

Rondetafelgesprek Handelsbeleid Tweede Kamer – aanbevelingen exportbevordering 2.0 –

Exportbevordering in Nederland is versnipperd, niet op maat, *ad-hoc* en opportunistisch. Het publieke en private aanbod is overweldigend, maar sluit vaak niet of nauwelijks aan op de werkelijke vraag van het bedrijfsleven. Dan weer is het overlappend of niet afgestemd met initiatieven van andere ministeries, provincies, steden, branche-organisaties. Er is dringend behoefte aan (meer) samenwerking van partijen, afstemming van activiteiten en bundeling van krachten. Vanuit de uitvoerende partijen in het land, zowel publiek als privaat, daarbij rekening houdend met de wensen van het Nederlandse bedrijfsleven. Hier volgen vijf aanbevelingen voor verbetering, op weg naar exportbevordering 2.0.

1. Voer nationale regie, mét een boegbeeld

Handelsbevordering is een 'vak', geen hobby of bijzaak, en heeft daarom in Nederland behoefte aan centrale regie en een werkbare organisatie met politieke ondersteuning, vergelijkbaar met die van internationale acquisitie (Ministerie EZ/NFIA/ROM's). Centrale regie brengt afstemming en duidelijkheid, versterkt initiatieven, houdt de vaart erin en voorkomt een oneindige lappendeken en dubbel werk. Met budgetten (van rijksoverheid en/of provincies), capaciteit, concrete, praktische plannen en sturing ontstaat meer focus en structuur. De meest geijkte organisatie voor een dergelijke rol is het RvO binnen het Ministerie van Economische Zaken vanwege haar kennis en ervaring met de materie op centraal niveau. Daarbij: iemand moet die kar trekken! Een boegbeeld of 'special envoy' die op de zeepkist gaat staan, iemand die een echte kwaliteitsimpuls kan waarmaken, die kan 'sleuren' en een cultuurverandering kan inzetten. Stel deze persoon zo snel mogelijk aan. Bij de *start-ups* (Kroes, Van Oranje) had dit ook effect! Hij of zij (een persoon zoals bijvoorbeeld Hans Weijers) zal in eerste instantie bij de uitvoerende partijen in het land draagvlak en commitment moeten gaan ophalen, vervolgens de eerdergenoemde werkbare organisatie voor exportbevordering 2.0 dienen uit te rollen en de *match* met het MKB bewerkstelligen.

2. Begin bij de échte klant

De generieke behoefte van het Nederlandse midden- en kleinbedrijf inzake handelsbevordering is misschien wel bekend, maar de echte klant kent men niet. Het vullen van missies en vliegtuigen naar verre landen lijkt vaak het belangrijkste doel. Maar welke bedrijven zijn nu eigenlijk op zoek naar exportondersteuning? En hoe willen zij het liefst worden geholpen? Het is logisch om hiertoe aansluiting te zoeken bij het MKB in een bepaalde regio. Zo komen de meest innovatieve en ambitieuze bedrijven met expansiedrang bovendrijven. Maar dat vergt wel het doen van grondig en langdurig huiswerk, en dus investeren en organiseren: daadwerkelijk onderzoek, in samenwerking met de private dienstverleners, naar de ondersteuningsbehoefte bij het Nederlandse bedrijfsleven. En het vergt meer dan een focus op topsectoren en bedrijven met veel kenniswerkers (de 'usual suspects'). De resultaten hiervan dienen op nationaal niveau te worden ingebracht, en te worden doorvertaald naar verbetering, afstemming of ontwikkeling van gericht instrumentarium, zoals landenbezoeken (studiereizen, handelsmissies, matchmaking), voorlichtingsevenementen, financie-



ringsinstrumenten etc., op te pakken door de uitvoerende partijen in het land. Daar begint de noodzakelijke aanpak van exportbevordering 2.0.

3. Zorg voor het juiste verkoopverhaal

Een goede basispropositie voor Nederlandse export bestaat op dit moment niet. De kernboodschap die te allen tijde zou moeten worden uitgedragen. Dit is dus niet een algemeen verhaal over het investeringsklimaat. Benoem de parels in het bedrijfsleven, het echte baanbrekend onderzoek en de prominente producten en diensten die interessant zijn voor de export. En vertel over onze specifieke handelskwaliteiten. Uiteraard kan en moet dit per regio worden ingekleurd, waarbij de bestaande topsectoren een goede leidraad zijn, maar zeker niet zaligmakend. Deze proposities zijn vervolgens voor vele uitingen inzetbaar, zoals branding, websites, brochures etc. en komen de focus van de exportbevorderingsactiviteiten ten goede.

4. Maak veel meer gebruik van bestaande kennis

Bij de meeste publieke (RvO, G-5, ROM's) en private (onder andere brancheverenigingen) dienstverleners is er veel kennis en ervaring met betrekking tot handelsbevordering voorhanden. Waar zitten kansen, wat zijn lucratieve doelmarkten, welke instrumenten werken, welke organisaties/persoonnen vervullen een spilfunctie. Voor de meest uiteenlopende doelsectoren en -landen liggen er kant-en-klare producten en diensten op de plank. Veel relevante kennis en informatie over 'trade', al dan niet vertaald in instrumenten, wordt echter niet, nauwelijks of slecht gedeeld met andere aanbieders of regio's. Denk daarbij dus ook aan de geplande missies en reizen, maar tevens aan *lessons learned*. Een digitaal platform kan helpen bestaande reisagenda's, netwerken en contacten te bundelen en te ontsluiten. En men moet elkaar vooral ontmoeten. Organiseer regionale *trade*-tafels in plaats van de zoveelste *Board* op afstand. Verken de overlap en synergie van de doelsectoren en doellanden per regio.

5. Werk samen voor een beter resultaat

Gewoon samen dingen doen geeft energie. Nederland is klein en concurrentie in exportbevordering is duidelijk minder aan de orde dan bij (internationale) bedrijvenacquisitie. Meer gezamenlijke missies zoals de gemeenten Utrecht en Amsterdam al eerder deden dit jaar is het devies, een operationele doorvertaling van het Trade-NL concept waaraan door de regio's reeds wordt gewerkt. Waar de inhoud voorop moet staan en niet de bestuurlijke reisdrang. Je komt steviger over, hebt meer mankracht en bent interessanter voor bedrijven. Definieer thematische 'parels' voor een regio en nodig dan 'parel'-bedrijven uit die passen en zelfs vanuit een andere regio kunnen aanvullen. Versnippering behoort zo tot het verleden, elkaar vliegen afvangen ook. Ook mogelijk: gezamenlijke studiereizen, bouw databases, organiseer trainingen, ga gezamenlijk naar beurzen etc.

6 september 2017 | ARCUSplus

Peije Bruil
Paul Kleijne
Edgar Kasteel

Partner in Trade & Invest