

Vergaderjaar 2011–2012

**31 985**

**Buitenlands beleid en handelspolitiek**

**Nr. 9**

## **BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ECONOMISCHE ZAKEN, LANDBOUW EN INNOVATIE**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 11 mei 2012

In het AO Handelsraad van 7 maart jl. (Kamerstukken II, 21 501-02, nr. 1138) heb ik uw Kamer toegezegd een exportbrief te sturen. Export is van groot belang voor de Nederlandse economie<sup>1</sup>. We zijn de 17e economie van de wereld en de 5e exporteur<sup>2</sup>. Op het gebied van landbouw is Nederland zelfs de op een na grootste exporteur. Het succes van Nederland als handelsland is bekend<sup>3</sup>, de belangrijkste vraag is hoe we dit succes kunnen uitbouwen.

Met deze brief informeer ik u over de ontwikkeling van de Nederlandse export in de afgelopen jaren en de acties die worden ondernomen zodat Nederlandse bedrijven succesvol ondernemen op de internationale markten. De uitdaging is om de sterke positie op de nabije Europese «thuismarkt» tenminste te behouden en om een sterkere positie te krijgen op opkomende markten.

### **1. Nederland Exportland**

De Nederlandse export (goederen en diensten) liet ondanks de eurocrisis een flinke groei zien in 2011. De uitvoerwaarde bedroeg vorig jaar € 473 mld en was daarmee 9% hoger dan in 2010<sup>4</sup>. Een belangrijke reden van de sterke exportpositie van Nederland is de wederuitvoer (zie figuur 1) die het laatste decennium hard is gegroeid. Naast de export van goederen speelt de dienstensector een steeds grotere rol in de Nederlandse export. Vooral logistiek, zakelijke dienstverlening en financiële dienstverlening hebben de afgelopen jaren aan belang gewonnen.

Daarnaast wordt onze export gesterkt door onze goede internationale investeringspositie. Nederland is 7e investeerder wereldwijd en 8e ontvanger van investeringen. Buitenlandse bedrijven in Nederland zijn belangrijke dragers van nieuwe kennis en vaardigheden die in de rest van de economie terecht komen en zo helpen de productiviteit te verhogen. Daarnaast brengen buitenlandse investeerders vaak nieuwe (weder)

<sup>1</sup> CPB & CBS, 2011, Kenmerken van wederuitvoer bedrijven, februari 2011. Reactie op dit rapport is op 1 maart verstuurd aan de Kamer, Kamerstuk 33 000 XIII, nr. 169.

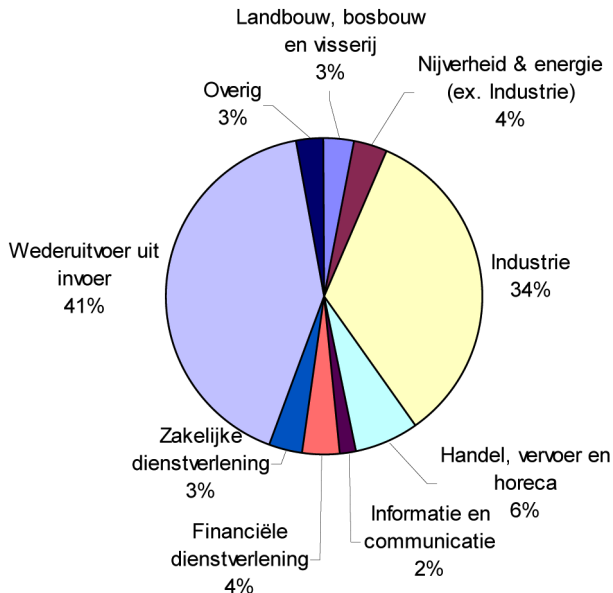
<sup>2</sup> In 2011 volgens IMF, World Economic Outlook, 17 april 2012 en WTO, database, 2012.

<sup>3</sup> ING, Nederlandse handel meer Europees dan mondiaal, december 2011. Reactie op dit rapport is op 29 maart verstuurd aan de Kamer, Kamerstuk 31 985-8

<sup>4</sup> DNB, betalingsbalans, 2012.

uitvoerstromen met zich mee, bijvoorbeeld als zij hun Europese verkoopkantoor in het Rotterdamse havengebied vestigen.

**Figuur 1: Nederlandse export naar herkomst van economische activiteit (2010)**



Bron: CBS

De Nederlandse handel heeft zich de afgelopen jaren beter ontwikkeld dan de handel van de meeste andere landen in het eurogebied. De Nederlandse export kromp tijdens de crisis minder dan het Europees gemiddelde of bijvoorbeeld de Duitse export (zie figuur 2)<sup>1</sup>. Een verklaring voor de betere exportprestaties van Nederland ligt mogelijk in het feit dat Nederland een meer gediversifieerd exportpakket heeft (gelijkere mix van minerale brandstoffen, landbouw, chemie, machines en vervoermiddelen).

De recente voorspellingen voor de Nederlandse handelontwikkeling<sup>2</sup> zijn minder positief dan voor diverse andere landen. Dat de exportgroei in de vooruitzichten voor 2012 en 2013 afzwakt kent een aantal oorzaken. Enerzijds ligt dit aan het krachtige herstel van de handel in 2010. Hoge herstelgroei cijfers van jaar-op-jaar vertekenen de groei cijfers in het daaropvolgende jaar (idem voor krimp cijfers). Anderzijds is door de mondiale bezuinigingen en de eurocrisis ook een echte mondiale afzwakkende vraag zichtbaar. Dit laatste betreft vooral landen die een groot aandeel hebben in de Nederlandse export.

## 2. Kansrijke markten voor Nederlandse bedrijven

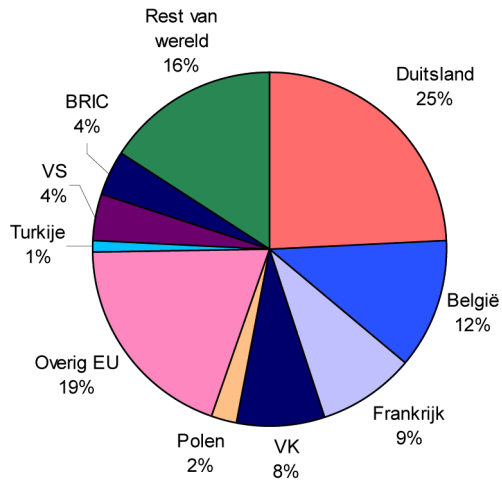
De Nederlandse uitvoer is in sterke mate toegespitst op de directe buurlanden (figuur 3). Duitsland is onze belangrijkste exportpartner. In tegenstelling tot de Nederlandse economie laat de Duitse het komend jaar wel enige groei zien, waarbij ook de Duitse import zal toenemen<sup>3</sup>. Duitsland blijft hiermee relatief goede afzetmogelijkheden bieden voor het Nederlandse bedrijfsleven. Mede in dit verband vindt de komende tijd onderzoek plaats naar de kansen voor de uitvoer van landbouwproducten naar Zuid-Duitsland.

<sup>1</sup> Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

<sup>2</sup> Centraal Economisch Plan 2012, CPB

<sup>3</sup> Volgens de laatste ramingen van het IMF World Economic Outlook zal de Duitse economie in 2012 met 0,3% groeien.

**Figuur 3: Goederenuitvoer naar afzetmarkt 2011 (% van totaal)**



Bron: CBS

Oost-Europa wordt ook een steeds belangrijkere afzetmarkt voor Nederland. Sinds het toetreden in 2004 van acht Oost-Europese landen tot de EU bedraagt de gemiddelde exportgroei naar Oost-Europa jaarlijks bijna 12%. Het exportaandeel is opgelopen tot 8%. Polen en Rusland zijn binnen deze regio de belangrijkste afzetmarkt voor Nederlandse bedrijven. De technologische industrie en de agrofood sector hebben het meest bijgedragen aan de stijgende export. De komende jaren kan Oost-Europa een nog belangrijkere afzetmarkt worden voor Nederlandse producenten en wellicht de matige groeivoorzichten in het zuiden en noordwesten van Europa (deels) compenseren. Het Nederlandse marktaandeel in Turkije is sinds een paar jaar ook weer aan het toenemen. De afgelopen twee jaar heeft Turkije economische groeicijfers laten zien van rond de 8%. De vooruitzichten voor de komende jaren zijn gematigder.

Buiten Europa is de VS de belangrijkste afzetmarkt. De groeimarkten buiten Europa zullen een belangrijkere rol moeten gaan vervullen. Het Nederlandse bedrijfsleven exporteert maar 4% naar de BRICs (Brazilië, Rusland, India, China), terwijl de BRIC-landen dit jaar goed zijn voor bijna 50% van de totale wereldwijde economische groei. Verwachting is dat de economische groei van de BRICs het komend jaar een afzetmarkt zo groot als Italië zal toevoegen aan de wereldeconomie. Opkomende markten bieden dus in toenemende mate kansen. En dit gaat verder dan de BRICs. Ook Vietnam, Indonesië, Egypte, Zuid-Korea, Colombia, de Golfstaten en Saoedi-Arabië zijn bijvoorbeeld landen met toenemende kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven. Hetzelfde geldt voor Afrika waarvoor het IMF voor de komende 5 jaar een gemiddelde economische groei van ruim 5% verwacht. Het aantal conflicten op het Afrikaanse continent is de afgelopen jaren afgenomen en veel van de voormalige conflictgebieden zoals Angola en Mozambique maken een sterke economische groei en wederopbouw door. Vele projecten op het terrein van de infrastructuur zullen internationaal worden aanbesteed. Ook op het terrein van de landbouw, voedingsmiddelen en bouw liggen goede mogelijkheden.

### **3. Beleid voor Internationaal Ondernemen**

#### *Bestaand beleid*

Om onze goede internationaal economische positie te behouden, is het essentieel ons concurrentievermogen internationaal verder te versterken. Zeker in tijden van teruglopende binnenlandse vraag is het van belang dat

de bedrijven toegang kunnen krijgen tot internationaal kansrijke markten en gebruik kunnen maken van goede financieringsfaciliteiten. Vooral (MKB) starters ondervinden knelpunten op buitenlandse markten en zijn vaak onbekend met de mogelijkheden die deze afzetmarkten bieden, waardoor de kans bestaat dat zij exportmogelijkheden laten liggen. Leidraad voor overheidssteuning is steeds dat er sprake moet zijn van een marktfalen of systeemfalen of een combinatie daarvan, waardoor internationaal ondernemerschap op barrières stuit.

Kort samengevat zijn de hoofdlijnen van het bestaande beleid die het internationaal ondernemen ten goede komen, de volgende<sup>1</sup>:

- economische diplomatie:
  - afzet mogelijkheden scheppen door het handelsverkeer vrij te maken, via de WTO en via vrijhandelsakkoorden van de EU met o.a. India, landen in de ASEAN regio en Brazilië – binnen het kader van onderhandelingen met de Mercosur regio
  - actieve inzet op naleving van de gemaakte handelsafspraken, via de zgn. markttoegangsstrategie: zowel bilateraal als binnen de EU brengt Nederland markttoegangsbelemmeringen, incl. protectionistische maatregelen, actief onder de aandacht. In verschillende gevallen is gebleken dat juist collectief optreden via de EU tot resultaten leidt. In andere gevallen is het nodig op WTO geschillenbeslechting terug te vallen.
  - het verschaffen van toegang tot nog toe gesloten markten via handelsmissies met bewindspersonen, inzet van netwerken en lobby door het postennetwerk
  - bilateraal – technisch – overleg over specifieke handelsbarrières voor Nederlandse sectoren/bedrijven (o.a. extra capaciteit op de veterinaire en fytosanitaire markttoegangsdossiers)
  - het versterken van de Nederlandse presentie in groeimarkten (o.m. personele versterking in Brazilië, opening post in Panama, voorziene opening van Consulaat en Netherlands Business Support Office (NBSO) in Zuid-China)
- het helpen van internationale starters doormiddel van informatie, advies en collectieve promotie
- een nauwere samenwerking tussen EL&I en Ontwikkelingssamenwerking (Voedselzekerheidsagenda in Afrika en Transitiefaciliteit in de drie ex-OS-partnerlanden)
- het binnenhalen van buitenlandse vestigingen van hoogwaardige en exporterende bedrijven middels Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA)
- het geven van exportkredietgaranties ten behoeve van het aantrekken van geld (funding) door banken voor exportfinanciering
- het verbeteren van het imago van Nederland (Holland branding) om toerisme en buitenlandse investeringen aan te trekken en het verder uitdragen van de kracht van het Nederlands product, o.a. door de inzet van het postennetwerk
- het verbeteren van het ondernemingsklimaat in de EU, o.a. door het verder versterken van de interne markt
- het ondersteunen van maatschappelijk verantwoord ondernemen waarmee Nederlandse bedrijven zich van concurrenten kunnen onderscheiden (o.a. bij internationale aanbestedingen)
- het ondersteunen van projecten van duurzame ontwikkeling (zoals waterbeheer) waarop de kennis en kunde van het Nederlandse bedrijfsleven kunnen inspelen
- het verbeteren van het ondernemingsklimaat, door middel van ontwikkelingssamenwerking, in landen met zeer zwakke bestuurlijke en zakelijke instituties

<sup>1</sup> Uw Kamer is meer in detail over het huidige instrumentarium van het internationale beleid geïnformeerd door onder meer de brief Internationaal Ondernemen «Buitenlandse markten, Nederlandse kansen» op 24 juni 2011, Kamerstuk 31 985, nr. 5 en de Topsectorenbrief «Naar de top; het bedrijvenbeleid in actie(s)» op 13 september 2011, Kamerstuk 32 637, nr. 15. Daarnaast is uw Kamer op 14 februari specifiek over het Agro-beleid geïnformeerd via de brief «Nederlandse Agro-export 2011», Kamerstuk 33 000 XIII nr. 166.

### *Additioneel beleid*

In het licht van de economische crisis is een aantal nieuwe beleidsimpulsen in gang gezet.

- *Verder vrijmaken van het handelsverkeer met belangrijke handelspartners*

Gegeven het belang van toegang tot belangrijke handelspartners worden de mogelijkheden voor verdere vrijmaking van de trans-Atlantische handel thans verkend. Er wordt geopteerd voor een zo breed mogelijk handelsakkoord tussen de EU en de VS. Dit geldt ook voor de relatie EU-Japan. De verkennende besprekingen tussen de EU en China over een akkoord op het vlak van investeringen worden gesteund. Ook wordt constructief meegedacht over het voorstel van de VS voor een plurilateraal dienstenakkoord. Immers, een dergelijk initiatief kan bijdragen aan het verbeteren van de markttoegang voor onze wereldwijde actieve dienstenindustrie. Daarbij wordt ingezet op voortbouwen op afspraken die gemaakt zijn in de General Agreement on Trade in Services en een zo transparant mogelijk onderhandelingsproces, incl. een toetredingsmechanisme voor landen die nu nog niet willen deelnemen.

- *Verdere inbedding van economische diplomatie en instrumenten ten behoeve van sterke sectoren en sterke markten*

In de opkomende economieën is de betrokkenheid van overheden bij het zakendoen in het algemeen groter dan in de westerse wereld. Naarmate Nederlandse bedrijven verder expanderen naar de opkomende economieën, komen zij dan ook vaker in contact met buitenlandse overheden en de (bureaucratische) barrières die daarmee samenhangen. Voor het Nederlandse bedrijfsleven is het daardoor regelmatig lastig zaken te doen zonder overheidsondersteuning. Economische diplomatie is al het speerpunt van het economisch buitenlandbeleid. EL&I werkt hierin zeer nauw samen met Buitenlandse Zaken en het postennetwerk. Nieuw is dat clusters van bedrijven en kennisinstellingen kunnen worden ondersteund bij het gezamenlijk en gestructureerd betreden van kansrijke markten. Hiervoor is een nieuwe publiek private aanpak ontwikkeld (*Partners for International Business*), die clusters van Nederlandse bedrijven, vooral uit de topsectoren, toegang beoogt te bieden tot kansrijke markten.

Om te komen tot een optimale afstemming van deze economische diplomatie met de eigen internationale ambities van het bedrijfsleven en de daarmee samenhangende ondersteuningsbehoefte, is aan de topsectoren gevraagd om elk een «internationaliseringsoffensief» op te stellen. De topsectoren presenteren deze maand (een eerste versie van) deze «offensieven». Vanuit deze «offensieven» worden vervolgens specifieke landen strategieën ontwikkeld. Ondersteuning van de daarin geformuleerde ambities en beoogde aanpak van de gesignaleerde knelpunten krijgt een centrale plaats in de planning van reizen en missies, alsook in de werkplannen van de ambassades en consulaten in het buitenland.

- *Exportkredietverzekering (EKV)*

Via de Exportkredietverzekering voor rekening van de Staat (EKV) worden verzekeringen en garanties verstrekt die niet in de markt te verkrijgen zijn. De faciliteit dient kostendekkend te worden uitgevoerd (Ministerie van Financiën is budget- en beleidsverantwoordelijk, en EL&I medebeleidsverantwoordelijk). Het gaat met name om grotere kapitaalgoederentrans-

acties en dienstencontracten op opkomende- maar ook op nabijgelegen markten.

Er wordt gezien of er een noodzaak is om een vangnet in te stellen voor de kortlopende commerciële kredietverzekering. Tijdens de vorige crisis is dit weliswaar gedaan maar te laat en onvoldoende toegesneden op de behoeften. De inzet is nu om uitgewerkte en passende plannen op de plank te hebben liggen voor als de nood aan de man komt.

#### **4. Conclusie**

Nederland is sterk afhankelijk van export en buitenlandse investeringen als motoren voor economische groei. De sombere vooruitzichten voor de binnenlandse bestedingen maken het de komende jaren nog belangrijker dat onze exportsector goed draait. De overheid moet het bedrijfsleven echter helpen om internationaal succesvol te zijn. Daarom zet zij zich in om de meest prangende verstoringen in het internationale handelsstelsel te slechten en om deuren voor het (MKB) bedrijfsleven te openen bij buitenlandse overheden. Ook faciliteert de overheid de noodzakelijke (voor) financiering van internationale transacties.

De acties die de overheid internationaal onderneemt worden gedreven door de vraag van het bedrijfsleven. De «internationaliseringsoffensieven» van de topsectoren zullen hierbij een centrale rol gaan spelen. Inzet van de overheid is immers vooral lonend als die inzet goed aansluit bij de behoeften van Nederlandse – internationaal opererende – (MKB) bedrijven.

De staatssecretaris van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie,  
H. Bleker