

Vergaderjaar 2005–2006

30 300 XIII

Vaststelling van de begrotingsstaten van het Ministerie van Economische Zaken (XIII) voor het jaar 2006

Nr. 98

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 28 augustus 2006

Hierbij wordt u de acquisitiebrief, getiteld «In actie voor acquisitie; Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen» aangeboden. De brief gaat in op één van de doelstellingen van het buitenlands economisch beleid, te weten het bevorderen van investeringen van buitenlandse bedrijven in Nederland.

De vorige acquisitiebrief ontving u in december 2003 en was voornamelijk gewijd aan de behaalde resultaten op het gebied van het aantrekken van investeringen. De voortgaande globalisering heeft grote gevolgen voor de internationale investeringsstromen. Dat vraagt om een vernieuwing van de aanpak en daarom is de nu voorliggende brief behalve op de acquisitie-resultaten, met name gericht op de nieuwe beleidsacties die ik mij voorneem.

Belangrijkste conclusie is dat door het vervagen van de grenzen de vijver waarin Nederland vist gegroeid is (meer bedrijven investeren en ook vanuit nieuwe landen, zoals India en China), terwijl tegelijkertijd het aantal vissers is toegenomen (zo hebben bijvoorbeeld de Midden-Europese landen inmiddels ook een aantrekkelijk investeringsklimaat). Nederland moet daar, kort gezegd, op inspelen door de kwaliteit van de acquisitie te verhogen en het acquisitienetwerk beter te benutten.

De Staatssecretaris van Economische Zaken,
C. E. G. van Gennip

IN ACTIE VOOR ACQUISITIE

Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen

Ministerie van Economische Zaken

Directoraat-Generaal voor de Buitenlandse Economische Betrekkingen
Directie Buitenlandse Investerings in Nederland

Den Haag, augustus 2006

Samenvatting

- 1. De Nederlandse uitgangspositie**
 - 1.1 Buitenlandse bedrijven belangrijk voor de Nederlandse economie
 - 1.2 Acquisitieresultaten Nederland
 - 1.3 Het Nederlandse marktaandeel
- 2. Trends in (de acquisitie van) buitenlandse investeringen**
 - 2.1 De opkomst van nieuwe investeringslanden en wervingsgebieden
 - 2.2 Het toenemend belang van reeds gevestigde buitenlandse bedrijven
 - 2.3 De concurrentieslag binnen Europa en het belang van onderscheidend vermogen
- 3. Buitenlandse investeringen en het Nederlandse vestigingsklimaat**
 - 3.1 Motieven en locatiefactoren voor buitenlandse investeringen
 - 3.2 Het Nederlandse vestigingsklimaat door de ogen van buitenlandse bedrijven
- 4. Beleidsconclusies: In actie voor acquisitie**
 - 4.1 Naar een nieuwe acquisitie agenda
 - 4.2 Werving met beleid
 - 4.3 Speuren naar buitenlandse S&O
 - 4.4 Investeren in doorgroei
 - 4.5 Nieuwe markten, nieuwe kansen
 - 4.6 Veelzijdig Nederland, maar met één gezicht naar buiten
 - 4.7 Vreemde ogen dwingen

Bijlagen

«You can flourish in this flat world, but it does take the right imagination and the right motivation.»

«When the world goes flat – and you are feeling flattened – reach for a shovel and dig inside yourself. Don't try to build walls.»

«If you want to grow and flourish in a flat world, you better learn how to change and align yourself with it.»

The World is Flat – Thomas L. Friedman

Samenvatting

De voortgaande globalisering stelt Nederland voor grote uitdagingen. Onze economische prestaties, concurrentiepositie en welvaart worden voor een belangrijk deel bepaald door het vermogen om in te spelen op de dynamiek en veranderingen in onze omgeving. Globalisering en internationaal ondernemen bieden tal van kansen, maar de mate waarin de Nederlandse economie daarvan de vruchten plukt, zal sterk afhangen van het vernieuwingsvermogen en de flexibiliteit van onze bedrijven, werknemers en overheid.

Met de acquisitie van buitenlandse investeringen, naast handel de belangrijkste vorm van internationaal ondernemen, kan Nederland op een zeer directe wijze profiteren van globalisering. Nederland is niet alleen een handelsland, maar ook een belangrijk vestigingsland voor buitenlandse bedrijven: voor de ontwikkeling, productie, verkoop of distributie van hun producten of als basis voor de organisatie en aansturing van (delen van) hun bedrijfsprocessen (bijvoorbeeld hoofdkantoren). Buitenlandse bedrijven leveren nu al een vitale bijdrage aan de Nederlandse economie. Eén op de tien werknemers in de marktsector werkt bij een buitenlands bedrijf. Buitenlandse bedrijven genereren economische groei, zijn goed voor substantiële directe en indirecte werkgelegenheid, versterken de Nederlandse innovatiekracht, houden het Nederlandse bedrijfsleven scherp en geven ons land aansluiting op internationale netwerken van bedrijvigheid.

In de afgelopen drie jaar zien we een voorzichtig herstel in de acquisitie-resultaten. Nederland heeft echter de mogelijkheid om nog meer dan nu te profiteren van buitenlandse investeringen. Daarvoor is het wel nodig dat Nederland inspeelt op een aantal ingrijpende veranderingen, die zich voordoen op het vlak van buitenlandse investeringen: de opkomst van nieuwe wervingsgebieden, veranderende sleutelfactoren voor succesvolle acquisitie en de verbreding en verscherping van de internationale concurrentie bij de werving van buitenlandse investeringen.

I. De opkomst van nieuwe wervingsgebieden

In de eerste plaats is er de snelle opmars van buitenlandse investeerders uit «nieuwe» landen. De sterke economische groei in landen als China en India, gestimuleerd door investeringen van buitenlandse bedrijven, leidt tot sterke en snel groeiende ondernemingen aldaar, die op hun beurt willen investeren in het buitenland. Naast China en India gaat het om bedrijven uit landen die zich al eerder hadden gemeld aan het investeringsfront: Brazilië, Rusland en de olierijke landen in het Midden Oosten, die omvangrijke investeringen doen in het buitenland om hun inkomsten te diversificeren. Bedrijven uit Noord-Amerika, West-Europa en de andere ontwikkelde economieën blijven daarnaast een uiterst belangrijke bron van buitenlandse investeringen.

II. Veranderende sleutelfactoren voor succesvolle acquisitie

In de tweede plaats worden bestaande vestigingen van buitenlandse bedrijven steeds belangrijker. Daarbij gaat het niet alleen om behoud en verankering, maar ook om de uitbreidingsinvesteringen van reeds gevestigde bedrijven, waarvan blijkt dat ze – in termen van werkgelegenheid en investeringen – een grotere meerwaarde vertegenwoordigen dan de eerste vestigingen van buitenlandse bedrijven. Deze trend is in heel Noordwest-Europa zichtbaar en maakt bestaande vestigingen én hun moederbedrijven tot een belangrijke doelgroep in de werving. Daar worden de beslissingen genomen over nieuwe investeringen. Ook zijn

bestaande buitenlandse vestigingen, vanwege de permanente interne concernconcurrentie, beter dan wie ook in staat om feedback te geven aan de overheid over het Nederlandse investeringsklimaat en suggesties aan te dragen voor verdere verbetering. Tot slot zijn deze bedrijven belangrijke ambassadeurs bij de werving van nieuwe bedrijven. De ervaringen van buitenlandse investeerders in ons land zijn de meest objectieve en daarmee krachtigste argumenten om in Nederland te investeren.

III. Verbreding en verscherping van de concurrentie bij de werving

Een derde dominante ontwikkeling is de enorm toegenomen concurrentie bij de werving van buitenlandse investeringsprojecten. Deze ontwikkeling is uiteraard sterk in de hand gewerkt door de globalisering, die buitenlandse en Nederlandse bedrijven, als gevolg van technologische ontwikkelingen en de vrijmaking van markten, vrijwel volledig *footloose* heeft gemaakt. Steeds meer landen beschikken daarnaast over een acquisitieorganisatie en voeren een actief beleid gericht op het aantrekken van buitenlandse bedrijvigheid. De slag om de buitenlandse investeerder is daarmee een mondiale slag geworden, waarbij inzicht in de motieven achter een buitenlandse investering en de factoren die bepalend zijn voor de locatiekeuze, van steeds groter belang zijn. Het is cruciaal geworden om je bij de acquisitie te onderscheiden van de concurrentie en buitenlandse bedrijven begeleiding op maat te kunnen bieden.

Naar een nieuwe acquisitie agenda

De hierboven geschetste ontwikkelingen creëren een belangrijk nieuw momentum in de acquisitie van buitenlandse investeringen. De vijver is groter geworden, maar dat geldt ook voor het aantal vissers. Nederland heeft een goede uitgangspositie om nog meer dan nu te profiteren van buitenlandse investeringen. Nederland is een open land, met een uitstekende ligging en infrastructuur, een sterke handelsgeest en internationale oriëntatie, en met grote innovatieve en creatieve kracht. En ons land beschikt op diverse terreinen over bedrijven en kennisinstellingen die zich kunnen meten met de besten van de wereld. Er liggen dus kansen, maar die moeten wel worden aangegrepen. Dit stelt hoge eisen aan de Nederlandse acquisitie-inspanningen en de daarvoor verantwoordelijke organisaties.

Wat zien we?	Wat willen we?	Wat doen we?
Opkomst van nieuwe wervingsgebieden	Maximaal profiteren van nieuwe markten	– Uitbreiding kantorennetwerk in China, India en onderzoeken van potenties Singapore, Midden Oosten en Brazilië – Betere samenwerking met economische postennetwerk
Toenemend belang van bestaande vestigingen van buitenlandse bedrijven	Bestaande bedrijven sterker binden en helpen bij doorgroei	– Opzet programma voor verankering en <i>investor development</i> in samenwerking met regionale en lokale acquisitiepartners
Verscherpte concurrentie in de werving die vraagt om onderscheidend vermogen	Nederland sterker profileren in het buitenland	– Pioniers in Internationaal Ondernemen – Strategische reisagenda – Betere afspraken tussen acquisitie organisaties
Toenemende interactie tussen beleid en werving Nederland trekt weinig buitenlandse R&D aan	Buitenlandse bedrijven aantrekken die Nederland sterker maken	– Proactieve targeting en werving van buitenlandse bedrijven die aansluit bij kansrijke en belangrijke sectoren en technologiegebieden – Offensief gericht op aantrekken buitenlandse R&D – Signalen buitenlandse bedrijven meer benutten in economische beleidsagenda
Buitenlandse bedrijven geven inzicht in het vestigingsklimaat	Een excellent vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven	

Het Kabinet heeft zich tot doel gesteld om maximaal in te spelen op de mogelijkheden die er liggen voor de werving van buitenlandse investeringsprojecten en onderneemt daartoe de volgende acties:

1. De marketingstrategie en doelgroepkeuze worden aangescherpt. Onder de noemer *policy based acquisition* staat het benutten en uitbouwen van de regionale, sectorale en technologische sterktes van Nederland voortaan centraal in de werving. De focus komt te liggen op buitenlandse investeringen waarvoor Nederland kansrijk is en die het meest (duurzaam) bijdragen aan onze economie, bijvoorbeeld doordat ze bestaande ketens en clusters versterken. Deze benadering sluit aan bij het bredere kabinetsbeleid gericht op het uitgaan van eigen kracht en het voortbouwen op sterktes, zoals dat onder meer vorm heeft gekregen in het ruimtelijk economisch beleid en het innovatiebeleid. In de werving zullen buitenlandse bedrijven, vanuit kansrijke sectoren en technologiegebieden, actief worden gescout en benaderd met informatie/begeleiding op maat. Gebieden die zich hiervoor lenen, zijn: creatieve industrie, duurzame energie, farmacie, nanotech, *embedded* systemen, polymeren, agri-food, logistiek en financiële instellingen.
2. Er komt een offensief gericht op de werving van buitenlandse R&D-investeringen, die tot dusver te weinig hun weg naar Nederland vinden. Zowel een proactieve marketing naar buitenlandse bedrijven als het aanpakken van resterende knelpunten in het innovatieklimaat vormen onderdeel van dit offensief. Ook zal worden onderzocht op welke wijze buitenlandse bedrijven, voorafgaand aan vestiging, beter inzicht kunnen krijgen in het Nederlandse innovatie-instrumentarium, zodat ze al tijdens het locatiekeuzeproces – in concurrentie met andere landen – gestimuleerd kunnen worden om over te gaan tot vestiging in Nederland.
3. In nauwe samenwerking met onder meer de regionale ontwikkelingsmaatschappijen wordt, in aansluiting op de reguliere EZ-contacten met het zittende bedrijfsleven, een programma ontwikkeld voor *investor development*: een structurele aanpak gericht op in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven met als doelen de verankering van bestaande activiteiten, het helpen realiseren van uitbreidingsprojecten, het inzetten van buitenlandse bedrijven in de werving en het monitoren van het Nederlandse vestigingsklimaat. Het programma is gericht op buitenlandse vestigingen in Nederland en hun moederbedrijven. Bedrijfsbezoeken spelen een belangrijke rol, maar ook andere instrumenten (conferenties, platform bijeenkomsten, nieuwsbrieven, mailings, enquêtes, publicaties e.d.) worden ingezet.
4. Het Nederlandse acquisitienetwerk in het buitenland wordt versterkt. Het kantorennetwerk in China is recentelijk uitgebreid en er wordt een nieuw acquisitiekantoor geopend in India. Daarnaast wordt onderzocht of de vestiging van nieuwe acquisitiekantoren in Singapore/Maleisië, Brazilië en het Midden Oosten wenselijk en mogelijk is. Voor het Midden Oosten en wellicht ook Rusland ligt er in de opening van een acquisitiekantoor een additioneel belang in het vraagstuk van energievoorzieningszekerheid. Daarnaast zullen de andere onderdelen van het economische postennetwerk (ambassades, consulaten-generaal, NBSO's) meer worden ingezet en, met beschikbaarstelling van een *toolkit*, beter worden geëquipeerd voor het verrichten van promotiewerk en investeringsbevordering.
5. De economische beeldvorming over Nederland wordt reeds aangepakt met als uitgangspunt het concept «Pioniers in Internationaal Ondernemen». De economische posten in het buitenland vervullen hierin

een belangrijke rol. Bij de promotie van Nederland in het buitenland is het daarnaast zaak dat regionale verschillen worden onderkend en benut, maar dat Nederland wel met één gezicht naar buiten treedt. Daarom zullen aanvullende afspraken worden gemaakt over de afstemming van nationale, regionale en lokale acquisitie-inspanningen. Zo wordt onder de vlag van de Dutch Trade Board gewerkt aan de totstandkoming van een strategische reisagenda, waarbij afspraken worden gemaakt tussen EZ, andere departementen, Kamers van Koophandel, provincies en gemeenten over te ondernemen handels- en acquisitiemissies.

6. Tot slot zal – sterker dan voorheen – de invalshoek van buitenlandse bedrijven, die in hun proces van locatiekeuze alle relevante locatiefactoren internationaal vergelijken, gebruikt worden als bron van informatie voor de economische beleidsagenda.

1. De Nederlandse uitgangspositie

1.1 Buitenlandse bedrijven belangrijk voor de Nederlandse economie

Nederland is wereldwijd een van de belangrijkste bestemmingen van directe buitenlandse investeringen¹. De continue instroom van buitenlandse investeringen heeft zich door de jaren heen vertaald in een substantiële aanwezigheid van buitenlandse bedrijven in de Nederlandse economie. Nederland telt op dit moment bijna 5 400 vestigingen van buitenlandse bedrijven². Deze vestigingen zijn in totaal goed voor ruim 535 000 arbeidsplaatsen, zo'n 7% van de totale werkgelegenheid in Nederland, 10% van die in de marktsector en zelfs 22% van de arbeidsplaatsen in de industrie.

Buitenlandse bedrijven vallen in de prijzen

Teijin Twaron is winnaar geworden van de AWWN-innovatietrofee. De prijs wordt toegekend aan een bedrijf dat zich onderscheidt met vooruitstrevend personeelsbeleid. Het bedrijf, dat de sterke kunstvezel Twaron produceert, heeft samen met vakbonden en medewerkers initiatieven genomen om met name ouder wordend personeel «vitaal, gemotiveerd, inzetbaar en productief te houden», aldus de jury. In de laatste CAO-onderhandelingen maakte Teijin Twaron, voorbeeld van een succesvolle buitenlandse overname, als een van de eerste bedrijven in Nederland een afspraak over de levensloopregeling. Teijin Twaron is een dochter van de Japanse multinational Teijin. Het hoofdkantoor van Twaron staat in Arnhem. In het Noorden zijn twee grote productielocaties: in Delfzijl (245 fte) en Emmen (630).

(Dagblad van het Noorden, 9 november 2005)

Het Amerikaanse farmaciebedrijf Amgen, met een groot distributiecentrum in Breda, is een van de winnaars geworden van de «Gazellen Award» 2005, een door Het Financieel Dagblad ingestelde prijs voor de snelst groeiende ondernemingen. Met de prijs, die onder meer wordt ondersteund door EZ, en de publicatie van de Gazellen ranglijst wil het FD ondernemerschap stimuleren en de aandacht vestigen op bedrijven in Nederland die snel in omzet groeien. Amgen Europe B.V. kende tussen 2002 en 2004 een omzetgroei van 82%.

(Persbericht FD, 15 november 2005)

Uit diverse onderzoeken³ is gebleken dat buitenlandse bedrijven naast directe (en indirecte) werkgelegenheid ook op andere wijzen bijdragen aan de Nederlandse economie. Ze stimuleren de concurrentie, geven ons land aansluiting op internationale netwerken van bedrijvigheid en houden ons een spiegel voor wat ons investeringsklimaat betreft. Buitenlandse bedrijven – zowel in de industrie als de dienstensector – zijn minstens zo innovatief als het overige in Nederland gevestigde bedrijfsleven. Ze exporteren relatief meer dan de totale bedrijvenpopulatie en presteren tot slot bedrijfseconomisch beter, onder meer gemeten in saldo winst/verlies en bruto toegevoegde waarde per werknemer.

Vooral bedrijven uit Europa en de Verenigde Staten

De meeste van de buitenlandse vestigingen in Nederland zijn afkomstig uit Europa en Noord-Amerika (met name Verenigde Staten). Europese bedrijven zijn goed voor bijna 60% van zowel het aantal buitenlandse vestigingen in Nederland als de daarmee gepaard gaande werkgelegenheid (tabel 1.1). Nederland is vooral populair bij Duitse en Engelse bedrijven. Noord-Amerika heeft een aandeel van één derde van de buitenlandse vestigingen en arbeidsplaatsen.

¹ Onder directe buitenlandse investeringen (DBI) worden die transacties verstaan waarbij ondernemingen een blijvend belang in het aandelenkapitaal van een buitenlandse onderneming verwerven (door oprichting, fusie of overname) met als doel zeggenschap in het bestuur van die onderneming te verkrijgen. De directe investeringsstromen bestaan, in termen van financiering, naast kapitaal-deelnemingen uit ingehouden winsten en andere financiële transacties binnen concernverband. Voor DBI-cijfers over Nederland zie figuur 1.1 in bijlagen.

² Ontleend aan «Operations of foreign companies in the Netherlands in 2005», Stec Groep B.V., juli 2006. Deze database wordt jaarlijks geactualiseerd.

³ Zie o.m. Werving voor Werk en Welvaart, Motieven en middelen voor het Nederlandse acquisitiebeleid (Kamerstuk EZ-99-657); en Innovatie en Inkomende Investerings, De bijdrage van buitenlandse bedrijven aan de Nederlandse kenniseconomie (Kamerstuk EZ00000465), Ministerie van Economische Zaken, 1999 respectievelijk 2001.

Tabel 1.1 Buitenlandse vestigingen in Nederland naar land/regio van herkomst (2005)

Land/regio	Vestigingen	Arbeidsplaatsen
Noord-Amerika	1 672	176 223
Duitsland	1 015	71 996
Verenigd Koninkrijk	698	86 883
Scandinavië	382	43 508
Europa (overig)	1 020	116 179
Azië	544	38 101
– Japan	22	24 034
– Taiwan	71	2 480
– Korea		1 193
– China		3 298
– Overig		5 296
Overig	49	4 447
Totaal	5 380	535 537

Productie nog altijd dominante activiteit; daarnaast vooral verkoop, handel en logistiek

Ruim een kwart van de buitenlandse bedrijven in Nederland houdt zich bezig met productie en assemblage¹. Deze productiebedrijven leveren een kleine 35% van de buitenlandse werkgelegenheid in Nederland en 22% van de totale industriële werkgelegenheid in ons land. Andere belangrijke activiteiten van buitenlandse bedrijven in ons land zijn sales/marketing/ advies, groothandel, logistiek en hoofdkantoren. Een interessante groep zijn de R&D-centra van buitenlandse bedrijven, waarvan ons land er ruim 100 kent. Gezien het belang van innovatie en R&D voor economische en productiviteitsgroei en de stevige ambities van Nederland op dit terrein, ligt het aandeel van R&D-vestigingen in de buitenlandse bedrijvenpopulatie relatief laag. Uit onderzoek blijkt daarnaast dat in Nederland het aandeel van buitenlandse bedrijven in de private R&D lager ligt dan in andere EU-landen met een vergelijkbaar open en internationaal karakter. Ook is het Nederlandse marktaandeel binnen de EU bij het aantrekken van buitenlandse R&D-vestigingen beneden gemiddeld. Een belangrijke oorzaak voor de achterblijvende inkomende R&D is gelegen in het Nederlandse vestigingsklimaat (zie 3.2).

Werkgelegenheid in productie neemt af; compensatie door groei in andere activiteiten

Tussen 2002 en 2005 is het aantal buitenlandse productievestigingen in ons land licht gedaald (van 1 439 naar 1 387). De daling in de werkgelegenheid bij buitenlandse productievestigingen lag met 16% een stuk hoger. De voornaamste reden lijkt de door kostenmotieven gedreven verplaatsing van productie activiteiten naar landen met een lager loonkostenniveau. De daling in industriële werkgelegenheid bij buitenlandse bedrijven werd in die periode echter meer dan gecompenseerd door de stijgende werkgelegenheid bij andere typen vestigingen. De meest opvallende daarvan zijn logistiek en hoofdkantoren. Per saldo nam de totale werkgelegenheid bij buitenlandse bedrijven tussen 2002 en 2005 toe van zo'n 529 000 naar zo'n 536 000.

Uitsplitsing naar sectoren van herkomst wijst uit dat ICT (11% van de vestigingen, 13% van de arbeidsplaatsen) en logistiek (10% vestigingen, 12% werkgelegenheid) de belangrijkste zijn. De rest van de buitenlandse vestigingen en werkgelegenheid is tamelijk gelijk verdeeld over een groot aantal bedrijfssectoren.

1.2 Acquisitieresultaten Nederland

Vanaf 2003 herstel van Nederlandse acquisitieresultaten

Sinds 2003 is er sprake van een langzaam maar zeker herstel van de

¹ Zie tabel 1.4 in bijlagen.

Nederlandse acquisitieresultaten (tabel 1.2)¹. De resultaten kenden een scherpe terugval in de jaren 2001 en 2002. Deze terugval was met name het gevolg van het uiteenspatten van de internet-bubble en de daarmee gepaard gaande economische neergang, alsmede de nasleep van 11 september 2001 waarbij vooral Amerikaanse bedrijven hun investeringsplannen *on hold* zetten. Deze combinatie van factoren leidde tot een mondiale terugloop in de buitenlandse investeringen. De terugloop in de Nederlandse resultaten werd daarnaast beïnvloed door de relatieve verslechtering van het vestigingsklimaat en de opkomst van nieuwe concurrenten bij de werving van buitenlandse investeringsprojecten, met name in Centraal- en Oost-Europa.

Tabel 1.2 Acquisitieresultaten Totaal (2000–2005)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Aantal projecten	94	86	71	104	102	112
Investeringsbedrag (in € miljoen)	434	573	137	597	265	506
Arbeidsplaatsen	5 071	3 482	1 904	2 737	2 475	3 121

In de afgelopen drie jaar is weer sprake van een substantiële toename van het aantal investeringsprojecten van buitenlandse bedrijven. In 2005 werd door DBIN zelfs een record aantal projecten van 112 geboekt. Ook het totaal aantal directe arbeidsplaatsen dat met de buitenlandse investeringsprojecten wordt aangetrokken, neemt weer toe. De met de aangetrokken projecten gerealiseerde investeringsbedragen fluctueren sterk in de tijd. De positieve en negatieve uitschieters in het gerealiseerde investeringsbedrag worden vooral bepaald door het in enig jaar al dan niet aantrekken van een of enkele grote investeringsprojecten uit kapitaalintensieve sectoren, waaronder met name de chemie.

Projecten worden gemiddeld kleiner in aantal arbeidsplaatsen

Hoewel er vanaf 2003 weer sprake is van een stijgende lijn in het aantal aangetrokken investeringsprojecten en arbeidsplaatsen, is de gemiddelde omvang van de aangetrokken investeringsprojecten gemeten in arbeidsplaatsen structureel kleiner dan voorheen. Het gemiddeld per project gerealiseerde aantal arbeidsplaatsen is tussen 1998–2000 en vorig jaar vrijwel gehalveerd. Het aantal projecten met meer dan 100 arbeidsplaatsen was in 2005 nog maar één derde van dat in de periode 1998–2000². Deze ontwikkeling heeft vooral te maken met het feit dat Nederland steeds minder in trek is als locatie voor arbeidsintensieve activiteiten. Dat geldt overigens ook voor andere landen in West-Europa.

Vooral Europese distributie, hoofdkantoren en ICT-bedrijven

Ook in de acquisitieresultaten over de afgelopen jaren voeren Europese distributie en Europese hoofdkantoren de boventoon³.

Informatietechnologie is nog altijd de belangrijkste sector van herkomst, maar veel minder dominant dan in de jaren voor het uiteenspatten van de internet-bubble in 2001⁴. Buitenlandse IT-bedrijven waren in 2005 goed voor 18% van de projecten en 13% van de arbeidsplaatsen. Naast IT zijn medische technologie, elektronische componenten, telecommunicatie en chemie sectoren, waaruit veel van de aangetrokken buitenlandse investeringsprojecten afkomstig zijn.

1.3 Het Nederlandse marktaandeel

Marktaandeel Nederland gemiddeld 4%

Het Nederlandse marktaandeel binnen de Europese Unie bij het aantrekken van buitenlandse investeringsprojecten heeft zich in de

¹ Betreft buitenlandse investeringsprojecten waarbij de Directie Buitenlandse Investeringsprojecten in Nederland (DBIN), onderdeel van het DG voor de Buitenlandse Economische Betrekkingen, betrokken was. Een investeringsproject wordt als resultaat geboekt wanneer van het bedrijf een confirmation letter is ontvangen. Daarin wordt bevestigd, dat de betrokkenheid van DBIN mede heeft geleid tot het besluit van het bedrijf om een project in Nederland te realiseren. In de brief geeft het bedrijf ook aan hoeveel directe arbeidsplaatsen en welk investeringsbedrag men bij aanvang en binnen 3 jaar verwacht te realiseren. De gedurende het jaar ontvangen confirmation letters en de daarin opgenomen data vormen – naast kritische interne toetsing – de basis voor de bepaling van het DBIN-jaarresultaat. De door de aangetrokken bedrijven afgegeven prognoses worden structureel getoetst aan de realisatiecijfers.

² Zie tabel 1.5 in bijlagen.

³ Zie tabel 1.6 in bijlagen.

⁴ Uit de notitie «Innovatie en Inkomende Investeringsprojecten» (Ministerie van Economische Zaken, september 2001) bleek dat ICT-bedrijven in de periode 1988–2000 goed waren voor 40% van de in totaal via DBIN aangetrokken buitenlandse investeringsprojecten en 40% van de in totaal gerealiseerde arbeidsplaatsen.

periode 2002–2005 bewogen tussen de 3% en 5%. Nederland bevindt zich daarmee binnen de EU op de tiende plaats, te midden van traditionele concurrenten als Ierland, België en Zweden¹. De Europese top 3 van bestemmingslanden voor buitenlandse investeringsprojecten wordt nog altijd gevormd door het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Duitsland. Drie van de nieuwe toetreders zijn terug te vinden in de top 10: Hongarije op de vierde plaats, Polen op de vijfde en Tsjechië op de zevende positie. Opvallend is het feit dat landen als Denemarken, Oostenrijk en Finland, die erg hoog scoren op internationale concurrentieranglijsten zoals die van de IMD, WEF en de Economist, qua generiek marktaandeel buiten de top 10 vallen.

Nederland vooral in trek voor marketing & sales, hoofdkantoren en logistiek

De prestaties van landen bij het aantrekken van buitenlandse investeringsprojecten hangen uiteraard sterk samen met het type investeringsproject en de daaraan verbonden motieven en locatiefactoren (tabel 1.3). Zo vinden productievevestigingen hun weg vooral naar landen met relatief lage arbeidskosten en grote thuismarkten. Polen, Hongarije en het VK trekken de meeste productieprojecten aan.

Nederland, op plaats 13 voor productievevestigingen, komt prominent in beeld bij marketing & sales operaties, logistieke centra en hoofdkantoren. In die categorieën projecten bezet ons land respectievelijk de vijfde, zesde en vijfde plaats met EU-brede marktaandelen van tussen de 5% en 8%.

Weinig buitenlandse R&D-investeringen in Nederland

Nederland doet het erg matig bij het aantrekken van buitenlandse R&D-vestigingen, terwijl juist *inward* R&D een belangrijke bijdrage zou kunnen leveren aan realisatie van de Nederlandse ambities op innovatievlak. In de recente CBS-publicatie «Kennis en economie 2006» wordt de achterblijvende private R&D-intensiteit deels toegeschreven aan een gebrek aan buitenlandse R&D-investeringen.

Tabel 1.3 Vestigingslanden EU naar activiteit (aantal projecten en marktaandeel 2002–2005)

Productie (2 823 projecten)	Marketing & Sales (1 734 projecten)	Logistiek (689 projecten)	R&D (494 projecten)	Hoofdkantoor (482 projecten)
1. Polen (12%)	1. VK (24%)	1. VK (13%)	1. VK (19%)	1. VK (33%)
2. Hongarije (12%)	2. Frankrijk (17%)	2. Frankrijk (12%)	2. Frankrijk (13%)	2. Duitsland (10%)
3. VK (10%)	3. Duitsland (12%)	3. Duitsland (8%)	3. Duitsland (11%)	3. Frankrijk (9%)
4. Tsjechië (10%)	4. Spanje (6%)	4. Polen (8%)	4. Ierland (10%)	4. Ierland (8%)
5. Frankrijk (9%)	5. Nederland (5%)	5. België (8%)	5. Spanje (8%)	5. Nederland (8%)
6. Spanje (8%)	6. Italië (4%)	6. Nederland (8%)	6. Zweden (7%)	6. Denemarken (7%)
7. Duitsland (8%)	7. Denemarken (4%)	7. Spanje (7%)	7. Tsjechië (5%)	7. Spanje (6%)
8. Slowakije (6%)	8. Zweden (4%)	8. Hongarije (7%)	8. Polen (5%)	8. Zweden (5%)
9. België (4%)	9. België (3%)	9. Oostenrijk (4%)	9. Hongarije (5%)	9. België (5%)
10. Oostenrijk (3%)	10. Polen (3%)	10. Tsjechië (4%)	10. Denemarken (4%)	10. Hongarije (2%)
13. Nederland (2%)			15. Nederland (2%)	

Bron: Locomonitor (2006)

Met een marktaandeel van slechts 2% moet Nederland niet alleen de grote drie (VK, Frankrijk, Duitsland) en de productiemagneten Polen, Hongarije en Tsjechië voor laten gaan, maar ook landen als Ierland, Spanje, Zweden en Denemarken.

Buitenlandse R&D-investeringen worden gedreven door twee motieven: de toegang tot markten en de toegang tot kennis. Oorspronkelijk waren buitenlandse R&D-activiteiten vooral gekoppeld aan productievevestigingen, teneinde producten aan lokale marktwensen te kunnen aanpassen. In de

¹ Zie tabel 1.7 in bijlagen.

afgelopen periode vinden buitenlandse R&D-investeringen steeds meer plaats om toegang te krijgen tot excellente kennis en vaardigheden. Voor productiegebonden R&D is Nederland – vanwege zijn beperkte thuismarkt en relatief hoge kostenniveau – niet echt in beeld. Voor het aantrekken van meer *knowledge seeking* R&D-investeringen is onder andere verdere verbetering van het Nederlandse innovatieklimaat van belang. De locatiefactoren die daarbij van belang zijn, zijn de beschikbaarheid van hooggekwalificeerd personeel, de internationale bereikbaarheid, de publiek-private samenwerkingsmogelijkheden en de aanwezigheid van kennisclusters.

2. Trends in (de acquisitie van) buitenlandse investeringen

2.1 De opkomst van nieuwe investeringslanden en wervingsgebieden

De mondiale directe buitenlandse investeringen (DBI) hebben in de afgelopen twee decennia een explosieve ontwikkeling doorgemaakt en zijn daarmee een belangrijke exponent van de steeds verder gaande globalisering van economische activiteiten¹. Structurele drijfveren achter de enorme groei van DBI zijn de voortgaande liberalisering van het internationale handels- en kapitaalverkeer, technologische ontwikkelingen en de als gevolg daarvan sterk gedaalde transport- en communicatiekosten en, als gevolg van de eerste twee, zeer scherpe concurrentie tussen internationaal opererende ondernemingen. Deze ontwikkelingen hebben het voor bedrijven in toenemende mate mogelijk gemaakt om de wereld te beschouwen als hun afzetmarkt en het hen daarnaast mogelijk, maar in vele gevallen ook noodzakelijk, gemaakt om de hele wereld in beschouwing te nemen als productielocatie en – op zoek naar comparatieve voordelen – over de gehele wereld te opereren en te investeren. Dat gebeurt zowel met eigen vestigingen als in de vorm van *outsourcing*.

Azië in opkomst als bestemming voor buitenlandse investeringen...

De toenemende mobiliteit van bedrijfsinvesteringen heeft in de afgelopen jaren geleid tot belangrijke verschuivingen in de geografische spreiding van de mondiale DBI. De meeste dominante trend is het langzaam maar zeker groeiende marktaandeel van de opkomende markten² in de instroom van buitenlandse investeringen. Deze verschuiving speelde zich af tegen een decor van een mondiale daling van de instroom van DBI in de afgelopen drie jaar³. In het jaar 2000 hadden de ontwikkelde landen nog een marktaandeel van ruim 80% van de wereldwijde inkomende DBI-stroom en waren de «ontwikkelingslanden» (*developing economies*) goed voor ruim 18% van die stroom. In 2004 is het marktaandeel van de ontwikkelde landen inmiddels gedaald naar zo'n 59%, terwijl dat van de ontwikkelingslanden is gestegen naar 36%. Wereldwijd was er in 2004 weer sprake van een lichte stijging. Deze is toe te schrijven aan het snelle herstel van de buitenlandse investeringen in Azië, die al vanaf 2003 weer stijgen. Met name de positie van China is opvallend. Dat land onttrok zich volledig aan de wereldwijde malaise en kende vanaf 1998 alleen maar stijgingen in de inkomende DBI. China was in 2004, na de VS en het VK, inmiddels uitgegroeid tot wereldwijd de derde ontvanger.

...maar ook opmars van bedrijven uit opkomende landen als investeerder in het buitenland

Vanuit acquisitie-optiek minstens zo belangwekkend is de vaststelling dat de opmars van opkomende landen zich niet beperkt tot de inkomende investeringen, maar zich inmiddels ook manifesteert in investeringen door bedrijven uit die landen in het buitenland (figuur 2.1). De sterk toeneemende activiteit vanuit de «nieuwe» Aziatische landen (China, India, Singapore, Maleisië) en Rusland is evident. Ook Brazilië timmert aan de weg. Het aantal investeringsprojecten van bedrijven uit het Midden

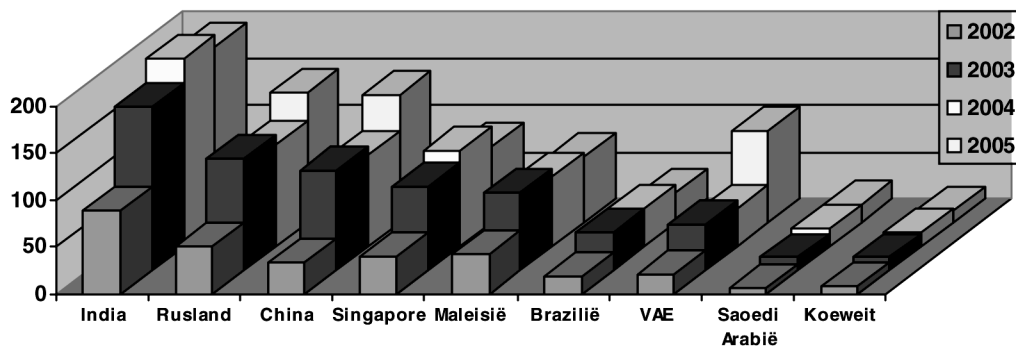
¹ Zie tabel 2.4 in bijlagen.

² Landen die wij bij voorkeur als «opkomende markten» zouden classificeren, zoals Brazilië, Mexico, Singapore, China, India, etc. vallen volgens de definitie van UNCTAD in de categorie *developing economies*.

³ Zie tabel 2.5 in bijlagen.

Oosten kent eveneens een stijgende lijn. Met name de opmars van de Verenigde Arabische Emiraten is opvallend, maar ook bedrijven uit Saoedi Arabië en Koeweit worden actiever in het buitenland. De voornaamste drijfveer achter de buitenlandse investeringen van bedrijven uit het Midden Oosten is de wens tot diversificatie van hun inkomsten.

Figuur 2.1 Footloose investeringsprojecten voor een aantal opkomende investeringslanden



Bron: Locomonitor, OCO Consulting

Opmars Azië ook zichtbaar in Nederlandse acquisitieprojecten

De opkomst van nieuwe investeringslanden wordt ook zichtbaar in de projectenportefeuille (actieve projecten)¹ en de acquisitieresultaten. Zo is het aantal actieve projecten uit China zeer sterk gestegen. Daaruit blijkt dat de opening van een buitenkantoor op het vasteland van China (Shanghai) in de loop van 2004 (er was reeds een acquisitiekantoor in Hong Kong) een goede keuze is geweest. China bezet inmiddels, na de Verenigde Staten – de nog altijd belangrijkste markt – de tweede plaats qua actieve projecten (tabel 2.2).

Tabel 2.1 Aantal actieve investeringsprojecten o.b.v. ontvangen intakes (2003–2005) – Top 10

	2003	2004	2005
Land van herkomst			
1. Verenigde Staten	69	158	186
2. China	11	14	43
3. Japan	21	31	32
4. Verenigd Koninkrijk	9	24	22
5. Taiwan	25	24	20
6. Zuid-Korea	20	15	16
7. Canada ¹	6	10	13
8. Duitsland ²	22	26	6
9. India ³	3	0	3
10. Maleisië	0	0	3
Totaal aantal actieve projecten	200	325	360

¹ Canada wordt bediend vanuit de kantoren in de VS.

² Het DBIN-buitenkantoor in Duitsland (Stuttgart) werd in de loop van 2005, wegens efficiency-taakstellingen en voorsnag achterblijvende resultaten, gesloten.

³ India en Maleisië worden bediend vanuit DBIN-buitenkantoor Hong Kong.

¹ Het aantal actieve projecten wordt bepaald aan de hand van zogenaamde intake-formulieren, waarin buitenlandse bedrijven – naast een omschrijving van het desbetreffende investeringsproject – aangeven dat ze gebruik wensen te maken van de diensten van DBIN. Deze nieuwe prestatie-indicator werd aangekondigd in de notitie «Groei zonder Grenzen, De werving van buitenlandse investeringen in een veranderende wereld», Kamerstuk 29 200 XIII, bijlage bij Kamerstuk 29 200 XIII, nr. 37, december 2003.

De opkomst van met name Azië komt eveneens naar voren in de acquisitieresultaten van DBIN over de afgelopen jaren (tabel 2.3). Daarbij wordt nogmaals opgemerkt dat de Amerikaanse markt nog altijd dominant is. De VS zijn goed voor ruim de helft van het aantal gerealiseerde projecten, bijna 60% van het geboekte investeringsbedrag en bijna 70% van het aantal arbeidsplaatsen. Toch is de dominantie, met name in het

aantal gerealiseerde projecten, minder dan in de jaren negentig toen gemiddeld zo'n tweederde van de projecten afkomstig was uit de VS.

Het Chinese Huawei Technologies breidt zijn aanwezigheid in Nederland gestaag uit

Huawei Technologies, met 40 000 werknemers een van de grootste telecombedrijven van China, breidt zijn investeringen in Nederland gestaag uit. Na het sluiten van een contract (eind 2004) met Telfort voor de ontwikkeling van een UMTS-netwerk, opende Huawei begin 2005 haar kantoor in Amsterdam en een logistieke operatie in Wijchen (uitbesteed).

In 2005 en 2006 zet het bedrijf de ontwikkeling op de Nederlandse telecommarkt door en is inmiddels een belangrijke partner voor KPN. De groei van de afzetmarkt gaat samen met een gestage groei van het aantal medewerkers (200) en een verdere verbreding van de locale activiteiten zoals een omvangrijk R&D- en trainingscenter in Amsterdam.

Bron: DBIN

Met name Azië heeft wat het aantal gerealiseerde projecten aangaat in de afgelopen vijf jaar terrein gewonnen op de VS. Sinds 2002 is zo'n 40% van de aangetrokken projecten afkomstig uit Azië. In 2005 waren de meeste Aziatische projecten afkomstig uit Japan (12), gevolgd door China dat goed was voor 11 investeringsprojecten; in 2004 waren dat er nog 5 en in 2003 slechts 3. Hieruit blijkt dat China niet meer alleen een belangrijk bestemmingsland is voor buitenlandse investeringen vanuit de Europese Unie, maar dat Chinese bedrijven zelf in toenemende mate Europa zien als potentiële vestigingslocatie voor uiteenlopende activiteiten. Daarbij gaat het wat Nederland betreft voornamelijk vooral om kleine hoofdkantoren, verkoopkantoren en logistieke operaties.

Tabel 2.2 Acquisitieresultaten naar regio van herkomst (2000–2005)

	2000		2001		2002		2003		2004		2005	
Aantal projecten		%		%		%		%		%		%
Noord-Amerika	57	61%	55	64%	34	47%	54	52%	56	55%	60	54%
Azië	31	33%	24	28%	30	42%	40	38%	36	35%	42	37%
Europa	6	6%	7	8%	7	10%	9	9%	10	10%	9	8%
Overig	0	0%	0	0%	1	1%	1	1%	0	0%	1	1%

De opkomst van nieuwe investeringslanden (als bron- en bestemmingsland), zoals die in deze paragraaf eenduidig naar voren kwam, geeft aan dat de slag om de buitenlandse investeerder een mondiale slag is geworden. Tegelijkertijd biedt deze ontwikkeling interessante aanknopingspunten voor het aanboren van nieuwe markten in de acquisitie van buitenlandse investeringsprojecten.

2.2 Het toenemend belang van reeds gevestigde buitenlandse bedrijven

Multinationaal opererende ondernemingen spelen een steeds dominantere rol in de wereldeconomie¹. De totale voorraad aan uitstaande directe buitenlandse investeringen werd per ultimo 2004 becijferd op \$ 9 000 miljard. Deze investeringen worden toegeschreven aan zo'n 70 000 multinationaal opererende ondernemingen met hun in totaal 690 000 buitenlandse vestigingen.

Dit soort multinationals, waarvan het overgrote deel afkomstig is uit «rijpere» economieën als de Verenigde Staten, Japan en West-Europa, is – in de wereldwijde concurrentieslag – voortdurend op zoek naar optimali-

¹ Zie ter illustratie figuur 2.2 en tabel 2.7 in de bijlagen.

satie van zijn vestigingen- en relatienetwerk in binnen- en buitenland. Voor een steeds belangrijker deel gebeurt dat in de vorm van herstructurering, relocatie, centralisatie en uitbreidingen van bestaande operaties. En voorzover deze bedrijven nieuwe vestigingen realiseren, is dat meestal niet in West-Europa, waar men in de regel al veel langer vertegenwoordigd is.

Het groeiproces van Abbott Laboratories in Nederland

De Amerikaanse healthcare firma Abbott Laboratories (farmaceutische producten, gezondheidsgerelateerde voedingsmiddelen), wereldwijd goed voor meer dan 65 000 arbeidsplaatsen en een jaaromzet van US\$ 22 miljard, streek in 1952 neer in Hoofddorp met een verkoopkantoor, waar tegenwoordig zo'n 200 mensen werken. In 1962 volgde een majeure productievevestiging in Zwolle, die in de loop der jaren meermalen is uitgebreid (thans circa 400 werknemers). In 1974 werd daaraan een Europees distributiecentrum toegevoegd dat is gegroeid naar zo'n 150 arbeidsplaatsen. In 2003 en 2004 werden twee nieuwe verkoopkantoren van Abbott (Abbott Vascular Devices en EAS International) in Nederland gerealiseerd. In 2005 werd besloten tot realisatie van een nieuw hoogwaardig Europees distributiecentrum, dat nodig is om de sterke groei van de Europese afzet te accommoderen. Na uitgebreid internationaal locatie-onderzoek koos Abbott uiteindelijk voor Breda. Het distributiecentrum (90 arbeidsplaatsen) werd in mei 2006 geopend. Daarbij is direct een optie genomen op grond om verdere uitbreiding mogelijk te maken.

Bron: DBIN

De uitbreidingen van, en toevoegingen aan, bestaande vestigingen van buitenlandse bedrijven zijn in de loop der jaren steeds belangrijker geworden. Dat blijkt ook uit de acquisitieresultaten (tabel 2.3).

Tabel 2.3 Eerste vestigingen versus uitbreiding/toevoeging bestaande vestigingen (1998–2005)

	1998–2000 gemiddeld	2001–2003 gemiddeld	2004	2005
Eerste vestigingen				
Aantal projecten	76	62	65	70
Investeringsbedrag (€ miljoen)	315	142	103	150
Aantal arbeidsplaatsen	3 615	1 455	1 194	1 338
Uitbreiding/toevoeging bestaande vestigingen				
Aantal projecten	11	15	28	30
Investeringsbedrag (€ miljoen)	182	287	159	350
Aantal arbeidsplaatsen	1 268	1 081	1 217	1 615

Wanneer we kijken naar het gemiddeld aantal arbeidsplaatsen en het gemiddelde investeringsbedrag, wordt duidelijk dat uitbreidingsinvesteringen van reeds gevestigde buitenlandse bedrijven relatief meer bijdragen aan het acquisitieresultaat. Het gemiddeld aantal arbeidsplaatsen van een eerste vestiging van een buitenlands bedrijf in Nederland bedroeg vorig jaar 19; voor de uitbreidingen/ toevoegingen lag dat aantal op 54. Het gemiddelde investeringsbedrag lag in 2005 op € 2 miljoen voor de nieuwkomers en € 12 miljoen voor de projecten van reeds gevestigde buitenlandse bedrijven.

Een andere, meer defensieve, invalshoek die het belang van *current investors* onderstreept, is die van behoud en verankering van buitenlandse bedrijven. Zoals eerder aangegeven, wordt de ontwikkeling van buitenlandse bedrijven die in de loop der jaren hebben besloten tot vestiging in Nederland, op de voet gevolgd¹. Het blijkt dat 30% van de buitenlandse vestigingen die in de periode 1992–1998 in Nederland zijn neergestreken, na vijf jaar niet meer bestond (i.c. vertrokken of gesloten). In de meest recente jaren die zijn onderzocht (1997–1998), ligt het percentage

¹ Gemiddeld zo'n 5 jaar na vestiging wordt door DBIN onderzocht in hoeverre het aantal daadwerkelijk gerealiseerde arbeidsplaatsen overeenkomt met de eerder door het bedrijf zelf afgegeven prognose. Zie tabel 2.6 in bijlagen.

vertrokken/gesloten vestigingen nog hoger (bijna 39%). Deze constatering pleit ervoor om meer aandacht te besteden aan behoud en verankering van de aangetrokken buitenlandse bedrijven. Dit komt ook naar voren uit diverse onderzoeken¹. Tegelijkertijd blijken de overgebleven buitenlandse vestigingen na vijf jaar verblijf veel sterker te zijn gegroeid dan voorzien in de oorspronkelijke prognose. Het feitelijke aantal arbeidsplaatsen bij deze bedrijven ligt in totaal zo'n 30% hoger dan de totale prognose, dus met inbegrip van de prognoses van de bedrijven die inmiddels niet meer bestaan. Het groeipad van de buitenlandse vestigingen in Nederland die de eerste vijf jaar hebben «overleefd», blijkt derhalve zeer dynamisch en voorspoedig, in ieder geval in relatie tot de eigen verwachtingen van de betrokken buitenlandse ondernemingen.

2.3 De concurrentieslag binnen Europa en het belang van onderscheidend vermogen

De Europese slag om de gunst van de buitenlandse investeerder heeft zich in de afgelopen jaren verbreed. Lange tijd waren het vooral Nederland, Duitsland, Frankrijk, België, het Verenigd Koninkrijk en Ierland die met elkaar concurreerden bij de werving van buitenlandse investeringsprojecten. Later voegden Spanje, de Scandinavische landen en – voor financiële operaties – Luxemburg en Zwitserland zich bij dit gezelschap. In de afgelopen jaren bewegen in het bijzonder de landen in Centraal- en Oost-Europa, waarvan een aantal inmiddels is toegetreden tot de EU, zich zeer succesvol op het acquisitiepad, zoals bleek uit de marktaandelen in paragraaf 1.3.

Hún belangrijkste troef zijn de lage arbeidskosten, maar ook op andere elementen van het vestigingsklimaat boeken ze snel vooruitgang. De meeste landen in deze regio hebben inmiddels ook de beschikking over een eigen *investment promotion agency* (IPA) en ze kunnen doorgaans royaal gebruik maken van – deels door de EU gefinancierde – subsidies en andere *incentives*. Met de verbreding en verscherping van de concurrentie binnen de EU, de convergentie van wetgeving en andere locatiefactoren, en de beperkte beschikbaarheid van *incentives*, wordt beleidsbeïnvloeding (*policy advocacy*) voor – met name West-Europese – wervingsorganisaties steeds belangrijker. De rol in de begeleiding van buitenlandse bedrijven schuift op in de richting van beïnvloeding van beleid en de uitvoering van beleid op rijks- en lokaal niveau, zowel direct ten gunste van individuele bedrijven en investeringsprojecten als ter verbetering van het vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven in algemene zin. Projectgerelateerde interventies op terreinen als migratie, milieu, energie en belastingen zijn een almaar belangrijker onderdeel van het acquisitiewerk geworden. De interactie tussen acquisitie en beleid neemt daarmee steeds meer toe.

De toegenomen concurrentie onderstreept daarnaast het belang van een scherpe profilering van het Nederlandse aanbod in de werving en vraagt dus om een scherp bewustzijn en diepgaande kennis van de Nederlandse sterktes op regionaal, sectoraal en technologisch gebied. En het vereist selectiviteit in de werving en inzicht in de motieven en afwegingen van buitenlandse investeerders.

3. Buitenlandse investeringen en het Nederlandse vestigingsklimaat

3.1 Motieven en locatiefactoren voor buitenlandse investeringen

Investeringsmotieven per bedrijfsactiviteit

De sterke groei van de buitenlandse investeringen wereldwijd onder-

¹ O.a. Verankering van buitenlandse bedrijven in Nederland, René Wintjes, MERIT, augustus 2005.

streept de enorme prikkel die bedrijven hebben om buiten hun landsgrenzen te investeren. De vraag is wat de belangrijkste drijfveren zijn om bedrijfsactiviteiten elders te ontplooien. Belangrijke motieven¹ zijn het aanboren van nieuwe markten (*market seeking*), het reduceren van kosten (*efficiency seeking*) en de zoektocht naar excellente kennis en vaardigheden (*knowledge seeking*). Andere veel gehanteerde motieven van bedrijven zijn het verkrijgen van toegang tot productiemiddelen die in eigen land niet beschikbaar zijn (*resource seeking*) en het bedienen van een regio vanuit één uitvalsbasis (*export seeking*). Ook kunnen bedrijven overgaan tot buitenlandse investeringen als reactie op het investeringsgedrag van directe concurrenten (*competitive strategic seeking*).

Uiteraard verschillen de motieven per bedrijfsactiviteit. Zo zal een bedrijf in de textielindustrie voor de locatie van een productievestiging andere motieven hanteren dan een chemiebedrijf dat zijn R&D-capaciteit wil uitbreiden. Voor productie (zowel laaggeschoold als hooggeschoold) geldt dat het aanboren van nieuwe markten het belangrijkste investeringsmotief is. Door dezelfde productieactiviteiten internationaal te spreiden, kunnen schaalvoordelen worden behaald die niet gerealiseerd kunnen worden door alle activiteiten te concentreren op de thuisbasis. Naast markt-overwegingen spelen efficiëntieoverwegingen een rol. Dit houdt in dat bedrijven hun productieactiviteiten ergens vestigen om te profiteren van comparatieve voordelen.

Voor internationale R&D-activiteiten geldt dat deze oorspronkelijk vooral werden opgezet om productie in het buitenland te ondersteunen. Het is wenselijk om R&D dichtbij de markt te lokaliseren om producten aan lokale marktwensen te kunnen aanpassen. In de jaren '90 is echter een kentering waarneembaar geworden: internationale R&D vindt niet meer uitsluitend plaats vanuit marktoverwegingen, maar steeds meer vanuit de wens om toegang te krijgen tot excellente kennis en vaardigheden, waar ook ter wereld aanwezig.

Voor distributieactiviteiten is het belangrijkste motief buitenlandse vestigingen als een exportplatform te laten functioneren. Hierbij wordt een internationale distributievestiging gebruikt als uitvalsbasis om een hele regio te bedienen. Ook efficiëntieoverwegingen kunnen bij een bedrijf een rol spelen bij de internationale spreiding van distributieactiviteiten. De distributieactiviteiten worden in dit geval opgezet om bestaande bedrijfsprocessen te stroomlijnen.

Tot slot geldt dat de motivatie van bedrijven om hoofdkantoren internationaal te lokaliseren, verschilt per type hoofdkantoor. In het algemeen kan gesteld worden dat hoofdkantoren in het buitenland worden opgezet om in te spelen op lokale marktomstandigheden, financiële zaken te coördineren/consolideren en de strategische wereldwijde coördinatie en facilitering te verzorgen.

Belangrijkste locatiefactoren per bedrijfsactiviteit

Wanneer een bedrijf op basis van uiteenlopende motieven besloten heeft tot een buitenlandse investering, is keuze van de investeringslocatie de gebruikelijke vervolgstap. De keuze van de vestigingsplaats hangt doorgaans af van de kwaliteit van de belangrijkste locatiefactoren. Het gewicht van de diverse locatiefactoren verschilt, net als de investeringsmotieven, per bedrijfsactiviteit.

Bij hooggeschoolde productie geldt dat de kwaliteit op algemene macro-economische factoren, zoals een gunstig financieel-economisch klimaat, politieke stabiliteit en de beschikbaarheid van hoogwaardig personeel, belangrijker lijken te zijn dan kostenaspecten. Dit betekent dat landen

¹ Zie onder meer «Investeringsbeslissingen in de EU, Quickscan onder bedrijven in Nederland», Ministerie van Economische Zaken, juli 2006.

actief kunnen inspelen op het aantrekken van hooggeschoolde productie door te zorgen voor de juiste macro-economische randvoorwaarden, zoals een goede infrastructuur, een flexibele arbeidsmarkt en het terugdringen van administratieve lasten. Voor laaggeschoolde productie spelen kostenaspecten een veel belangrijkere rol. Doorslaggevende factoren zijn de vooruitzichten op marktgroei, de reële loonkosten, de transportkosten en investeringssubsidies. Uit de studie blijkt dat Westerse landen veel van de nominale loonkosten goedmaken door een aanzienlijk hoger productiviteitsniveau.

Voor R&D is het aandeel van buitenlandse bedrijven in de totale toegevoegde waarde in een land doorslaggevend als het gaat om R&D die wordt opgezet vanuit marktoverwegingen. Deze R&D is dus vooral gebonden aan productie. Met andere woorden: bedrijven zullen eerder geneigd zijn R&D-investeringen te plegen in een land wanneer ze daar al actief zijn met bijvoorbeeld een productiefaciliteit. Daarnaast trekt de aanwezigheid van buitenlandse ondernemingen op zichzelf ook nieuwe buitenlandse activiteiten (waaronder R&D) aan. Bij *knowledge seeking* R&D spelen daarentegen de beschikbaarheid van hooggekwalificeerde mensen, de kwaliteit van kennisinstituten en de hoeveelheid privaat R&D-kapitaal een grote rol. Privaat R&D-kapitaal is een indicator voor de mate van concentratie van onderzoeksinspanningen van bedrijven. Een bedrijf kan profiteren van kennisspillovers door te participeren in deze onderzoeksclusters.

Een doorslaggevende locatiefactor voor distributieactiviteiten is de centrale ligging, hoewel deze locatiefactor niet door overheidsbeleid te beïnvloeden is. Ook de fysieke infrastructuur, de kosten en beschikbaarheid van distributieopslag en bedrijfsbelastingen zijn cruciale locatiefactoren voor deze activiteiten.

Tot slot verschillen de locatiefactoren per type hoofdkantoor. Voor hoofdkantoren die vooral in willen spelen op regionale marktontwikkeling, is de ICT-infrastructuur van groot belang. Hoofdkantoren die tot doel hebben financiële zaken te coördineren zijn vooral gebonden aan een goed ontwikkelde kapitaalmarkt. Voor hoofdkantoren die de wereldwijde coördinatie verzorgen geldt dat gunstige arbeidsmarktomstandigheden, de beschikbaarheid van meertalig personeel, de nabijheid van luchthavens en een gunstige institutionele omgeving (belastingen en regelgeving) een belangrijke rol spelen in de investeringsbeslissing.

3.2 Het Nederlandse vestigingsklimaat door de ogen van buitenlandse bedrijven

Aansluitend op de vorige paragraaf, weerspiegelen zich in de buitenlandse bedrijvenpopulatie en de Nederlandse acquisitieresultaten in wezen de sterke en minder sterke kanten van het Nederlandse vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven. De sterke kanten van Nederland, de *unique selling points*, vormen de basis voor de wervingsactiviteiten van DBIN en haar acquisitiepartners.

De meest markante voordelen van Nederland, ook in de ogen van buitenlandse investeerders, zijn:

- De geografische ligging die Nederland maakt tot een natuurlijke *hub* voor Europa;
- De hoogwaardige mainports, de goede infrastructuur en het hoge niveau van logistieke dienstverlening;
- De uitstekende telecommunicatie-infrastructuur en *internet connectivity*;
- Een *business environment* en cultuur van zaken doen, die zeer open

- zijn en sterk georiënteerd op bedrijven die grensoverschrijdend opereren;
- Een hoogopgeleide beroepsbevolking met een eveneens sterke internationale oriëntatie;
- Een aantal hoogwaardige clusters van bedrijvigheid, waaronder chemie, high tech systemen en materialen, food & flowers, ICT, life sciences & health, watertechnologie en maritiem, creatieve industrie en financiële dienstverlening;
- Een aantrekkelijk leefklimaat.

Anderzijds kent het Nederlandse vestigingsklimaat elementen, waardoor ons land bij buitenlandse bedrijven niet of minder in beeld is als potentiële vestigingslocatie, buitenlandse investeringsprojecten verliest aan andere landen of die door buitenlandse bedrijven wanneer ze opereren in Nederland als knelpunt worden ervaren. Zowel de sterke kanten als de knelpunten komen naar voren uit de wervingspraktijk en de talrijke contacten die in dat verband worden onderhouden met buitenlandse bedrijven in en buiten Nederland. Deze bedrijven toetsen in hun proces van (re)locatiekeuze ons vestigingsklimaat intensief aan dat van andere landen.

Het is belangrijk om de signalen van buitenlandse bedrijven te analyseren en te vertalen naar de beleidsontwikkeling van EZ, andere ministeries en regionale en lokale overheden. Hieronder wordt ingegaan op het vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven aan de hand van informatie uit internationaal vergelijkende onderzoeken, contacten met buitenlandse bedrijven, analyse van buitenlandse investeringsprojecten die Nederland heeft verloren aan de concurrentie, contacten met vertegenwoordigers van buitenlandse bedrijven als de Amerikaanse en Japanse Kamer van Koophandel, alsmede een enquête onder 1 200 in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven. Specifieke aandacht wordt besteed aan de locatiefactoren die het grootste gewicht hebben en – op zijn minst gedeeltelijk – binnen de invloedssfeer liggen van de overheid: arbeid, belastingen, ruimte en infrastructuur, regelgeving en innovatie.

Arbeid

De kosten van arbeid worden door de buitenlandse bedrijven, die eind 2005 zijn geënquêteerd, gewaardeerd met een 5,4 en zijn daarmee een van de laagst scorende locatiefactoren. De stijging van de arbeidskosten per eenheid product heeft Nederlandse en buitenlandse bedrijven in ons land inderdaad een behoorlijke periode parten gespeeld¹. Sinds 1997 zijn onze arbeidskosten per eenheid product in totaal meer dan 10% harder gestegen dan die van onze concurrenten in het eurogebied. Voor de komende periode voorziet het CPB wel een verbetering in de Nederlandse positie.

Een ander zorgpunt voor buitenlandse bedrijven is de flexibiliteit van arbeid. De belangenorganisatie van Amerikaanse bedrijven in Nederland, de Amerikaanse Kamer van Koophandel (AmCham), pleit in zijn *Investors' Agenda of Priority Points* al een aantal jaren voor versoepeling van het ontslagrecht. De Japanse Kamer van Koophandel (JCC) deelt deze opinie. Pijnpunten zijn zowel de invloed van derde partijen (i.c. CWI, kantonrechter) bij de beëindiging van arbeidscontracten als de hoogte van de afkoopsom (volgens de kantonrechtersformule). De AmCham ziet graag een einde aan de noodzaak tot goedkeuring van ontslag door een derde partij, zou de criteria voor ontslag wettelijk vastgelegd willen zien en wil tot slot toe naar een lagere ontslagvergoeding. Ook de OESO heeft al herhaaldelijk gewezen op het hoge beschermingsniveau van de individuele werknemer in vaste dienst en de negatieve invloed die dit heeft op de flexibiliteit van de arbeidsmarkt². Het Nederlandse ontslagrecht is met

¹ o.a. Aard, omvang en effecten van verplaatsing bedrijfsactiviteiten naar het buitenland, Berenschot in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken, 2004; en Investeringsbeslissingen in de EU, Quickscan onder bedrijven in Nederland, Ministerie van Economische Zaken, 2006.

² o.a. Employment Outlook 2004, OECD, 2004.

een gemiddeld rapportcijfer van 4,8 het slechtst scorende element van het Nederlandse vestigingsklimaat.

Recentelijk zijn aanpassingen in het sociale zekerheidsstelsel doorgevoerd die een relatie hebben met het ontslagrecht: vervanging van het lifo-beginsel door het afspiegelingsbeginsel (ingegaan per 1 maart 2006), het niet langer toetsen van de bedrijfseconomische noodzaak van een collectief ontslag door het CWI indien de vakbonden hebben ingestemd (ingegaan per 1 maart 2006) en beperking van de verwijtbaarheidstoets in de WW (nog in behandeling bij de Eerste Kamer).

Enquête onder in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven

In de periode december 2005-maart 2006 heeft DBIN haar jaarlijkse enquête uitgevoerd onder 1 200 in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven. Het betrof een dwarsdoorsnede van het DBIN-relatiebestand, in termen van landen van herkomst, sectoren en in Nederland ondergebrachte activiteiten. Hoofdt thema van de enquête was de gepercipiëerde kwaliteit van het Nederlandse vestigingsklimaat. Daartoe is het vestigingsklimaat onderverdeeld in een 9-tal categorieën van locatiefactoren, waarover de bedrijven hun oordeel konden aangeven middels een kwalificatie vanaf 1 (zeer slecht) tot en met 10 (uitmuntend). Elke locatiefactor is weer onderverdeeld in een aantal subthema's. Hieronder volgt een overzicht van de resultaten, van hoog naar laag gerangschikt op basis van de gemiddelde score.

Locatiefactoren naar thema	Gemiddelde score	Kwalificatie naar subthema
1. Nederland algemeen	7,5	Bijzonder hoog scoren de mainports (8,0), de internationale oriëntatie (7,9) en de geografische positie (7,8).
2. Afzetmarkt	7,2	De toegang tot andere Europese markten wordt zeer hoog gewaardeerd (7,6).
3. Infrastructuur	6,8	De kwaliteit van de nutsvoorzieningen wordt als goed beoordeeld (7,4) evenals de ICT-infrastructuur (7,3). Een zorgpunt vormen mobiliteit en bereikbaarheid (6,0).
4. Innovatie	6,7	De kwaliteit van de kennisinfrastructuur wordt als tamelijk goed (6,9) ervaren. De beschikbaarheid van onderzoekers scoort minder (6,5).
5. Leefomgeving	6,6	Vrije tijdsbesteding en culturele faciliteiten scoren goed (7,1). De kosten van levensonderhoud krijgen de laagste waardering in dit cluster (5,9).
6. Bedrijven-terreinen en kantoorruimte	6,6	De beschikbaarheid en kwaliteit van kantoorruimte krijgen een hoge waardering (7,4). Zorgpunten zijn de kosten van bedrijfsruimte (6,4) en met name de toenemende onveiligheid en criminaliteit (6,2).
7. Fiscaliteit	6,4	De 30%-regeling krijgt de hoogste waardering (6,8). De andere aspecten (winstbelasting, rulingpraktijk, douane en attitude belastingdienst) scoren tussen 6,2 en 6,4.
8. Arbeid	6,2	Een hoge waardering krijgt de meertaligheid van de Nederlandse werknemer (7,6). Ook goed scoort de kwaliteit van de beroepsbevolking (6,8). Slecht scoren de kosten van arbeid (5,4). De locatiefactor die door buitenlandse ondernemingen het laagst wordt gewaardeerd is het Nederlandse arbeidsrecht (4,8).
9. Wet- en regelgeving	5,7	Regelgeving bij het opstarten van een bedrijf wordt nog redelijk gewaardeerd (6,2). Wet- en regelgeving op het vlak van werk- en verblijfsvergunningen (5,5) en milieu (5,3) wordt al een stuk minder geapprecieerd.

Met de introductie van een nieuwe regeling voor kennismigranten in 2004 is een belangrijke verbetering op het vlak van werk- en verblijfsvergunningen.

ningen gerealiseerd. Toch is er, ook naar het oordeel van buitenlandse bedrijven, ruimte voor verdere verbetering, met name in de afhandeling van verblijfsvergunningen. In mei jl. heeft het Kabinet een voorstel voor een modern migratiebeleid gepresenteerd, waardoor toelatingsprocedures naar verwachting sneller kunnen verlopen.

De door het Kabinet genomen maatregelen om de arbeidsparticipatie te verhogen (aanpassingen sociale zekerheid, hervorming WAO, ontmoediging prepensioen) worden door de buitenlandse bedrijven en hun vertegenwoordigers verwelkomd¹.

Enige quotes van buitenlandse bedrijven in relatie tot de factor arbeid in Nederland

«Cost of labor has risen too fast in the last few years.» «Restructuring costs are the highest within the EU.» «The factor labor is the one that requires most improvements. Especially in the bigger Dutch cities.» «Labor is not flexible enough.» «Employees with bad behaviour are too expensive to fire; too well protected when it is very obvious that they are to blame, not the company. Labour costs are high in NL, which scares investors in the first instance.» «The Kennismigrantenregeling is a good improvement!»

Bron: Enquête onder buitenlandse bedrijven in Nederland, Ministerie van EZ, maart 2006

Fiscaliteit

Als Nederland, in de ogen van buitenlandse bedrijven, ergens aan concurrentiekracht heeft gewonnen in de afgelopen drie jaar, dan is dat op het terrein van de fiscaliteit. Dat was ook nodig, want de fiscale concurrentiepositie was, met name in de perceptie van buitenlandse investeerders, sinds circa 1999 behoorlijk verslechterd. Dat had enerzijds te maken met de «inhaalslag» die andere landen in die jaren hebben gepleegd. Diverse Europese landen namen stappen in de sfeer van neerwaartse tarief-aanpassingen, vrijstellingen, aangepaste verdragen ter voorkoming van dubbele belasting en de introductie van een eigen rulingpraktijk. Belangrijke elementen van het gunstige Nederlandse belastingklimaat werden daarmee gekopieerd. Anderzijds voerde Nederland, om tegemoet te komen aan internationale kritiek op bepaalde delen van de belastingpraktijk, een aantal wijzigingen door in het belastingregime, die – op zijn minst in de beeldvorming – negatief uitpakten voor onze fiscale concurrentiepositie. Zo werd de oude rulingpraktijk omgevormd naar een zogenaamde APA/ATR-praktijk² die is gemodelleerd naar internationaal geaccepteerde maatstaven. Ook werd het regime voor concernfinanciering afgebouwd. Met deze aanpassingen werd het relatief hoge tarief in de vennootschapsbelasting (Vpb), dat Nederland destijds had, een extra last.

Inmiddels is een aantal maatregelen doorgevoerd die het fiscale vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven hebben verbeterd. De APA/ATR-praktijk, die in de uitvoering aanloopproblemen kende, loopt inmiddels en de Belastingdienst heeft zijn aanzien als coöperatieve en constructieve gesprekspartner voor bedrijven voor een belangrijk deel hersteld. Ook werd de kapitaalsbelasting³, die door buitenlandse bedrijven werd beschouwd als een «strafheffing» op investeringen, dit jaar afgeschaft. Het tarief voor de Vpb werd verlaagd van 34,5% in 2004 naar 29,6% in 2006.

Als het wetsvoorstel «Werken aan Winst» dit najaar door de Kamer wordt geaccepteerd, gaat het tarief in 2007 zelfs omlaag naar 25,5%.⁴ Al deze maatregelen zijn door buitenlandse bedrijven en hun vertegenwoordigers in Nederland verwelkomd als initiatieven die het klimaat voor buitenlandse investeringen in Nederland bevorderen. Door een aantal gezamenlijke promotionele activiteiten van EZ en Financiën is ook de beeldvorming

¹ Zie o.a. AmCham's Investors' Agenda of Priority Points 2006.

² APA=Advance Pricing Agreement: een afspraak over de te gebruiken verrekenmethode; ATR=Advance Tax Ruling: een afspraak over de Nederlandse fiscale kwalificatie van internationale structuren.

³ Een belasting van 0,55% op stortingen van aandelenkapitaal.

⁴ Met opstarttarieven van 20% voor winsten tot € 25 000 en 23,5% voor winsten tussen € 25 000 en € 60 000. Het wetsvoorstel voorziet daarnaast in de introductie van een «rentebox» met een tarief van 5%, een «octrooi» met een tarief van 10%, en verlaging van het tarief van de dividendbelasting van 25% naar 15%.

bij buitenlandse bedrijven over het Nederlandse fiscale vestigingsklimaat weer ten goede bijgesteld.

In het buitenland zijn de Nederlandse aanpassingen in het belastingklimaat niet onopgemerkt gebleven. Uit een onderzoek van KPMG onder «senior finance executives» van 50 Engelse bedrijven in maart van dit jaar, bleken Nederland en Ierland als de meest aantrekkelijke locatie vanuit fiscaal perspectief te worden gezien, vóór landen als het VK, Frankrijk, Duitsland, Spanje en België. Uit een in opdracht van EZ door Ernst & Young uitgevoerde internationale benchmark naar Europese hoofdkantoorlocaties, bleek Nederland van de 7 onderzochte landen, ná Zwitserland, over het beste vestigingsklimaat voor Europese hoofdkantoren te beschikken. De fiscaliteit vormt daarvan een belangrijk element. Tot slot is het aangetrokken aantal Europese hoofdkantoren in de afgelopen 3 jaar flink gestegen.

Enige quotes van buitenlandse bedrijven over het Nederlandse belastingklimaat

«Taxation: excellent experience in this area.» «Tax authorities' attitude towards business: improving over the years.»

«Corporate tax is dropping and that will encourage other foreign companies to settle themselves in Holland. Getting a soft-number is quite a job.»

«Payroll tax is getting too complicated.»

Bron: Enquête onder buitenlandse bedrijven in Nederland, Ministerie van EZ, maart 2006

Ruimte en fysieke infrastructuur

De kwaliteit van de fysieke infrastructuur wordt door buitenlandse bedrijven op een aantal onderdelen als goed beoordeeld. Dat geldt bijvoorbeeld voor de ICT-infrastructuur en het aantal breedband-aansluitingen. Ook de omvang van het luchtvaartnetwerk ziet men als goed en is vaak nog een belangrijke factor bij vestiging in Nederland (m.n. Europese hoofdkantoren). Ook de weginfrastructuur is in beginsel van voldoende niveau, maar deze loopt in hoog tempo vast. Congestie wordt door buitenlandse bedrijven, met name in de Randstad, ervaren als een groeiend probleem.

Ook uit internationale vergelijkingen¹ blijkt dat Nederland, ondanks zijn imago van *Nederland Distributieland*, de aansluiting bij de kopgroep op dit onderdeel maar met moeite kan behouden.

Het Kabinet is zich daarvan ten volle bewust. In juni jl. is met de beleidsbrief «Logistiek en supply chains»² een aantal beleidsacties gepresenteerd om ook in de toekomst een hoog niveau van logistieke dienstverlening te kunnen bieden.

De kwaliteit van de nutsvoorzieningen wordt als goed beoordeeld, maar buitenlandse bedrijven zijn erg ontevreden over de hoge energieprijzen in Nederland vergeleken met omringende Europese landen. Deze klacht komt met name vanuit energie-intensieve buitenlandse industrieën zoals de chemie. De in hun ogen hoge energieprijzen leiden tot aantasting van de prijsconcurrentiepositie. Ook zijn er klachten over het tekortschietende aanbod van energie.

Enige quotes van buitenlandse bedrijven over ruimte en fysieke infrastructuur in Nederland

«Rules are not obeyed and not enforced on traffic. The only rule that is enforced is speeding. Red traffic lights have no meaning etc.»

«Electricity prices too high in comparison with other European countries.»

«Privatization of utilities companies has brought us no benefit.»

¹ Zie o.a. «Het Nederlandse Ondernemingsklimaat in Cijfers 2006», CBS, 2006.

² TK 2005–2006, 29 644, nr. 68, 16 juni 2006.

«It took more than 50 years to decide on extending the A4 from Dinteloord to Bergen op Zoom: actual construction still to start.»
 «Traffic jams become too excessive.»
 «A2 every day traffic jams...»
 «Er zijn te veel gedecentraliseerde industrieterreinen. Men moet terug gaan naar enkele centrale industrieterreinen waar men de grond optimaal benut door in de diepte en de hoogte tot het technisch mogelijke maximum te bouwen teneinde landschapsvernietiging tegen te gaan. Buiten de industrieterreinen moeten zeer strikte bouwvoorschriften gelden.»

Bron: Enquête onder buitenlandse bedrijven in Nederland, Ministerie van EZ, maart 2006

Wet- en regelgeving

Buitenlandse bedrijven ervaren nog flink wat problemen met de weten regeldruk in Nederland.

Eerder bleek al dat buitenlandse bedrijven moeite hebben met de ontslagwetgeving en de regels voor werk- en verblijfsvergunningen. Ook andere elementen van de arbeidswetgeving, zoals de Arbowetgeving en de Ziekwet, worden door sommige buitenlandse bedrijven ervaren als knelpunt. Dat heeft zowel betrekking op het hoge beschermingsniveau van de werknemer als op de administratieve lasten voor de bedrijven.

De strikte interpretatie en toepassing van (Europese) milieuregels wordt door buitenlandse bedrijven eveneens als probleem ervaren¹. Dat geldt bijvoorbeeld voor de allocatie van CO₂-emissierechten. In de ervaring van buitenlandse bedrijven maken andere landen ruimer gebruik van uitzonderingsmogelijkheden voor hun CO₂-gevoelige bedrijfstakken (onder meer chemie) en is men veel meer dan in Nederland bereid om op voorhand zekerheid te geven aan potentiële nieuwkomers over de toekenning van CO₂-emissierechten voor een langere periode. Voor de tweede allocatieperiode van CO₂-emissierechten wordt, mede naar aanleiding van deze signalen, veel meer aandacht besteed aan het *level playing field* rondom dit systeem.

Verlaging van de wet- en regeldruk is een belangrijk aandachtsgebied van het Kabinet. Het Meldpunt Strijdige Regels, het project «Vermindering administratieve lasten» en de task force «Vereenvoudiging vergunningen» zijn initiatieven in dit verband. Afgelopen april heeft het Kabinet nog een aantal praktische verbeteringen voorgesteld om de regeldruk voor ondernemers te verminderen².

Enige quotes van buitenlandse bedrijven over Nederlandse wet- en regelgeving

«Too much rules, too much inspections with unnecessary, high costs, wishes for adaptations. No time for business, too much time involved in renewal of permits, implementation of new rules, etc.»
 «The Netherlands are introducing more and more rules and regulations which are coupled to one another, thereby slowing down decision making tremendously. Rules and regulations do need a major overhaul in order to speed up many processes while reducing the costs of the overall bureaucracy. Deregulation should be No. 1 priority in the coming years, in particular when the economy is picking up, in order to be ready for the next downturn.»

Bron: Enquête onder buitenlandse bedrijven in Nederland, Ministerie van EZ, maart 2006

¹ Zie o.m. «Milieuregelgeving beoordeeld door internationale bedrijven in Nederland», DHV i.o.v. ministerie van Economische Zaken, augustus 2006.

² Het betrof de volgende voorstellen: introductie van vaste wijzigingsmomenten voor wet- en regelgeving; verlaging van de frequentie van APK-keuringen; toestemming voor bedrijven om de boekhouding elektronisch te bewaren; dezelfde brandvoorschriften in alle gemeenten; vereenvoudiging Arbowet; en waar mogelijk een «enquêtevakantie» voor het MKB.

Innovatie

De innovativiteit van het bedrijfsleven is essentieel voor onze concurrentiekracht. Kennis is internationaal dé centrale concurrentiefactor, innovatie is de sleutel tot hogere arbeidsproductiviteit en economische groei.

Buitenlandse bedrijven die in Nederland zijn gevestigd, beoordelen het Nederlandse innovatieklimaat met het rapportcijfer 6,7 als relatief gunstig. De kwaliteit van de kennisinfrastructuur wordt met een 6,9 beoordeeld, de beschikbaarheid van onderzoekers scoort een 6,5. De AmCham pleit wel voor meer directe prikkels voor wetenschappers om de interactie met het bedrijfsleven te stimuleren. De innovatievouchers beoordeelt men als een goed instrument. De AmCham zou voorts graag zien dat de overheid meer als *launching customer* optreedt voor innovatieve MKB-bedrijven.

Uit internationale vergelijkingen komt naar voren dat Nederland op het gebied van innovatie de nodige uitdagingen kent. Een van die uitdagingen is het aantrekken van meer buitenlandse R&D-investeringen. Om de Lissabon-doelstelling van de Europese Unie te behalen, is in de afgelopen kabinetsperiode fors geïnvesteerd in kennis en innovatie. Allereerst via een coherent basispakket met een uitbreiding van de WBSO en bijvoorbeeld innovatievouchers. Daarnaast wordt ingezet op die gebieden waarin Nederland internationaal gezien kan uitblinken, door in te zetten op kansrijke sectoren, technologieën en netwerken. Zoals bijvoorbeeld het recent gestarte programma Point-One. Om een extra impuls te geven aan de wisselwerking tussen bedrijven en kennisinstellingen is de Smart Mix opgesteld. En via het recente Actieplan Launching Customer wordt bovendien de rol van de overheid als innovatieve aanbesteder versterkt. Kortom, het bevorderen van innovatie is en blijft een speerpunt voor de toekomst.

4. Beleidsconclusies: in actie voor acquisitie

4.1 Naar een nieuwe acquisitie agenda

De koppeling van de Nederlandse uitgangspositie en ambities aan de meest dominante trends op het vlak van buitenlandse investeringen vraagt om een herijking van de acquisitiestrategie. Die herijking is nodig om belangrijke kansen die er liggen op het vlak van buitenlandse investeringen te kunnen benutten. Deze nieuwe agenda voor acquisitie behelst een additionele beleidsinspanning op diverse onderdelen van het acquisitieproces en tegelijkertijd een anders gerichte inzet van bestaande middelen en instrumenten:

- Toesnijden van de acquisitie inspanningen op de sterke kanten van Nederland en versterking van de interactie tussen werving en beleid;
- Proactieve werving van buitenlandse R&D-investeringen;
- Realiseren van strategisch accountmanagement gericht op het zittende buitenlandse bedrijfsleven;
- Versterking van het buitenlandse acquisitienetwerk en de samenwerking met de economische posten;
- Versterking van de merknaam Nederland en de samenhang in de acquisitie inspanningen; en:
- Versterking van de beleidssignalering en -interventie ten aanzien van het Nederlandse vestigingsklimaat zoals beoordeeld door buitenlandse bedrijven.

4.2 Werving met beleid: naar een acquisitiestrategie die gericht is op de sterke kanten van Nederland en de realisatie van prioritaire beleidsdoelen

Naar een beleidsgerichte werving

Hiervoor werd duidelijk dat de concurrentie bij het aantrekken van buitenlandse investeringsprojecten zich in de afgelopen jaren, ook binnen Europa, heeft verbreed en verscherpt. Deze ontwikkeling onderstreept niet alleen het belang van een excellent vestigingsklimaat, maar maakt het in de werving ook noodzakelijk om het Nederlandse aanbod overtuigend

over het voetlicht te brengen en scherp te onderscheiden van dat van de concurrentie. Dit vraagt om diepgaande kennis van de Nederlandse sterktes op regionaal, sectoraal en technologisch gebied.

Het denken en handelen van dit Kabinet wordt gekenmerkt door het uitgaan van eigen kracht, het voortbouwen op sterktes en het realiseren van optimale randvoorwaarden voor het bedrijfsleven. Zo worden met Pieken in de Delta de sterktes van zes economische regio's in Nederland gestimuleerd. Dit gebeurt in nauwe samenwerking met partners in de regio's: bedrijfsleven, kennisinstellingen, provincies en gemeenten. Ook in het innovatiebeleid is veel aandacht voor het uitbouwen van sterktes, via de programmatische aanpak, zoals beschreven in hoofdstuk 3.

Deze benaderingswijze laat zich uitstekend toepassen op de werving van buitenlandse investeringsprojecten, waarbij verkoopargumenten (*unique selling points*) in essentie de basis vormen. De kans van slagen bij de het aantrekken van buitenlandse bedrijven is uiteraard het grootst bij een zo goed mogelijke *match* tussen de voor een investeringsproject belangrijke succesfactoren en de propositie van Nederland in termen van locatiefactoren en randvoorwaarden. Daarnaast draagt een dergelijke acquisitie-strategie, die zich richt op het aantrekken van buitenlandse bedrijven die de bestaande sterktes verbreden en uitbouwen, maximaal bij aan de beleidsprioriteiten van EZ.

En beleidsinput vanuit de werving

Tegelijkertijd leveren de contacten met buitenlandse bedrijven op hun beurt weer belangrijke input voor de vormgeving van het overheidsbeleid op terreinen als innovatie, energie, ruimtelijke economie, milieu, migratie, fiscaliteit, etc.

We zagen al dat de rol van de wervingsorganisatie in de begeleiding van buitenlandse bedrijven steeds meer opschuift in de richting van beïnvloeding van beleid en de uitvoering van beleid op rijks- en lokaal niveau, zowel direct ten gunste van individuele bedrijven en investeringsprojecten en als ter verbetering van het Nederlandse vestigingsklimaat voor buitenlandse bedrijven in algemene zin. Projectgerelateerde interventies op terreinen als vergunningen (verblijf, arbeid, bouw), belastingen (APA/ATR, invoerheffingen, douane), stimuleringsinstrumenten (R&D, financiering) en milieu (CO₂-emissierechten) zijn een steeds belangrijker onderdeel van het acquisitiewerk geworden. De interactie tussen acquisitie en beleid neemt derhalve steeds meer toe.

In dit licht introduceert EZ een proactieve wervingsstrategie: *policy based acquisition* – en zal de marketing worden vormgegeven langs de lijnen van *value propositions* voor een aantal kansrijke regio's, sectoren en technologiegebieden. Daarmee wordt bedoeld een samenhangend pakket van integrale en op maat gesneden informatie over het Nederlandse aanbod in termen van belangrijke verkoopargumenten, dominante spelers, de relatieve scores van Nederland op de relevante locatiefactoren alsmede het randvoorwaardelijke en stimuleringsbeleid van de overheid. Deze *value propositions* zullen worden ontwikkeld in nauwe samenwerking met andere ministeries, regionale en lokale acquisitiepartners, branche-organisaties, strategische spelers, etc. Op basis van de value propositions zullen buitenlandse bedrijven actief worden gescout en benaderd met informatie/begeleiding op maat.

Binnen de vernieuwde acquisitiestrategie is in eerste instantie gekozen voor uitwerking van in ieder geval de volgende gebieden: creatieve industrie (*gaming*), duurzame energie, farmacie, nanotechnologie, embedded systemen, polymeren, agri-food, logistiek en financiële instellingen. Ook

in de keuze van marketing events (beurzen, seminars e.d.) zal aansluiting worden gezocht bij de gekozen en nog te kiezen gebieden. Bij de regionale invulling van *value propositions* is het nadrukkelijk de bedoeling om ook de internationale potenties van grensoverschrijdende regio's in ogenschouw te nemen. Bij de nieuwe wervingsstrategie zullen, in aanvulling op de huidige set¹, passende prestatie-indicatoren worden ontwikkeld.

4.3 Speuren naar S&O: gerichte acquisitie op buitenlandse R&D

Binnen de vernieuwde acquisitiestrategie (*policy based acquisition*) zal speciale aandacht worden besteed aan de werving van buitenlandse R&D-investeringen. Zoals in deze notitie bleek, slaagt Nederland er slechts zeer beperkt in om buitenlandse R&D-vestigingen aan te trekken. Tegelijkertijd kan het aantrekken van *inward* R&D een belangrijke bijdrage leveren aan de zo noodzakelijke versterking van de Nederlandse innovatiekracht. Deze situatie geeft aanleiding voor een «R&D-offensief» in de acquisitie van buitenlandse investeringen. Onderdeel van het offensief gericht op de acquisitie van buitenlandse R&D-vestigingen, is buitenlandse bedrijven, voorafgaand aan vestiging in Nederland, een beter inzicht te geven in het Nederlandse innovatie-instrumentarium, zodat buitenlandse R&D-bedrijven al tijdens het locatiekeuzeproces – in concurrentie met andere landen – gestimuleerd kunnen worden om tot investering in Nederland over te gaan.

Een ander instrument dat kan worden ingezet bij de werving van buitenlandse R&D-investeringen is de dienst technologische matchmaking (TMS). Daarbij worden buitenlandse bedrijven op aanvraag geassisteerd bij het vinden van technologische partners in Nederland. Hoewel het aantal TMS aanvragen van buitenlandse bedrijven in 2004 en 2005 beperkt bleef tot een kleine 20, is besloten tot continuering van de dienst. De inventarisatie van mogelijk relevante Nederlandse partijen heeft namelijk geleid tot waardevolle nieuwe contacten en samenwerkingsverbanden. Ook is het inzicht in wat Nederland op deze – soms zeer gespecialiseerde – terreinen te bieden heeft, vergroot. Daarnaast past TMS natuurlijk zeer goed in de extra inspanningen gericht op het aantrekken van buitenlandse R&D-investeringen.

4.4 Investeren in door groei: het realiseren van strategisch accountmanagement gericht op het zittende buitenlandse bedrijfsleven

Hiervoor is gebleken dat het vanuit de optiek van investeringspromotie de moeite waard is om op structurele basis contacten te onderhouden met de belangrijkste buitenlandse multinationals en hun vestigingen in Nederland (*current investors*). Ook werd duidelijk dat uitbreidingen/aanvullingen van bestaande vestigingen van buitenlandse bedrijven en grensoverschrijdende herstructurering van bestaande operaties een steeds belangrijkere bijdrage leveren aan de acquisitieresultaten. Tot slot is het zaak om meer aandacht te besteden aan behoud en verankering van bestaande buitenlandse vestigingen, omdat zo'n 3 op de 10 aangetrokken buitenlandse vestigingen na gemiddeld vijf jaar weer verdwenen zijn.

¹ DBIN werkt met de volgende prestatie-indicatoren: aantal aangetrokken buitenlandse investeringsprojecten; aantal daarmee gerealiseerde directe arbeidsplaatsen; daarmee gerealiseerde directe investeringsbedrag; percentage projecten afkomstig van bedrijven uit high-tech sectoren; en aantal actieve projecten.

² «Industriebrief, Hart voor de industrie», Ministerie van Economische Zaken, oktober 2004.

Om deze redenen gaat EZ, in nauwe samenwerking met de regionale en lokale acquisitiepartners, werk maken van *investor development*. Daaronder wordt verstaan het stimuleren en begeleiden van de verdere ontwikkeling, versterking en verankering van bestaande activiteiten van buitenlandse bedrijven in Nederland. Deze aanpak sluit aan bij de reguliere contacten die er, in lijn met de EZ-Industriebrief², bestaan met het zittende bedrijfsleven in Nederland. Een belangrijk instrument voor *investor development* is het *accountmanagement*. In de praktijk betekent dit het op structurele en gerichte basis onderhouden van contacten met

en bezoeken en begeleiden van individuele bedrijven op directieniveau. Daarbij gaat het zowel om vestigingen van buitenlandse bedrijven in Nederland als hun moedermaatschappijen. Daarnaast gaat het om het opbouwen en onderhouden van netwerken met strategische partijen die hen vertegenwoordigen, waaronder bilaterale Kamers van Koophandel, ambassades, branche-organisaties en sector- en technologieplatforms.

De doelstellingen van *investor development* zijn de volgende:

- werving van nieuwe *leads* bij buitenlandse bedrijven in Nederland;
- realisatie van uitbreidings- en additionele investeringen;
- verankering (en behoud) van buitenlandse bedrijven in Nederland;
- informatievergaring ten behoeve van de economische beleidsagenda (zie 3.6);
- en het verzamelen van *testimonials* van buitenlandse bedrijven en andere informatie ten behoeve van de proactieve werving/marketing van Nederland.

Wat de doorontwikkeling van bestaande buitenlandse vestigingen betreft, lijkt de grootste slaagkans vooralsnog te liggen bij de grotere vestigingen afkomstig uit de «rijpere» markten, zoals de VS, het VK, Japan, Korea en Taiwan. Bij die categorie bedrijven komt dus het zwaartepunt te liggen. Ook zullen de *investor development* activiteiten worden toegespitst op de voor Nederland meest kansrijke sectoren, technologieën en activiteiten. Gezien de grote hoeveelheid buitenlandse bedrijven in Nederland (zo'n 5 400) is een goede werkverdeling en informatieoverdracht binnen het acquisitienetwerk van cruciaal belang. Met de introductie van een programma voor *investor development* zal ook een aanvullende prestatie-indicator worden ontwikkeld, die de resultaten op dit vlak inzichtelijk maakt.

4.5 Nieuwe markten, nieuwe kansen: versterking van het buitenlandse acquisitienetwerk en de samenwerking met de economische posten

Het buitenlandse acquisitienetwerk uitbreiden

Nederland beschikt op dit moment over 12 buitenlandse acquisitiekantoren in 6 landen. De samenstelling van het kantorennetwerk is flexibel en wordt voortdurend getoetst aan de behaalde acquisitiresultaten, trends in de wervingsgebieden en de opkomst van nieuwe markten. Uit het tweede deel van deze notitie kwam de opkomst van diverse nieuwe investeringslanden naar voren, niet alleen als investeringsbestemming, maar inmiddels ook als bron van buitenlandse investeringen in Europa. Om maximaal in te spelen op de wervingskansen die deze ontwikkeling voor Nederland biedt, zal het buitenlandse kantorennetwerk worden versterkt.

Dat geldt in de eerste plaats voor China. Het bereik en de capaciteit van de bestaande kantoren in Hong Kong en Shanghai zijn onvoldoende om de grote en snel groeiende belangstelling van potentiële investeerders in Zuid-China (m.n. de provincie Guangdong) te kunnen accommoderen. Daarom is besloten tot opening van een derde kantoor in China. Dit kantoor, dat is ondergebracht op het consulaat-generaal te Guangzhou, wordt in de loop van 2006 operationeel. Ook is de opening van een nieuw buitenkantoor in India (New Delhi) in voorbereiding. Tot slot wordt onderzocht of vestiging van nieuwe acquisitiekantoren in Singapore/Maleisië, Brazilië en het Midden Oosten wenselijk en mogelijk is. In het geval van het Midden Oosten en wellicht ook Rusland ligt er een additioneel belang op het vlak van de energieleveringszekerheid. In het licht van die problematiek is het instrumenteel om het wederzijdse belang in de relatie met energie-exporteurs te vergroten, zowel op het gebied van energie als op andere terreinen. Nederland is reeds een speler op de energiemarkten

door de gasvoorraad, de kennis van gastransport en -opslag en via de Rotterdamse haven (olie-opslag, raffinage, kolenoverslag e.d.). Dit profiel kan worden versterkt door het aangaan van samenwerkingsrelaties in het buitenlandse en economische beleid. Het aantrekken van investeringen uit olie- en gasrijke landen in industriële installaties in Nederland is een van de instrumenten die kan bijdragen aan de doelstelling van energieleveringszekerheid.

Samenwerking met de economische posten versterken

Naast de eigen presentie in het buitenland, is er uiteraard het uitgebreide Nederlandse economische postennetwerk (inclusief NBSO's) dat een belangrijke rol kan vervullen bij het bevorderen van buitenlandse investeringen in ons land. Om de acquisitiekansen van Nederland optimaal te benutten, zal de samenwerking bij investeringsbevordering tussen de verschillende economische posten in het buitenland worden versterkt. Zo zal dit jaar een *toolkit* worden ontwikkeld waarmee economische posten gericht aan investeringsbevordering kunnen doen. De *toolkit* bevat informatie over de Nederlandse acquisitie-organisatie, de omgang met potentiële investeerders alsmede (uiteraard) het Nederlandse investeringsklimaat in al zijn facetten. Nieuwe medewerkers, die worden uitgezonden naar de economische posten, worden beter geïnformeerd over het Nederlandse acquisitiebeleid. En ambassades zullen intensiever worden betrokken bij acquisitie-activiteiten.

4.6 Veelzijdig Nederland maar met één gezicht naar buiten: versterking van de merknaam Nederland en de samenhang in de Nederlandse acquisitie-inspanningen

De economische beeldvorming van een land is niet alleen van belang voor het internationaal opererend bedrijfsleven uit dat land, maar evenzeer voor de positionering van het land zelf in de globaliserende economie. Uit het advies van de werkgroep Economische Beeldvorming Nederland¹ bleek dat Nederland nog steeds een sterk en positief imago heeft. Op internationaal erkende karakteristieken van ons land zoals open, inventief, zakelijk en vooruitstrevend kunnen we voortbouwen, waarbij een gezamenlijke en consistente strategie met publieke en private partijen het economische beeld kan versterken. In de brief die aan de Kamer is gestuurd in reactie op het advies is aangegeven welke acties, verzameld onder de noemer «Pioniers in Internationaal Ondernemen», zullen worden ondernomen².

Ook op het punt van investeringsbevordering is het van groot belang dat Nederland regionale verschillen onderkent en benut, maar wel met één gezicht naar buiten treedt. Daartoe worden intensieve contacten onderhouden met regionale en lokale acquisitie organisaties. Desondanks is er een tendens waarbij regio's de neiging hebben om zich autonoom en zo nodig ten koste van andere Nederlandse regio's te profileren in het buitenland en in sommige gevallen zelfs over te gaan tot een geheel zelfstandige presentie in het buitenland. Deze ontwikkeling is niet goed voor de beeldvorming ten aanzien van Nederland en kan zelfs contraproductief werken bij de werving van buitenlandse investeringsprojecten.

Om dat te voorkomen, is het zaak dat de onderlinge samenhang in de Nederlandse acquisitie inspanningen wordt versterkt. Op dit moment bestaan reeds convenanten met de vier regionale ontwikkelingsmaatschappijen en Nederland Distributieland. Daarin zijn afspraken gemaakt over onder meer presentie en activiteiten in het buitenland, informatie-deling, de afstemming van acquisitieresultaten, publicitaire acties, de organisatie van *fact finding missies*, etc. Met de overige acquisitiepartners bestaan werkafspraken, maar deze hebben – ook door het ontbreken van een financiële relatie – een meer vrijblijvend karakter. In de komende

¹ «Advies economisch imago Nederland», Werkgroep Economische Beeldvorming Nederland, Kamerstuk 30 300 XIII (2005–2006).

² Kamerstuk 30 300 XIII (2005–2006) nr. 6.

periode zullen waar mogelijk soortgelijke convenanten worden afgesloten met de niet-ROM provincies, de 4 grote steden en de gemeentelijke havenbedrijven. Daarnaast wordt, onder de vlag van de Dutch Trade Board, gewerkt aan de strategische missieagenda, waarin de handels- en acquisitiemissies van EZ, andere departementen, Kamers van Koophandel, grote steden en provincies worden geïntegreerd.

4.7 Vreemde ogen dwingen: versterking van de beleidsrol ten aanzien van het Nederlandse vestigingsklimaat zoals gezien door buitenlandse investeerders

EZ onderhoudt op jaarbasis honderden contacten met buitenlandse bedrijven. Meestal zijn het buitenlandse bedrijven die overwegen om zich in Nederland te vestigen en in het proces van locatiekeuze alle relevante facetten van het Nederlandse vestigingsklimaat vergelijken met die van andere landen. Een deel van die bedrijven kiest voor vestiging in Nederland, waarna ze dagelijks te maken krijgen met de voors en tegens van het Nederlandse ondernemingsklimaat. Ook met die bedrijven is EZ geregeld in contact. Andere buitenlandse bedrijven geven uiteindelijk de voorkeur aan vestiging elders.

Het staat vast dat, hoe de locatiekeuze ook uitpakt, de bedrijven waarmee EZ in contact staat, een vitale bron van informatie vormen. De signalen die deze bedrijven afgeven, vormen een belangrijke indicator van de concurrentiepositie van Nederland als vestigingsland. Daarmee zijn ze ook van belang voor beleidsmakers op nationaal, regionaal en lokaal niveau. Een van de taken is het verzamelen en analyseren van de signalen van buitenlandse investeerders ten aanzien van het vestigingsklimaat en de vertaling naar de beleidsagenda en -ontwikkeling van EZ, andere departementen en andere overheden. Het eerder gepresenteerde overzicht van het Nederlandse vestigingsklimaat gezien door de ogen van buitenlandse bedrijven vormt daarvan een illustratie. In de afgelopen jaren wordt een steeds sterker beroep gedaan op deze beleidsfunctie en raakt de acquisitie-organisatie ook steeds meer betrokken bij de daadwerkelijke beleidsvorming, zeker op terreinen als arbeidswetgeving en fiscaliteit.

Een belangrijk instrument voor de vervulling van de beleidsfunctie zijn, naast internationale benchmarks, de contacten met het (georganiseerde) buitenlandse bedrijfsleven. Het gaat dan niet alleen om directe bedrijfscontacten in het kader van accountmanagement, maar ook om relaties met platforms en belangenorganisaties van buitenlandse bedrijven. In 2006 zullen de twee bestaande platforms (*shared services centers* en Duitse investeerders in Nederland) verder worden uitgebouwd, net als de contacten met organisaties als JCC en AmCham. Ook de netwerken die zijn opgebouwd op het gebied van technologie (life sciences, duurzame energie, ICT) zullen de nodige aandacht krijgen. Zo mogelijk wordt een platform ingesteld met een aantal gerenommeerde buitenlandse spelers op het vlak van R&D met als doel de verbeterpunten ten aanzien van ons innovatieklimaat scherp in beeld te krijgen.

Een ander instrument is de jaarlijkse enquête onder in Nederland gevestigde buitenlandse bedrijven (zie 3.2). Daarnaast wordt blijvend de dialoog gezocht met buitenlandse bedrijven die hebben besloten (delen van) hun activiteiten in Nederland te staken c.q. te verplaatsen naar andere landen. Een ander initiatief van de Staatssecretaris is «Going for Gold». Dit is een serie bijeenkomsten van AmCham en EZ in 2006/2007, waarbij Nederlandse CEO's uit binnen- en buitenland uiteenzetten hoe de concurrentiekracht en het vestigingsklimaat van Nederland kunnen worden verbeterd en wat Nederland in dat verband kan leren van het buitenland.

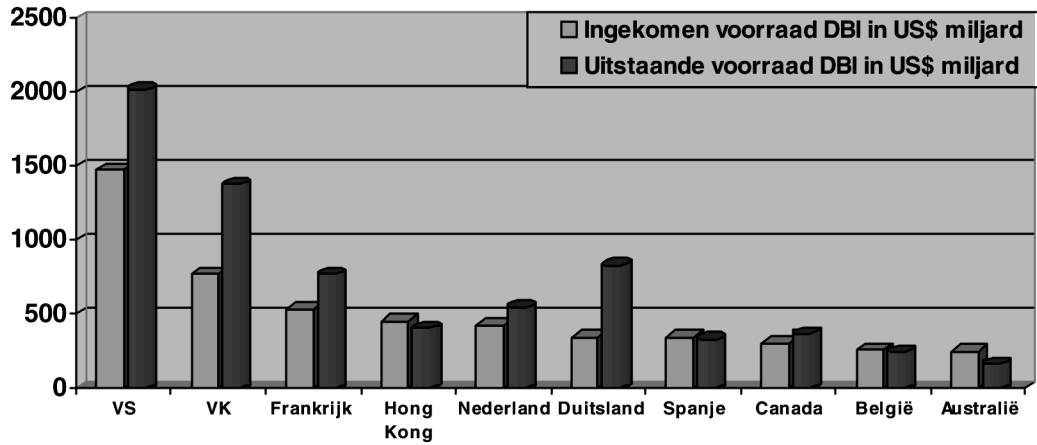
In het verlengde van deze bijeenkomsten wordt gedacht aan de oprichting van een netwerk *Invester in Nederland*, met vertegenwoordigers van onder andere: buitenlandse en Nederlandse multinationals, organisaties als AmCham, JCC, bilaterale Kamers van Koophandel en VNO/NCW, en acquisitie-organisaties op nationaal en regionaal niveau. Doelstellingen van een dergelijk netwerk zijn: bewustwording van de impact van globalisering en internationale concurrentie, het opvangen van signalen en het counteren van mythes t.a.v. het vestigingsklimaat, en het uitdragen van het belang van buitenlandse investeringen. Daarbij kan onder meer aan de volgende activiteiten worden gedacht: discussiebijeenkomsten met beleidsmakers, bestuurders en politici; (internationaal vergelijkend) onderzoek; instelling van een *foreign investor award*; en het verzamelen van testimonials over Nederland.

Tot slot

Met de hierboven gepresenteerde nieuwe acquisitie agenda denkt het Kabinet optimaal te kunnen profiteren van de kansen die zich – inspeland op de diverse verschijningsvormen van de globalisering – aandienen bij de werving van buitenlandse investeringen. Deze agenda is geschreven vanuit de vaste overtuiging dat buitenlandse bedrijven een wezenlijke bijdrage kunnen en zullen (blijven) leveren aan versterking van het innovatief vermogen, de concurrentiekracht en de economische prestaties van Nederland.

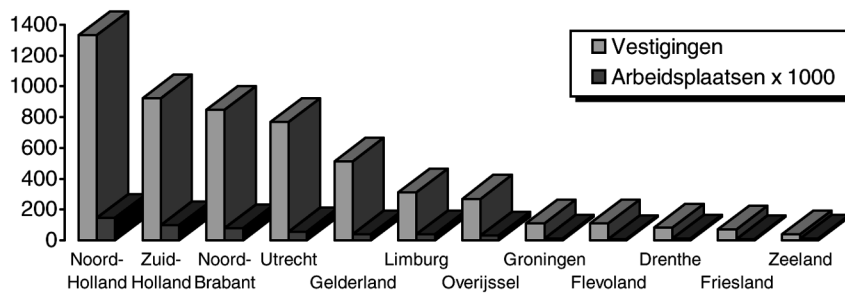
BIJLAGEN

Figuur 1.1 Top 10 investeringslanden op basis van voorraad ingekomen DBI per ultimo 2004



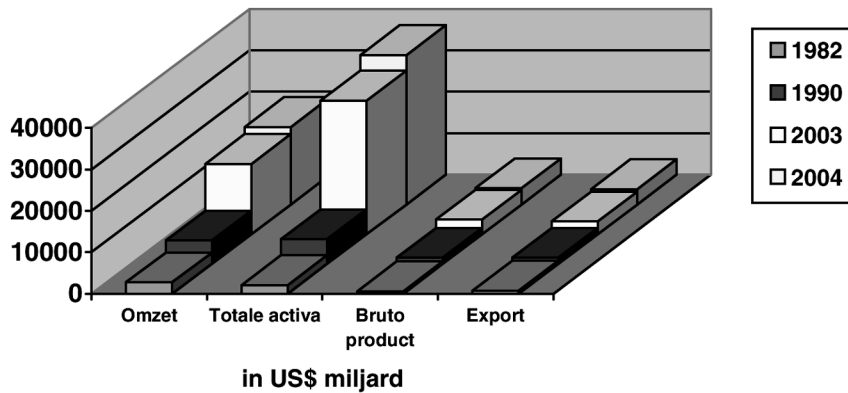
Bron: World Investment Report 2005, UNCTAD

Figuur 1.2 Buitenlandse vestigingen naar provincie (2005)



Bron: Stec Groep (2006)

Figuur 2.2 Kengetallen m.b.t. buitenlandse vestigingen van multinationals 1982-2004



Bron: World Investment Report 2005, UNCTAD

Tabel 1.4 Buitenlandse vestigingen naar hoofdactiviteit in Nederland (2005)

Activiteit	Aantal bedrijven		Aantal arbeidsplaatsen	
	Absoluut	Relatief	Absoluut	Relatief
Productie & assemblage	1 387	26%	185 886	35%
Sales, marketing & advies	1 331	25%	97 346	18%
Groothandel	1 091	20%	41 726	8%
Distributie	620	12%	70 007	13%
Hoofdkantoor	454	9%	86 935	16%
Research & Development	106	2%	9 107	2%
Shared Services Center	27	1%	6 163	1%
Call Center	30	1%	6 178	1%
Datacenter	17	0%	2 377	1%
Overig	312	5%	29 812	5%
Totaal	5 380	100%	535 537	100%

Bron: Stec Groep (2006)

Tabel 1.5 Acquisitieresultaten Gemiddelden per project (1998–2005)

	1998–2000 gemiddeld	2001–2003 gemiddeld	2004	2005
Gemiddeld investeringsbedrag per project (€ mln.)	5,3	5,0	2,6	4,5
Gemiddeld aantal arbeidsplaatsen per project	53	31	24	28
Aantal projecten met > 100 arbeidsplaatsen	12	5	5	4

Bron: DBIN (2006)

Tabel 1.6 Acquisitieresultaten naar activiteit in Nederland (2003–2005)

	Projecten			Investeringsbedrag (in € miljoen)			Arbeidsplaatsen		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
Totaal	104	102	112	597	265	506	2 737	2 475	3 121
Productie /Assemblage	13	10	15	378	93	199	720	197	372
Europese Distributie	15	14	27	55	48	66	342	429	645
Europees Hoofdkantoor	39	38	26	73	46	94	846	823	820
Call Center	0	5	4	0	12	6	0	336	585
Repair Center	1	3	4	1	2	5	12	36	59
Shared Services Center	4	2	2	66	3	1	245	135	100
R&D Center	1	4	6	5	14	18	20	75	55
Marketing & Sales	23	16	17	15	11	9	284	192	316
Overig	8	10	11	5	36	108	268	252	169

Bron: DBIN (2006)

Tabel 1.7 Buitenlandse investeringsprojecten in de EU – Top 10 landen en totaal (2002–2005)¹

	Totaal 2002–2005		2002		2003		2004		2005	
	#	%	#	%	#	%	#	%	#	%
1. VK	1 400	18%	243	18%	321	17%	373	18%	463	19%
2. Frankrijk	868	11%	116	9%	139	7%	200	10%	413	17%
3. Duitsland	730	9%	111	8%	217	11%	202	10%	200	8%
4. Hongarije	555	7%	146	11%	155	8%	139	7%	115	5%
5. Polen	545	7%	70	5%	100	5%	180	9%	195	8%
6. Spanje	530	7%	106	8%	157	8%	156	7%	111	5%
7. Tsjechië	411	5%	81	6%	112	6%	104	5%	114	5%
8. Ierland	322	4%	67	5%	89	5%	83	4%	83	3%
9. België	295	4%	58	4%	54	3%	93	4%	90	4%
10. Nederland	288	4%	37	3%	90	5%	72	3%	89	4%
TOTAAL EU-25	7 774	100%	1 320	100%	1 909	100%	2 105	100%	2 440	100%

Bron: Locomonitor (2006)

Ontleend aan de Locomonitor (www.locomonitor.com), een product van OCO Consulting, een online database waarin footloose investeringsprojecten (greenfields en brownfields) van buitenlandse bedrijven wereldwijd, aangekondigd en gerealiseerd, worden geregistreerd. De database wordt bijgehouden sinds 2002 en bevat op dit moment zo'n 38 000 geregistreerde projecten.

Tabel 2.4 Mondiale Directie Buitenlandse Investerings in de tijd

	Jaarlijkse groei in procenten						
	1986–1990	1991–1995	1996–2000	2001	2002	2003	2004
Inkomende DBI (stroom)	23%	21%	40%	– 41%	– 13%	– 12%	3%
Uitgaande DBI (stroom)	25%	16%	36%	– 40%	– 12%	– 5%	18%
Inkomende DBI (stand)	17%	10%	17%	7%	8%	19%	12%
Uitgaande DBI (stand)	18%	9%	17%	7%	11%	20%	12%

Bron: World Investment Report 2005 (2005)

Tabel 2.5 Inkomende buitenlandse investeringen (stroom) in US\$ miljard (2000–2004)

	2000	2001	2002	2003	2004
Wereld	1 397	826	716	633	648
Ontwikkelde landen	1 134	596	548	442	380
Ontwikkelingslanden	253	218	156	166	233
Zuid-Oost Europa & GOS ¹	9	12	13	24	35
Europese Unie	696	383	420	339	216
Verenigde Staten	314	160	71	57	96
Azië	146	109	92	101	148
waarvan China	41	47	53	54	61

Bron: World Investment Report 2005 (2005)

¹ Hieronder vallen de volgende landen: Albanië, Bosnië Herzegovina, Bulgarije, Kroatië, Macedonië, Roemenië, Servië Montenegro, Armenië, Azerbeizjan, Wit-Rusland, Georgië, Kazachstan, Kirgistan, Moldavië, de Russische Federatie, Tadzjikistan, Turkmenistan, Oekraïne en Oezbekistan.

Tabel 2.6 Prognose versus realisatie (projecten aangetrokken in de periode 1992–1998)

Jaar van vestiging	Gerealiseerde projecten	Ingetrokken projecten	Prognose aantal arbeidsplaatsen	Realisatie aantal arbeidsplaatsen	Saldo realisatie en prognose aantal arbeidsplaatsen
1992	67	20	2 605	3 445	+ 840
1993	70	20	2 376	2 823	+ 447
1994	79	29	3 411	2 757	–/– 654
1995	95	17	3 377	5 387	+ 2 010
1996	88	16	3 928	8 799	+ 4 871
1997	84	33	4 587	4 855	+ 268
1998	108	41	5 253	5 019	–/– 234
Totaal	591	176	25 537	33 085	+ 7 548
%		30%			+ 30%

Bron: DBIN

Tabel 2.7 Top 25 niet-financiële multinationals naar omvang buitenlandse activa

Bedrijf		Werkgelegenheid		Aantal vestigingen	
		Buitenland	Totaal	Buitenland	Totaal
1	General Electric	150 000	305 000	1 068	1 398
2	Vodafone Group Plc	47 473	60 109	71	201
3	Ford Motor Company	138 663	327 531	524	623
4	General Motors	104 000	294 000	177	297
5	British Petroleum Co. Plc	86 650	103 700	60	117
6	ExxonMobil Corporation	53 748	88 300	218	294
7	Royal Dutch/Shell Group	100 000	119 000	454	929
8	Toyota Motor Corporation	89 314	264 410	124	330
9	Total	60 931	110 783	419	602
10	France Telecom	88 626	218 523	118	211
11	Suez	111 445	172 291	605	947
12	Electricité de France	51 847	167 309	204	264
13	E.On	29 651	69 383	478	790
14	Deutsche Telekom AG	75 241	248 519	97	178
15	RWE Group	53 554	127 028	377	650
16	Hutchison Whampoa Ltd	104 529	126 250	1 900	2 350
17	Siemens AG	247 000	417 000	753	1 011
18	Volkswagen Group	160 299	334 873	203	283
19	Honda Motor Co Ltd	93 006	131 600	102	133
20	Vivendi Universal	32 348	49 617	106	238
21	Chevron Texaco Corp.	33 843	61 533	93	201
22	News Corporation	35 604	38 500	213	269
23	Pfizer Inc	73 200	122 000	73	92
24	Telecom Italia Spa	14 910	93 187	33	73
25	BMW AG	26 086	104 342	129	157

Bron: World Investment Report 2005 (2005)

¹ World Investment Report 2005, UNCTAD, september 2005.