

Vergaderjaar 2013–2014

33 625

Hulp, handel en investeringen

Nr. 45

**BRIEF VAN DE MINISTER VOOR BUITENLANDSE HANDEL EN
ONTWIKKELINGSSAMENWERKING**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 10 oktober 2013

Hierbij ontvangt u de brief *Ondernemen op Buitenlandse Markten* voor het Algemeen Overleg op 16 oktober a.s. De brief is op verzoek van de Kamer, d.d. 10 september 2013 opgesteld.

De brief gaat in op de modernisering van het bedrijfsleveninstrumentarium en het zogenoemde Deense model. Deze brief vormt een aanvulling op de WTO-brief (d.d. 17 mei 2013; Kamerstuk 25 074, nr. 184), waarin de belangrijke rol van de Wereldhandelsorganisatie bij het bewaken van een gelijk speelveld aan de orde komt, en de brief «Ondernemen voor ontwikkeling» (d.d. 30 september 2013; Kamerstuk 33 625, nr. 38), waarin ik mijn beleidsagenda schets voor het stimuleren van economische activiteiten in lage- en middeninkomenslanden.

In deze brief licht ik een aantal aanpassingen toe op het handels- en investeringsinstrumentarium opdat bedrijven nog beter worden ondersteund bij het internationaal ondernemen. Daarbij gaat het om onder meer stroomlijning van de landenlijsten, het inrichten van één loket en betere communicatie en standaardisering om de toegankelijkheid van het instrumentarium te verbeteren. Voor alle instrumenten geldt het kader voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, gebaseerd op de OESO-richtlijnen voor multinationale ondernemingen.

De Minister voor Buitenlandse Handelen Ontwikkelingssamenwerking,
E.M.J. Ploumen

Ondernemen op buitenlandse markten

1. Complexe markten en economische diplomatie

Ondernemers die hun vleugels uitslaan naar buitenlandse markten kunnen te maken krijgen met marktimperfections en marktbarrières die het internationaal-economische verkeer belemmeren. Te denken valt aan slecht functionerende financiële markten, tarifaire belemmeringen en non-tarifaire belemmeringen, zoals importquota, bureaucratistische hindernissen en fytosanitaire regels. Dit leidt tot aanzienlijke kosten en weerhoudt vooral het midden- en kleinbedrijf om internationaal actief te worden. Ook krijgen bedrijven vooral op verre markten te maken met een ongelijk speelveld voor buitenlandse bedrijven, een dominante rol van de overheid in de nationale economie en slecht functionerende rechtssystemen op het gebied van onder andere milieu en arbeid.

Binnen en buiten Europa zetten we economische diplomatie in om handelsbelemmeringen aan te pakken en ondersteunen we ondernemers bij het invullen van hun maatschappelijke verantwoordelijkheid. Dat doen we via gesprekken met buitenlandse overheidsvertegenwoordigers, zowel multilateraal als bilateraal, en met inzet van de ambassades, consulaten en Netherlands Business Support Offices (NBSO's).

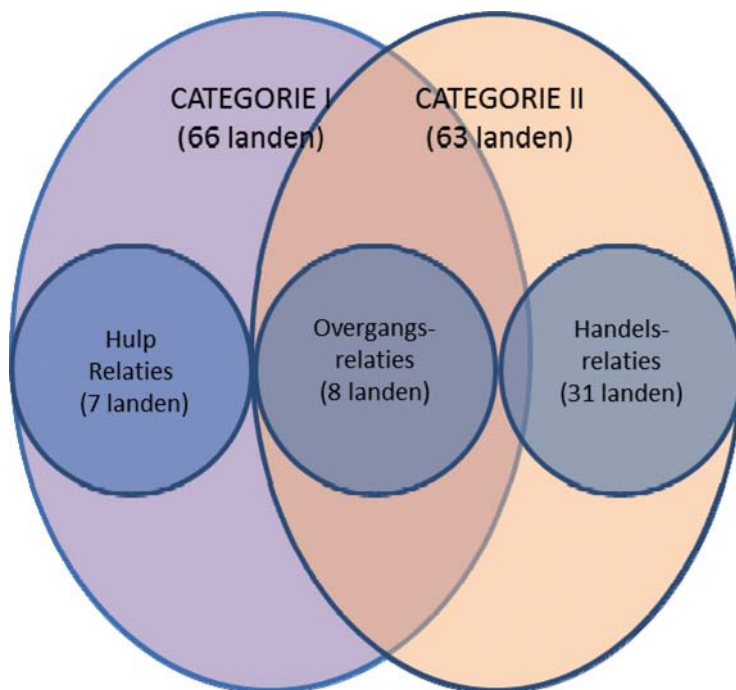
2. Internationalisering en MKB

Internationale markten zijn vooral voor het midden- en kleinbedrijf complex. Deze groep van bedrijven is in vergelijking met grote bedrijven daardoor minder actief op deze markten. Hierdoor is het midden- en kleinbedrijf te afhankelijk van de binnenlandse markt. Het is cruciaal dat ook het midden- en kleinbedrijf profiteert van de groeikansen die internationalisering biedt. Samen met het bedrijfsleven werk ik aan een pakket maatregelen gericht op het internationaliseren van het midden- en kleinbedrijf. Concreet gaat het om ondersteuning van het midden- en kleinbedrijf bij de integratie in internationale ketens, het onderzoeken van concrete exportmogelijkheden en het organiseren van inkomende missies om buitenlandse bedrijven in contact te brengen met ons midden- en kleinbedrijf. Bedrijven uit de topsectoren worden bijvoorbeeld uitgenodigd om per sector drie inkomende missies te organiseren.

3. De instrumenten

De rol van de overheid beperkt zich niet tot economische diplomatie. Via een aantal instrumenten worden bedrijven ondersteund bij internationaal ondernemen. Dit instrumentarium is onder te verdelen in drie categorieën: het verstrekken van informatie en advies aan het bedrijfsleven, het ondersteunen van partnerschappen en het verstrekken van financiering en garanties als kapitaalmarkten onvoldoende functioneren.

De volgende figuur geeft aan hoe dit instrumentarium zich verhoudt tot de instrumenten voor armoedebestrijding. Instrumenten uit categorie I richten zich op armoedevermindering en duurzame inclusieve economische groei in lage- en middeninkomenslanden. Categorie II betreft het handels- investeringsinstrumentarium. Zoals de figuur laat zien staat op sommige landen zowel het instrumentarium uit categorie I als II open. Dit zijn de landen waarmee we een handelsrelatie opbouwen en de hulprelatie (geleidelijk) afbouwen. Deze brief beperkt zich tot categorie II.



Ik heb de landenlijsten van de instrumenten gestroomlijnd. Categorie II, het instrumentarium voor handels- en investeringsbevordering, kan worden gebruikt in 63 landen. Met deze stroomlijning is «elk instrument zijn eigen landenlijst» verleden tijd. Om de communicatie over internationaal ondernemen te verbeteren, kunnen ondernemers voor al hun vragen terecht bij één loket: Agentschap NL. Agentschap NL onderhoudt nauwe contacten met andere organisaties die internationale handel bevorderen zoals banken, brancheorganisaties, VNO-NCW, MKB-Nederland, Fenedex en NCH. Hierdoor worden ondernemers sneller doorverwezen naar die organisatie die ze het beste kan ondersteunen.

i. Het verstrekken van informatie en advies

We stimuleren Nederlandse ondernemers om internationaal actief te worden, zowel in de ontwikkelde markten, als ook in de opkomende markten. De Nederlandse overheid verstrekt daarom informatie en advies over het internationaal zakendoen in deze landen. Kansen voor Nederlandse bedrijven worden door Agentschap NL en het postennet onder aandacht van bedrijven gebracht.

Agentschap NL en de ambassades sturen in hun economische werk steeds sterker op resultaten, dat komt de efficiëntie ten goede. In mei 2013 heeft de Adviescommissie Modernisering Diplomatie een tussenrapportage gepresenteerd. De adviescommissie constateerde dat de kwaliteit van de dienstverlening uiteenloopt en dat bedrijven onvoldoende weten wat ze van ambassades mogen verwachten. Ik ga de verschillen in economische dienstverlening daarom zichtbaar maken en ik ga deze dienstverlening meer standaardiseren. We hoeven hier overigens niet bij nul te beginnen, want uit metingen blijkt dat Agentschap NL over 2012 een 7,6 scoorde voor de dienstverlening op het terrein van internationaal ondernemen.

ii. Het ondersteunen van partnerschappen

Partnerschappen tussen overheden, het bedrijfsleven, kennisinstellingen en NGO's zijn belangrijk bij de uitvoering van de agenda voor handel en investeringen en innovatiesamenwerking. Kernelementen van de partnerschappen-aanpak zijn bundeling van krachten en expertise en het leveren van maatwerk. De betrokken partijen ontwikkelen een gezamenlijke strategie om bedrijven uit een sector te positioneren op een buitenlandse markt, zodat zij hun kansen beter kunnen verzilveren. De inbreng van de overheid concentreert zich op economische diplomatie. Kern van de partnerschappen-aanpak is het programma Partners for International Business (PIB). Daarnaast is er een Strategisch Beurzenprogramma voor topsectoren en zijn er mogelijkheden voor ondersteuning van haalbaarheidsstudies en demonstratieprojecten.

iii. Het bieden van financiering en garanties

Bedrijven die internationaal willen ondernemen, hebben vaak moeite hun financiering rond te krijgen. Het Dutch Good Growth Fund (DGGF) is een belangrijk instrument gericht op financiering in lage en middeninkomenslanden. Ook buiten die landen speelt deze problematiek. Nederlandse bedrijven die zich willen vestigen in een opkomende markt waarvoor het DGGF niet openstaat of die hier een joint venture willen aangaan, kunnen financiering aanvragen uit de Faciliteit Opkomende Markten (FOM). Het midden- en kleinbedrijf kan daarnaast voor deze landen een beroep doen op Finance for International Business (FIB). Via FIB financiert de overheid op deal-by-deal-basis mee met andere financiers, zoals banken en participatiemaatschappijen.

Om betalingsrisico's van exporttransacties naar vooral opkomende markten af te dekken, kunnen ondernemers gebruik maken van de Exportkredietverzekering-faciliteit (EKV) en de Exportkredietgarantie (EKG). De toegankelijkheid van de EKV is het afgelopen jaar in overleg met het bedrijfsleven verbeterd, opdat meer exporttransacties kunnen worden verzekerd. Ook is de EKG in 2012 aangepast. Met de vernieuwde EKG zijn de procedures vereenvoudigd en is de regeling duidelijker geworden. Dit heeft geleid tot een grotere bereidheid van investeerders om geld te verstrekken voor exportfinanciering. De EKG wordt daardoor beter benut.

Verschillende landen, zoals Duitsland, Frankrijk en Denemarken, hebben naast de EKV en de EKG ook andere financieringsinstrumenten om hun internationaal opererende bedrijven te ondersteunen waar de exportfinancieringsmarkt tekortschiet. Bedrijven in deze landen kunnen ook gebruikmaken van een zogenoemde herfinancieringsfaciliteit (HFF). Met zo'n faciliteit kan de funding die banken voor exportfinanciering nodig hebben, met een staatsgarantie worden aangetrokken. Het bedrijfsleven onderzoekt momenteel of het zo'n faciliteit zelf kan oprichten. Zo nodig ben ik bereid een financiële bijdrage in overweging te nemen. De mogelijke totstandkoming van een HFF is een stap in de goede richting. Ik blijf in gesprek met private financiers om exportfinancieringsmogelijkheden nog verder te verbeteren, onder meer met de Rijkscommissie voor export-, import- en investeringsgaranties, waaraan vertegenwoordigers van de overheid en de grote kapitaalgoederenexporteurs deelnemen.

4. Het Deense model

Het Deense handels- en investeringsbeleid kenmerkt zich door intensieve begeleiding van bedrijven, nauwe samenwerking met private partijen, sterke sturing op resultaten en een behoorlijke eigen bijdrage van het bedrijfsleven. Basisdienstverlening die niet meer dan een uur kost, is in

Denemarken meestal gratis. Voor meer uitgebreide dienstverlening moet de ondernemer betalen (ca. € 108 per uur). Een marktscan kost in het Deense systeem ongeveer € 3.500. Een bedrijf dat voor meer dan € 30.000 aan diensten afneemt, kan als «one stop shop-aanspreekpunt» een ambtenaar inhuren. Deze loopt de eerste week mee bij het bedrijf, is aanspreekpunt voor alle diensten en producten en schakelt tussen het bedrijf en het ambassadenetwerk. Economische afdelingen van de ambassades werken met jaarlijkse targets. Als de ambassade haar targets niet haalt, wordt zij gekort op haar jaarlijkse budget. Haalt zij de targets wel, dan kunnen lokale medewerkers een bonus krijgen. Er is tijdsregistratie voor export-bevorderende activiteiten.

Op Deense ambassades is ook veel kennis over de belangrijkste Deense exportsectoren. De Deense overheid heeft haar ambassades uitgebreid en hier verschillende sectorspecialisten aan toegevoegd. Na elke geleverde dienst wordt de klanttevredenheid gemeten. In 2012 was 93 procent van de ondernemingen die gebruik maakten van deze overheidsdiensten tevreden tot zeer tevreden met de geleverde diensten. Van de Deense bedrijven die in de periode 2010–2011 gebruikmaakten van de zogeheten «joint export promotion campaigns» liet meer dan de helft van het midden- en kleinbedrijf weten dat deze ondersteuning in belangrijke mate bijdroeg aan hun export.

Verschillende elementen van het Deense model hebben we ook in Nederland. Er is nauwe samenwerking met private partijen, bijvoorbeeld via de Dutch Trade Board (DTB). Voor een aantal producten betalen bedrijven een eigen bijdrage, bijvoorbeeld economische missies en marktscans. Belangrijke argumenten om te kiezen voor een eigen bijdrage bij de publieke dienstverlening zijn het vergroten van het kostenbewustzijn en het verbeteren van de kwaliteitsstandaarden van de dienstverlening. Hoewel het te vroeg is om in Nederland tot een evaluatie van de eigen bijdrage te komen kunnen wel al enkele eerste conclusies worden getrokken. Een eigen bijdrage heeft een selectie-effect: alleen bedrijven met serieuze ambities zijn bereid een (beperkt) bedrag te betalen. Hierdoor kunnen de beperkte overheids capaciteit en -middelen zo goed mogelijk worden ingezet en neemt de effectiviteit toe. Zoals verwacht leidt een eigen bijdrage niet tot volledige dekking van gemaakte kosten: 25% van de kosten van marktscans worden door eigen bijdrage gedekt. Dit percentage is vergelijkbaar met dat van de Denen.

In overleg met private partijen wordt de mogelijkheid en de wenselijkheid onderzocht om de publiek-private samenwerking uit te breiden of het profijtbeginsel meer te gaan toepassen. De Minister van Buitenlandse Zaken gaat hierover binnenkort met de Kamer in debat, in het bredere kader van het postennet.