is de Nederlandse export toch gegroeid; van 282 miljoen, naar 304 miljoen (CBS, 2015c). Dit is echter voor een groot deel toe te schrijven aan de wederuitvoer (zie ook figuur 2.1); goederen die tijdelijk in Nederlandse handen zijn, maar binnen Nederland geen significante waarde toevoeging hebben gekregen. Het aandeel daarvan steeg in 2014 met 4,5 procentpunten naar meer dan 40 procent.

Tabel 3.8 laat zien dat er grote verschillen bestaan tussen de provincies wat betreft het aandeel wederuitvoer; Noord- en Zuid-Holland, voor een groot deel verantwoordelijk voor de exporttoename in deze jaren. Ten opzichte van 2008 is vooral het aandeel voor Zuid-Holland sterk toegenomen, bij andere provincies lijkt dit percentage stabiel te zijn (CBS, 2015c). Van Utrecht, Limburg en Overijssel blijkt wederuitvoer ook een groot deel van de totale export te omvatten. Dit in tegenstelling tot Gelderland, dat samen met de drie noordelijke provincies relatief weinig wederuitvoer kent. De provincie vormt dus een vreemde eend in de bijt in de groep provincies die aan een ander land grenzen. Van de totale Nederlandse export komt 7,5 procent uit Gelderland, terwijl maar 4,8 procent van de totale wederuitvoer op Gelders conto komt. De lage wederuitvoer is daarmee een belangrijke factor in het verklaren waarom Gelderland qua totale exportwaarde op het niveau ligt van het kleinere Limburg en Overijssel. Desondanks ligt Gelderland bij export van Nederlands fabricaat in absolute cijfers nog altijd ver achter bij de drie grootste provincies.



**Tabel 3.8. Internationale handel in goederen per provincie, in 2014.**

	Import	Export (incl. wederuitvoer)	Wederuitvoer	Aandeel wederuitvoer
	<i>mln €</i>	<i>mln €</i>	<i>mln €</i>	%
Nederland	290.982	304.836	126.833	41,6
Zuid-Holland	92.896	76.967	38.114	49,5
Noord-Holland	54.032	61.295	31.814	51,9
Noord-Brabant	48.428	58.597	21.667	37,0
Limburg	22.847	24.599	10.281	41,8
<b>Gelderland</b>	<b>20.439</b>	<b>22.996</b>	<b>5.942</b>	<b>25,8</b>
Overijssel	12.738	17.630	7.369	41,8
Groningen	7.492	12.495	2.235	17,9
Utrecht	16.033	10.575	4.390	41,5
Zeeland	5.323	5.873	1.766	30,1
Flevoland	4.997	5.245	1.868	35,6
Friesland	3.161	4.992	911	18,2
Drenthe	2.597	3.571	475	13,3

Bron: CBS, 2015c; CBS, 2015f

Regionale statistieken omtrent export kunnen enigszins vertekenen hoe belangrijk export daadwerkelijk is voor een regio. Om die reden heeft het CBS in kaart gebracht in hoeverre provincies indirect bijdragen aan de export. Er wordt daarbij vooral gekeken naar de verkoop van goederen, die (in bewerkte vorm) vervolgens worden geëxporteerd (Smit e.a., 2013). Daaruit komt naar voren dat de bijdragen van de provincies aan het totaal veranderen; tabel 3.9 laat zien dat de Hollandse provincies een groot aandeel hebben in de toegevoegde waarde voor de export, maar dat hun aandeel in de totale toegevoegde waarde in de productie voor de export ruimschoots achterblijft. De provincies waarbij het omgekeerde het geval is, zijn Gelderland en de drie noordelijke provincies en in mindere mate Overijssel. Dit geeft aan dat laatstgenoemde provincies belangrijker zijn voor de export dan op basis van directe exportcijfers vermoed wordt; de grote exportprovincies lijken van Gelderse en noordelijke bedrijven afhankelijk te zijn in de toevoer van te exporteren producten en halffabricaten. De westelijke provincies exporteren dus meer dan ze produceren voor de export, de oostelijke en noordelijke produceren meer voor de export dan wat daadwerkelijk vanuit hun provincies geëxporteerd wordt.

In ruimtelijk perspectief geplaatst, is te zien dat alle provincies in het westen en zuiden meer exporteren dan produceren, terwijl de noordelijke en oostelijke provincies een overschot hebben aan productie. Een voor de hand liggende verklaring is dat de eerstgenoemde groep beter is aangesloten op internationale vervoernetwerken, dankzij de mainports en snelwegroutes. Met uitzondering van (delen van) Gelderland liggen de andere provincies hiervan verder verwijderd en gaat een groot deel van hun internationale verkeer via de westelijke en zuidelijke provincies. De andere provincies spelen dus een grotere rol in de Nederlandse export dan cijfers doen vermoeden. Kortom: Gelderland produceert meer voor de export dan de cijfers laten zien, maar een deel van die export komt op naam van de provincie van waaruit de goederen ons land verlaten.

Tabel 3.9. Aandeel toegevoegde waarde per provincie van Nederlands totaal, in %.

	TW in export % van NL totaal	TW in productie voor export % van NL totaal
Zuid-Holland	24	20
Noord-Holland	19	15
Noord-Brabant	18	17
<b>Gelderland</b>	<b>8</b>	<b>10</b>
Limburg	7	7
Groningen	6	9
Utrecht	5	6
Overijssel	5	6
Zeeland	4	3
Friesland	1	3
Drenthe	1	2
Flevoland	1	2

Bron: Smit e.a., 2013

### 3.3. Regionale karakteristieken in Gelderland

In dit hoofdstuk is een uiteenzetting gegeven van de export op provinciaal niveau en zijn er grote verschillen gevonden. In deze paragraaf wordt uitgezocht of dit ook het geval is voor de vier COROP-regio's van Gelderland. Ook wordt er een beeld gegeven van het bestuurlijke landschap op regioniveau binnen de provincie Gelderland. Er bestaat binnen de provincie namelijk een veelheid aan initiatieven om de regionale economieën te stimuleren.

De provincie Gelderland is opgedeeld in verschillende gebieden. Op het kleinste schaalniveau is de provincie opgebouwd uit 54 gemeenten, waarvan respectievelijk Nijmegen, Apeldoorn, Arnhem, Ede en Doetinchem de meeste inwoners tellen. Onder provinciale beleidsmakers zijn ook de *WGR-regio's* belangrijk. Hierbij staat WGR voor *Wet Gemeenschappelijke Regelingen*. Aan de hand van *gebiedsopgaven* wordt voor deze gebieden specifiek ruimtelijk beleid geformuleerd (Gelderland.nl, 2016). De grenzen van deze regio's overschrijden soms de provinciegrenzen; Voorbeelden zijn de aanwezigheid van Deventer in de Stedendriehoek en Veenendaal in FoodValley.

In deze paragraaf wordt een onderscheid gemaakt tussen Gelderlands vier COROP-regio's. de hoofdreden hiervoor is dat er op dit schaalniveau veel economische data beschikbaar is. Van deze regio's heeft het CBS er enkele decennia geleden veertig gevormd aan de hand van de culturele en economische samenhang van de regio's. De vier Gelderse – Arnhem/Nijmegen, Veluwe, Achterhoek en Zuidwest-Gelderland – zullen hieronder nader besproken worden. Ook is er zijdelings aandacht voor de staat van de Overijsselse regio's.

### 3.3.1. Arnhem/Nijmegen

Deze regio ligt in het zuidoosten van de provincie en is de meest stedelijke van de vier. De gemeenten Nijmegen en Arnhem drukken met iets meer dan 300 duizend inwoners gezamenlijk hun stempel op dit deel van Gelderland. De regio telt de meeste inwoners en arbeidsplaatsen (zie tabel 3.1) en is in absolute aantallen in elk deel van de economie goed vertegenwoordigd. Relatief gezien is de regio Arnhem/Nijmegen vooral sterk op het gebied van dienstverlening, energie en zorg. Ook zijn er veel overheidsdiensten aanwezig (PWE, 2015).

Arnhem en Nijmegen vormen al eeuwen het stedelijk centrum van Gelderland en daarvoor Gelre. Zeker Arnhem heeft een geschiedenis als een overheidsstad. De stad Nijmegen wordt gekenmerkt door de aanwezigheid van de Radboud-universiteit, waardoor het aandeel hoogopgeleiden er hoog ligt. Rondom het academische ziekenhuis is *Health Valley* geconcentreerd, het grootste health cluster van Oost-Nederland.

Arnhem/Nijmegen grenst aan Duitsland; Emmerich en Kleve liggen vlak over de grens. Ook het Ruhrgebied is zeer goed bereikbaar vanuit de regio.

### 3.3.2. Veluwe

De Veluwe is als culturele regio zeer bekend binnen Nederland en staat bekend om haar natuurlijke schoonheid. De regio bestaat uit de WGR-regio's Noord-Veluwe, FoodValley en deels de Stedendriehoek. Apeldoorn is, met zo'n 155 duizend inwoners de tweede stad in Gelderland, onderdeel van de Veluwe.

De Veluwe heeft nooit te maken gehad met grootschalige industrialisatie, zoals die in bijvoorbeeld de Achterhoek en Twente wel plaatsvond. Alleen in Apeldoorn en Ede was hier sprake van. Beide steden groeiden in de loop van de twintigste eeuw sterk. In Ede lag de ENKA hieraan ten grondslag. De rest van de regio heeft lange tijd haar rurale karakter behouden. Tabel 3.6 laat echter zien dat de Veluwe het hoogst scoort op aantal banen in de industrie van alle Gelderse regio's. Op Oost-Nederlands niveau heeft alleen Twente er meer.

Door het rurale karakter en de aanwezige nationale parken maakt de Veluwe tot een toeristische regio. De regio Noord-Veluwe richt zich ook vooral op de rust en schoonheid in de omgeving en zet in op leefbaarheid en toerisme (Provincie

#### De Gelderse WGR-regio's

- **Achterhoek:** Omvat het oosten van de provincie, maar is kleiner dan de COROP-regio. Doetinchem en Winterswijk zijn de grootste gemeenten in de WGR. De maakindustrie is sterk vertegenwoordigd in de regio. Als enige Gelderse regio, is hier sprake van bevolkingskrimp.

- **Arnhem/Nijmegen:** de meest stedelijke regio van Gelderland. Omvat naast de twee naamgevers nog een aantal omliggende gemeenten. Vooral de diensten- en overheidssector zijn hier sterk vertegenwoordigd, alsmede clusters uit topsectoren *health* en *EMT*.

- **FoodValley:** De regio rondom Ede en Wageningen. O.a. Nijkerk, Barneveld en Veenendaal zijn ook aangesloten. Met de WUR als aantrekker legt deze regio zich nadrukkelijk toe op food.

- **Noord-Veluwe:** Strekt zich langs het Veluwemeer uit van het uiterste noorden tot Putten in het zuiden. Zorg, toerisme en food zijn bovengemiddeld aanwezig in de regio.

- **Rivierenland:** Loopt gelijk op met de COROP-regio Zuidwest-Gelderland. Omvat de Betuwe-gemeenten in het zuiden. De grootste gemeenten zijn Tiel en Geldermalsen. Logistiek is in deze regio sterk vertegenwoordigd.

- **Stedendriehoek:** De gemeenten Apeldoorn, Zuthphen en Deventer, met omliggende Gelderse gemeenten. De regio legt zich toe op *cleantech*. Ook de zorg is sterk vertegenwoordigd.

Bron: Provincie Gelderland, 2015; 2016; PWE, 2015.

Gelderland, 2015b). In het zuiden van de regio heeft de afgelopen jaren de activiteiten van de universiteit van Wageningen gezorgd voor de vorming van een food-cluster met een wereldwijd netwerk. Dit vormt de motor voor de regionale economie, die de laatste jaren in de lift zit. In de export is dit te zien in een stijging van 12,5 procent van de export vanuit de regio (CBS, 2015c).

### 3.3.3. De Achterhoek

De Achterhoek is gelegen in het oosten van Gelderland, aan de oostoever van de IJssel. De WGR-regio Achterhoek valt in zijn geheel in de COROP-regio, aangevuld met de gemeenten Lochem en Zuthpen. Als enige regio in Gelderland heeft de Achterhoek te maken met bevolkingskrimp (zie tabel 3.1.) De regio heeft, net als bijvoorbeeld Twente en de Veluwe, een sterke regionale identiteit. Deze identiteit kenmerkt zich door een gezond arbeidsethos, maar ook een relatieve geslotenheid (Sterk Bestuur in Gelderland, 2015).

De regio Achterhoek heeft een hoog aandeel van zijn bevolking werkzaam in de industriële sector (PWE, 2015). Er zijn daar veel *verborgen kampioenen* te vinden, bedrijven die onbekend zijn bij het grote publiek, maar zeer succesvol zijn in de niche waarin zij actief zijn (Engbersen & Kremer, 2015). Voor vele van hen is de Nederlandse markt te klein. Het voormalige DRU-terrein in Ulft, waar vroeger een ijzergieterij gevestigd was, is thans een centrum voor innovatie, vooral gericht op de maakindustrie. De focus van het regionale beleid is gericht op versterking van de maakindustrie door een betere samenwerking met kennisinstellingen, om zo de arbeidsmarkt aan te laten sluiten bij die ambitie. Ook moet er meer samenwerking komen met partijen buiten de regio; de Achterhoek moet opener worden (Sterk Bestuur Gelderland, 2015).

### 3.3.4. Zuidwest-Gelderland

Zuidwest-Gelderland is qua inwoners de kleinste Gelderse COROP-regio en beslaat bijna hetzelfde territorium als de WGR-regio Rivierenland – laatstgenoemde regio heeft ook de gemeente Druten binnen haar grenzen. Het omvat het riviereengebied in het zuiden van de provincie. Het landschap wordt sterk getekend door de vele grote rivieren die door het gebied stromen. Dankzij deze rivieren biedt Zuidwest-Gelderland zeer vruchtbare landbouwgrond, die vooral gebruikt wordt om fruit op te telen. Ook de logistieke sector is groot in de regio waar de auto- en scheepvaartroutes tussen Rotterdam en het Ruhrgebied doorheen leiden. Zuidwest-Gelderland is de enige regio in Oost-Nederland waar de sector groothandel meer exporteert dan de industrie. Ook is in de eerstgenoemde sector de exportwaarde in 2014 met 23 procent spectaculair gestegen ten opzichte van 2008 (CBS, 2015c).

De regio zet in op het bevorderen van activiteiten op het gebied van logistiek en agrobusiness. De regio wil daarmee haar krachten benutten en qua landbouw inzetten op een breder scala dan alleen fruit. De ambitie is om tot de Europese top-5 van de Europese tuinbouwregio's te gaan horen. Door zijn ligging aan de corridor tussen Randstad en Ruhrgebied en de ruimte voor bedrijvenparken denkt de regio groei te kunnen realiseren in en rond logistiek (Sterker Bestuur in Gelderland, 2015). Het in die regio actieve *Logistics Valley* zou moeten helpen met het realiseren daarvan.

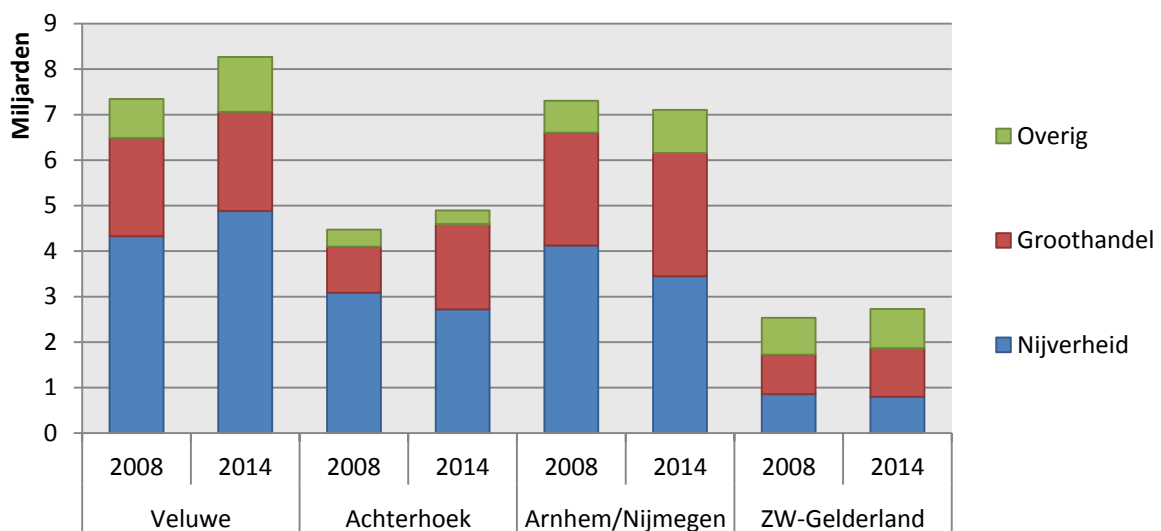
## 3.4. Regionale export in Gelderland

In deze paragraaf wordt uiteengezet hoe de werkgelegenheid in de vier Gelderse COROP-regio's is verdeeld en hoe zich dat vertaalt in de provinciale export. Speciale aandacht is er voor de sectoren

industrie (C) en groothandel (Ga), aangezien het leeuwendeel van de export vanuit deze sectoren plaatsvindt.

Volgens eigen cijfers heeft Gelderland in totaal 108 duizend banen in de industriële sector. Op een totaal van 972 duizend arbeidsplaatsen, is dit een gemiddelde van 11,1 procent. De meest industriële regio van de provincie is de Achterhoek (17 procent), al is de Veluwe in absoluut aantal banen de grootste. De sector groothandel neemt 6 procent van de banen voor zijn rekening, met Zuidwest-Gelderland als duidelijke uitschieter in dit gemiddelde (9,3 procent). De regio Arnhem/Nijmegen valt op door een laag aandeel in deze exportintensieve sectoren. De diensten- en overheidssector zijn hier grotere werkgevers (PWE Gelderland, 2015).

**Figuur 3.8. Ontwikkeling van export, per COROP-regio en sector, 2008-'14.**



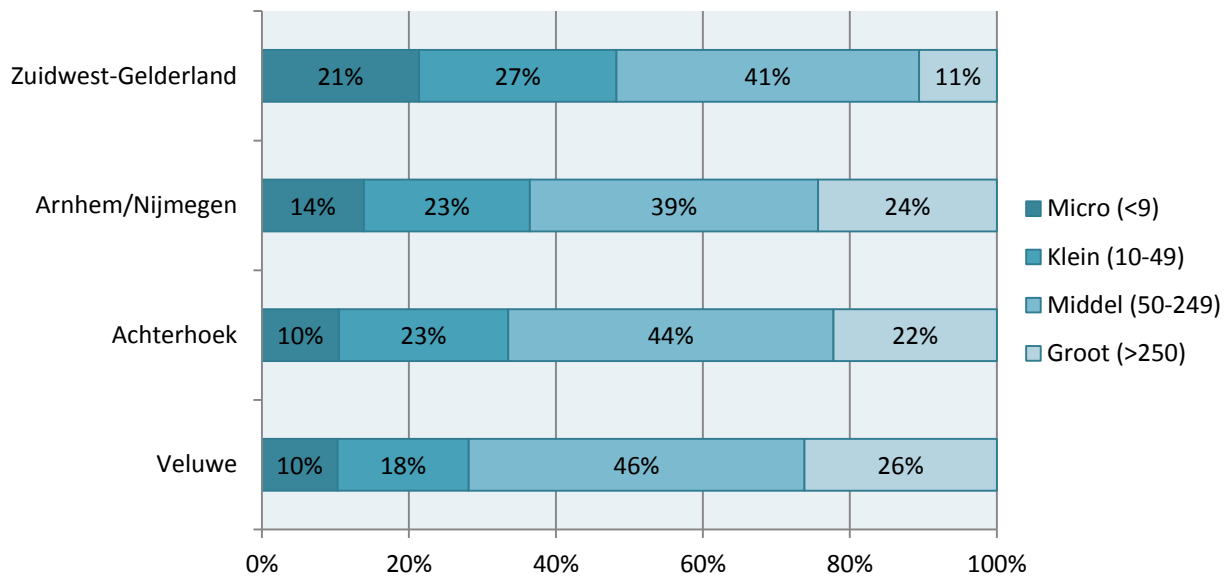
Bron: CBS Maatwerk, 2015c

Figuur 3.8 laat de omvang en de ontwikkeling zien van de export van de Gelderse COROP-regio's. In 2008 lieten de Veluwe en de regio Arnhem/Nijmegen een vrijwel gelijkwaardig exportvolume zien, in 2014 groeide de Veluwe export tot boven de 8 miljard, in tegenstelling tot Arnhem/Nijmegen, dat een daling noteerde. Het verloop van de exportomzet van industriële producten is ook sterk gevarieerd verlopen tijdens deze jaren. Naast de Achterhoek en het eveneens industriële Twente (Overijssel) zagen ook de regio's Arnhem/Nijmegen en Zuidwest-Gelderland hun industriële export dalen met gemiddeld zo'n tien procent. De industriële omzet in de Veluwe steeg juist met 13 procent en is daarmee de enige Gelderse regio die daarin een stijging laat zien. De algehele stijgende lijn in exportvolume in deze jaren komt dus vooral op het conto van de groothandel.

De export van de verschillende regio's gaan op het eerste gezicht redelijk gelijk op met regionale werkgelegenheid. In 2014 werd vanuit de Veluwe en Achterhoek per werknemer voor 28 duizend euro geëxporteerd, vanuit Zuidwest-Gelderland was dit 25 duizend. De regio Arnhem/Nijmegen voerde voor maar 22 duizend per werknemer uit (CBS, 2015c). Een belangrijke reden voor de magere prestatie van deze regio lijkt te liggen in de sectorale opbouw van de economie, met relatief veel diensten en overheden. Figuur 3.8 laat echter wel zien dat de hoge uitvoer uit groothandel dit effect verzwakt. Het hoge aandeel groothandelexport van de twee zuidelijke COROP-regio's is te verklaren door hun ligging aan de Randstad-Ruhrgebied-corridor.

Bij alle vier Gelderse regio's is te zien dat het MKB een groot deel van de export op zich neemt (figuur 3.9). Geen van de regio's haalt het gemiddelde van 34 procent dat het grootbedrijf op nationaal niveau voor zijn rekening neemt. Dit is vooral het geval in en Zuidwest-Gelderland, waar rond de 90 procent van de export op naam van het MKB komt. In deze regio valt ook het hoge relatieve exportaandeel op van het microbedrijf. Het leeuwendeel van de export komt echter in heel Gelderland op naam van het grotere MKB. Een verklaring voor de afwijkende cijfers van Zuidwest-Gelderland liggen vermoedelijk in de andere opbouw van de economie; de land- en tuinbouw en logistiek domineren de regionale economie. Naar verwachting zijn bedrijven in deze sector kleiner.

**Figuur 3.9. Verdeling van de export naar bedrijfsgrootte in de Gelderse COROP-regio's, 2014**



Bron: CBS, 2015c

Niet in elke regio drukt een buitenlandse onderneming evenveel zijn stempel op de export. De enige regio in Oost-Nederland waar dat wel het geval is, is Noord-Overijssel. Bijna 7 miljard euro werd in 2008 door buitenlandse ondernemingen geëxporteerd, goed voor driekwart van de totale export. In Arnhem/Nijmegen zijn de verhoudingen ongeveer fifty-fifty. De andere regio's, waaronder de Veluwe en Achterhoek, worden gedomineerd door Nederlandse exporteurs (CBS, 2015c).

Wanneer gekeken wordt naar het aandeel van de toegevoegde waarde uit de export als percentage van de totale toegevoegde waarde op regionaal niveau, dan is te zien dat het voor tussen de 20 en 25 procent ligt, rond het nationale gemiddelde. Voor Arnhem/Nijmegen blijkt dit percentage lager te liggen. Zuidwest-Gelderland en de Achterhoek scoren hoger (CBS, 2015e). Een logische reden hiervoor kan zijn dat hun dominante sectoren (tuinbouw en industrie) in grotere mate een buitenlandse markt bedienen. Dit in contrast met de grote dienstensector die aanwezig is in Arnhem/Nijmegen.

Binnen Oost-Nederland voegt de wederuitvoer in Noord-Overijssel de meeste waarde toe aan de export; 6 tot 8 procent. De rest van de regio's laten alle een percentage zien onder de 4 procent (CBS, 2015e). Op Gelders niveau is het lage percentage wederuitvoer een relativiserende factor voor



het relatief lage exportcijfer van de provincie in vergelijking met bijvoorbeeld Overijssel, Limburg en Noord-Brabant.

### 3.5. Profiel van exporterende bedrijven

In hoofdstuk 2 en 3 is gepoogd duidelijkheid te scheppen over de exportprestaties van de provincie Gelderland. Deze worden in volgende paragraaf samengevat. Uit deze analyse is ook naar voren gekomen dat lang niet alle ondernemingen actief zijn in de export en dat verschillende bedrijfskenmerken samenhangen met de mate van export. Dit heeft gevolgen voor het vervolg van het onderzoek, waar een vragenlijst wordt verspreid onder Gelderse bedrijven waarvoor export een relevant onderwerp is. De selectie van deze bedrijven, waar in hoofdstuk 4 dieper op wordt ingegaan, is gericht op het verkrijgen van een optimaal inzicht omtrent de houding van de Gelderse ondernemer jegens export. In deze paragraaf wordt aan de hand van verschillende bedrijfskenmerken toegelicht waar de export zich concentreert.

#### Sector

Volgens het CBS produceren de industrie en de handel beide ongeveer 45 procent van de totale Nederlandse export. Hiermee zijn deze sectoren samen verantwoordelijk voor 90 procent van de Nederlandse export. De rest is verdeeld over de andere sectoren (CBS, 2011).

Een concentratie van groothandels in Gelderland is te vinden over het zuiden van de provincie. In de Betuwe en de Liemers, langs de vaar-, trein- en autoroutes naar Duitsland (PWE, 2015). Groothandel is, samen met de kleinere sector 'vervoer en opslag' voor het merendeel van de wederuitvoer verantwoordelijk, wat 41 procent van de totale Nederlandse export bedroeg in 2011 (tabel 3.8). Hoewel groothandels met 110 miljard een bijna net zo groot aandeel in de export hebben als de hele industriële sector, voegen zij veel minder waarde eraan toe. Ook ligt de exportintensiteit 'slechts' op 25 procent, terwijl delen van de industriële sector 40 tot 60 procent halen. Bovendien veroorzaakt groei van export in deze sector voor een toename van het weggebruik door vrachtwagens en daarmee voor toenemende congestie. Deze vorm van export, kortom, is in mindere mate gunstig voor de regionale economie.

De industrie was in 2011 goed voor een exportwaarde van 115 miljard (CBS, 2012). In 2014 was dit voor Gelderland 12 miljard, beduidend meer dan groothandel, dat voor 8 miljard exporteerde (CBS, 2015). In tabel 3.10 is te zien hoe hoog de exportintensiteit is van de industriële subsectoren. Onder andere de farmaceutische, machine- en textielindustrie scoren allemaal boven de 50 procent. Elektro, Food, chemie, rubber en kunststof, en de papierindustrie scoren ook rond of boven de veertig procent. Dat maakt deze sectoren de meest geschikte om te bevragen over hun ervaringen rond export. Zij exporteren relatief vaker dan andere takken van industrie en voegen meer waarde toe hun producten dan groothandels.

De genoemde sectoren zijn niet alle actief in Gelderland: de provincie scoort sterk op aanwezigheid van food en machine-industrie. De papierindustrie is ook sterk geconcentreerd in Gelderland; een vijfde van de in Nederland werkzame arbeidspopulatie werkt in Gelderland, wat neerkomt op 3,4 procent van de banen in de Gelderse industrie.

**Tabel 3.10. Exportintensiteit en arbeid naar industriële sectoren, gesorteerd op intensiteit**

SBI C nr.	Omschrijving sector	Omzet	Export	Export- intensi- teit	Banen in Neder- land	Banen in Gelder- land	Aandeel banen Gelderland t.o.v. Nederland	Gemiddelde grootte per vestiging in Gelderland
		2011 x mln €	2011 x mln €	2011 %	2011 abs.	2015 abs.	2015 %	2015 abs.
28	Machine-industrie	26.482	17.481	66	77.000	12.137	15,8	27
21	Farmaceutische industrie	6.338	3.998	63,1	16.000	734	4,6	31
24 & 29	Basismetaal- & autoindustrie	17.001	10.617	62,4	41.000	3.470	8,5	17
13-15	Textiel, kleding & leer	3.717	1.903	51,2	19.000	2.349	12,4	4
17	Papierindustrie	6.255	3.075	49,2	18.000	3.710	20,6	53
22	Rubber- en kunststofproduct- industrie	8.026	3.900	48,6	31.000	4.558	14,7	23
27	Elektrische apparatenindustrie	6.442	3.076	47,7	22.000	2.338	10,6	16
20	Chemische industrie	51.569	22.354	43,3	45.000	2.945	6,5	26
26	Elektrotechnische industrie	14.975	6.413	42,8	29.000	5.648	19,5	27
10-12	Voeding, drank & tabak	66.588	25.006	37,6	133.000	21.232	16	27
25	Metaalproducten- industrie	20.419	6.189	30,3	93.000	13.112	14,1	10
30	Overige transport- middelenindustrie	6.288	1.902	30,2	19.000	2.085	11	21
33	Reparatie en installatie van machines	8.990	1.932	21,5	44.000	4.804	10,9	6
23	Bouwmaterialen- industrie	6.844	1.183	17,3	27.000	3.597	13,3	13
18	Grafische industrie	4.686	720	15,4	31.000	2.862	9,2	7
31-32	Meubel- & overige industrie	10.026	1.066	10,6	154.000	19.602	12,7	13
19	Aardolie-industrie	49.242	4.534	9,2	6.000	15	0,3	8
16	Houtindustrie	2.925	246	8,4	16.000	2.612	16,3	7
	<b>Totaal industrie</b>	<b>316.813</b>	<b>115.595</b>	<b>36,5</b>	<b>821.000</b>	<b>107.810</b>	<b>13,1</b>	
G 46	Groothandel en handelsbemid- deling	441.389	110.383	25	520.000	57.350	11	5

Bron: CBS Maatwerk, 2011; PWE, 2015

### Bedrijfsgrootte

De aanname kan gemaakt worden dat relatief minder kleine bedrijven aan export doen dan grote bedrijven. Tabel 3.10 laat zien dat bedrijven uit de meest exportintensieve sectoren over het algemeen ook groter zijn dan de rest. Het 'microbedrijf' (0-9 werknemers) neemt in Gelderland ongeveer tien procent van de totale export voor zijn rekening, ondanks dat de meerderheid van de ondernemingen binnen deze categorieën valt (CBS Maatwerk, 2015). Een ondergrens van tien werknemers voorkomt dat veel niet-exporterende bedrijven aangeschreven worden. Aangezien dit

onderzoek zich richt op het MKB wordt de bovengrens vastgesteld op 250 werknemers. Bedrijven boven deze grens zijn er weinig in Gelderland en verwacht mag worden dat deze ook het minst geneigd zijn assistentie te wensen bij de export.

#### Internationaal eigendom

In de Nederlandse provincies ligt het aandeel bedrijven in buitenlandse handen tussen de één en drie procent. Zij nemen echter wel een groot deel van de export voor hun rekening; voor Gelderland is dat een derde, voor Overijssel iets meer dan de helft (CBS Maatwerk, 2015). Aangezien zij vaak al zijn aangesloten op het internationale netwerk van hun moederbedrijf kan worden aangenomen dat zij minder exportassistentie nodig hebben. Dit spreekt ervoor om buitenlandse bedrijven buiten beschouwing te laten.

### 3.6. Conclusie van de statistische analyse

In dit hoofdstuk is gepoogd een antwoord te vinden op de volgende vragen:

- Hoe verhoudt Gelderland zich tot de rest van Nederland op het gebied van export?
- Wat zijn de kenmerken van exporterende bedrijven in Gelderland?

Ondanks de economische malaise bleef de Nederlandse export tijdens het afgelopen decennium toenemen. Tussen 2008 en 2014 groeide de Gelderse export van ongeveer 21,5 naar 23 miljard euro. Daarmee staat Gelderland nationaal op de vijfde plaats wat betreft uitvoerwaarde. Zuid- en Noord-Holland, en Noord-Brabant zijn verreweg de grootste exporteurs van Nederland en exporteren twee tot drie keer zo veel als Gelderland. De Gelderse uitvoerwaarde ligt dichterbij die van Limburg en Overijssel, die beide een aanzienlijk lager aantal arbeidsplaatsen hebben. De uitvoerquote van Gelderland ligt echter behoorlijk lager dan die van eerder genoemde provincies; een vijfde van de Gelderse productie is voor de export, tegenover een vierde in Overijssel en bijna een derde in Limburg. Dit maakt duidelijk dat het lage exportcijfer van Gelderland niet voortkomt uit een lage algehele productie, maar uit andere factoren die hieronder behandeld worden.

**Bedrijfs grootte:** De aanname dat grote bedrijven een buitenproportioneel deel van de export voor hun rekening neemt, wordt in wetenschappelijk onderzoek doorgaans bevestigd. Ook gaat dit op voor Gelderland, al lijken kleine bedrijven niet onder te doen voor de grote als de export door het aantal werknemers wordt gedeeld. De statistieken maken echter wel duidelijk dat in exportintensieve sectoren binnen de industrie de bedrijven gemiddeld meer werknemers hebben. Gekeken naar industriële bedrijfs grootte op provinciaal niveau valt op dat, op Noord-Holland na, Gelderland het kleinste aandeel werknemers bij grote bedrijven heeft en, aan de andere kant van het spectrum, het grootste aandeel bij het microbedrijf.

Uit de statistische analyse blijkt dat Gelderland in vergelijking met andere provincies relatief veel arbeidsplaatsen heeft in kleine bedrijven en relatief weinig in grote bedrijven. Vooral in Limburg, Overijssel en Noord-Brabant zijn veel werknemers actief bij grote bedrijven, wat waarschijnlijk mede verklaart dat deze provincies per capita meer exporteren dan Gelderland.

**Sector:** De export wordt gedomineerd door twee sectoren, namelijk de industrie en groothandel. In de industrie heeft Gelderland een bovengemiddelde werkgelegenheid, in de groothandel een gemiddelde. Van de grote provincies laat Gelderland, na Noord-Brabant, het grootste aandeel zien van industriële export. De aanwezigheid van bedrijven binnen exportintensieve subsectoren

varieert; producenten van onder andere machines, en metaal- en papierproducten zijn sterk vertegenwoordigd in de provincie. Chemische en farmaceutische producenten zijn juist opvallend afwezig in de provincie. Gekeken naar welke soort goederen worden geëxporteerd, dan wordt dit beeld bevestigd. Gelderland exporteert bovengemiddeld veel voeding en industriële (half)fabricaten en scoort zwaar onder gemiddeld bij export van (petro)chemische producten.

De cijfers met betrekking tot groothandel liggen zowel bij werkgelegenheid als export ongeveer op het Nederlands gemiddelde. Deze sector is zeer ongelijk over Nederland verdeeld. Het gros van hun export komt uit de westelijke provincies en, in mindere mate, de zuidelijke. De verklaring kan gezocht worden in de ligging van de provincies. De mainports in het westen en de verbindingen naar Duitsland, Frankrijk en België in het zuiden werken deze export in de hand. Hiermee hebben het westen en zuiden van het land een duidelijk voordeel op het noorden. Afgaande op de ligging van Gelderland, aan de corridors tussen de Randstad, en het Ruhrgebied en Berlijn, zou misschien een hoger exportcijfer verwacht kunnen worden. Nader onderzoek hiernaar zal daarop een definitieve conclusie moeten geven.

Sterke exportsectoren zijn dus relatief goed vertegenwoordigd in Gelderland. Het is daarmee niet plausibel dat het lage exportcijfer van Gelderland aan deze factor te wijten is.

**Buitenlandse zeggenschap:** CBS-cijfers bevestigen de wetenschappelijke consensus over de relatie tussen de aanwezigheid van bedrijven in buitenlandse handen en de omvang van de export. Tussen de 1 en 3 procent van alle bedrijven is in internationale handen, maar ze zijn goed voor meer dan de helft van de export in sommige provincies. De topexporteurs onder de provincies kennen een grote aanwezigheid van buitenlandse bedrijven en in provincies als Limburg, Noord-Holland en Overijssel domineren zij de export. Gelderland scoort laag op zowel aanwezigheid als export van buitenlandse bedrijven; enkel de noordelijke provincies scoren lager.

Deze factor lijkt dus weldegelijk bij te dragen aan het

### Conclusies in het kort:

- Vergeleken met de grote Nederlandse provincies exporteert Gelderland onder gemiddeld.
- Qua exportprofiel komt Gelderland meer overeen met de noordelijke dan met de zuidelijke en westelijke provincies.
- Gelderland heeft een lage uitvoerquote; weinig goederenproductie voor (directe) export.
- De Gelderse beroepsbevolking is bovengemiddeld werkzaam bij kleine bedrijven. Het grootbedrijf is meer aanwezig in provincies met hoge uitvoerwaarden.
- Groothandel en industrie nemen de meeste export voor hun rekening. Beide sectoren, vooral de industrie, zijn goed vertegenwoordigd in Gelderland.
- Buiten Noord-Nederland heeft geen provincie zo weinig bedrijven onder buitenlands eigendom binnen haar grenzen. Gezien hun dominantie in de export, is dit een belangrijke verklarende factor voor het lage Gelderse exportcijfer.
- Wederuitvoer maakt maar een klein deel uit van de Gelderse export. Met aftrek van deze weinig voordelige vorm van export wordt het verschil in exportvolume met het westen en zuiden een stuk kleiner.
- Volgens het CBS produceert Gelderland meer voor de export dan blijkt uit de cijfers hierover. Reden hiervoor is dat veel Noord- en Oost-Nederlandse producten voor export nog een tussenstop maken in een andere provincie en op hun conto komt.
- Op regionale schaal is vooral het noorden van de provincie op industriële export gericht en het zuiden meer op groothandel. Per capita exporteren de noordelijke regio's iets meer.

lage exportcijfer van Gelderland. Gezien de positieve invloed die multinationale ondernemingen kunnen hebben op de regionale economie, kan de relatieve afwezigheid hiervan in Gelderland als onwenselijk gezien worden<sup>3</sup>.

**Wederuitvoer:** Nationaal staan we bekend als exportnatie, na Duitsland de tweede van Europa. Bij nadere beschouwing blijkt zo'n 40 procent daarvan wederuitvoer; doorvoer van goederen met een minimale waardetoevoeging. Deze wederuitvoer voegt weinig toe aan de economie en draagt zelfs bij aan congestie op de Nederlandse wegen. Deze vorm van export concentreert zich in het westen en zuiden van Nederland, maar ook Overijssel overlegt hier een hoog percentage. Bij de exportkampioenen Noord- en Zuid-Holland is dit zelfs de helft van alle uitvoer. Gelderland past wederom in het exportprofiel van de noordelijke provincies; slechts een kwart van het totaal bestaat uit wederuitvoer.

De realiteit is dat, na aftrek van de wederuitvoer, de exportwaarde van de drie grote provincies (NH, ZH & NB) is teruggelopen van het driedubbele naar het dubbele. Er kan dus gesteld worden dat de zeer grote verschillen in exportwaarde tussen Gelderland en de 'grote drie' kleiner worden als de rol van wederuitvoer gerelativeerd wordt, maar dat ze verre van verdwenen zijn.

#### **Karakteristieken van de regio:**

Het begrip export heeft een duidelijke ruimtelijke component. Om te exporteren is een krachtige productiecapaciteit nodig, waardoor meer geproduceerd kan worden dan een regio zelf nodig heeft. Ook zaken als bevolkingsopbouw, ligging, infrastructuur, aansluiting op netwerken, en regionale overheden en onderwijsinstellingen zijn belangrijk. Deze kenmerken helpen in het verklaren van de verschillen tussen de provincies. Hoewel ze niet centraal staan in dit onderzoek, kunnen deze factoren ook niet genegeerd worden. In dit hoofdstuk is ingegaan op enkele van deze ruimtelijke aspecten.

Ten eerste kan worden gesteld dat export geen directe zeggingskracht heeft over de productie van een regio. Het CBS heeft becijferd dat de provincies in Noord- en Oost-Nederland meer produceren dan ze exporteren. Het omgekeerde geldt voor de provincies in het zuiden en westen. Dit duidt erop dat (half)fabricaten uit de eerstgenoemde regio's voor ze geëxporteerd worden, eerst nog naar de andere kant van het land verhandeld worden. Het mag dus verondersteld worden dat de toegevoegde waarde uit de Gelderse productie voor de export hoger is dan de statistieken doen vermoeden.

Ten tweede is ingegaan op regionale verschillen binnen Gelderland op gebied van export. Te zien is dat industriële export vooral uit het noorden van de provincie komt en dat daar over het algemeen de bedrijven groter zijn dan in het zuiden. In het zuiden zien we een hoger percentage micro- en kleinbedrijf en maakt export van groothandels een groter deel uit van het totaal. Gezien het karakter van de regio's zijn dit geen verrassende resultaten. Het bevestigt het beeld over de Achterhoek en 'FoodValley als industriële motoren van de provincie. Alsmede Zuidwest-Gelderland als regio van fruitteelt en logistiek, en Arnhem/Nijmegen als dienstenregio van de provincie.

---

<sup>3</sup> Voor een gedetailleerde analyse hieromtrent biedt het rapport "Achterblijvende internationalisatie in Oost-Nederland – een probleem?" van Geertsema (2013) meer informatie.

### **Koppeling met de deelvragen**

Terugkomend op de centrale vragen van dit hoofdstuk kan dus gesteld worden dat Gelderland relatief weinig exporteert. Hiermee is Gelderland een vreemde eend in de bijt, aangezien andere provincies met een lage uitvoerquote vooral in het noorden liggen. De zuidelijke en westelijke provincies, alsmede Overijssel hebben een sterkere exportpositie.

De reden hiervoor kan niet gezocht worden in sectorale opbouw en ligging; op dit gebied zou Gelderland aantrekkelijk moeten zijn voor de export. Uit de statistieken komen ook remmende factoren naar boven. Het provinciale aandeel grootbedrijf en bedrijven in buitenlandse handen ligt laag en dragen minder bij aan export dan in andere provincies. Verder kent Gelderland een relatief laag wederuitvoercijfer. Het weglaten van deze vorm van export verkleint de verschillen met de grootste exportprovincies aanzienlijk. Tevens blijkt uit CBS-cijfers dat Gelderland, net als alle provincies ten noorden ervan, meer produceert voor de export dan ze daadwerkelijk uitvoeren.

Het vervolg van dit onderzoek focust op de vergaring en analyse van de empirische data en richt zich op de exportgerelateerde vragenlijst die onder Gelderse industriële ondernemingen is verspreid.



# Hoofdstuk 4

## Methoden

Tijdens dit onderzoek zijn verschillende methoden gebruikt voor de beantwoording van de hoofd- en deelvragen. De keuze voor deze methoden wordt in dit hoofdstuk toegelicht. Ook wordt de enquête toegelicht, die verstuurd is aan zo'n 900 Gelderse bedrijven in exportintensieve subsectoren van de industrie. Deze is ook terug te vinden in bijlage A.

Hieronder de hoofd- en deelvragen, die centraal staan in dit onderzoek:

### Hoofdvraag:

Hoe presteert het Gelderse MKB op het gebied van export en hoe kan de provincie Gelderland bijdragen aan de bevordering van de export?

### Deelvragen:

- 1: Hoe verhoudt Gelderland zich tot de rest van Nederland op het gebied van export?
- 2: Wat zijn de kenmerken van exporterende bedrijven in Gelderland?
- 3: In welke mate worden Gelderse bedrijven door exportbarrières geremd in hun export?
- 4: Wat kan de Provincie Gelderland doen om de provinciale export te stimuleren?

### 4.1. Gebruik kwantitatieve en kwalitatieve methoden

In dit onderzoek worden verschillende methoden toegepast om antwoord op de centrale vragen te vinden. De eerste twee deelvragen zijn beantwoord in het voorgaande hoofdstuk, door het analyseren van statistieken van het CBS<sup>4</sup> en PWE<sup>5</sup>. De derde en vierde deelvraag worden beantwoord aan de hand van een vragenlijst die aan een selectie van het Gelderse bedrijfsleven gestuurd is. Daarnaast zijn interviews afgenomen met betrokken partijen, die bijdragen aan het beantwoorden van de laatste twee deelvragen. Er wordt dus vooral gebruik gemaakt van een *cross-sectionele* onderzoeksmethode – het analyseren van *kwantitatieve* data van het CBS en de uitgezette enquête. De reden hiervoor is dat de hoofdvraag, vooral het eerste deel daarvan, uitstekend te beantwoorden is aan de hand van beschikbare statistische data. Ook bestond de wens om, volgend op een provinciaal onderzoek dat op interviews was gebaseerd (Provincie Gelderland, 2015), een zo groot mogelijke groep respondenten te bereiken. Een vragenlijst met kwantificeerbare resultaten leent zich daar het best voor. Dit is ook mogelijk, omdat er veel wetenschappelijke literatuur beschikbaar is rondom export. Hierdoor is er een solide wetenschappelijke basis om *deductief* te werk te gaan.

Dit onderzoek heeft ook een kleinere, *kwalitatieve* component. Elf mensen die zich direct en indirect bezig houden met internationalisering in Oost-Nederland zijn bevestigd op dezelfde onderwerpen die ook terugkomen in de vragenlijst. Het doel van deze interviews was enerzijds om al dan niet bevestiging te krijgen dat de aannames uit de wetenschappelijke theorie ook op toepassing zijn op

---

<sup>4</sup> Het gebruikte maatwerk van het CBS is gratis toegankelijk op hun website, onder het tabblad Cijfers > Internationale Handel > Maatwerk > 2015.

<sup>5</sup> De cijfers van de Provinciale Werkgelegenheidsenquête worden verzameld door het Bureau Economisch Onderzoek van de provincie Gelderland en vormen ook de basis voor de LISA-database.

Gelderland. Anderzijds was het doel ook te achterhalen wat vanuit hun unieke oogpunten de ‘best practices’ zijn om de export van Gelderland te stimuleren.

**Tabel 4.1. Lijst van geïnterviewde gesprekspartners**

	<b>Naam</b>	<b>Organisatie</b>	<b>Plaats</b>
1	Jan van den Berg & Herman de Vries	TIB-Advies	Enschede
2	Freerk Faber	WTC Twente	Hengelo
3	Arnoud Leerling	Regio FoodValley	Wageningen
4	Martin Leushuis	Verenigde Maakindustrie Oost	Hengelo
5	Remco Lucassen	OOST NV	Apeldoorn
6	Rob Oostermeijer	VNO-NCW Midden	Apeldoorn
7	Frank Peterse (vragenlijst per mail)	FENEDEX	Den Haag
8	Marco Platvoet	Kamer van Koophandel	Enschede
9	Marjolein Strijbos (telefonisch)	Rijksdienst voor Ondernemend Nederland	Den Haag
10	Louise van Weerden	Saxion Hogeschool	Enschede

## 4.2. Operationalisatie in de vragenlijst

De steekproef voor de vragenlijst is niet aselekt. De reden hiervoor is dat slechts in gebrekkige mate bekend is welke Gelderse ondernemingen aan export doen. Aangezien het doel van het onderzoek was om zoveel mogelijk respons te krijgen van exporterende MKB'ers, is besloten te selecteren op twee eigenschappen, te weten *sector* en *grootte*. Wat betreft sector is er voorgesorteerd op de industrie, van waaruit de meeste export plaatsvindt, en daarbinnen uit de subsectoren die meer dan 30 procent van hun omzet uit handel met het buitenland behalen. Deze sectoren zijn hiernaast te zien in het kader.

De maximale omvang van aan te schrijven bedrijven is vastgesteld op 250, aangezien dit onderzoek zich richt op het MKB. Een minimumaantal van 10 werknemers is ingesteld om te voorkomen dat het gros van de enquêtes naar kleine, niet-exporterende ondernemingen zou worden gestuurd.

Van de 890 aangeschreven bedrijven gaven 153 bedrijven (17,2%) een bruikbare respons. Van hen gaven 129 (14,5%) aan dat zij aan export doen. De meerderheid omschrijft zichzelf als ‘ervaren exporteur’. Voor een enquête onder bedrijven is dit een responspercentage dat tot tevredenheid stemt. Al heeft het feit dat de steekproef samengesteld is wel nadelige gevolgen voor de *representativiteit* van het onderzoek (Bryman, 2012).

Tabel 4.1 geeft tot slot een verantwoording voor de gestelde vragen in de enquête.

### **Industriële sectoren met >30% omzet uit het buitenland**

- Voeding (10)
- Dranken (11)
- Textiel (13)
- Papierindustrie (17)
- Chemie (20)
- Farmaceutische industrie (21)
- Rubber & Kunststof (22)
- Metaalproductenindustrie (25)
- Elektronische industrie (26)
- Elektrische apparaten (27)
- Machine-industrie (28)
- Auto-industrie (29)
- Overige transport-middelenindustrie (30)

**Tabel 4.2. Verantwoording van de enquêtevragen uit de theorie**

	Vraag	Relevantie	Theoretische basis
1	In welke categorie valt uw bedrijf? (m.b.t. exportervaring)	De wetenschappelijke literatuur onderscheidt dat ervaring in exporteren een belangrijke factor is in hoe hier tegenaan gekeken wordt. Aangezien hierop niet kan worden voorgesorteerd aan de hand van beschikbare data zijn brieven gestuurd naar zowel .exporteurs als niet-exporteurs.	§ 1.2.4
2	Hoeveel jaar doet uw bedrijf inmiddels aan export?	Vervolg op vraag 1, waar exportervaring in jaren bevraagd wordt.	§ 1.2.1 & 1.2.2
3	Welk percentage van uw jaarmzet komt uit de export?	Dit geeft een beeld van hoe belangrijk de export voor deze bedrijven is en zet de export van deze bedrijven in perspectief.	§ 1.2.1 & 1.2.2
4	Hoe groot is uw export in eigen product versus handelsactiviteiten?	Export van eigen product draagt veel meer bij aan het regionaal product dan doorverkoop van andere producten. Onderscheid maken tussen die twee is daarom belangrijk	§ 2.3 & 3.2
5	Hoeveel procent van uw export gaan naar de gegeven regio's?	Aan de hand van deze vraag kan getoetst worden of de respons overeenkomt met de statistische data.	§ 3.1.5
6	Hoeveel procent van uw export gaan naar de gegeven regio's in Duitsland?	Een nauwere regionale afbakening van de grootste handelspartner is van zowel Nederland als Gelderland, geeft een beter beeld van de bestemming van een groot deel van de Gelderse export	§ 3.1.5
7	In hoeverre ondervindt u hinder van mogelijke exportbarrières? (9 opties)	Deze vraag is de kern van het onderzoek en bevraagt de exporteurs op de in hoofdstuk 1 geformuleerde barrières, op een Likert-schaal van 5.	§ 1.2
8	In welke mate bent u tevreden over de algemene gang van zaken rond de export van uw bedrijf?	Bedoeld als overkoepelende 'conclusie' op vraag 7	§ 1.2
9	Met welke exportbevorderende instanties bent u bekend en in hoeverre maakt u hier gebruik van?	Na bestudering van de relevante actoren binnen Gelderland, is een lijst opgesteld met organisaties die actief zijn in handelsbevordering. Aan de hand van deze vraag kan worden vastgesteld welke van deze bekendheid genieten en bij wie het vaakst wordt aangeklopt.	§ 1.3
10	Hoe belangrijk zijn contacten met andere exporterende ondernemers voor uw exportgedrag?	In contrast met vraag 9 wordt nu gevraagd hoe belangrijk het eigen netwerk van mede-ondernemers is voor de bedrijven.	§ 1.1
11	Waarin ziet u een rol voor de Provincie m.b.t. het bevorderen van de export?	Deze vraag moet een antwoord geven op de vierde deelvraag. De gegeven opties zijn uit de theorie en gesprekken met experts gedestilleerd. Ook is er ruimte voor eigen inbreng.	§ 1.3
12	Welke functie heeft u binnen uw bedrijf?	Deze vraag laat zien of de vragenlijst is ingevuld door experts, iets dat zeer wenselijk is. Verwacht wordt dat respons vooral komt van (financieel) directeuren .	§ 1.2.2
13	Hoe actief is uw bedrijf in (regionale) netwerken, branche-organisaties e.d.?	Deze vraag slaat terug op vraag 9 en 10. De mate van actief zijn in verschillende netwerken	§ 1.1
14	In welke mate vindt u onderstaande uitspraken op uw bedrijf slaan?	Dit zijn uitspraken waarvan de respondent op een Likert-schaal moet aangeven in hoeverre hij het hiermee eens is. Het gaat hier om statements die moeten vaststellen hoe vernieuwend en bereid tot risiconemen de bedrijven zijn.	(§ 1.2)
15	Hebt u nog resterende opmerkingen rondom vragen uit deze enquête?	Hier is ruimte voor statements die elders in de enquête niet gemaakt konden worden.	
*	Overige bedrijfskenmerken: <b>Aantal werknemers, sector, locatie, nationaliteit eigenaar</b>	Deze kenmerken hoefden niet bevraagd te worden, maar zijn wel belangrijk voor het creëren van een beeld van de Gelderse export.	§ 2.2 & 3.2

De eerder beschreven keuze om zoveel mogelijk exporterende bedrijven te benaderen, komt voort uit de aanname dat bij hen een hogere respons te verwachten is. Dat blijkt ook uit het feit dat de grote meerderheid van de respondenten exporteur blijkt te zijn, terwijl de enquête ook naar niet-exporteurs was gestuurd. De opvattingen van niet-exporterende ondernemers (die export wel overwegen) kunnen verhelderend zijn, maar het is een moeilijk te bereiken groep. Dat blijkt ook uit het feit dat deze groep nauwelijks naar voren komt in wetenschappelijk onderzoek. Via de Kamer van Koophandel of de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland zou het mogelijk kunnen zijn met beginnende exporteurs in contact te komen. Dat is echter in dit onderzoek niet gedaan.

# Hoofdstuk 5

## Resultaten Enquête I: Exportbarrières in Gelderland

In dit eerste van twee resultatenhoofdstukken wordt de derde deelvraag van het onderzoek behandeld. Deze luidt: *In welke mate worden Gelderse bedrijven door exportbarrières geremd in hun export?* Dit hoofdstuk begint met een beschrijving van de respons op de enquête en vat vervolgens samen hoe de aangeschreven exporteurs en de geïnterviewde experts denken over de verschillende exportbarrières. Voor dit en het volgende hoofdstuk moet rekening gehouden worden met het feit dat de focus in de interviews lag op zowel beginnende als ervaren exporteurs. In de enquête komt alleen de laatste groep aan bod. Het kan verondersteld worden dat zij minder moeite hebben met het exportproces dan de gemiddelde ondernemer.

### 5.1. Beschrijving van de respons

In het vorige hoofdstuk is toegelicht welke criteria gesteld zijn aan de te benaderen bedrijven. Hier wordt een overzicht gegeven van de karakteristieken van de bedrijven die de vragenlijst hebben ingevuld. Tabel 5.1 laat zien dat de grote meerderheid van de respondenten (ervaren) exporteur is. De opzet om zoveel mogelijk van hen te benaderen is daarmee gelukt. In de rest van dit hoofdstuk wordt vooral gekeken naar de 131 respondenten die aangaven te exporteren of dit vroeger te hebben gedaan.

Tabellen 5.1 t/m 5.5. Kerngegevens van de respondenten

5.1. Exportervaring (n=153)	Aantal	Procent
Ervaren exporteur	93	60,8
Incidenteel exporteur	36	23,5
Vroeger geëxporteerd, maar tegenwoordig niet meer	2	1,3
Nog nooit geëxporteerd, maar wel concrete plannen	1	0,7
Nog nooit geëxporteerd	21	13,7

5.4. Omzetaandeel uit export (n=131)	Aantal	Procent
< 25%	54	41,2
26 - 50%	20	15,3
51 - 75%	25	19,1
> 76%	32	24,4
Gemiddelde omzet uit export	44,6 %	

5.2. Aantal werknemers (n=131)	Aantal	Procent
10 - 19	41	31,3
20 - 49	51	38,9
50 - 99	20	15,3
100 - 250	19	14,5
Gemiddeld aantal werknemers	48	

5.3. Aantal jaren exportervaring (n=131)	Aantal	Procent
0 - 5 jaar	9	6,9
6 - 15 jaar	31	23,7
16 - 40 jaar	66	50,4
langer dan 40 jaar	25	19,1
Gemiddeld aantal jaren	28,6	

5.5. Nationaliteit eigenaar (n=131)	Aantal	Procent
Nederlandse eigenaar	110	84
Buitenlandse eigenaar	21	16

Gemiddeld hebben de Gelderse exporterende bedrijven die de vragenlijst invulden 48 werknemers en zo'n 30 jaar aan exportervaring. Een groot deel van de bedrijven haalt minder dan een kwart van hun omzet uit export, maar tegelijkertijd geeft ongeveer 40 procent van de respondenten aan hun omzet voor meer dan de helft uit het buitenland te halen. Export is dus onmiskenbaar belangrijk voor de Gelderse industrie. 21 bedrijven gaven aan een buitenlandse eigenaar te hebben, veelal uit landen uit de EU, maar ook uit de VS en diverse Aziatische landen.

**Tabel 5.6. Gemiddeld en mediaan percentage dat wordt uitgevoerd naar verschillende regio's**

	<i>n</i>	Gemiddeld %	Mediaan %
<b>Duitsland</b>	116	28,5	16,5
<b>België</b>	109	22,7	10
<b>Overig Europa</b>	105	20,5	15
<b>VK</b>	91	12,1	5
<b>Frankrijk</b>	90	9,4	5
<b>VS</b>	68	6,1	0
<b>China</b>	68	5,4	0
<b>Rest v.d. wereld</b>	101	23,6	15
<b>Verdeling naar deelstaten van de export naar Duitsland:</b>			
<b>Nordrhein-Westfalen</b>	86	49	50
<b>Baden-Württemberg</b>	71	14	10
<b>Beieren</b>	71	14	10
<b>Niedersachsen</b>	71	12	10
<b>Overig DE</b>	93	46	30

Wat betreft de bestemming van de export, bevestigt de uitkomst van de enquête in grote lijnen de statistieken van het CBS, die in tabel 3.6 zijn terug te vinden. Tabel 5.6 laat zien hoe groot het exportaandeel naar verschillende regio's wordt ingeschaald door de Gelderse exporteurs. Het gemiddelde en mediaan van alle antwoorden staat in de tabel. 116 respondenten hebben dus een schatting gegeven van het percentage van hun export dat naar Duitsland gaat. Het gemiddelde van die schattingen is 28,5 procent. De mediaan, ofwel het middelste gegeven antwoord, ligt op 16,5. Bij vrijwel alle regio's ligt de mediaan lager dan het gemiddelde, wat erop duidt dat veel gegeven antwoorden rond de uitersten (0 en 100 procent) liggen en dat een klein aantal bedrijven een significant deel van hun goederen naar één bepaalde regio uitvoeren. De percentages in de tabel geven dus geen duidelijkheid over volumes.

De enige uitschieter hier is België, die in tabel 3.6 een kleiner handelsaandeel krijgt toebedeeld. Zoals verwacht is Duitsland de grootste handelspartner. Nordrhein-Westfalen is de voornaamste regio om mee te handelen voor de Gelderlanders. Het grote aandeel van Overig Duitsland geeft echter wel te denken over hoe betrouwbaar deze cijfers zijn. Mogelijk hebben veel respondenten deze optie aangevinkt, omdat ze de regio van hun handelspartners niet hebben geweten.

Tabel 5.7. Respons naar industriële sector

SBI - C	Beschrijving sector	Vestigingen in Gld	Gemiddelde grootte		Benaderde bedrijven		Respons (n=131)	
			Aantal werknemers		aantal	% van aant. vest.	aantal	% van benaderde bedrijven
10	Voeding & Dranken	739	28	111	15	15	14	
13	Textiel	208	8	25	12	2	8	
17	Papierindustrie	70	53	43	61	7	16	
20	Chemische industrie	112	26	46	41	8	17	
21	Farmaceutische industrie	24	31	11	46	1	9	
22	Rubber- & Kunststoffproducten	197	23	69	35	13	19	
25	Metaalproductenindustrie	1.352	10	285	21	32	11	
26	Elektronische Industrie	213	27	49	23	13	27	
27	Elektronische apparatenindustrie	145	16	32	22	4	13	
28	Machine-industrie	456	27	169	37	26	15	
29	Auto- en aanhangwagenindustrie	140	11	30	21	5	17	
30	Overige transportmiddelenindustrie	99	21	20	20	5	25	

Bron: PWE, 2016; eigen data

Tabel 5.7 geeft weer in hoeverre de onderzochte sectoren aanwezig zijn in Gelderland en wat het aandeel is van de benaderde bedrijven. Van het totale aantal Gelderse bedrijven in deze sectoren is 24 procent daadwerkelijk aangeschreven. De rest viel buiten het ingestelde werknemersinterval van 10-250. Wat opvalt is dat bij kleinere sectoren als de farmaceutische, chemische en papierindustrie een groter deel is aangeschreven dan gemiddeld en dat voor vooral de voedselindustrie het tegenovergestelde geldt.

De respons, die over het geheel op 14,7 ligt, is ook niet helemaal gelijk verdeeld. Een mogelijke verklaring hiervoor ligt in het lage aantal respondenten in sommige sectoren. De grootste klassen liggen qua respons wel rond het gemiddelde en de tabel laat zien dat de dominantie van sommige sectoren in de respons de werkelijkheid weerspiegelt.

Het leeuwendeel van de export (86 procent) bestaat uit de export van eigen productie. De overige 14 procent bestaat uit de export van goederen die slechts verhandeld worden.

## 5.2. Handelsbarrières volgens de Gelderse exporteurs

In hoofdstuk 1 is beschreven welke obstakels overwonnen moeten worden om succesvol te kunnen exporteren. Hieruit zijn tien mogelijke barrières naar voren gekomen, die aan de Gelderse MKB'ers zijn voorgelegd.

De meest opvallende uitkomst die naar voren komt, is dat de bevroegde Gelderse bedrijven weinig hinder ondervinden van exportbarrières. Gemiddeld wordt elke barrière beoordeeld als weinig hinderlijk. Een uitzondering hierop is de factor 'zware concurrentie op buitenlandse markten': deze wordt gemiddeld gewaardeerd op matig hinderlijk. Deze lage waarderingen van exportbarrières is verrassend, aangezien er in de wetenschappelijke literatuur een consensus lijkt te zijn over de grote



impact die deze zouden hebben op het handelen van het midden- en kleinbedrijf. Mogelijk heeft de methode van dataverzameling, het versturen van enquêtes, vooral respons uitgelokt van bedrijven met expertise en zelfvertrouwen omtrent buitenlandse handel.

Het verschil in exportervaring beïnvloedt de perceptie van de barrières enigszins. De ervaren exporteurs ondervinden naar eigen zeggen minder hinder dan de incidentele en niet-exporteurs. De verklaring hiervoor kan gezocht worden in het feit dat ervaren exporteurs doorgaans al een goede exportinfrastructuur hebben opgezet; zij zitten al in een netwerk van exporteurs.

In het onderzoek is ook expliciet aan de respondenten gevraagd hoe tevreden zij zijn met de algemene gang van zaken rond de export. Zoals tabel 5.8 laat zien, is men in de meerderheid te spreken over de voortgang van de export bij hun bedrijf. Gezien de weinige hinder die zij blijken te ondervinden van de eerder behandelde barrières, is dit geen verrassende uitkomst.

**Tabel 5.8. In welke mate bent u tevreden over de algemene gang van zaken rond export van uw bedrijf?**

	Aantal	Percentage
<b>Zeer tevreden</b>	13	9,9
<b>Tevreden</b>	93	71
<b>Neutraal</b>	22	16,8
<b>Ontevreden</b>	3	2,3
<b>Zeer ontevreden</b>	0	0
<b>Totaal</b>	131	100

### 5.3. Handelsbarrières volgens experts

Uit de gesprekken met regionale deskundigen (zie tabel 4.1), blijkt een brede consensus te zijn over het bestaan van de geformuleerde exportbarrières. Dit is dus in tegenspraak met de ‘onverschillige’ respons van de ondernemers. Een mogelijke reden voor het verschil is het feit dat deze deskundigen veelal zelf niet ondernemer zijn, maar vanuit een assisterende rol erbij betrokken zijn bij export van het Gelderse MKB. De terugkerende issues zijn volgens hen:

#### Opmerkingen van ondernemers omtrent barrières:

- *“Invoerrechten/protectionistische maatregelen”*
- *“Papierwerk van CBS etc.”*
- *“Toenemende keuringseisen boven EC en FCC. Certificering is heel kostbaar.”*
- *“Vermindering/vereenvoudiging van bureaucratische procedures t.a.v. immigratie, visa-aanvragen etc. in vele landen zal pas echt leiden tot bevordering van export. Sommige landen zijn niet echt uitnodigend / aantrekkelijk om hier naartoe te reizen voor handelsbezoeken etc.”*
- *“Administratieve lastenverlichting m.b.t. export buiten de EU is noodzakelijk.”*
- *“Voor MKB en MKB+ bedrijven van investeringsgoederen wordt export steeds moeilijker door het ontbreken van adequate financieringsmogelijkheden. Aanbetalingen voor projecten in het buitenland worden steeds lastiger en moeten altijd afgedekt worden door bankgaranties, waardoor grote druk op liquiditeit ontstaat. Mogelijkheden voor flexibele exportfinanciering schieten hier in tekort. Hier oplossingen voor vinden zal zeer goed zijn voor verdere exportbevordering”*

- **Het leggen van contacten:** de juiste partners in het buitenland vinden, is volgens de experts cruciaal om te overleven op een buitenlandse markt (o.a. Platvoet, KvK; Leushuis, VMO). Volgens Faber (WTC Twente) is het de meest belangrijke barrière. Zijn organisatie helpt ondernemers die partners te vinden. Het hebben van een goede website is tegenwoordig een vereiste (Lucassen, OOST NV).
- **(Voor)financiering:** Hierover zijn de meningen verdeeld. Van den Berg (TiB) geeft aan dat de afwachtende houding in crisistijd een probleem vormde voor het MKB. Lucassen is sceptisch over een eerder onderzoek dat dit niet als een probleem zag, en met Oostermeijer (VNO-NCW) haalt hij aan dat er vanuit de provincie initiatieven voor assistentie bij voorfinanciering waren voorgesteld. Deze zijn echter niet uitgevoerd.  
Leushuis is echter van mening, dat wanneer je als ondernemer niet zelf de export kunt financieren, je er ook niet aan moet beginnen. Financiële assistentie vanuit de overheid steunt volgens hem de zwakke bedrijven, die uiteindelijk toch geen resultaat boeken. Ofwel: *“Ondernemers die subsidie nodig hebben, kunnen beter naar huis gaan.”* Ook Faber is sceptisch over het gebruik van overheidsgeld hiervoor.  
Leushuis geeft ten slotte aan wel wat te zien in voorfinanciering van exportorders. Daar zit bijna geen risico aan en is voor de bedrijven die ermee te maken hebben een grote steun in de rug.
- **Een gedegen voorbereiding:** Het is een breed gedragen stelling dat export niet iets is dat je er zomaar bij doet als ondernemer. (Van den Berg, Faber, Leushuis, Lucassen, Oostermeijer, Platvoet) Het is belangrijk je bewust te zijn van de hoeveelheid tijd en moeite die het kost en de onderneming moet daarop aangepast worden. Van den Berg stipt aan dat niemand zit te wachten op een algemeen verhaaltje en dat verwacht wordt dat je als ondernemer al goed weet wat je wilt.
- **Taal/Cultuur:** Bij een goede voorbereiding hoort ook het inspelen op taal- en cultuurverschillen. Leushuis stelt dat een organisatie iemand in dienst moet hebben die in hun taal kan communiceren met buitenlandse partners. Zelfs in de handel met Duitsland zijn de verschillen al aanzienlijk volgens de meeste geïnterviewden (o.a. Faber, Lucassen). Een enkeling vindt dat dit ontzettend meevalt: *“Met beleefdheid kom je een eind”* (Platvoet).

# Hoofdstuk 6

## Resultaten Enquête II: De rol van de provincie in exportbevordering

In het vorige hoofdstuk is een beschrijving gegeven van de karakteristieken van de bedrijven die de enquête hebben geretourneerd en hoe hinderlijk zij de barrières rond export ervaren. Dit hoofdstuk gaat in op de rol van het institutionele landschap rondom de Gelderse export en beantwoordt de vraag hoe de provincie bij kan dragen aan een betere exportpositie van het Gelderse bedrijfsleven.

### 6.1. Gelderse exporteurs en het institutionele landschap

Voor de exporterende Gelderse bedrijven zijn er verschillende (overheids)instituten die zich bezighouden met handelsbevordering. Deze organisaties, die zowel op nationaal als op regionale schaal opereren, kunnen een helpende hand bieden bij exportactiviteiten. Om te achterhalen in hoeverre de bedrijven gebruik maken van hulp van deze organisaties, is hun in de enquête van de belangrijkste organisaties gevraagd of ze bekend zijn met de organisatie en hun exportbevorderende activiteiten, en of ze daar ook aan hebben deelgenomen.

Tabel 6.1 laat zien, dat van de bevroegde organisaties de Kamer van Koophandel (KvK) en verschillende brancheorganisaties (o.a. VNO-NCW, FME, MetaalUnie) het bekendst blijken onder Gelderse ondernemers met een bijna honderd procent naamsbekendheid. Aan de andere kant is meer dan zestig procent niet bekend met de regionale instituten in Gelderland.

**Tabel 6.1. De mate van bekendheid met handelsbevorderingsinstituten, in % (n=130)**

	Niet bekend	Slechts bekend met organisatie	Bekend met exportactiviteiten	Deelgenomen aan zo'n activiteit
<b>KvK</b>	2	45	42	12
<b>Brancheorganisaties</b>	11	48	27	14
<b>Provincie</b>	25	68	7	1
<b>Banken met exportactiviteit</b>	31	43	19	7
<b>FENEDEX</b>	39	36	17	8
<b>RVO</b>	42	36	12	11
<b>OostNV/PPM Oost</b>	61	29	8	2
<b>Valleybureaus</b>	68	23	9	0
<b>WTC (Twente/ Arnhem-Nijmegen)</b>	78	19	2	1

De naamsbekendheid van de KvK en brancheorganisaties vertaalt zich ook bekendheid met en deelname aan exportgerelateerde activiteiten. Ook de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), FENEDEX en banken trekken ook Gelderse exporteurs aan. De regionale instanties trekken veel minder ondernemers aan. Een reden hiervoor is mogelijk dat de landelijke organisaties een groter en breder aanbod hebben qua exportassistentie; het programma *Starters International Business* van de RVO is hier een voorbeeld van. Dit terwijl de regionale instanties vaker inzetten op specifieke sectoren en events.

**Tabel 6.2. Mate van activiteit van respondenten binnen (regionale) netwerken, brancheorganisaties, etc. (n=130)**

%	
<b>Zeer actief</b>	5,4
<b>Actief</b>	26,2
<b>Matig actief</b>	35,4
<b>Weinig actief</b>	23,8
<b>Niet actief</b>	9,2

Ook geven de cijfers uit tabel 6.1 en 6.2 te denken over de vraag naar exportassistentie. Weinig exporterende MKB'ers geven aan gebruik te maken van de tools die hun worden aangeboden. Op de vraag hoe belangrijk de bevraagde organisaties zijn voor hun exportgedrag, gaf tussen de 60 en 80 procent aan dat die helemaal niet belangrijk zijn. Door minder dan 15 procent worden ze zeer belangrijk geacht. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat de respons veelal van ervaren ondernemers komt, maar het is wellicht juist om met Martin Leushuis te stellen dat een ondernemer die het echt wil zijn weg wel vindt naar succesvolle export.

De Gelderse exporteurs hechten meer belang aan contact met andere exporterende bedrijven, zo blijkt uit de enquête. Voor zo'n 20 procent zijn die (zeer) belangrijk, 40 procent zegt dat contact matig belangrijk te vinden.

## 6.2. De visie van ondernemers over de rol van de provincie in de export

Tot nu toe is gebleken dat Gelderse ondernemers weinig beren op de weg zien wat betreft handelsbarrières en dat slechts een klein deel van hen actief gebruikt maakt van assistentie van derden. In dat kader verwondert het niet dat het aandeel ondernemers dat een grote rol weggelegd ziet voor de provincie niet hoog is. Bijna een derde kan zich vinden in het organiseren van netwerkversterkende activiteiten en een kwart vindt dat het verdiepen van de relatie met Duitse regio's een taak voor de provincie is. Ook assistentie in voorfinanciering wordt als zodanig gezien.

**Tabel 6.3. Steun van Gelderse exporteurs aan verschillende initiatieven, in % (n=130).**

Activiteiten	Steun	Geen steun
<b>Netwerkversterkende activiteiten</b>	30	70
<b>Assistentie in (voor)financiering</b>	27	73
<b>Verdiepen relatie Duitse regio's</b>	26	74
<b>Informatieve bijeenkomsten</b>	19	81
<b>Internationale handelsmissies</b>	15	85
<b>Bezoek aan vakbeurzen</b>	15	85

### Ondernemers over de rol die zij weggelegd zien voor de provincie:

- *“Ik heb laatst een 'handelsmissie' gevolgd van een gemeente uit Limburg. Het was tenenkrommend om te zien met wat voor een bekrompen instelling zij op 'handelsmissie' naar China gingen. Ik denk op lokaal niveau zit er niet genoeg kwaliteit voor dit soort activiteiten. (...) Ik zou het op nationaal vlak organiseren.”*
- *“Kennisportaal”*
- *Wij hebben sinds vele jaren een wereldwijd distributienetwerk en lopen meestal ver vooruit op de overheid. Dit is geen probleem. Wij proberen voorop te blijven.*
- *“We zijn een innovatief, en erg specialistisch exporterend bedrijf waardoor we in hoofdzaak ook uitsluitend met gespecialiseerde distributiekkanalen kunnen werken in het buitenland. Brede netwerken en internationale missies helpen daar weinig mee om die te vinden is onze ervaring.”*
- *“Het bevorderen van export is volgens mij GEEN taak van de provincies. Laat de markt zijn werk doen.... Goede innovatieve en proactieve bedrijven kunnen, en gaan, vanzelf wel exporteren. Geen tijd en belastinggeld in stoppen dus...”*
- *“Financiële ondersteuning van de activiteiten zoals die hierboven genoemd [doelend op de opties in tabel 6.3], maar niet zelf organiseren. Er is genoeg.”*

Een van de respondenten lichtte zijn visie nader toe:

*“Persoonlijke mening is: totaal geen rol voor de provincie Gelderland. Het is veel en veel belangrijker dat provincie steunt geeft aan lokale organisaties zoals: "Regionaal Nijmeegs centrum voor technologie". Het is vaak veel moeilijker (zeker voor technische bedrijven) om vertrouwen te winnen van andere lokale bedrijven. Natuurlijk zijn er organisaties/branche/ lokale ondernemings-clubs, maar daar komen steeds dezelfde bobo's die vaak veel te goed zijn in praten, maar weinig vernieuwend zijn. Als provincie Gelderland zou ik me veel meer concentreren op Gelderse bedrijven met elkaar in contact brengen bijvoorbeeld op technologisch vlak. Hieruit komt innovatie voort en dat is vaak veel belangrijker voor de export. Natuurlijk is er waarde voor handelsmissies, maar dat moet op nationaal niveau.”*

Dit citaat geeft een inkijkje in de perceptie van de ondernemer over de rol van de provincie in de export. Over het algemeen staat men vrij apathisch tegenover de (potentiële) initiatieven vanuit de provincie, maar er lijkt wel animo te zijn voor betere kennisnetwerken. Voor handelsmissies ligt het vertrouwen meer bij de nationale overheid. Meer dan nieuwe initiatieven, lijkt er een behoefte te bestaan aan overzicht van alle zaken die beschikbaar zijn; een kennisportaal is welkom. Wellicht is het goed om het portaal *Ondernemen Gelderland* beter te promoten. Ook het bestaande voornemen van de KvK om de rol van *first entry point* te vervullen, zal hierbij kunnen helpen, aangezien de KvK het meest op de radar staat van ondernemend Gelderland.

### 6.3. De visie van experts over de rol van de provincie in de export

Naast de geënquêteerde ondernemers hebben ook de in hoofdstuk 4 en 5 aangehaalde experts hun licht laten schijnen over wat volgens hen de rol is van de provincie in de handelsbevordering. Deze groep bestaat veelal uit aanbieders en niet uit ontvangers van de exportassistentie.

Vanuit dit perspectief krijgt de provincie een potentiële rol toegeschreven in drie zaken: ten eerste in het samenbrengen van vraag en aanbod van de beschikbare instrumenten, het investeren in de relatie met het buitenland (vooral Duitsland), en tot slot in voorfinanciering van de export.

Wat betreft de voorfinanciering, zijn de meningen sterk verdeeld. Volgens Van den Berg (TiB) kunnen de provincies Gelderland en Overijssel fondsen beschikbaar stellen in tijden dat banken dwarsliggen, al wil hij niet dat dat in de vorm van subsidies gebeurt, in verband met papierwerk. Ook Platvoet (KvK) en Lucassen (OostNV) zien dat wel zitten, al twijfelen zij (waarschijnlijk terecht) aan de haalbaarheid hiervan. Tegenstanders van zo'n regeling halen het argument aan dat dat partijen kan aantrekken die minder kans van slagen hebben. Een traject waarbij ondernemers aan een goed doordacht exportplan werken, waaraan banken financiering willen geven, scheidt het koren van het kaf (Faber, WTC; Oostermeijer, VNO-NCW). Leushuis (VMO) voegt hier nog aan toe dat het financieren van exportorders een goed idee kan zijn. Het brengt nauwelijks risico met zich mee en is volgens hem een grote steun in de rug van ondernemers.

Aangaande de relaties met het buitenland wordt gesteld dat de provincie een rol kan spelen in de relatie met Duitse regio's. Met haar vertegenwoordiger in Düsseldorf onderneemt de provincie al actie op dit gebied. Daarnaast liggen er volgens Lucassen (OostNV) kansen in de regio Bielefeld, het centrum voor OEM-industrie (dat is: Original Equipment Manufacturer). Ook de zuidelijke deelstaten zijn economisch krachtig en er is een brede consensus over het belang daar voet aan de grond te krijgen. Lucassen stelt voor dat te doen via de contacten die Noord-Brabant daar al heeft.

Wat betreft China wordt aangegeven dat het goed afgewogen moet worden of de kosten van het contact met China opwegen tegen de baten (Platvoet, KvK; Leerling, Regio FoodValley). China is namelijk een relatief kleine handelspartner van Gelderland. Leerling stelt bovendien dat een regio als Gelderland beter zou kunnen meeliften op nationale initiatieven, gezien de omvang van Gelderland. Een kleine regio als Gelderland zou zich naar buiten toe heel duidelijk moeten profileren: *“De provincie moet het lef hebben om Food tot prioriteit te verheffen”* (Leerling, Regio FoodValley).

Het belangrijkste wat gedaan moet worden echter, is het stroomlijnen van het instrumentarium. Peterse (FENEDEX) verwoordt het als volgt: *“Juist de versnippering van export bevorderende organisaties en afdelingen leidt tot weinig daadkrachtig optreden en verwarring voor ondernemers. Er zou één lijn moeten zijn vanuit Nederland in plaats van concurrerende partijen.”* Er moet dus worden samengewerkt met andere overheden om dit te bewerkstelligen en kennis die bij andere instanties zit, moet beter benut worden (Leerling, Regio FoodValley).

De basis hiervoor lijkt al te zijn gelegd met het eerder genoemde voornemen van de KvK om zich toe te leggen op een functie als *first entry point*. Van daaruit kunnen veel ondernemers terecht bij het instrumentarium van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland. Hun aanbod bestaat onder andere uit de programma's *Starters International Business*, waar men door middel van vouchers aan kennisvergaring over export kan doen en coaching kan inschakelen. Hun mobiele app *NL Exporteert* bevat onder andere macro-economische informatie, contactgegevens van Nederlandse

vertegenwoordigers en de nieuwste wet- en regelgeving van vele landen. Vanuit de RVO geeft men voorzichtig dat de aansluiting van Oost-Nederland op hun programma's enigszins beter kan en de bereidheid is er om nauwer met regionale overheden samen te werken om dit te verbeteren (Marjolein Strijbos, RVO).

Binnen de Gelderse grenzen wordt geadviseerd om netwerken te faciliteren waarbinnen bedrijven elkaar makkelijk kunnen vinden en waar kennis kan worden overgedragen (Oostermeijer, VNO-NCW). Uit tabel 6.3 blijkt ook dat de ondernemers dit zelf het meest zien zitten. Van den Berg (TiB) heeft het over het creëren van “hotspots” zoals het DRU-terrein in Uift om dit te bereiken. Faber (WTC Twente) ziet voor zijn organisatie hier ook een centrale functie en ziet ook graag dat de regionale netwerkvorming uitbesteed wordt aan de organisaties die daar nu al voor zijn.

Tot slot noemen Leerling (Regio FoodValley) en Leushuis (VMO) een andere interessante partij om mee samen te werken; de *verborgen kampioenen*. Binnen Gelderland en Overijssel zijn veel bedrijven aanwezig die een mondiaal leidende positie hebben in hun specifieke sector. Hoewel zij weinig naamsbekendheid hebben, beschikken zij wel over een groot internationaal netwerk van contacten. Het opbouwen van warme relaties met deze bedrijven zodat zij bereid zijn hun netwerk beschikbaar te stellen, is een goede strategie om de Gelderse exportpositie te verbeteren.



# Conclusie en aanbevelingen

Als afsluiting van het onderzoek, worden per deelvraag puntsgewijs conclusies getrokken. Het eerste deel van deze scriptie staat in het teken van de analyse van data afkomstig van het Centraal Bureau voor de Statistiek. Aangezien de laatste paragrafen van het tweede en derde hoofdstuk (pagina's 25 en 47-50) een uitgebreide conclusie geven van de statistische bevindingen, wordt het hier summier behandeld.

## 1: Hoe verhoudt Gelderland zich tot de rest van Nederland op het gebied van export?

- Afgezet tegen andere Nederlandse provincies exporteert Gelderland onder gemiddeld.
- Weinig aanjagers van de export: Gelderland heeft relatief weinig grootbedrijf, internationale bedrijven en geen mainports.
- Vertekening van cijfers: veel Gelderse goederen maken een Nederlandse tussenstop en komen zo op het conto van een andere provincie. Ook kent Gelderland veel minder economisch oninteressante wederuitvoer.
- Kortom: het relatief lage uitvoervolume van Gelderland is geen reden voor een alarmistische houding.

## 2: Wat zijn de kenmerken van exporterende bedrijven in Gelderland?

- Vergeleken met andere provincies maakt het MKB een groter deel uit van de provinciale economie. Industrie en groothandel zijn relatief sterk vertegenwoordigd in de provincie.
- De geënquêteerde bedrijven halen gemiddeld 45 procent van hun omzet uit export, hebben gemiddeld 48 medewerkers en een kleine 30 jaar ervaring met export. 84 procent heeft een Nederlandse eigenaar.
- Duitsland is hun grootste handelspartner, gevolgd door andere Europese landen. Export buiten Europa maakt een klein deel uit van het totaal.

## 3: In welke mate worden Gelderse bedrijven door exportbarrières geremd in hun export?

- 80 procent van de bevraagde bedrijven is (zeer) tevreden met de gang van zaken rond export.
- Handelsbarrières worden niet of nauwelijks als hinderlijk ondervonden door de geënquêteerden, wat in tegenspraak is met eerder wetenschappelijk onderzoek. Het feit dat de meeste respondenten ervaren exporteurs zijn, heeft hierin een rol gespeeld. De enige barrière die als matig hinderlijk wordt omschreven is *'zware concurrentie op buitenlandse markten'*, waar de provincie weinig concreets aan kan doen.
- De meeste handelsbarrières worden in grote lijnen als hinderlijk/probleematisch omschreven door de (regionale) experts. Rond het kennis vergaren en het vinden van contacten zien de experts dat veel bedrijven, met name de beginners, moeite hebben. Een gedegen voorbereiding is cruciaal.

## 4: Wat kan de Provincie Gelderland doen om de provinciale export te stimuleren?

- Kleine rol: de meeste ondernemers zien niet een grote rol voor de provincie weggelegd in de exportbevordering, de experts zien (grotere) financiële steun aan hun regionale organisaties wel als een mogelijke maatregel.
- Betere integratie van bestaande instrumentaria: er zijn al veel mogelijkheden voor bedrijven om assistentie te krijgen uit zowel publieke als private hoek, maar die zijn niet duidelijk

genoeg zichtbaar. De KvK heeft de ambitie uitgesproken de rol van *first entry point* te willen vervullen. De provincie zou kunnen bijdragen aan het overzicht door het bestaande portaal 'ondernemengelderland.nl' meer bekendheid te geven. Verder is er vanuit de RVO de wil om hun instrumentarium in het oosten van het land te verbeteren. Een nauwere samenwerking tussen de provincie en de RVO biedt dus kansen voor een beter aanbod van assistentie.

- Verborgten kampioenen: binnen de provinciegrenzen is een aantal bedrijven gevestigd die marktleider zijn in hun sector en een mondiaal netwerk onderhouden. De provincie zou zich op deze kampioenen moeten richten en het delen van die netwerken met het Gelderse MKB faciliteren.
- Voorfinanciering: deze maatregel is al geopperd tijdens de crisisjaren, maar werd niet doorgezet. Er lijkt niet een grote behoefte hieraan te bestaan. Voorfinanciering door de provincie zou bovendien bedrijven kunnen aantrekken met een lage slagingskans rondom export, omdat een gezond bedrijf zelf de financiering rond zou moeten krijgen.
- Kansen in Duitse regio's: Duitsland is de grootste handelspartner voor het Gelderse MKB. Met Nordrhein-Westfalen bestaan er al banden. Andere Duitse regio's, zoals de omgeving Bielefeld en de Zuid-Duitse deelstaten bieden volop exportkansen. De provincie is een geschikte partij om het voortouw te nemen in het openbreken van deze markten. Eventueel kunnen de bestaande Brabantse contacten in Zuid-Duitsland benut worden om daar voet aan de grond te krijgen. Wat betreft regio's en landen verder weg (bijv. China), zou de provincie zich gezien haar omvang sterk moeten afvragen of ze niet beter kunnen meeliften met nationale handelsmissies.

### Suggesties voor verder onderzoek

Dit onderzoek heeft enige duidelijkheid geschapen in de visie van Gelderse exporteurs op barrières en een eventuele rol voor de provincie. De respons kwam echter grotendeels vanuit ondernemingen met veel exportervaringen. Een vergelijkbaar onderzoek, gericht op beginnende exporteurs, zou voor zowel de provincie als andere instanties nuttige inzichten kunnen opleveren.

Ook het in kaart brengen van alle instanties en hun initiatieven omtrent exportassistentie is wenselijk. Dit maakt het mogelijk uit te vinden waar nog leemtes zijn in het aanbod van exportassistentie.

Tot slot kan gericht onderzoek naar eerder genoemde regio's in Duitsland in kaart brengen hoe interessant een eventuele investering in het aanhalen van de banden zijn. Zo kan de provincie Gelderland gericht werken aan het verhogen van de provinciale export.

# Bronnenlijst

- Alvarez, R. (2004), Sources of export success in small- and medium-sized enterprises: the impact of public programs. *International Business Review* 13, pp. 383-400.
- Araujo, L., G. Mion & E. Ornelas (2016), Institutions and Export Dynamics. *Journal of International Economics* 98, pp. 2-20.
- Arteaga-Ortiz, J. & R. Fernandez-Ortiz (2010), Why Don't We Use the Same Export Barrier Measurement Scale? An Empirical Analysis in Small and Medium-Sized Enterprises. *Journal of Small Business Management* 48, pp. 395-420.
- Atzema, O., J. Lambooy, T. van Rietbergen & Egbert Wever (2002), *Ruimtelijke Economische Dynamiek, Kijk op bedrijfslocatie en regionale ontwikkeling*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.
- BIRO Overijssel (2015). Zwolle: Provincie Overijssel.
- Brouthers, L.E., G. Nakos, J. Hadjimarcou & K.D. Brouthers (2009), Key Factor for Successful Export Performance for Small Firms. *Journal of International Marketing* 17, pp. 21-38.
- Bryman, A. (2012), *Social Research Methods*. 4th edition. New York: Oxford University Press.
- Calof, J.L. & W. Virviers (1995), Internationalization Behavior of Small and Medium Sized South African Enterprises. *Journal of Small Business Management* 33, pp. 71-79.
- Cassiman, B., E. Golovko, E. Martinez-Ros (2010), Innovation, exports and productivity. *International Journal of Industrial Organization* 28, pp. 372-376.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2011), *Maatwerk: Import- en exportintensiteit per bedrijfstak, 2009-2011*. [online]. <<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/internationale-handel/cijfers/incidenteel/maatwerk/default.htm>>. Geraadpleegd: 26 januari 2016.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2012), *Export draagt 29 procent bij aan de Nederlandse economie*. [online]. <<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2012/06/export-draagt-29-procent-bij-aan-nederlandse-economie>>. Geciteerd: 11 maart 2016.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2013a), *Aantal exporteurs blijft toenemen*. [online]. <<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2013/36/aantal-exporteurs-blijft-toenemen>>.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2013b), *Internationalisation Monitor 2013*. Den Haag: CBS.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2014), *Nederland Tweede Exportland van Europa*. [online]. <<https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2014/17/nederland-tweede-exportland-van-europa>>. Geraadpleegd: 13 november 2015.

- Centraal Bureau voor de Statistiek – Statline (2015a), In- en uitvoer kerncijfers. [online]. <statline.cbs.nl>. Geraadpleegd: 17 november 2015.
- Centraal Bureau voor de Statistiek – Statline (2015b), Regionale Kerncijfers Nederland. [online]. <statline.cbs.nl>. Geraadpleegd: 4 december 2015.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2015c), Maatwerk: Export van goederen (in euro's) naar bedrijfsgrootte, zeggenschap, sector en handelsland per provincie. [online]. <<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/internationale-handel/cijfers/incidenteel/maatwerk/default.htm>>. Geraadpleegd: 11 december 2015.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2015d), CBS: Limburgse bedrijven kijken het meest over de grens. [online]. <<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/nederland-regionaal/publicaties/artikelen/archief/2015/limburgse-bedrijven-kijken-het-meest-over-de-grens.htm>>. Geraadpleegd: 14 januari 2016.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2015e), De Regionale Economie 2014. Den Haag: CBS.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2015f), Maatwerk: Internationale handel naar goederengroep per provincie, 2008-2014. [online]. <<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/internationale-handel/cijfers/incidenteel/maatwerk/default.htm>>. Geraadpleegd: 11 december 2015.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2015g), Internationaliseringsmonitor 2015, tweede kwartaal. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2015h), De staat van het MKB, 2015. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Centraal Bureau voor de Statistiek – Statline (2016a), Internationale handel; Internationale handel; in- en uitvoer historie. [online]. <<http://statline.cbs.nl>>. Geraadpleegd: 5 juli 2016.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2016b), Productieproces; bedrijfstak en regio; nationale rekeningen. [online]. <<http://statline.cbs.nl>>. Geraadpleegd: 16 maart 2016.
- Centraal Bureau voor de Statistiek (2016c), Banen van werknemers; bedrijfsgrootte en economische activiteit (SBI2008). [online]. <<http://statline.cbs.nl>>. Geraadpleegd: 8 juli 2016.
- Choquette, E. & P. Meinen (2012), Export Spillovers: Opening the Black Box. *The World Economy* 38, pp. 1912-1946.
- Clercq, D. de, H.J. Sapienza & H. Crijns (2005), The Internationalization of Small and Medium-Sized Firms. *Small Business Economics* 24, pp. 409-419.

- Dankbaar, B., R. Smals & G. Vissers (2014), Gelderland Maakt 't: Een verkennende studie naar dynamiek en verankering van de maakindustrie in Gelderland. Nijmegen: Innotep.
- Dhanaraj, C. & P.W. Beamish (2003), A Resource-Based Approach to the Study of Export Performance. *Journal of Small Business Management* 41, pp. 242-261.
- Durmuşoğlu, S.S., G. Apfelthaler, D. Zamantili Nayir, R. Alvarez & T. Mughan (2012), The effect of government-designed export promotion service use on small and medium-sized enterprise goal achievement: A multidimensional view of export performance. *Industrial Marketing Management* 41, pp. 680-691.
- Economische Zaken, Ministerie van (2006), In Actie voor Acquisitie. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Economische Zaken, Ministerie van (2015), Nederland Handelsland.
- Engbersen R. & M. Kremer (2015), Economie aan de rand van Nederland: Trots, trend en traditie in de Achterhoek. *Tijdschrift voor Sociale Vraagstukken* 3, pp. 10-13.
- Eurostat (2016), RAMON - Reference And Management Of Nomenclatures. [online].  
<[http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST\\_NOM\\_DTL&StrNom=SITC\\_REV3&StrLanguageCode=EN&IntPcKey=18553282&StrLayoutCode=HIERARCHIC](http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/nomenclatures/index.cfm?TargetUrl=LST_NOM_DTL&StrNom=SITC_REV3&StrLanguageCode=EN&IntPcKey=18553282&StrLayoutCode=HIERARCHIC)>.  
Geraadpleegd: 24 november 2015.
- Freeman, J., C. Styles & M. Lawley (2012), Does Firm Location make a Difference to the Export Performance of SMEs? *International Marketing Review* 29, pp. 88-113.
- Freixanet, J. (2012), Export promotion programs: Their impact on companies' internationalization performance and competitiveness. *International Business Review* 21, pp. 1065-1086.
- Garnsey, E. (1998), A Theory of the Early Growth of the Firm. *Industrial and Corporate Change* 7, pp. 523-556.
- Geertsema, B. (2013), Achterblijvende internationalisatie in Oost-Nederland – een probleem? Utrecht, Universiteit Utrecht.
- Genee, S. & F. Fortanier (2010), Internationaliseren en productiviteit: Deel 1, Statistische analyse. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Gereffi, G. (1999), International trade and industrial upgrading in the apparel commodity chain. *Journal of International Economics* 48, pp. 37-70.
- Greenaway, D., N. Sousa & K. Wakelin (2004), Do domestic firms learn to export from multinationals? *European Journal of Political Economy* 20, pp. 1027-1043.

- Hinrichs, J. (2016), Meer inzicht binnen handbereik, Hoe meer inzicht hoe beter. Het Financieele Dagblad. 20 mei, p. 7.
- Hueck, H. & R. Went (2016), Vijf mythes over handel en de toekomst van Nederland als handelsland. [online]. <<https://www.ftm.nl/artikelen/vijf-mythes-handel-en-toekomst-nederland-als-handelsland>>. Geciteerd: 8 november 2016.
- Jaarsma, M.A.L.M. (2005), Het toenemende belang van wederuitvoer in de Nederlandse handel. Economisch Statistische Berichten 90, p. 518-520.
- Jaarsma, M. & R. Smit. Regional differences in trade and the impact of location on trade patterns. In: Centraal Bureau voor de Statistiek (2013), Internationalisation Monitor. Den Haag: CBS. pp. 114-131.
- Katsikeas, C.S. & R.E. Morgan (1994), Different Perceptions on Exporting Problems based on Firm Size and Export Market Experience. European Journal of Marketing 28, pp. 17-35.
- Khan, I.U. & K. Kalirajan (2011), The impact of trade costs on export: An empirical modelling. Economic Modelling 28, pp. 1341-1346.
- Kitson, M., R. Martin & P. Tyler (2004), Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept? Regional Studies 38, pp. 991-999.
- Landesdatenbank Nordrhein-Westfalen (2016), Aus- und Einfuhr nach Abteilungen (30) des Güterverzeichnisses der Produktionsstatistiken GP 2009 - Land - Jahr (ab 2008). [online]. <<https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldb NRW/online>>. Geraadpleegd: 13 juli 2016.
- Leonidou, L.C. (1995a), Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis. Journal of International Marketing 3, pp. 29-43.
- Leonidou, L.C. (1995b), Export barriers: non-exporters' perception. International Marketing Review 12, pp. 4-25.
- Leonidou, L.C. & C.S. Katsikeas (1996), The Export Development Process: An Intergrative Review of Empirical Models. Journal of International Business Studies 27, pp. 517-551.
- Leonidou, L.C. (2004), An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development. Journal of Small Business Management 42, pp. 279-302.
- Leonidou, L.C., C.S. Katsikeas, D. Palihawadana & S. Spyropoulou (2007), An analytical review of the factors stimulating smaller firms to export, Implications for policy makers. International Marketing Review 24, pp. 735-770.
- Moini, A.H. (1997), Barriers Inhibiting Export Performance of Small and Medium-Sized Manufacturing Firms. Journal of Global Marketing 10, pp. 67-93.

- Mulligen, P.H. van (2016), Alles voor de export. Het Financieele Dagblad. 23 mei, p. 4.
- Naidu, G.M. & T.R. Rao (1993), Public Sector Promotion of Exports: A Needs-Based Approach. *Journal of Business Research* 27, pp. 85-101.
- NRC Handelsblad (2014), Ruim twee miljoen banen zijn afhankelijk van de export, Factcheck. 21 mei 2014.
- Porter, M. (2000), Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly* 14, pp. 15-34.
- Porter, M. (2003), The Economic Performance of Regions. *Regional Studies* 37, pp. 549-578.
- PPM OOST (2015), Marktkansen over de grens! Project Exportgaranties. Apeldoorn: OOST NV.
- Provincie Gelderland (2013), Statenbrief: Internationalisering Gelderse economie. Zaaknummer 2012-012190.
- Provincie Gelderland (2015a), Gelderland maakt 't, internationaal. Arnhem: Provincie Gelderland.
- Provincie Gelderland (2015b), Omgevingsvisie Gelderland: Geconsolideerde versie. Arnhem: Provincie Gelderland.
- Provincie Gelderland (2016), De Gelderse gebiedsopgaven. [online]. <<http://www.gelderland.nl/gebiedsopgaven>>. Geraadpleegd: 6 maart 2016.
- PWE Gelderland (2015), Eerste uitkomsten werkgelegenheidsonderzoek 2015, Gelderland. Arnhem: Provincie Gelderland.
- Ritsema van Eck, J., F. van Dam, C. de Groot & A. de Jong (2013), Demografische ontwikkelingen 2010-2040, Ruimtelijke effecten en regionale diversiteit. Den Haag: Planbureau voor de Leefomgeving.
- Simmie, J. (2008), The contribution of clustering to innovation, from Porter I agglomeration to Porter II export base theories. Pp. 19-32. In: Karlssen C. (2008), *Handbook of Research Innovation and clusters*.
- Smeets, R., H. Creusen, A. Lejour & H. Kox (2010), Export margins and export barriers: Uncovering market entry costs of exporters in the Netherlands. CPB Document no. 208. Den Haag, Centraal Planbureau.
- Smit, R., B. Rooijackers, Oscar Lemmers & M. Jaarsma (2013), Regional Differences in export dependency. In: CBS, *Internationalisation Monitor 2013*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek. Pp. 132-149.



- Statistisches Bundesamt (2015), Aus- und Einfuhr (Außenhandel): Bundesländer, Jahre. [online]. <<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/Aussenhandel/Aussenhandel.html>>. Geraadpleegd: 25 november 2015.
- Statistische Landesamt Baden-Württemberg (2016), Ein- und Ausfuhr nach ausgewählten Ländern. [online]. <<https://www.statistik-bw.de/HandelDienstl/Aussenhandel/AH-EinAusfuhr-ST.jsp>> . Geraadpleegd: 15 juli 2016.
- Stentor, De (2016), Economisch herstel Gelderland zet door: meer export en investeringen. 2 juni 2016.
- Sterk Bestuur in Gelderland (2015), Sterk Bestuur in de regio Achterhoek. Arnhem: Provincie Gelderland.
- Timmer, M.P., A.A. Erumban, B. Los, R. Stehrer & G.J. de Vries (2014), Slicing Up Global Value Chains. *Journal of Economic Perspectives* 28, pp. 99-118.
- Timmer, M.P., E. Dietzenbacher, B. Los, R. Stehler & G.J. de Vries (2015), An Illustrated User Guide to the World Input–Output Database: the Case of Global Automotive Production. *Review of International Economics* 23, pp. 575-605.
- Viersen, F. & M. Walsweer (2014), Plaats en betekenis van de industrie voor de Gelderse economie. In: Dankbaar, B., R. Smals & G. Vissers (2014), *Gelderland maakt 't: Een verkennende studie naar dynamiek en verankering van de maakindustrie in Gelderland*. Nijmegen: InnoTeP.
- VMT (2014), FrieslandCampina en Hurks deelden investering in Innovation Centre. [online]. <[https://www.vmt.nl/Nieuws/FrieslandCampina\\_en\\_Hurks\\_deelden\\_investering\\_in\\_Innovation\\_Centre-140317110019](https://www.vmt.nl/Nieuws/FrieslandCampina_en_Hurks_deelden_investering_in_Innovation_Centre-140317110019)>. Geciteerd: 4 november 2016.
- Vocht, A. (2006), *Basishandboek SPSS 14 voor Windows*. Utrecht: Bijleveld Press.
- Wagner, J. (2001), A Note on the Firm Size – Export Relationship. *Small Business Economics* 17, pp. 229-237.
- Walsweer, M. (2016), *Provinciale Economische Verkenning 2016-2020*. Arnhem: Provincie Gelderland, Bureau Economisch Onderzoek.
- Wilkinson, T. & L.E. Brouters (2006), Trade promotion and SME export performance. *International Business Review* 15, pp. 233-252.

## Bijlage A: De vragenlijst voor de Gelderse MKB'ers

### DEEL I: EXPORTKENMERKEN

1. In welke onderstaande categorie valt uw bedrijf?

- Ervaren exporteur
- Incidenteel exporteur
- Vroeger geëxporteerd, maar tegenwoordig niet meer (*vraag 2 t/m 7 hebben in dit geval betrekking op uw export in het verleden*). **(Deze vragen staan aan het eind van het document)**
- Nog nooit geëxporteerd, maar wel concrete plannen (*ga naar vraag 7*)
- Nog nooit geëxporteerd (*ga naar vraag 7*)

2. Hoeveel jaar doet uw bedrijf inmiddels aan export?

\_\_\_\_\_ jaar

3. Welk percentage (bij benadering) van uw jaaromzet komt uit de export?

\_\_\_\_\_ %

4. Hoe groot is uw export in beide onderstaande categorieën?

\_\_\_% van de totale exportwaarde komt uit eigen productie

\_\_\_% van de totale exportwaarde komt uit handelsactiviteiten

5. Hoeveel procent van uw export gaat naar onderstaande landen/regio's?

	Duitsland	België	Frankrijk	VK	Overig Europa	VS	China	Rest van de wereld
Percentage (bij benadering)								

6. Veel Oost-Nederlandse bedrijven exporteren hoofdzakelijk naar Duitsland. Kunt u aangeven welk aandeel van uw Duitse export naar de onderstaande regio's gaan?

	Nordrhein-Westfalen	Beieren	Baden-Württemberg	Neder-saksen	Overig Duitsland
Percentage (bij benadering)					

## DEEL II: EXPORTBARRIÈRES

7. In hoeverre ondervindt u hinder van de volgende mogelijke exportbarrières?

		Zeer weinig hinder			Zeer veel hinder	
		1	2	3	4	5
<b>1</b>	Te weinig kennis van buitenlandse markten	1	2	3	4	5
<b>2</b>	Te weinig kennis, tijd en mankracht voor export binnen de onderneming	1	2	3	4	5
<b>3</b>	Vinden van handelspartners	1	2	3	4	5
<b>4</b>	Baten wegen niet op tegen de lasten	1	2	3	4	5
<b>5</b>	Zware concurrentie op buitenlandse markten	1	2	3	4	5
<b>6</b>	Problemen met het rondkrijgen van financiering van export	1	2	3	4	5
<b>7</b>	Onvoldoende ondersteuning van overheidsorganisaties	1	2	3	4	5
<b>8</b>	Problemen met buitenlandse regelgeving en douaneprocedures	1	2	3	4	5
<b>9</b>	Culturele en taalkundige verschillen	1	2	3	4	5
<b>10</b>	Anders, namelijk...	1	2	3	4	5

8. In welke mate bent u tevreden over de algemene gang van zaken rond de export van uw bedrijf?

- Zeer tevreden  
 Tevreden  
 Neutraal  
 Ontevreden  
 Zeer ontevreden

## DEEL III: ASSISTENTIE VAN DERDEN

9. Met welke exportbevorderende instanties bent u bekend en in hoeverre maakt u hier gebruik van?

	Ik ken deze organisatie(s)	Ik ben bekend met hun exportbevorderende activiteiten	Ik heb deelgenomen aan minstens één van hun exportbevorderende activiteiten	Hoe belangrijk zijn deze instanties voor de export van uw onderneming? (1 = Nauwelijks belangrijk, 3 = zeer belangrijk)			
Kamer van Koophandel				1	2	3	n.v.t.
OostNV / PPM Oost				1	2	3	n.v.t.
Provincie				1	2	3	n.v.t.
Brancheorganisatie (bijv. VNO-NCW, FME, VMO, MetaalUnie, etc.)				1	2	3	n.v.t.

<b>WTC (Twente / Arnhem-Nijmegen)</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>n.v.t.</b>
<b>Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO)</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>n.v.t.</b>
<b>Valleybureaus (bijv. FoodValley in Wageningen)</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>n.v.t.</b>
<b>FENEDEX</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>n.v.t.</b>
<b>Banken met exportactiviteiten</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>n.v.t.</b>
<b>Anders, nl:</b>				<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>n.v.t.</b>

10. Hoe belangrijk zijn contacten met andere exporterende ondernemers voor uw exportgedrag?

- Zeer belangrijk
- Belangrijk
- Matig belangrijk
- Onbelangrijk
- Zeer onbelangrijk
- Niet van toepassing

11. Waarin ziet u een rol voor de Provincie weggelegd met betrekking tot het bevorderen van de export? (meerdere antwoorden toegestaan)

- Organiseren van netwerkversterkende activiteiten voor internationaal opererende ondernemers.
- Organiseren van informatieve bijeenkomsten omtrent export.
- Organiseren van internationale handelsmissies.
- Organiseren van bezoeken aan vakbeurzen (zoals de Hannover Messe).
- Assistentie in (voor)financiering
- (Verder) investeren in economische relaties met Duitse regio's
- Anders, nl: \_\_\_\_\_

#### DEEL IV: ONDERNEMINGSKENMERKEN

12. Welke functie heeft u binnen uw bedrijf?

\_\_\_\_\_

13. Hoe actief is uw bedrijf in (regionale) netwerken, branche-organisaties e.d.?

- Zeer actief
- Actief
- Matig actief
- weinig actief
- Niet actief

14. In welke mate vindt u onderstaande uitspraken op uw bedrijf slaan?

		Niet/nauwelijks van toepassing			Zeer van toepassing	
<b>1</b>	Wij zijn een innovatief bedrijf, dat altijd op zoek is naar nieuwe kansen.	1	2	3	4	5
<b>2</b>	Internationalisering leidt tot nieuwe kansen en hogere winsten.	1	2	3	4	5
<b>3</b>	Ons bedrijf weet maar al te goed dat groei ook risico's met zich meebrengt.	1	2	3	4	5
<b>4</b>	Internationalisering brengt veel problemen met zich mee.	1	2	3	4	5
<b>5</b>	Wij zijn bereid tijd en geld te investeren in kansen in het buitenland.	1	2	3	4	5
<b>6</b>	Wij zouden best (verder) willen internationaliseren, maar alleen als we beter ondersteund worden.	1	2	3	4	5

15. Hebt u, tot slot, nog resterende opmerkingen rondom een of meerdere van de vragen uit deze enquête?

---

---

---

---

---

---

---

---

## Bijlage B: Brief die aan geselecteerde bedrijven verstuurd is



provincie  
**GELDERLAND**

Bezoekadres  
Gebouw Marktstate  
Eusebiusplein 1a  
6811 HE Arnhem

Postadres  
Postbus 9090  
6800 GX Arnhem

telefoonnummer (026) 359 91 11  
telefaxnummer (026) 359 94 80  
e-mailadres [post@gelderland.nl](mailto:post@gelderland.nl)  
internetsite [www.gelderland.nl](http://www.gelderland.nl)

«RELATIENAAM»  
«TavToelichtingA»  
«POSTADRES»

datum 22 februari 2016  
zaaknummer 2016-002403  
onderwerp Aankondiging enquête Gelderse Export

Geachte meneer/mevrouw,

De provincie Gelderland streeft ernaar de internationale positie van het bedrijfsleven te versterken. Een meer internationaal georiënteerde Gelderse economie brengt hogere lonen, meer werkgelegenheid en een betere weerstand tegen crises met zich mee.

De provincie wil om deze reden graag weten wat de Gelderse positie is en welke actie er ondernomen moet worden om internationalisering te bevorderen. Een afstudeeronderzoek voor de masteropleiding Economische Geografie van de Universiteit Utrecht, in opdracht van de Provincie Gelderland moet hierover meer duidelijkheid scheppen. De heer G. van den Noort voert dit onderzoek uit.

### *De vragenlijst*

Uw onderneming is actief in een sector van waaruit veel export plaatsvindt. Voor ons is het daarom waardevol om te weten of export belangrijk is voor uw onderneming en hoe u er tegenover staat. Ook als uw onderneming niet exporteert, is uw respons van waarde voor ons. Wij hopen dan ook van harte dat u hier kort de tijd voor neemt. Deze enquête is uw kans om te laten horen wat u van de provincie en andere overheden verwacht als het gaat om exportbevordering. Uw antwoorden zullen uiteraard anoniem behandeld worden.

De enquête wordt uitgezet door I&O Research, een betrouwbare onderzoekspartner van de provincie. Onderaan in de brief vindt u een link en een unieke inlogcode, waarmee u toegang krijgt tot de online vragenlijst. Het invullen daarvan zal u ongeveer een kwartier kosten. Uw medewerking hieraan zal erg op prijs worden gesteld.

*Link en inlogcode*  
[door I&O in te voegen]

*Vragen*

Mocht u vragen hebben naar aanleiding van deze brief of de enquête, dan kunt u contact opnemen met Ard van den Noort, provincie Gelderland, afdeling Economische Zaken, op werkdagen bereikbaar via e-mail ([g.vanden.noort@gelderland.nl](mailto:g.vanden.noort@gelderland.nl)) en telefoon (026-359 8745).

Hoogachtend,  
namens de provincie Gelderland,

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, overlapping strokes that form a stylized, somewhat abstract shape.

Francien Knoops  
Plaatsvervangend programmamanager Economie.