

---

# Export management

---

Hans Veldman (red.)



Noordhoff Uitgevers





## **Exportmanagement**

Redactie: Dr. J. Veldman





# Exportmanagement

## *Exporteren en internationaliseren*

### *Auteurs*

Dr. P. de Blot SJ, LicPh

F.H. Harmsen

Drs. ing. K. Hofstra

Mr. N.A. Jansen MBA

Mr. E.W. Mehring

Dr. J. Veldman

### *Eindredactie*

Dr. J. Veldman

### *Redactieraad*

A.C.G.M. Bastiaansen

F. Hauwert

Drs. ing. K. Hofstra

Dr. J. Veldman

L.J.T. Vermeulen

Zesde druk

Noordhoff Uitgevers Groningen | Houten

Ontwerp omslag: G2K Designers, Groningen/Amsterdam  
Omslagillustratie: G2K Designers, Groningen/Amsterdam

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan: Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB Groningen, e-mail: [info@noordhoff.nl](mailto:info@noordhoff.nl)

Met betrekking tot sommige teksten en/of illustratiemateriaal is het de uitgever, ondanks zorgvuldige inspanningen daartoe, niet gelukt eventuele rechthebbende(n) te achterhalen. Mocht u van mening zijn (auteurs)rechten te kunnen doen gelden op teksten en/of illustratiemateriaal in deze uitgave dan verzoeken wij u contact op te nemen met de uitgever.

0 1 2 3 4 5 / 13 12 11 10 09

© 2009 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/reprorecht](http://www.cedar.nl/reprorecht)). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, [www.cedar.nl/pro](http://www.cedar.nl/pro)).

*All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.*

ISBN (ebook) 978 90 01 84733 3  
ISBN 978 90 01 20043 5  
NUR 800

## Woord vooraf

Internationaliseren lijkt het 'toverwoord' voor succesvol internationaal ondernemen. Daarmee hebben wij direct twee termen te pakken die eigenlijk te vaak te pas en te onpas gebruikt worden.

Sedert de jaren '70 heeft Fenedex het al over internationaliseren. Het streven van ondernemingen om zo succesvol mogelijk te zijn op buitenlandse markten. Door export vanuit Nederland en zo mogelijk door lokale aanwezigheid door overnames of door directe eigen investeringen (in verkoop en productie).

Het realiseren en managen van export is geen sinecure. Tot en met de jaren '70 kon export nog wel met vallen en opstaan geleerd en gepraktiseerd worden. Anno 2009 wordt elke val, elke struikeling, elke hapering in ons kunnen keihard afgestraft. De concurrentie is heviger geworden, de klanten en tussenpersonen in het buitenland zijn professioneler geworden.

Dat betekent dat naast een product/dienst van goede kwaliteit, met onderscheidend vermogen, ook veel geëist wordt van degenen die in het exportproces een rol vervullen. Een meespelende rol of een spelbepalende.

Praat met exportmensen over hun succes en steevast hebben zij het over de volgende succesfactoren:

- passie voor het exportvak
- pioniersgeest
- uitdagingen kunnen en willen aangaan
- structurele aanpak van export
- exportkennis van zaken!

De eerste drie factoren moet een mens (potentieel) in zich hebben. De andere twee factoren zijn te leren. Daarom juicht Fenedex, de vertegenwoordiger van exporterend Nederland, het toe dat het hbo-onderwijs steeds professioneler omgaat met het voorbereiden van jongeren op een carrière in de export. Dat reikt verder dan het kunnen maken van een exportbeleidsplan. Zo'n plan is 'alleen' maar een draaiboek, een marsroute waarin is vastgelegd hoe export op- en uitgebouwd gaat worden. Waaruit duidelijk wordt waarheen en wie vanuit het bedrijf daaraan een bijdrage kan en moet leveren. Zo'n plan is ook nooit af. Er zal immer bijgestuurd moeten worden, nieuwe ontwikkelingen moeten ingepast worden.

Het maken van zo'n plan doet je ook nadrukkelijk beseffen dat export een multidisciplinair vak is. Dat vele onderwerpen (management, marketing, sales, financiën, douanezaken, juridische zaken, logistiek, cultuur enzovoort) zo nadrukkelijk met elkaar verband houden.

Een exportmanager moet dus van alle markten thuis zijn! Qua vakkennis en geografische mogelijkheden.

Het boek *Exportmanagement* is op het moment van uitgeven zo up-to-date mogelijk, maar de dynamiek van export maakt dat er beslist al weer wat zaken gedateerd lijken. De systematiek verandert echter niet zo snel en updates zijn dankzij internet snel te achterhalen. De uitgever, het onderwijs en Fenedex zullen er samen voor zorgen dat elke exportmanager in spe geen excuus heeft om niet op zijn/haar taken en verantwoordelijkheden in de export voorbereid te zijn.

Het boek *Exportmanagement* is zodanig van opzet dat het ook een 'tool' is voor mensen die reeds aan hun exportcarrière begonnen zijn. Een naslagwerk, een inspiratie- en informatiebron om hun exportaanpak te kunnen toetsen en zonodig bij te stellen.

Ten slotte wil ik natuurlijk allen bedanken die het mogelijk hebben gemaakt dat deze zesde druk tot stand is gekomen. In de eerste plaats eindredacteur Hans Veldman en zijn medeauteurs dr. P. de Blot SJ, LicPh, F.H. Harmsen, drs. ing. K. Hofstra, mr. N.A. Jansen MBA en mr. E.W. Mehring.

Daarnaast dank aan al diegenen uit het bedrijfsleven die hebben meegelezen, adviezen hebben gegeven en ervaringen hebben aangedragen. Natuurlijk dank aan de leden van de redactieraad voor hun adviezen en begeleiding van de totstandkoming van het boek.

Ten slotte dank aan de uitgever die vanaf het allereerste begin het belang heeft onderkend van een representatief handboek voor het zo belangrijke vakgebied export. Mede dankzij de uitgever hebben inmiddels meer dan 10 000 mensen tijdens hun opleiding en tijdens hun exportcarrière baat gehad bij dit handwerk.

Frank Hauwert  
Directeur Fenedex



# Inhoud

## Inleiding 11

- 1 Export in Europees en mondiaal perspectief 13**
  - 1.1 Export in de context van ontwikkelingen in de wereldeconomie 14
  - 1.2 Exporteren en de Nederlandse exportsituatie nader gedefinieerd 29
  - 1.3 Handelspolitiek en de Europese Unie 33
  - 1.4 Internationale samenwerking en regionale blokvorming 41
  - 1.5 Het exportbeleid van de EU 42
  - 1.6 Regionalisering en globalisering 47
  - Samenvatting 49
  
- 2 Export, een structurele aanpak 51**
  - 2.1 De Perlmutter-theorie en het internationaliseringproces 52
  - 2.2 Structurele exportaanpak 71
  - 2.3 De interne analyse 74
  - 2.4 Het exportbeleidsplan als basis voor een structurele aanpak 86
  - Samenvatting 90
  
- 3 Onderzoek en selectie van buitenlandse markten 91**
  - 3.1 Groeistrategieën en internationale marketing/global marketing 92
  - 3.2 Groeistrategie en segmenteren 95
  - 3.3 Doelgroepbepaling en positionering 99
  - 3.4 Product/marktcombinaties (PMC's) en product/markt/technologiecombinaties (PMT's) 101
  - 3.5 Segmentatie en landen- en/of regioselectie 102
  - 3.6 Landen-regioselectiemodel 103
  - 3.7 Het geschikte exportland voor segmentatie 117
  - 3.8 Datacollectie 119
  - 3.9 Internet en exportinformatie 121
  - Samenvatting 123
  
- 4 Exportplanning 125**
  - 4.1 Planning 127
  - 4.2 Ondernemingsplanning 130
  - 4.3 Strategieontwikkeling 136
  - 4.4 Strategietest 1: De ondernemingsstrategie 142
  - 4.5 Het exportbeleidsplan 142
  - 4.6 De exportmarketingmix 144
  - 4.7 De exportmarketingstrategie 151
  - 4.8 Strategietest 2: De exportmarketingstrategie 154
  - 4.9 Het exportmarketingplan 155
  - 4.10 Doelgroepwaarde en exportbeleidsplan 157
  - 4.11 Implementatie en interne marketing 163
  - 4.12 Strategietest 3: Doelgroepwaarde 166
  - 4.13 Afsluiting en vooruitblik 167
  - Samenvatting 167
  - Appendix 168

<b>5</b>	<b>De keuze van de entreestrategie</b>	<b>181</b>
5.1	Manieren van exporteren en entreestrategieën	182
5.2	Indirecte export	187
5.3	Producers in het buitenland	198
5.4	E-commerce	203
5.5	De concurrentie op de buitenlandse markt	208
5.6	Interne invloeden op de keuze van het distributiekanaal	211
5.7	Fusies en overnames	213
5.8	Strategische allianties	215
	Samenvatting	217
<b>6</b>	<b>Financieel beleid bij export</b>	<b>219</b>
6.1	Organisatie van het financiële beleid	220
6.2	Onderscheidende financiële kenmerken exportonderneming	222
6.3	Indekken tegen valutarisico's	227
6.4	Het debiteurenbeleid	236
6.5	Exportkredietverzekeringen	240
6.6	Het internationale betalingsverkeer	242
6.7	Financiële documenten	250
6.8	(Bank)Garanties	255
	Samenvatting	256
<b>7</b>	<b>Logistiek en douanebeleid bij export</b>	<b>257</b>
7.1	Logistiek op strategisch niveau	258
7.2	Douanebeleid	268
7.3	Logistiek op tactisch niveau	270
7.4	Douane op tactisch niveau	280
7.5	Logistiek op operationeel niveau	287
7.6	Douane op operationeel niveau	298
	Samenvatting	303
<b>8</b>	<b>Culturele valkuilen bij het internationaal zakendoen</b>	<b>305</b>
8.1	Omgaan met andere culturen	306
8.2	Het belang van de culturele en ethische dimensie	308
8.3	Culturele hardwaresystemen	314
8.4	Culturele orgwaresystemen in de marketingpraktijk	321
8.5	De cultuur op softwareniveau	328
8.6	Praktische aanbevelingen	348
	Samenvatting	351
<b>9</b>	<b>Belangrijke juridische aspecten bij export</b>	<b>353</b>
9.1	De exporttransactie	354
9.2	Algemene voorwaarden	358
9.3	Intellectuele eigendomsrechten	362
9.4	Geschillenbeslechting	366
9.5	Tussenpersonen	368
9.6	Consumentenbescherming	375
	Samenvatting	376

- 10** **Het exportbeleidsplan** 377
- 10.1 Het exportbeleidsplan: voor wie? 378
- 10.2 De marktafbakening 378
- 10.3 Exportbeleidsplan: kader voor de praktijk 381
- 10.4 De exportbeleidsaudit 389
- 10.5 Nadere uitwerking auditaandachtspunten in relatie tot het exportbeleidsplan 390
- Samenvatting 396

**Begrippenlijst** 397

**Literatuuroverzicht** 419

**Over de auteurs** 426

**Register** 429

**Lijst van afkortingen** 433



## Inleiding

Het economische lot van Nederland is onlosmakelijk verbonden met de wereldeconomie in het algemeen en met Europa in het bijzonder. Dit open karakter van de Nederlandse economie verklaart de sterke behoefte aan hoog opgeleide professionals met een brede kennis op het gebied van strategisch exportmanagement. Onder invloed van Europeanisering en mondialisering worden van afgestudeerden van hogescholen en universiteiten steeds meer kennis en vaardigheden gevraagd waarbij de mogelijkheden van Nederlandse ondernemingen op buitenlandse markten concreet in kaart kunnen worden gebracht. Contacten leggen met buitenlandse partners, het benaderen van potentiële afnemers, adviezen over hoe de organisatie in haar internationalisering rekening moet houden met de verschillende kenmerken van de buitenlandse markt, het zijn maar enkele van de vele taken waarvoor afgestudeerden van hogescholen en universiteiten opgeleid worden. Dit alles vanuit de overtuiging dat internationalisering een planmatige aanpak vergt waarvoor specifieke exportkennis onontbeerlijk is.

Het doel van dit handboek *Exportmanagement* is te voorzien in een grote behoefte aan kennis over exporteren en internationaliseren. Het boek is bruikbaar in een internationaal georiënteerde major en minor, en in bedrijfsopleidingen waarin de internationalisering van de organisatie centraal staat. Omdat Nederlandse ondernemingen grotendeels op de Europese markt gericht zijn, wordt speciale aandacht besteed aan de internationalisering in een Europese context. Centraal uitgangspunt van dit studieboek is de opvatting dat exporteren een specifieke vorm is van internationaliseren en een strategische benadering verdient. In hoofdstuk 1 wordt exporteren in Europees en mondiaal perspectief behandeld met nadruk op de vraag welke recente ontwikkelingen zich van de internationale handel meester hebben gemaakt. Hoofdstuk 2 geeft aan dat exporteren een structurele aanpak verdient en hoofdstuk 3 benadrukt hoe, voortvloeiend uit deze structurele aanpak, de kenmerken van en kansen op buitenlandse markten systematisch in kaart kunnen worden gebracht. Op basis van de voorafgaande hoofdstukken wordt in hoofdstuk 4 benadrukt dat de uitvoering van de exportmarketingstrategie moet voortvloeien uit de interne en externe analyse van de internationale onderneming. In deze context wordt exportmarketing gedefinieerd als het ontwikkelen en implementeren van klantgerichte strategieën op exportmarkten teneinde waarde voor de stakeholders te creëren. Duidelijk is dat deze structurele exportaanpak een speciale benadering van buitenlandse markten en financiering vraagt. Deze onderwerpen komen in hoofdstuk 5 en 6 ter sprake, terwijl in hoofdstuk 7, 8, en 9 de organisatie van transport en logistiek, douane, juridische aspecten van het exportbeleid en de noodzaak van kennis van interculturele communicatie ter sprake komen. Omdat het handboek geschreven is vanuit de gedachte dat exporteren een structurele aanpak verdient, wordt afgesloten met een hoofdstuk hoe een exportbeleidsplan ontwikkeld en bijgestuurd kan worden en sluit het af met een overzicht van de onderdelen waaruit een exportbeleidsplan moet bestaan.

Om tot een verantwoorde combinatie van theorie en praktijk te komen, is een redactieraad samengesteld waarin zowel vakdocenten uit het wetenschappelijk en het hoger beroepsonderwijs zitting hebben als vertegenwoordigers uit het internationale bedrijfsleven en Fenedex. Auteurs en redactieraad hopen dat *Exportmanagement* een inspiratiebron is voor degenen die op het punt staan de avontuurlijke wereld van het internationale zakendoen te betreden.

# Export in Europees en mondiaal perspectief

*Dr. Hans Veldman*

## 1

- 1.1 Export in de context van ontwikkelingen in de wereldeconomie
  - 1.2 Exporteren en de Nederlandse exportsituatie nader gedefinieerd
  - 1.3 Handelspolitiek en de Europese Unie
  - 1.4 Internationale samenwerking en regionale blokvorming
  - 1.5 Het exportbeleid van de EU
  - 1.6 Regionalisering en globalisering
- Samenvatting

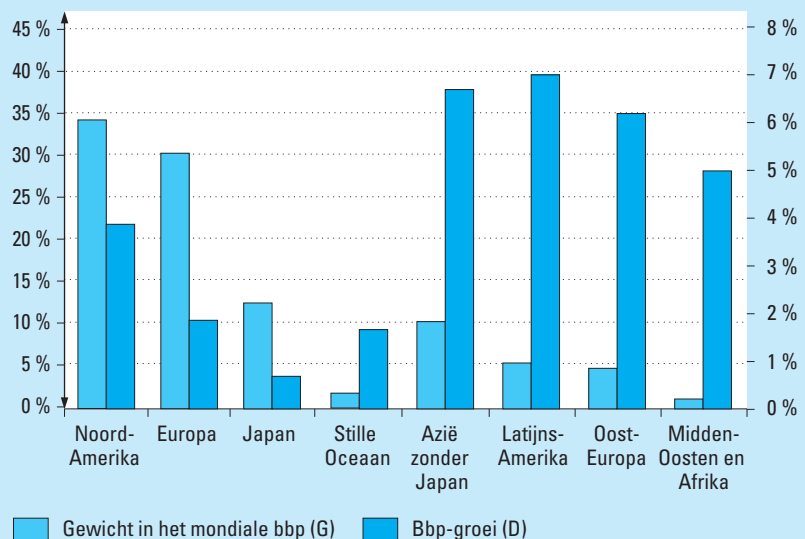
Ondanks het feit dat de wereldeconomie een behoorlijke terugval doormaakte en de fundamenteën van het internationale economische bestel enkele belangrijke veranderingen doormaakten, bleef er een overtuiging rotsvast overeind: namelijk dat voor de verdere ontwikkeling van de mondiale economie het proces van internationalisering in de vorm van vrijhandel moest blijven bestaan. Voor grote en kleine landen is internationale handel van levensbelang en bepalend voor de welvaartsontwikkeling. Vandaar ook dat in dit eerste hoofdstuk over exportmanagement de vraag aan de orde komt hoe de internationale handel georganiseerd is, welke belemmeringen er zijn en hoe landen de vrijhandel tussen naties proberen te bevorderen. Aandacht is er ook voor de vraag welke plaats de Europese Unie in de context van de internationale handel inneemt en hoe Nederland en een aantal andere Europese landen afhankelijk zijn van de export. Specifieke aandacht wordt besteed aan manieren van samenwerking tussen economieën en hoe de economische grootmachten hun economische instrumenten aanwenden om de internationale handel te beïnvloeden. Dit alles geschreven vanuit de overtuiging dat welke verandering de wereldeconomie ook doormaakt, export er altijd een belangrijk bestanddeel van zal blijven uitmaken.

## 1.1 Export in de context van ontwikkelingen in de wereldeconomie

Volgens het Internationale Monetaire Fonds (IMF) vertoont de wereldeconomie na 2006 de grootste groei sinds dertig jaar. Azië is in opkomst, maar de Europese Unie en de Verenigde Staten blijven de motoren van de wereldeconomie. In de World Economic Outlook, de halfjaarlijkse vooruitblik van het IMF voor de wereldeconomie, zijn de Verenigde Staten (VS) en Europa nog steeds allesoverheersend voor de economische vooruitzichten in de rest van de wereld. Wat een verschil met de ontwikkelingen in 2008, toen de wereldeconomie onder invloed van de kredietcrisis in een recessie raakte. Het IMF voorspelde een behoorlijke terugval en in een uitzonderlijk somber rapport stelde het fonds dat de gevaarlijkste financiële crisis sinds de jaren dertig een zware rem zet op de groei van de wereldeconomie. De internationale economische groei zal volgens het IMF terugvallen en een wereldwijde recessie wordt niet uitgesloten. Het IMF benadrukte dat de kans groot is, dat de werkelijkheid uiteindelijk nog slechter zal uitvallen dan de toch al sombere voorspellingen. Als de onrust op de financiële markten langer aanhoudt dan verwacht, als krediet voor consumenten lange tijd schaars blijft door de grote schoonmaak op de balansen van de banken of als de huizenmarkten in de VS en Europa verder terugvallen dan gedacht, zal de internationale economische groei nog lager uitkomen dan nu wordt voorspeld.

De terugval in de wereldeconomie raakt de exporterende onderneming direct. We kunnen de vraag stellen of Amerika en Europa nog wel de 'exportabsorberende landen' genoemd kunnen worden. Zouden Euro-

Figuur 1.1 Aandeel BBP in mondiaal BBP



Bron: IMG.Lex.nl, 20 februari 2008



## Internationalisering van Europese bedrijfsleven

pa en Amerika nog veel producten uit het Oosten afnemen en vervolgens weer exporteren? Zeker is dat de wereldhandel terugloopt, dus ook die van de Europese Unie, maar dat wil niet zeggen dat de internationalisering van Europa zelf afneemt. Belangrijk is te vermelden dat de internationalisering van het Europese bedrijfsleven zich vooral binnen Europa afspeelt. Veel Europese ondernemingen verhandelen hun producten op de Europese markt en als er dan van export sprake is dan is dit vooral Europese export.

## EU is de grootste exporteur

Bovendien exporteert de Europese Unie ook het meest buiten haar grenzen en is, zoals tabel 1.1 aangeeft een van de belangrijkste aanvliegers van de wereldeconomie. De EU is de grootste exporteur ter wereld en de op een na grootste importeur, na de Verenigde Staten. De EU is verantwoordelijk voor een vijfde van de wereldhandel. Deze constatering betekent ook dat binnen Europa een groot deel van de beroepsbevolking werkzaam is in een onderneming die exporteert, dus een groot deel van de bevolking, de schattingen lopen uiteen van 40 tot 60%, haar inkomen verdient middels export. In dit hoofdstuk zal de export-situatie van Europa nader belicht worden, met een nadruk op de Nederlandse situatie, eenvoudigweg omdat Nederland van de Europese landen relatief het meest exporteert.

### Casus 1.1 Uitvoer blijft het goed doen

Het volume van de uitvoer van goederen was in oktober, na correctie voor werkdageffecten, ruim 8 procent groter dan een jaar eerder. Dit is in lijn met de gemiddelde groei van het uitvoervolume in de eerste negen maanden van 2007. Het volume van de invoer nam in oktober met 1 procent toe. Dit is veel lager dan in de eerste negen maanden. Toen steeg de invoer gemiddeld met bijna 7 procent.

De in- en uitvoerprijzen waren respectievelijk 3 en 2 procent hoger dan in oktober 2006. Dit is mede het gevolg van hogere prijzen van aardolie en aardolieproducten.

In waarde bereikten de in- en uitvoer in oktober een record. Zowel de invoer als de uitvoer waren maar

liefst 1,4 miljard euro hoger dan afgelopen maart, de vorige recordmaand. De waarde van de uitvoer bedroeg in oktober 32,0 miljard euro. Dat is 14 procent meer dan een jaar eerder. De invoer was 7 procent hoger en bedroeg 27,6 miljard euro. Hiermee kwam het handelsoverschot uit op 4,4 miljard euro. Dit is 1,9 miljard hoger dan in oktober 2006, maar wel een fractie lager dan het recordhandelsoverschot in maart dit jaar.

De waarde van de invoer uit EU-landen was 13 procent hoger, die uit niet-EU-landen maar 1 procent. Nederland voerde vooral meer chemische producten en voedingsmiddelen in. De uitvoer naar niet-EU-landen steeg 18 procent, die naar EU-landen 12 procent. De uitvoerwaarde van voedingsmiddelen, chemische producten, machines en transportmiddelen nam bovengemiddeld toe.

Tabel 1.1 External trade: total product

	1995	1996	1997	1998	1999
<i>Imports in 1000 million of ECU/euro</i>					
EU (27 countries)	:	:	:	:	743.30
EU (25 countries)	:	:	:	:	746.62
EU (15 countries)	545.25	581.01	672.57	710.54	779.82
Euro area (13 countries)	:	:	:	:	787.31
Euro area (12 countries)	562.47	597.72	681.63	719.27	788.84
Belgium	126.10	132.24	142.79	150.74	154.64
Bulgaria	:	:	:	:	5.14
Czech Republic	:	:	:	:	26.71
Denmark	35.12	35.67	39.59	41.81	42.93
Germany	354.64	361.57	393.05	420.55	444.78
Estonia	:	:	:	:	3.22
Ireland	24.72	27.03	33.29	38.53	43.88
Greece	19.80	22.24	23.74	27.02	28.64
Spain	86.80	95.47	102.00	121.90	126.99
France	221.24	231.98	251.34	274.53	296.25
Italy	157.48	164.02	185.30	194.87	207.02
Cyprus	:	:	:	:	2.80
Latvia	:	:	:	:	2.77
Lithuania	:	:	:	:	4.35
Luxembourg	:	:	:	:	10.53
Hungary	:	:	:	:	26.29
Malta	:	:	:	:	2.67
Netherlands	126.62	150.36	168.19	174.51	193.43
Austria	50.64	53.95	57.97	62.00	66.92
Poland	:	:	:	:	43.05
Portugal	24.93	27.72	30.91	34.28	37.51
Romania	:	:	:	:	9.77
Slovenia	:	:	:	:	9.48
Slovakia	:	:	:	:	10.62
Finland	22.53	24.75	27.87	29.40	30.13
Sweden	49.72	52.71	57.84	61.01	64.35
United Kingdom	204.32	226.29	271.17	286.53	304.84
Iceland	1.34	1.61	1.78	2.21	2.17
Norway	25.00	27.02	31.54	33.43	32.06
Switzerland	61.28	61.64	66.93	71.44	74.93
United States	589.31	643.93	791.88	842.35	993.84
Japan	256.95	275.00	298.79	250.32	290.86
Canada	125.66	134.36	173.72	179.62	202.25
China (excl. Hong Kong)	100.98	109.34	125.54	125.09	155.47
<i>Exports in 1 000 million of ECU/euro</i>					
EU (27 countries)	:	:	:	:	683.08
EU (25 countries)	:	:	:	:	689.43
EU (15 countries)	573.28	626.29	721.13	733.43	760.19
Euro area (13 countries)	:	:	:	:	818.15
Euro area (12 countries)	611.15	662.02	755.12	787.97	821.62
Belgium	136.29	139.66	153.90	162.26	168.09
Bulgaria	:	:	:	:	3.73
Czech Republic	:	:	:	:	24.92
Denmark	38.92	40.49	43.45	43.72	47.19
Germany	400.20	413.19	452.27	485.02	509.98
Estonia	:	:	:	:	2.26
Ireland	34.18	38.07	47.04	57.38	66.84
Greece	8.45	9.22	9.99	9.69	10.39
Spain	74.81	84.46	88.85	99.88	97.99
France	230.24	240.61	266.43	286.00	305.43

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
992.70	979.14	936.97	935.25	1027.54	1179.85	1350.20
995.98	983.81	942.52	940.76	1032.37	1183.78	1353.52
1033.44	1028.40	989.14	992.68	1094.32	1251.04	1430.10
1019.67	1012.49	981.61	986.51	1078.83	1224.31	1387.94
1021.47	1014.49	983.82	988.82	1081.32	1225.81	1389.09
192.19	199.49	209.72	207.70	229.62	256.17	280.33
7.08	8.13	8.41	9.61	11.62	12.50	15.32
34.62	40.53	43.00	45.73	56.25	61.50	74.24
49.33	50.60	53.22	50.77	54.79	60.75	68.71
538.33	542.79	518.49	534.49	575.40	624.61	723.66
4.62	4.80	5.08	5.73	6.70	8.21	10.57
55.26	56.45	55.41	47.64	49.69	55.11	57.98
36.25	35.74	33.39	39.65	42.41	43.46	50.32
169.06	172.68	174.60	184.41	207.68	232.12	252.03
366.98	366.91	348.20	352.58	378.60	405.21	426.01
258.51	263.76	261.23	263.01	285.63	309.29	348.35
3.39	3.74	3.90	3.58	4.42	5.08	5.52
3.47	3.91	4.28	4.63	5.70	6.99	9.17
5.68	6.77	7.96	8.53	9.96	12.50	15.37
12.21	13.77	13.38	14.29	16.12	17.60	21.23
34.83	37.54	39.93	42.26	48.67	53.49	61.30
3.70	2.83	2.80	2.85	2.95	2.89	3.17
236.32	232.96	231.88	234.00	256.99	292.44	331.67
78.38	83.33	82.80	87.99	96.39	102.34	111.71
53.08	56.03	58.48	60.35	72.11	81.70	100.35
43.26	44.09	42.47	41.73	44.17	49.18	53.06
14.24	17.38	18.88	21.20	26.28	32.57	40.75
10.99	11.34	11.57	12.24	14.28	16.35	19.20
13.82	16.48	17.52	19.91	23.91	28.46	36.53
37.29	36.44	36.19	37.58	41.36	47.43	54.85
78.91	70.57	70.81	73.85	80.74	89.58	100.94
372.21	383.86	385.02	353.08	378.35	412.89	485.26
2.58	2.34	2.21	2.50	2.93	4.00	4.77
37.20	36.80	36.90	35.23	39.00	44.60	51.12
90.50	93.90	92.35	88.71	93.23	97.43	112.62
1362.13	1317.59	1271.45	1153.72	1226.20	1392.43	1528.35
411.06	390.01	357.03	338.98	365.99	414.65	461.19
259.95	247.45	235.16	212.38	220.06	252.74	278.60
243.71	271.93	312.15	364.89	451.18	530.47	630.34
849.74	884.71	891.90	869.24	952.93	1053.20	1157.20
857.78	895.85	903.60	882.88	969.27	1071.86	1180.90
942.04	985.75	997.29	979.58	1068.47	1176.94	1309.63
996.42	1058.21	1079.49	1054.90	1149.24	1239.06	1377.26
1000.26	1061.88	1082.83	1058.39	1152.82	1241.93	1379.86
203.95	212.54	228.56	225.97	246.70	268.79	292.24
5.25	5.71	6.06	6.67	7.98	9.22	11.71
31.50	37.21	40.71	43.05	55.46	62.78	75.72
55.54	57.73	60.80	58.80	61.97	68.42	73.87
597.46	638.28	651.26	664.39	731.48	780.42	885.61
3.44	3.70	3.64	4.00	4.77	6.18	7.54
83.82	92.49	93.34	82.00	84.24	88.14	88.37
12.72	12.68	11.01	11.83	12.31	13.83	16.64
124.78	130.26	132.92	138.04	146.81	154.85	163.63
354.71	361.08	350.80	346.57	363.46	372.50	390.54

(vervolg)

	1995	1996	1997	1998	1999
Italy	178.72	198.69	212.00	219.25	221.02
Cyprus	:	:	:	:	0.39
Latvia	:	:	:	:	1.62
Lithuania	:	:	:	:	2.58
Luxembourg	:	:	:	:	7.70
Hungary	:	:	:	:	23.49
Malta	:	:	:	:	1.86
Netherlands	140.18	164.60	183.27	190.86	205.08
Austria	44.14	45.85	52.72	57.16	61.98
Poland	:	:	:	:	25.67
Portugal	17.42	19.39	21.12	22.12	23.03
Romania	:	:	:	:	7.99
Slovenia	:	:	:	:	8.03
Slovakia	:	:	:	:	9.58
Finland	30.96	32.39	36.57	39.03	39.64
Sweden	61.50	66.88	72.98	75.61	79.65
United Kingdom	181.92	203.60	247.26	244.36	255.36
Iceland	1.38	1.49	1.63	1.72	1.89
Norway	31.91	38.55	42.81	36.04	42.67
Switzerland	62.42	62.83	67.15	70.34	75.34
United States	445.69	490.48	606.27	606.94	650.03
Japan	338.63	323.64	371.29	346.21	391.84
Canada	146.11	159.29	190.50	191.43	224.04
China (excl. Hong Kong)	113.74	118.96	161.19	163.96	182.90
<i>Trade balance in 1000 million ECU/euro</i>					
EU (27 countries)	:	:	:	:	-60.21
EU (25 countries)	:	:	:	:	-57.19
EU (15 countries)	28.02	45.28	48.56	22.89	-19.63
Euro area (13 countries)	:	:	:	:	30.85
Euro area (12 countries)	48.68	64.30	73.49	68.70	32.78
Belgium	10.19	7.42	11.11	11.52	13.46
Bulgaria	:	:	:	:	-1.41
Czech Republic	:	:	:	:	-1.79
Denmark	3.80	4.82	3.85	1.91	4.26
Germany	45.56	51.63	59.22	64.47	65.20
Estonia	:	:	:	:	-0.96
Ireland	9.45	11.04	13.76	18.86	22.96
Greece	-11.35	-13.02	-13.75	-17.33	-18.26
Spain	-11.99	-11.01	-13.15	-22.02	-29.00
France	9.00	8.62	15.09	11.47	9.17
Italy	21.23	34.68	26.70	24.38	14.01
Cyprus	:	:	:	:	-2.41
Latvia	:	:	:	:	-1.15
Lithuania	:	:	:	:	-1.76
Luxembourg	:	:	:	:	-2.83
Hungary	:	:	:	:	-2.80
Malta	:	:	:	:	-0.81
Netherlands	13.56	14.24	15.08	16.36	11.65
Austria	-6.50	-8.10	-5.25	-4.83	-4.94
Poland	:	:	:	:	-17.38
Portugal	-7.51	-8.34	-9.79	-12.17	-14.48
Romania	:	:	:	:	-1.78
Slovenia	:	:	:	:	-1.45
Slovakia	:	:	:	:	-1.04
Finland	8.42	7.64	8.69	9.63	9.50
Sweden	11.78	14.16	15.13	14.60	15.30
United Kingdom	-22.40	-22.69	-23.91	-42.17	-49.48

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
260.41	272.99	269.06	264.62	284.41	299.92	326.99
0.43	0.49	0.45	0.42	0.76	1.18	1.06
2.02	2.23	2.42	2.56	3.22	4.15	4.90
3.85	4.78	5.54	6.16	7.48	9.49	11.24
9.07	10.90	10.80	11.75	13.06	15.11	18.19
30.52	33.98	36.50	38.10	44.67	50.59	59.32
2.66	2.03	2.14	1.99	2.00	1.83	2.12
252.41	257.77	258.10	261.68	287.34	326.64	368.28
73.31	79.00	83.20	85.88	95.16	100.62	111.82
34.37	40.19	43.50	47.53	60.33	71.89	87.85
26.38	26.92	27.40	28.07	28.77	30.66	34.50
11.27	12.72	14.67	15.61	18.93	22.26	25.85
9.50	10.35	10.96	11.28	13.15	15.47	18.52
12.81	14.06	15.23	19.30	22.23	25.76	33.23
49.92	48.28	47.74	47.00	49.46	53.07	61.35
94.34	84.46	86.19	90.26	99.10	104.73	117.38
309.04	304.51	296.31	270.18	279.36	309.04	357.78
2.06	2.25	2.36	2.10	2.27	2.48	2.75
64.85	65.83	63.00	60.06	66.31	83.40	96.86
88.28	91.72	97.28	92.80	98.89	101.22	117.76
844.87	816.19	733.10	639.68	657.53	726.90	825.92
518.88	450.37	440.69	417.25	454.83	478.21	515.07
300.03	291.48	267.11	240.52	254.53	289.47	309.01
269.81	297.11	344.33	387.40	476.99	612.45	771.69
-142.96	-94.44	-45.07	-66.01	-74.61	-126.65	-193.00
-138.20	-87.96	-38.92	-57.87	-63.10	-111.92	-172.62
-91.39	-42.64	8.14	-13.10	-25.85	-74.10	-120.47
-23.25	45.72	97.88	68.39	70.40	14.75	-10.68
-21.21	47.39	99.01	69.57	71.50	16.13	-9.24
11.76	13.05	18.84	18.27	17.08	12.62	11.91
-1.83	-2.41	-2.35	-2.94	-3.63	-3.27	-3.61
-3.12	-3.32	-2.29	-2.68	-0.79	1.28	1.48
6.21	7.13	7.59	8.03	7.17	7.67	5.16
59.13	95.50	132.77	129.90	156.08	155.81	161.95
-1.17	-1.10	-1.44	-1.74	-1.93	-2.03	-3.03
28.55	36.04	37.93	34.36	34.55	33.03	30.3
-23.53	-23.07	-22.37	-27.82	-30.11	-29.62	-33.68
-44.27	-42.42	-41.69	-46.37	-60.86	-77.28	-88.40
-12.27	-5.84	2.60	-6.01	-15.14	-32.71	-35.46
1.91	9.23	7.84	1.60	-1.22	-9.37	-21.36
-2.95	-3.26	-3.45	-3.16	-3.66	-3.90	-4.46
-1.44	-1.68	-1.86	-2.07	-2.48	-2.84	-4.27
-1.83	-1.99	-2.42	-2.37	-2.48	-3.01	-4.13
-3.14	-2.87	-2.58	-2.54	-3.05	-2.49	-3.03
-4.31	-3.55	-3.42	-4.17	-4.00	-2.91	-1.98
-1.04	-0.79	-0.65	-0.86	-0.95	-1.06	-1.04
16.09	24.81	26.22	27.68	30.35	34.20	36.61
-5.07	-4.33	0.40	-2.11	-1.23	-1.72	0.11
-18.71	-15.84	-14.98	-12.83	-11.78	-9.81	-12.50
-16.88	-17.18	-15.07	-13.65	-15.40	-18.51	-18.55
-2.96	-4.66	-4.21	-5.59	-7.35	-10.31	-14.90
-1.49	-1.00	-0.61	-0.95	-1.12	-0.88	-0.67
-1.00	-2.42	-2.28	-0.61	-1.68	-2.70	-3.30
12.62	11.83	11.56	9.42	8.10	5.65	6.50
15.43	13.90	15.38	16.41	18.36	15.14	16.44
-63.18	-79.35	-88.71	-82.90	-98.99	-103.85	-127.49

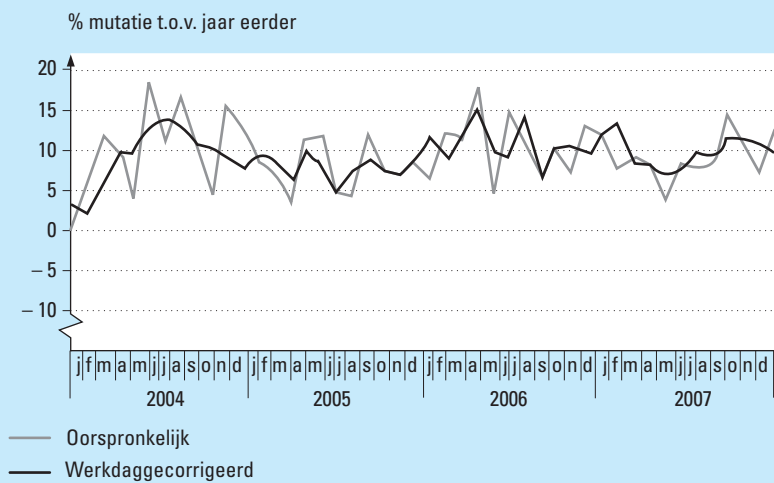
(vervolg)

	1995	1996	1997	1998	1999
Iceland	0.04	-0.11	-0.15	-0.49	-0.29
Norway	6.91	11.53	11.27	2.61	10.61
Switzerland	1.14	1.18	0.22	-1.10	0.42
United States	-143.62	-153.45	-185.61	-235.41	-343.82
Japan	81.68	48.64	72.49	95.89	100.97
Canada	20.45	24.93	16.78	11.80	21.79
China (excl. Hong Kong)	12.76	9.62	35.64	38.87	27.43

: = Not available

Bron: Eurostat

Figuur 1.2 **Uitvoer goederen** (volume)



Bron: CBS, 2008 Uitvoer-Invoer Europese Unie

Voor de Nederlandse exportsituatie is de Europese markt en ontwikkelingen op het terrein van Europese eenwording van levensbelang. Zo exporteert Nederland bijvoorbeeld meer dan 70% van haar voor het buitenland bestemde goederen en diensten binnen de Europese Unie en vandaar ook dat een stabiele Europese markt voor de situatie van de Nederlandse export essentieel is. Een ander belangrijk gegeven is dat de Europese Unie de grootste exporteur ter wereld is. In 2003 was de EU voor 25% verantwoordelijk voor de wereldhandel en in 2007 is dit aandeel gestegen tot boven de 35%. Haar twee belangrijkste handelspartners zijn de VS en Japan. Van de wereldhandel importeert de EU 20%, iets minder dan de VS en bijna drie keer zoveel als Japan. De EU is de toonaangevende handelspartner voor vele geïndustrialiseerde landen. Een kenmerk van het laatste decennium is dat de handel van Azië, Latijns-Amerika en Oost-Europa met de West-Europese landen opzienbarend is toegenomen.

2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
-0.52	-0.09	0.14	-0.39	-0.66	-1.52	-2.02
27.65	29.03	26.11	24.83	27.31	38.80	45.75
-2.22	-2.19	4.93	4.08	5.66	3.79	5.14
-517.26	-501.40	-538.35	-514.04	-568.67	-665.53	-702.43
107.82	60.36	83.66	78.27	88.84	63.56	53.89
40.08	44.03	31.95	28.14	34.47	36.73	30.42
26.10	25.17	32.18	22.51	25.80	81.99	141.35

### Kredietcrisis

### Handelspartner

Ondanks de kredietcrisis zijn Nederlandse exporteurs gematigd optimistisch over de toekomst. De overgrote meerderheid verwacht op termijn een stijging van de exportomzet. Duitsland blijft de favoriete handelspartner van Nederland. België blijft traditiegetrouw goede tweede en het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk eindigen op een gedeelde derde plaats. Spanje is terug in de gratie van de Nederlandse exporteur en bezet de vijfde plaats van belangrijkste exportbestemmingen binnen de Europese Unie (EU). De landen binnen de EU waar de respondenten voor 2007 de hoogste stijging in exportomzet verwachten zijn met name Oost-Europese landen als Roemenië, Polen en Bulgarije. De Verenigde Staten (VS) en Rusland zijn voor Nederlandse ondernemers de belangrijkste exportbestemmingen buiten de EU.

Een aanzienlijk deel van de internationale handel wordt verhandeld via de belangrijkste middelpunten van de Nederlandse logistieke bedrijvigheid, de havens in Rotterdam en Amsterdam en de luchthaven Schiphol. De Rotterdamse haven scoorde in 2005 een recordoverslag van 369 miljoen ton. De internationale luchthaven Schiphol ziet jaarlijks ongeveer 40 miljoen passagiers. Als we Nederland vergelijken met de andere wereldexporteurs, kan de conclusie niet anders luiden dat Nederland zowel bij de internationale goederenhandel als bij de internationale dienstverlening een belangrijke mondiale speler is. De grootste exporteurs in de wereld zijn vermeld in tabel 1.2.

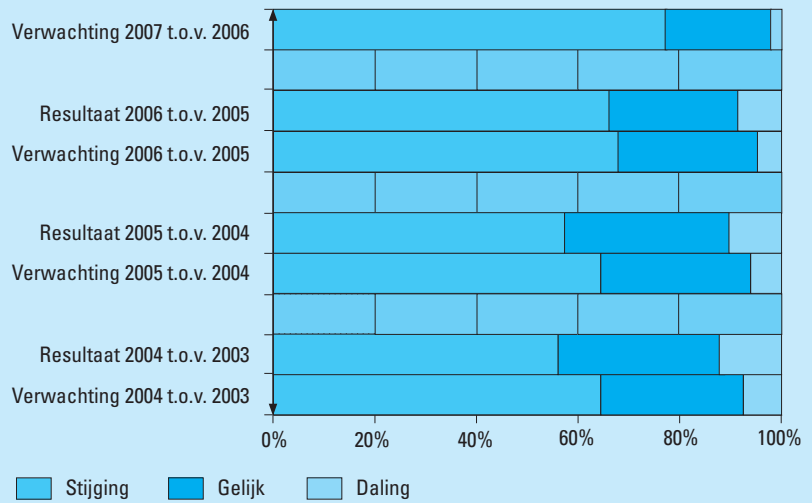
Tabel 1.2 Wereldrangorde lijst internationale goederenhandel – export

Rangorde	Aandeel wereldmarkt
1 Duitsland	9,3%
2 VS	8,7%
3 China	7,3%
4 Japan	5,7%
5 Frankrijk	4,4%
6 Nederland	3,9%

Bron: WTO – International Trade Statistics 2006

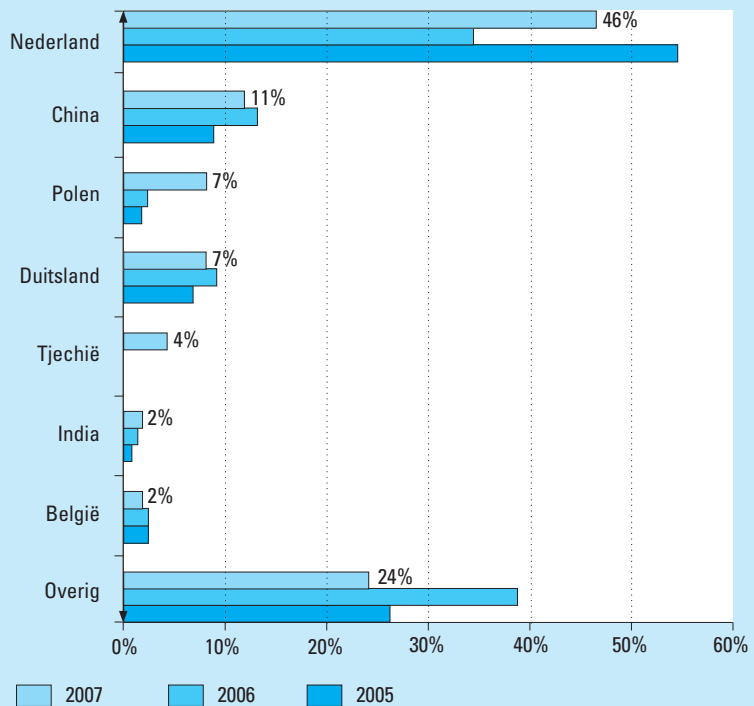
Voor 2005 verwachten de Nederlandse ondernemers slechts 34% van de productie in Nederland te behouden. Daarna wordt echter opvallend meer behoud van productie in Nederland verwacht, maar liefst 46%. China blijft nog steeds de koploper in verwachte uitbesteding van productie buiten Nederland. De verwachte uitbesteding van productie naar Polen is voor 2007 ruim verdubbeld van 3% naar 7%. Dit maakt het aandeel van Polen in uitbesteding van productie van Nederlandse ondernemers net zo groot als het aandeel van Duitsland (zie figuur 1.4).

Figuur 1.3 **Ontwikkeling exportomzet 2004-2007**



Bron: Eurostat

Figuur 1.4 **Verwachte productie in Nederland en daarbuiten**

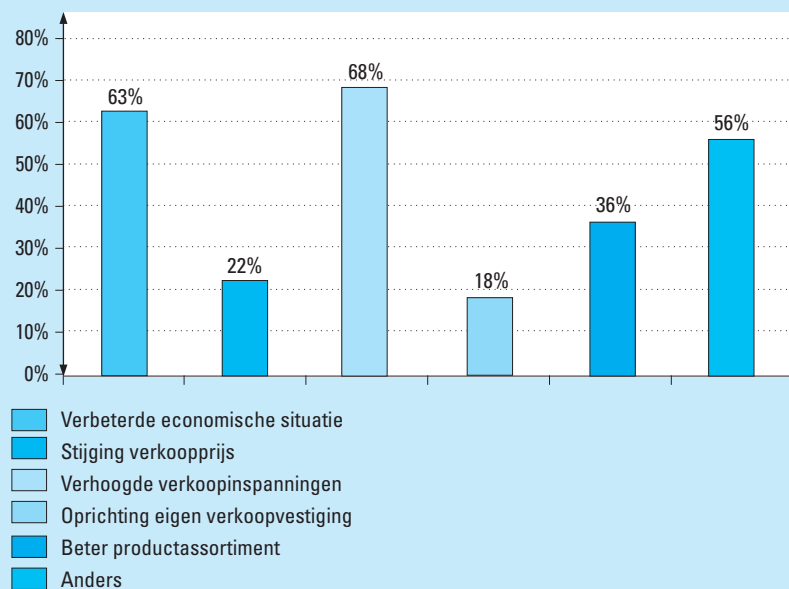


Bron: Eurostat



Over de hele linie geven ondernemers aan minder betalingsachterstanden te ervaren dan vorig jaar. Exporteurs zeggen het langst op hun geld te moeten wachten van klanten in Italië, België en Frankrijk. Het blijkt dat nog steeds meer betalingsachterstand wordt ervaren van afnemers binnen de EU dan buiten de EU. Waarschijnlijk dekt men het betalingsrisico beter af, naarmate men verder weg exporteert. Om het risico af te dekken dat iemand niet betaalt, blijft vooruitbetaling het meest gebruikte middel. De helft van de ondernemers zegt dit te gebruiken. Net als in eerdere onderzoeken beschouwt 77% van de Nederlandse ondernemers het positieve imago van de Nederlandse producten als een kans voor de Nederlandse export. Dit imago draagt bij aan de positieve verwachtingen over de Nederlandse omzet in het buitenland. Als reden voor de gerealiseerde en verwachte stijging van de exportomzet, wordt door de meeste respondenten (68%) aangegeven dat dit door een verhoogde verkoopinspanning komt, met de hulp van meer exportmedewerkers of meer agenten en/of dealers. Een beter productassortiment wordt door de Nederlandse ondernemer ook als een belangrijke reden genoemd voor een stijging van de exportomzet (figuur 1.5).

Figuur 1.5 Redenen stijging exportomzet



Bron: Eurostat

Een overtuigende meerderheid van de ondernemers gaf vorig jaar aan dat er verschillende invloeden te noemen zijn die een grote invloed hebben op hun exportsituatie en die van Nederland:

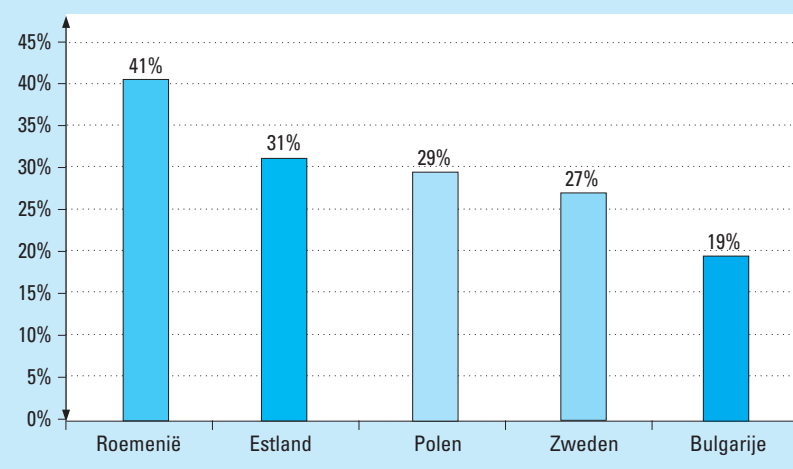
- De stijging van de kostprijs van de producten en de loonkosten in Nederland wordt als de grootste invloedsfactor beschouwd.
- Protectionisme buiten de EU wordt als een grote bedreiging voor de Nederlandse export beschouwd.

- Ook ruim de helft van de exporteurs (54%) ziet protectionisme buiten de EU als bedreiging voor de Nederlandse export.
- Ook de administratieve lasten in Nederland worden als een bedreiging voor de Nederlandse export ervaren.
- Het blijkt dat de meeste exporteurs een goed productassortiment, ondernemerschap en talenkennis als belangrijke voorwaarden voor succes op buitenlandse markten beschouwen.
- Innovatie van product(assortiment) geldt als een reden voor succes.
- ‘Het hebben van een goede lokale buitenlandse partner’, is belangrijk voor een succesvolle marktwerking.
- Goed opgeleid exportpersoneel geldt als voorwaarde voor succesvol internationaal ondernemen.

### Top 5 van landen Exportomzet

In figuur 1.6 en 1.7 wordt de top 5 van landen binnen en buiten de EU weergegeven waar de respondenten de hoogste stijging in exportomzet verwachten. Het percentage geeft het gemiddelde weer van de procentuele exportomzetstijging die de respondenten voor deze landen hebben genoemd (figuur 1.6).

Figuur 1.6 Top 5 verwachte exportomzetstijging binnen de EU

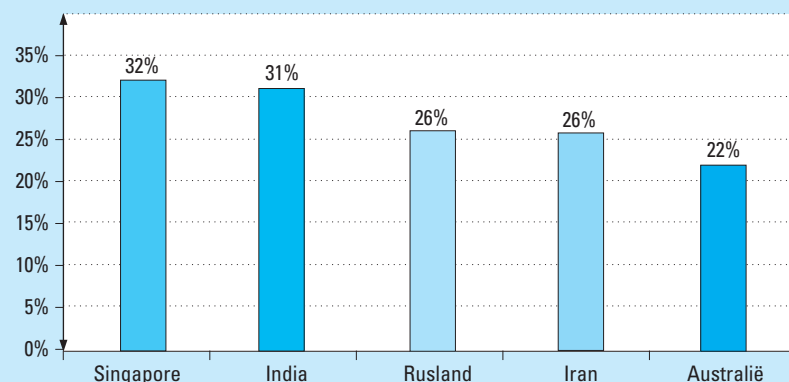


Bron: Eurostat

Binnen de EU wordt met name stijging van exportomzet verwacht in Oost-Europese landen en Estland. Maar ook in Zweden wordt een gemiddelde exportomzet stijging van 27% verwacht. De minste stijging in exportomzet werd overigens verwacht voor landen als Cyprus, Oostenrijk en Luxemburg.

Een opvallende stijging in exportomzet buiten de EU wordt verwacht voor Singapore en India. Ook Iran is een opvallend land in deze top 5, aangezien de politieke ontwikkelingen in dit land de gemoederen van Nederlandse ondernemers bezighoudt (figuur 1.7).

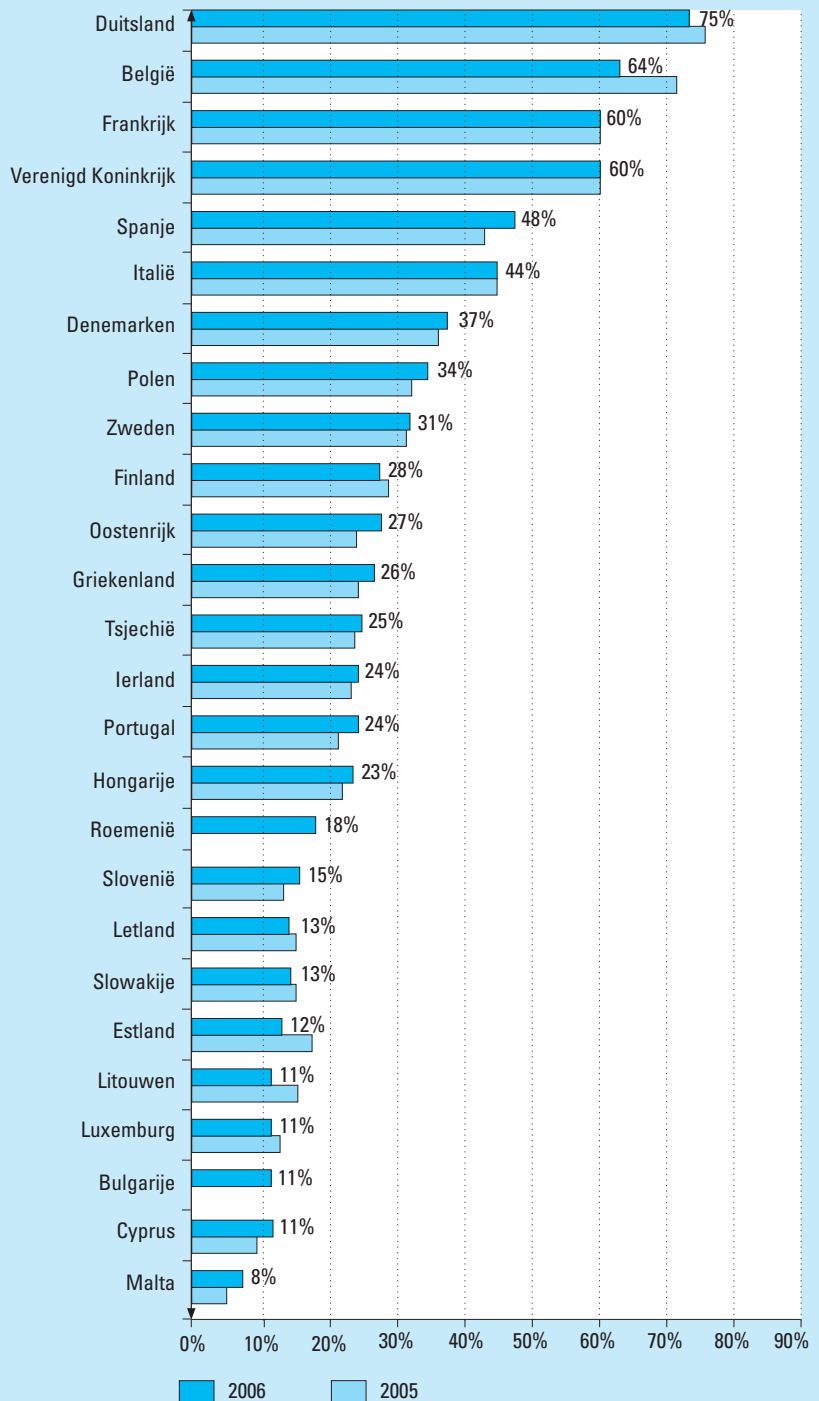
Figuur 1.7 Top 5 verwachte exportomzetstijging buiten de EU



Bron: Eurostat

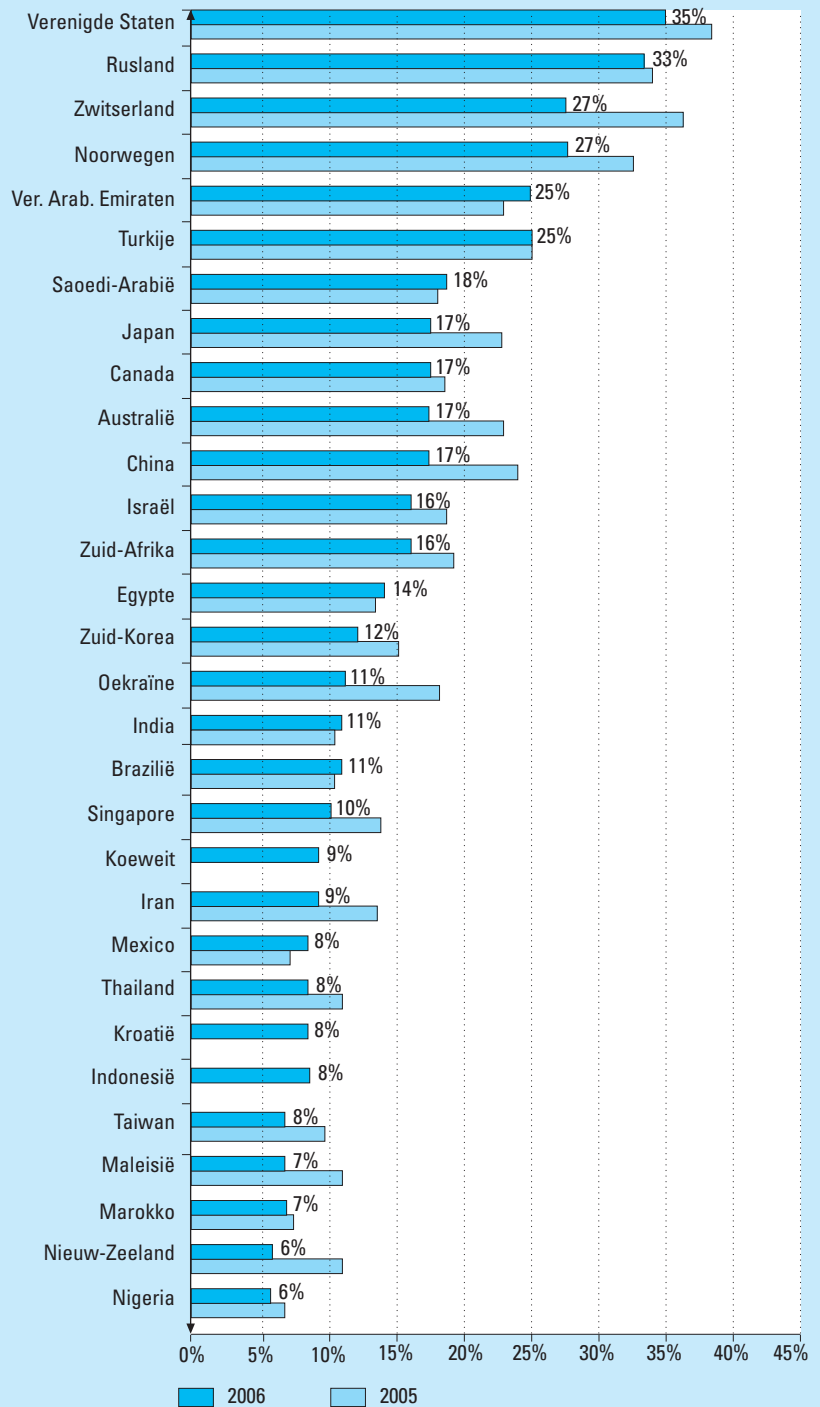
Vorig jaar werd er een zeer opvallende verwachting uitgesproken dat slechts 34% van de productie in Nederland behouden zou blijven. Dit zou erop wijzen dat de trend van de uitbesteding van productie naar het buitenland zou aanhouden. Dit jaar geeft echter een ander beeld. In 2007 verwachten de respondenten 46% van de productie in Nederland te behouden. De andere helft van de productie zal in diverse landen plaatsvinden. In 2007 is Tsjechië als productieland toegevoegd aan de landenlijst van verwachte productie in Nederland en daarbuiten. Tsjechië was vorig jaar in opkomst als uitbestedingslocatie en werd het meest genoemd in de categorie overige landen. De uitbesteding van productie naar China neemt iets af (van 13% vorig jaar naar 11% dit jaar), maar China blijft voor Nederlandse ondernemers een belangrijk land voor het uitbesteden van productie. De verwachte uitbesteding naar Polen is verdubbeld in vergelijking met vorig jaar. Het aandeel van de productie dat men in 2006 verwachtte uit te besteden in Polen was 3% en wordt voor 2007 geschat op 7%. Dit maakt het aandeel van Polen in uitbesteding van productie van Nederlandse ondernemers net zo groot als het aandeel van Duitsland. Van de overige landen waarvan exporteurs dit jaar hebben aangegeven dat ze een bestemming zijn voor uitbesteding van productie, worden Taiwan, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Thailand en Indonesië het meest genoemd.

Figuur 1.8 **Belangrijkste exportbestemmingen binnen de EU**



Bron: Fenedex

Figuur 1.9 **Belangrijkste exportbestemmingen buiten de EU**



Bron: Fenedex

## Casus 1.2 Door onze correspondent Karen Meirik

Westerse banken, financiële instellingen en regeringen kijken met een half oog naar opkomende economieën om eventueel financieel bij te springen. Maar de mondiale kredietcrisis zorgt in China voor onrust bij beleggers en het instorten van de export. Kleine beleggers zijn kwaad – vooral op zichzelf. Hou Lin (33) is een van de talloze kleine Chinese beleggers die de afgelopen maanden hun spaargeld in aandelen hebben omgezet. 'Net als de meeste Chinese beleggers, interesseerde ik me niet erg in de situatie buiten China', zegt Hou. 'Ik ben er blind ingestapt, toen de Chinese aandelen het zo goed deden. Maar nu, met deze enorme val van de koersen, moet ik me opeens wel in de wereldwijde situatie gaan verdiepen. In de Amerikaanse aandelenmarkt, en de subprime mortgage loan crisis enzo. Ik ben echt pessimistisch geworden.'

### Export

Met de export van Chinese producten naar Amerika ging het al langere tijd slecht, maar nu de crisis ook in Europa om zich heen grijpt, verdwijnt er een tweede grote markt voor de Chinezen.

'Dit is een crisissituatie voor China,' zegt Andy Xie, een onafhankelijke econoom uit Shanghai. 'Veertig procent van het bruto binnenlands product (bbp) komt uit de export. Nu komt die export tot stilstand, voor de eerste keer in de geschiedenis. Daarbij is ook de onroerendgoed-zeepbel gebarsten. Die twee sectoren zorgden samen voor meer dan de helft van de jaarlijkse toename van het bbp.'

### Groeicurve

Voordat hij vorig jaar voor zichzelf begon, was Xie hoofdanalist Azië bij Morgan Stanley. Toen waarschuwde hij al voor de gevolgen van de onvermijdelijke Amerikaanse crisis voor China. Nu is hij in Dubai bij een conferentie waar gekeken wordt hoe de wereld er uit zal zien als deze crisis voorbij is. Xie heeft daar duidelijke ideeën over.

'In de volgende periode van economische groei, zal je zien dat de interactie tussen China en andere opkomende economieën, vooral de landen die rijk zijn aan olie, zoals het Midden-Oosten en Afrika, heel belangrijk wordt. De zuid-zuidhandel gaat een veel centralere rol spelen. Dus ik verwacht een sterke groeicurve bij de opkomende economieën.'

### Parelrivier

Voorlopig worstelt de Chinese economie met de crisis. Die komt vooral hard aan in de steden aan de Parelrivier, in de provincie Guangdong. Daar wordt zo'n 35 procent van de Chinese export geprodu-

ceerd. Maar nu liggen veel fabrieken stil, vertelt de Nederlander Thijs Cox, net terug uit de provinciehoofdstad Guangzhou, waar een van de vijf kantoren van zijn bedrijf Ciparo gevestigd is. 'Voor het eerst in tien jaar hebben veel fabrieken hun arbeiders een paar weken extra verlof gegeven. Meestal krijgen de fabrieksarbeiders alleen vrijaf met Chinees nieuwjaar. Maar nu hebben ze gezegd: jullie hoeven voorlopig niet terug te komen. We hebben zoveel voorraden; die gaan we er eerst doorheen draaien en dan pas gaan we de productie weer opstarten.' Cox' bedrijf koopt in Europa en de Verenigde Staten oud papier op en verscheept dat naar China, waar er verpakkingsmateriaal voor de export van wordt gemaakt. Ruim vijftien jaar lang was het een succesformule, maar nu zijn de gevolgen van de crisis te voelen.

### Koelkasten

'Chinezen boeken veel minder exportorders naar Amerika en ook naar Europa,' vertelt Cox. 'Dus hebben ze veel minder verpakkingsmateriaal nodig en hoeven ze minder bij ons te bestellen. We merken het aanzienlijk. Vorige maand hadden we nog maar 60 procent van de orders van de maand daarvoor. Nu de Europese markt ook nog onder de crisis te lijden heeft, zal dat alleen nog maar verder teruglopen.'

Volgens econoom Xie moet de Chinese regering de oplossing zoeken bij de 700 miljoen boeren. Hij is niet de enige expert die pleit voor een vergaand plan:

'Op het platteland is er een afzetmarkt voor koelkasten, wasmachines, en andere producten. Maar eerst moet hun inkomen omhoog. Dat kan, want de prijzen voor agrarische producten kunnen omhoog – die liggen nog altijd op de helft van de wereldprijs. Natuurlijk zal dat leiden tot inflatie, maar door inkomenshervdeling kunnen we een vraag naar industriële producten genereren, en dat is belangrijk om de economie gaande te houden.'

### Hebzucht

Ondertussen hebben de talloze kleine beleggers in China het moeilijk met het kelderen van de aandelenprijzen. In Azië werden de beurzen van Indonesië, Thailand, Singapore en Shanghai het hardst getroffen.

'De kleine belegger Hou Lin (33), die van zijn spaargeld en geleend geld 220.000 yuan (23.600 euro) investeerde in aandelen en fondsen, zag de waarde van zijn pakket met ruim 60 procent dalen. 'Bijna de helft van dat geld had ik geleend van familie,' zegt hij. Zijn aanvankelijke woede is omgeslagen in frustratie.

'Ik weet niet meer op wie of wat ik kwaad zou moeten zijn. Moet ik kwaad zijn op de A-aandelen die gekelderd zijn? Of op mezelf, omdat ik zo hebberig was geworden? Ik ben begonnen met investeren toen de aandelenmarkt op zijn hoogst was, en sindsdien is het alleen maar omlaag gegaan. Mijn

hart is helemaal murw. Eerst was ik boos op de overheid, omdat ze niet genoeg toezicht hield. Maar nu wijt ik het aan mezelf en mijn hebzucht.'

Bron: Wereldomroep, 9 oktober 2008

## 1.2 Exporteren en de Nederlandse exportsituatie nader gedefinieerd

Exportland

Handelsland

Voorgaande paragraaf illustreerde de belangrijke plaats van Nederland in de internationale handel. Met recht wordt Nederland ook wel een populair *exportland* genoemd. Deze benaming geeft maar gedeeltelijk de aard van de Nederlandse internationale positie weer. Eigenlijk is de benaming *handelsland* beter.

### 1.2.1 Exporteren, wederinvoer, wederuitvoer en doorvoer

Het is belangrijk te weten dat het exportvolume van Nederland – en van landen in het algemeen – bestaat uit de volgende onderdelen:

- *export*: uitvoer van in het land gemaakte producten;
- *wederinvoer*: invoer met toegevoegde waarde van producten die eerst uitgevoerd werden (bijvoorbeeld metaalproducten);
- *wederuitvoer*: uitvoer van invoer met meestal weinig toegevoegde waarde (bijvoorbeeld bloemen);
- *doorvoer*: verder vervoeren van goederen die fysiek naar Nederland komen en vrij worden verhandeld, maar eigendom blijven van een buitenlandse ingezetene (bijvoorbeeld veel containervervoer).

Distributieland

Voor Nederland liggen de invoer en de uitvoer, inclusief de wederuitvoer, maar exclusief de doorvoer, al sinds jaren elk boven 50% van het BBP (bruto binnenlands product), en de laatste jaren zelfs boven de 60%. Als we de wederuitvoer niet meetellen en alleen kijken naar de binnenlandse geproduceerde uitvoer, dan ligt het percentage nog altijd boven 40%. De Nederlandse handelsprestatie, achtste op de ranglijst van handelsnaties, is de beste na die van België en Ierland en het inkomen wordt verdiend door zowel export als wederuitvoer en invoer. Met name de wederuitvoer is voor Nederland belangrijk; hierbij gaat het vooral om goederen die, na te zijn ingevoerd, het land weer in vrij onbewerkte staat verlaten. Omdat de groei van deze activiteit meer duidt op de functie van distributie, wordt Nederland in plaats van exportland ook *distributieland* genoemd. Vermeldenswaard is dat Nederland wat zijn hoge wederuitvoer betreft op gelijke hoogte staat met Hongkong en Singapore. Daarom is het relevant om in de definitiebepaling van *exporteren* rekening te houden met de goederen die hier eerst ingevoerd zijn:

Exporteren

Met exporteren wordt bedoeld dat goederen uit het vrije verkeer Nederland fysiek verlaten en door een Nederlandse ingezetene aan het buitenland worden verkocht, of dat goederen na bewerking in Nederland het land weer verlaten.

Voor een goed inzicht geven we hierna nog een omschrijving van enkele genoemde begrippen:

- Onder *invoer* vallen de goederen die fysiek naar Nederland komen en in het vrije verkeer worden gebracht.
- *Doorvoer* betreft goederen die fysiek naar Nederland komen, in het vrije verkeer worden gebracht, maar eigendom blijven van een buitenlandse ingezetene. Hier vindt dus geen eigendomsoverdracht aan een Nederlandse ingezetene plaats.
- *Wederuitvoer* heeft in dit verband dan betrekking op goederen die eerder zijn ingevoerd, Nederland fysiek verlaten en niet in eigendom van een Nederlandse ingezetene zijn geweest.

### 1.2.2 De internationale handel

Hoewel handel en diensten steeds sneller worden uitgewisseld en de mogelijkheden om met buitenlandse markten in contact te komen almaar groter worden, is de definitie van *internationale handel* dezelfde gebleven:

#### Internationale handel

**Internationale handel omvat alle uitwisselingen van goederen en diensten die nationale grenzen overschrijden. Daarbij wordt de betalingsbalans van een land waarin de koper verblijft, belast.**

Internationale handel betreft dus invoer en uitvoer en daarnaast handel tegen geld en ruil van goederen tegen goederen. Nederland staat in dit verband bekend als een belangrijk internationaal land: in 2007 was het bijvoorbeeld nog steeds een van de grootste beleggers in Amerika (na het Verenigd Koninkrijk, Japan en China). Voor Nederland geldt dat steeds meer ondernemingen hun activiteiten in het buitenland uitbreiden. Zij handelen internationaal door de verkoop van producten op buitenlandse markten of ze vestigen dochterondernemingen en/of strategische businessunits (SBU's) in het buitenland, in Europa maar vooral in de Verenigde Staten (VS).

### 1.2.3 Global sourcing

Uitgangspunt bij het economisch denken, dus ook bij internationale handel, zijn rationeel en doelmatig handelende mensen, die hun onbegrensde behoeften willen bevredigen met schaars aanwezige middelen. Doordat de middelen schaars zijn, hebben producten met lage productiekosten een concurrentievoordeel ten opzichte van de resterende (vergelijkbare) producten. Verschillen in productiekosten kunnen ontstaan doordat in landen sterk afwijkende productieomgevingen worden aangetroffen: verschillen in klimaat, bodemgesteldheid, bodemschatten, cultuur, opleidingsniveau van de werknemers, infrastructuur, technologische ontwikkeling, enzovoort. Tegenwoordig zoeken steeds meer bedrijven de goedkoopste plaats voor productie, een andere even goedkope plek voor assemblage, terwijl het hoofdkantoor in Nederland of het moederland gevestigd blijft. Philips en Vredestein zijn hiervan voorbeelden. Dit wereldwijde zoekproces naar de optimale vestigingsplaats van bedrijfsprocessen wordt *global sourcing* genoemd: wereldwijd of mondiaal uitbesteden. We kunnen global sourcing als volgt definiëren:



**Global sourcing is een strategie waarbij een onderneming niet-locatiegebonden bedrijfsprocessen over de grens vestigt in een regio waar de bedrijfseconomische kosten van productie en de toegevoegde waarde relatief het meest gunstig zijn, of deze bedrijfsprocessen door derden laat verzorgen op plaatsen in de wereld waar dat het gunstigst kan.**

De strategie van global sourcing vloeit dus voort uit kostenverschillen in productiefactoren, die op hun beurt weer worden gezien als de verklaring voor het ontstaan van internationale handel. Die kostenverschillen leiden ertoe dat een land zich op basis van het economisch principe gaat specialiseren in activiteiten waarin het de grootste kostenvoordelen heeft ten opzichte van andere landen.

### Casus 1.3 Dan stuur ik je bloemen uit Afrika

Nederlandse telers van snijbloemen en sierplanten verplaatsen steeds meer van hun productie naar het buitenland. Vooral Afrikaanse landen zijn in trek door de lage lonen en het gunstige klimaat. Het gebied ten oosten van Kampala, de hoofdstad van Oeganda, heet het industriële hart van het land te zijn. Maar wie van de hoofdweg afslaat, belandt al snel in de bush. Tussen de bananenbomen staan wankelende schuurtjes en lemen hutten. Naakte kinderen rennen door de modder achter kippen aan. Hier haalt de Hillegomse bloementeler Royal van Zanten het personeel voor zijn Oegandese vestiging vandaan. Aan de rand van een moerasbos staan achtien met wit plastic bespannen kassen. Hier begon Van Zanten in 1996, op een halve hectare grond, met het telen van chrysantheestekken. In het eerste jaar verscheepte de vestiging 11 miljoen stekjes naar Nederland, in 2002 had het bedrijf 9 hectare in cultuur en produceerde het 160 miljoen stekjes. Bedrijfsleider Anja de Feijter toont de reageerbuisjes waarin ontkiemde chrysantheplantjes uit Nederland worden aangevoerd. In de Oegandese bodem groeien ze binnen een jaar uit tot een struik met tientallen stekken. Die takjes worden nog eens ingepoot en leveren op hun beurt zelf weer vele stekken. Dan is het oorspronkelijke plantje voldoende vermenigvuldigd en vliegen de twijgen retour naar Nederlandse telers om uit te groeien tot volwaardige snijbloemen. Via de bloemenveilingen in Vleuten, Aalsmeer, Naaldwijk en Bemmelen worden de chrysanthen vervolgens weer over de aardbol gestuurd. De veilingen in Nederland hebben een spilfunctie in de internationale sierteelthandel. Van de wereldwijde bloemen- en plantenverkoop verloopt 62% via de Hollandse marktplaatsen. De veilingen wisten daarmee in 2002 €3,6 miljard om te zetten. Buiten-

landse producenten, vaak dochterondernemingen van Nederlandse bloemen- en plantenbedrijven, hebben hun verkopen op de Nederlandse veilingen het afgelopen decennium langzaam maar gestaag zien groeien. In tien jaar tijd steeg hun omzet van €229 miljoen naar €529 miljoen. De Nederlandse kwekers zijn nog altijd goed voor 85% van de verkopen, maar zij betrekken hun moedermateriaal ook steeds meer uit het buitenland. De chrysantheenteelt, die jaarlijks 1,5 miljard snijbloemen via de veilingen verhandelt, haalt zelfs al 95% van de stekken van over de grenzen, meldt de vakorganisatie Plantum NL.

Om de twijgjes te plukken heeft de Oegandese vestiging van Van Zanten 280 werknemers in dienst, van wie 80% vrouw is. Vliegenvlug trekken hun vingers de takjes uit de lange plantenbedden. 'Het werk is erg arbeidsintensief,' zegt De Feijter. De belangrijkste reden dat Van Zanten in Oeganda zit, vormen dan ook de lage lonen. De Feijter beschrijft hoe de stekenteelt het laatste decennium vanuit Nederland steeds verder zuidwaarts is afgezak, eerst naar mediterrane streken en daarna naar Kenia, waar de loonkosten echter ook rap stijgen. Buurland Oeganda bleek goedkoper. 'Wij betalen de plukkers hier tussen de €44 en €66 per maand,' berekent De Feijter. Het klimaat was een tweede reden. De temperatuur in Oeganda is het hele jaar constant tussen de 20 en 30°C en daarop gedijen de chrysantheplanten bijzonder goed. Verder is er, dankzij de uitbundige regenval, nog water in overvloed. In Kenia is dat wel anders. Daar wordt het beroemde Lake Naivasha, een belangrijk centrum voor de sierteelt, met uitdroging bedreigd. Kwekers krijgen er het verwijt dat ze te veel water consumeren en te veel pesticiden gebruiken, waardoor het meer vervuult. De Feijter verzekert dat Van Zanten zich in Oeganda daaraan niet bezondigt. Zij ergert zich aan de opvatting van lokale en wester-

se actiegroepen dat buitenlandse bedrijven de binnenlanden van Afrika alleen maar opzoeken om regels uit het eigen land te ontduiken. 'Wij hebben ons hier gewoon te houden aan de milieucriteria van de branchevereniging,' aldus de bedrijfsleider.

Ook Olav Boenders van het sierteeltbedrijf Wagagai, in 1999 opgericht door de Hollandse tuindersfamilies Boenders en De Witte, moet zich wel eens vereren tegen milieukritiek. Onlangs beschuldigde een Oegandese natuurgroep Wagagai van vervuiling van het Victoriameer. 'Wij hebben meteen een onderzoek laten uitvoeren, waaruit gelukkig bleek dat de vervuiling nihil was.' Wagagai verzendt jaarlijks 180 miljoen chrysantenstekken naar Nederland. 'Dan klagen milieugroepen dat al dat vliegverkeer zoveel energie kost en slecht is voor het klimaat,' verzucht Olav Boenders. 'Maar bedenk eens hoeveel energie het kost om de chrysantenstekken in Nederland te telen, met die felle assimilatieverlichting.' Wagagai is in Oeganda ook begonnen met de teelt van stekken voor potplanten in een hightech proefkas. Luchtsluizen bij de ingang moeten alle schadelijke bacteriën buiten houden. Aan de bouw droeg het Nederlandse ministerie van Ontwikkelings-samenwerking via het Programma Samenwerking Opkomende Markten (PSOM) €680.000 bij. De begoniastekken uit de kas gaan naar het Noord-

Hollandse plantenbedrijf Florema. Voor de stekcultuur in Nederland voorziet Florema nog maar weinig toekomst: het kan amper personeel vinden voor het plukwerk. Bovendien zijn de energiekosten in korte tijd verdubbeld. Verder introduceert Wagagai in Oeganda de substraatteelt. In een kas staan de rozenstruiken in een kunstmatige ondergrond van kokos. Alle voedingsstoffen zitten in het water dat over de planten wordt verstoven. Een richel voert het water weer af. 'Het is de bedoeling dat uiteindelijk al het water in de rozenkassen wordt opgevangen, gezuiverd en hergebruikt,' legt Boenders uit. 'Zo krijgen we een gesloten systeem dat geen water verspilt en dus goed is voor het milieu.'

De rozen van Wagagai gaan rechtstreeks naar de veilingen in Nederland. Boenders is nog niet helemaal tevreden over de kwaliteit van het product. De knop is vrij klein vergeleken met de rozen uit bijvoorbeeld Kenia. Rozen hebben behoefte aan koude periodes en die zijn er rondom het Victoriameer niet veel. 'Wij kunnen voor de rozenteelt nog altijd naar de heuvelachtige grensstreek bij de Congo gaan, waar het 's nachts koeler is,' oppert Boenders. De zoektocht naar de ideale locatie voor de Nederlandse bloemen- en plantenteelt houdt nooit op.

Bron: NRC Handelsblad, 6 mei 2003

Tabel 1.3 Exportwaarde Nederland volgens CBS, 2007

Landen (groepen)	Uitvoerwaarde 1.000 euro	Landen(groepen)	Uitvoerwaarde 1.000 euro
1 Verenigde Staten van Amerika	17.162.337	1 Duitsland	81.940.053
2 Rusland	6.552.055	2 België	41.171.295
3 Zwitserland	4.784.151	3 Verenigd Koninkrijk	31.865.981
4 Turkije	3.777.327	4 Frankrijk	28.576.788
5 China	3.619.585	5 Italië	17.260.220
6 Noorwegen	3.018.082	6 Spanje	12.521.827
7 Zuid-Korea	2.676.028	7 Zweden	6.322.401
8 Japan	2.534.770	8 Polen	6.237.661
9 Taiwan	2.150.734	9 Oostenrijk	4.980.153
10 Nigeria	2.043.798	10 Tsjechië	4.840.153
11 Singapore	1.764.274	11 Denemarken	4.686.856
12 Zuid-Afrika	1.630.531	12 Finland	3.777.151
13 India	1.577.029	13 Ierland	3.428.780
14 Canada	1.503.967	14 Hongarije	2.824.708
15 Saoedi-Arabië	1.485.018	15 Griekenland	2.729.172
16 Israël	1.323.911	16 Portugal	2.342.789
17 Brazilië	1.212.432	17 Roemenië	1.409.892
18 Australië	1.179.355	18 Luxemburg	1.124.303
19 Hongkong	1.029.401	19 Slowakije	824.635
20 Thailand	751.099	20 Slovenië	631.520
21 Indonesië	702.064	21 Litouwen	583.465
22 Maleisie	554.924	22 Bulgarije	488.259
23 Iran (Islamitische Republiek)	484.999	23 Estland	423.905
24 Algerije	363.741	24 Letland	355.197
25 Koeweit	357.598	25 Malta	157.449
26 Argentinië	349.443	26 Cyprus	292.579

## 1.3 Handelspolitiek en de Europese Unie

De positie van Nederland als exportland en het internationaliseringsbeleid van Nederlandse ondernemingen, wordt in hoge mate bepaald door de invloed van en de samenwerking tussen overheden en het EU-beleid dat hiervan het resultaat is. In dit verband spreken we van *handelspolitiek*: de maatregelen die de overheid van een land kan nemen om daarmee de uitkomsten van het proces van internationale specialisatie te beïnvloeden. In deze context staan van oudsher twee economische praktijken en opvattingen tegenover elkaar, namelijk die van *vrijhandelspolitiek* en *protectie*.

### 1.3.1 Vrijhandelspolitiek

Bij vrijhandelspolitiek vindt de internationale handel volledig plaats volgens de wetten van vraag en aanbod. Deze handelspolitiek heeft een aantal *voordelen*:

#### Voordelen

- Ze leidt tot een efficiënte concurrentie en daarmee tot technische innovatie.
- Ze lokt geen tegenmaatregelen uit die kunnen leiden tot een handelsoorlog.
- Ze leidt tot een internationale stabilisatie van prijzen, landen en organisaties.
- Er zijn internationaal bekende spelregels die zonder willekeur worden toegepast; iedereen weet bij voorbaat waaraan hij zich heeft te houden.

We kunnen ook kritische kanttekeningen plaatsen bij de theorie van de vrijhandel. Als *nadelen* noemen we:

#### Nadelen

- In de theorie wordt bijvoorbeeld geen rekening gehouden met conjunctuurbewegingen en de invloed van emotionele, culturele en religieuze invloeden op het gedrag en de mogelijkheden van ondernemingen.
- In de theorie wordt grote waarde gehecht aan de werking van de comparatieve kosten en wordt geen rekening gehouden met de beperkingen van deze werking.
- Ontwikkelingslanden stellen bovendien dat internationale vrijhandel per definitie de ontwikkelingslanden discrimineert, waardoor hun groeiomstandigheden worden belemmerd.

Het belangrijkste verdrag waarin de politiek van vrijhandel werd vastgelegd, was de General Agreement on Tariffs and Trade (GATT) (zie hierna).

#### GATT en WTO

#### GATT

Het doel van de GATT was: afschaffen van de onderlinge handelsbelemmeringen tussen de aangesloten landen. Dit verdrag is ondertekend door 123 landen, waaronder de meeste ontwikkelingslanden en alle belangrijke industrielanden. In de praktijk heeft de ondertekening van verschillende aanpassingen van het verdrag in bepaalde besprekingen niet altijd geleid tot deelneming aan de handelsbesprekingen van alle ondertekenaars. De status van de World Trade Organization (WTO) is vergelijkbaar met die van de Wereldbank en het Internationaal Monetair Fonds (IMF). De WTO heeft onder meer de taak om de naleving

#### WTO

van het GATT-akkoord te controleren, nieuwe stimulansen te geven aan onderhandelingen die nog niet waren afgerond (bijvoorbeeld financiële diensten) en een begin te maken met enkele nieuwe handelsgerelateerde onderwerpen (investerings, mededinging en arbeidsnormen). De beslechting van de geschillen is een belangrijke opdracht van de WTO. Hiermee neemt zij enigszins de rol op zich van internationale handelsrechtbank, een functie die de GATT in de bijna vijftig jaar van haar bestaan nooit heeft vervuld. De WTO werkt met een Algemene Raad die 125 leden telt.

#### Casus 1.4 G20 en protectionisme

**De G20-wereldleiders willen een verrekend actieplan om de gevolgen van de kredietcrisis te bestrijden. Nieuwe economieën manifesteren zich aan het front.**

‘Amerika is nog steeds de nummer één macht van de wereld’, zei de Franse president Nicolas Sarkozy. ‘Maar is het de enige? Nee, dat niet meer.’ Onbewust vatte Sarkozy in een enkele zin de belangrijkste uitkomst samen van de G20-top in Washington van dit weekend. De nasleep van de financiële crisis heeft de weg vrijgemaakt voor opkomende economieën als China, India of Brazilië. Zulke machtsveranderingen gaan volgens de Britse premier Gordon Brown niet altijd even vlekkeloos, die sprak over ‘geboortepijnen van een nieuwe wereldorde’. De leiders van de twintig grootste economieën ter wereld werden het eens over een plan dat binnen vierenhalve maand een begin moet maken met de hervorming van de financiële instituties en wereldwijde regelgeving. Ook beloofden ze elkaar alles te doen om te voorkomen dat er een wereldwijde recessie komt. Om krimp tegen te gaan, worden rente en belasting verlaagd, en zullen de komende twaalf maanden geen handelsbarrières worden opgeworpen om de eigen werkgelegenheid te beschermen.

In de plannen krijgen landen als China, India en Brazilië een grotere verantwoordelijkheid, als onderdeel van de herstructurering van het internationale financiële systeem.

Die verantwoordelijkheid wordt nadrukkelijk opgeëist. ‘We spreken over de G20, omdat de G8 geen bestaansrecht meer heeft’, sprak de Braziliaanse president Luiz Lula da Silva. ‘Anders gezegd, in een geglobaliseerde wereld moeten de nieuwe economieën serieus genomen worden.’ De Chinese president Hu Jintao riep op tot een ‘nieuw internationaal systeem dat eerlijk, rechtvaardig, alomvattend en geordend is’.

De veranderende machtsbalans heeft ook gevolgen voor de werking van het Internationaal Monetair Fonds (IMF). De invloed van grote economieën als Japan, Amerika en Europa, zal worden ingeperkt. Maar de invloed van het IMF zal juist toenemen. Het IMF moet de waakhond worden van de nationale financiële systemen, en ze regelmatig testen op hun ‘financiële gezondheid’.

In de komende maanden zullen de voorstellen verder worden uitgewerkt. Die worden besproken op 30 april, bij de volgende G20-top, waarschijnlijk in Londen. Dan is ook Barack Obama erbij, die dan precies 101 dagen president van Amerika is.

Bron: *Dagblad de Pers*, 18 november 2008

### 1.3.2 Protectie

#### Protectionisme

De handelspolitiek met de daarbij behorende maatregelen van een land of groep van landen met als doel de eigen industrie te beschermen, heet *protectie* of *protectionisme*. Door deze maatregelen ontstaan wijzigingen in prijzen en/of hoeveelheden ten opzichte van de situatie die zou ontstaan bij een politiek van vrijhandel. Een internationaal opererende onderneming zal dus duidelijk rekening moeten houden met protectionistische maatregelen, omdat deze een zeer grote barrière vormen voor de toegang tot een ander land. Protectionistische maatregelen worden op grond van bepaalde argumenten door de overheid van een land uitgevaardigd en verdedigd. Hierbij dient een onderscheid gemaakt te worden tussen argumenten die, volgens de nog steeds geldende regels van de GATT, wel en die welke niet geoorloofd zijn.

Niet-geoorloofde argumenten volgens de GATT zijn:

- Het *pauper-labour-argument* om de eigen industrie te beschermen tegen importen uit lagelonenlanden. Dit is ongeoorloofd, omdat lage lonen meestal het resultaat zijn van een lage arbeidsproductiviteit.
- Het *werkgelegenheidsargument* om de binnenlandse werkgelegenheid te beschermen of te stimuleren.
- Het *betalingsbalansargument* om de betalingsbalans te verbeteren.
- Het *reconstructieargument* met als doel oude gevestigde binnenlandse industrieën nieuw leven in te blazen.

Volgens de GATT zijn de volgende protectionistische maatregelen wel geoorloofd:

- Het *infant-industry-argument* om de eigen jonge, in opbouw zijnde industrie te beschermen. Deze maatregel is tijdelijk en moet op een gegeven moment worden opgeheven.
- Het *anti-dumping-argument* ter bescherming van dumping door andere landen. Dumping is het bij uitvoer tegen een lagere prijs verkopen dan in het land van productie, waardoor producenten in het land van invoer schade oplopen. Dumping is moeilijk te bewijzen; hiervoor zal moeten worden aangetoond wat de kostprijs is.

De GATT onderscheidt de volgende vormen van dumping:

- *strategische dumping*: dumping op buitenlandse markten om de concurrentie daar te elimineren;
- *sociale dumping*: prijsbederf als gevolg van export op basis van lonen en/of secundaire arbeidsvoorwaarden beneden de waarde van de feitelijk geleverde prestaties;
- *subsidiedumping*: het geven van overheidssubsidies aan exporterende ondernemingen, zodat die met lagere prijzen beter kunnen concurreren op buitenlandse markten;
- *discriminatie dumping*: het voeren van verschillende dumpingprijzen op verschillende gescheiden markten.

Dumping werkt alleen, wanneer er sprake is van gescheiden markten en van een elastische vraag. Dumping streeft een effect op korte termijn na en leidt, op langere termijn, tot prijsbederf. De dumpende onderneming jaagt bovendien (toekomstige) concurrenten tegen zich in het harnas, zoals casus 1.5 duidelijk maakt.

#### Casus 1.5 EU wil invoerheffing voor meer elektronica

**Maandag 15 september 2008, 14:22 – De Europese Unie wil een nieuw handelsverdrag met onder meer de VS en Japan over heffingen op high-tech goederen.**

Sinds het opstellen van het Information Technology Agreement in 1996 is de wereldwijde handel in elektronica met 150 procent toegenomen van 600 miljard naar 1,5 biljoen. De overeenkomst moet lei-

den tot een afname van de heffingen op apparaten die door bedrijven worden gebruikt. Maar veel producten die onder ITA vallen zijn inmiddels ook doorbroken op de consumentenmarkt. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om flatscreens, geïntegreerde kopieermachines en printers en digitale set-top boxes. De EU heeft inmiddels op veel producten al invoerheffingen ingesteld, met het argument dat zij niet langer uitsluitend voor zakelijk gebruik bestemd zijn, en daarom niet in aanmerking komen voor de lage importheffingen. Afgelopen mei haalde de EU daarmee al de woede

van de VS en Japan op de hals. Het tweetal diende toen een arbitrageverzoek in bij de Wereld Handelsorganisatie (WTO) in Genève.

#### **Nieuw verdrag lost bestaande problemen op**

Door te vragen om een nieuwe overeenkomst hoopt de EU een duur handelsconflict te voorkomen. 'Wij staan open voor een discussie over de producten waar de VS en Japan over klagen, maar we willen dat in een multilateraal forum doen, niet op bilaterale basis', zei Peter Power, woordvoerder voor handelszaken voor de Europese Commissie. Japan en de VS willen geen overleg over een nieuw akkoord, maar ze willen hun klachten direct met de EU afhandelen en desnoods voor de WTO. 'We zitten nu met een dubbele procedure voor de WTO. Er zijn zowel een juridisch conflict als multilaterale discussies gaande. Dat zouden twee verschillende trajecten moeten zijn. Ik denk dat het erg moeilijk wordt voor de VS om een heroverweging van de ITA nu af te wijzen', zei Power.

De verantwoordelijke afdelingen van de VS en

Japan waren niet onmiddellijk beschikbaar voor commentaar.

#### **Technische eisen**

De EICTA (European Information and Communications Technology Association) waarschuwt ook al meerdere jaren voor mogelijke problemen met de handel in IT-goederen. Naast het conflict over heffingen, heeft de brancheorganisatie gewaarschuwd voor een mogelijke handelsoorlog tussen de EU en Japan over technische eisen die aan producten worden gesteld. Japan en Zuid-Korea hebben die methodes in het verleden gebruikt om Europese producten te weren. Volgens een recent onderzoek van de EICTA heeft het Finse Nokia vanwege deze barrières nauwelijks toegang tot de Japanse markt, hoewel Japanse fabrikanten wel volop in Europa actief zijn. Het ITA reguleert dergelijke handelsbarrières niet, maar de Europese Commissie wil die nu juist regelen.

Bron: Webwereld ICT door Tom Sanders

#### **Casus 1.6 Fnuikende protectie – Hoe de bescherming van de Europese consumentenelektronica mislukte**

Philips profiteert van straffeffingen op import in de EU van faxen, camera's voor televisiestudio's, condensatoren, televisies en kleinbeeldtelevisies. Maar het wapen wordt steeds minder toegepast. Het doel ervan, het behoud van een sterke Europese consumentenelektronica, is niet bereikt. Integendeel. Wegens dumping van Aziatische videorecorders op de Europese markt diende Philips in 1995 bij de Europese Commissie een klacht in. Op zichzelf niets bijzonders, het was de 13de klacht van Philips wegens prijsafbraak, sinds de Europese Commissie daartegen in het begin van de jaren tachtig van de vorige eeuw maatregelen afkondigde. Pikant was wel dat de petitie onder meer was gericht tegen een Europese producent (Thomson) die zijn fabriek enkele jaren tevoren naar Singapore had verplaatst. De zaak tegen Thomson (en enkele andere bedrijven) liep op niets uit, maar illustreert de vreemde en soms averechtse uitwerking van de regelingen tegen dumping van de EU. Als Philips succes had gehad met zijn actie, dan zouden vooral Japanse bedrijven van de anti-dumpingmaatregelen hebben geprofiteerd. De Japanners produceerden medio jaren negentig van de vorige eeuw immers jaarlijks 4 miljoen videorecorders in de EU, videorecorders dus die een straffeffing ontlopen zouden hebben. In een recent verschenen proefschrift *Electronic Multinationals and Strategic Trade Policies* concludeert de

econoom René Belderbos dat de regelingen tegen dumping, begin jaren tachtig van de vorige eeuw in het leven geroepen als antwoord op de dominantie van de Japanners op de wereldmarkt, vaak niet effectief zijn geweest. In elk geval niet in de consumentenelektronica, de branche die Belderbos heeft onderzocht, en met de textielbranche de belangrijkste bron van anti-dumpingmaatregelen. De Japanse fabrikanten van kleurentelevisies werden vanaf het begin van de jaren zeventig van de vorige eeuw nog zonder het instrument van de anti-dumpingmaatregelen bestreden. Italië, Spanje en Frankrijk en later ook het Verenigd Koninkrijk hanteerden importbeperkingen. Tot 1983 mochten Japanners bovendien alleen met een speciale licentie tv's produceren volgens Europese standaarden. Vanaf het eind van de jaren negentig van de vorige eeuw volgden de eerste echte anti-dumpingmaatregelen tegen kleurentelevisies. Om aan de protectionistische maatregelen te ontkomen zetten Sony en Matsushita in 1974 tv-fabrieken op in het Verenigd Koninkrijk. In de jaren negentig van de vorige eeuw wordt het Japanse aandeel op de Europese televisiemarkt geheel in Europa geproduceerd. Het wapen van de anti-dumping werd in de consumentenelektronica begin jaren tachtig van de vorige eeuw voor het eerst ingezet in de strijd rond de videorecorder. Philips en Grundig streden met de standaard Video-2000 tegen de rivaliserende standaarden Betamax en VHS. Een klacht wegens prijsdumping in 1982 en bureaucratische oorlogsvoering van Franse zijde (de Japanners moesten al hun videorecorders invoeren via een douanedepot in

Poitiers) dwongen de Japanners in te stemmen met een 'vrijwillige' beperking van de export. De handicap van de tegenpartij mocht Philips en Grundig niet baten. VHS werd mondiaal de norm en V2000 is in vergetelheid geraakt. De maatregelen tegen dumping hadden wel een ander effect, een effect dat eerder op de markt voor televisies zichtbaar was: vanaf 1982, het jaar dat de petitie wegens dumping werd ingediend, buitelen Japanse videoproducenten over elkaar heen om met productiefaciliteiten voet aan de grond te krijgen op de Europese markt. Toonaangevende producenten als JVC, Sony, Matsushita en Hitachi zetten een fabriek op in de EU. Ook de cd-speler is met anti-dumpingmaatregelen in bescherming genomen. Ter ondersteuning van uitvinder Philips werd vanaf 1987 een heffing opgelegd aan Japanse en Koreaanse ondernemingen van tussen 8 en 32%. Deze heffing kwam boven op de 'reguliere' importtarieven op cd-spelers die in de loop der jaren varieerden tussen 9,5 en 19%. Een hoog regulier importtarief van 14% geldt ook voor televisies, beeldbuizen en (sinds 1986) videorecorders. In 1991 diende Philips bovendien een nieuwe klacht in tegen Aziatische producenten van cd-spelers. Die klacht werd kort daarop, in 1993, ingetrokken. Philips had zelf besloten cd-spelers te gaan produceren in Zuidoost-Azië. Anno 1998 heeft het concern in Europa voor cd-spelers geen productielocaties meer. Een inventarisatie van Belderbos leert dat maatregelen tegen dumping ook voor andere producten in de consumentenelektronica veelvuldig zijn toegepast. Philips alleen al diende, al dan niet via speciaal daarvoor opgerichte commissies, sinds 1982 ten minste 15 keer een klacht in wegens dumping. Behalve tegen videorecorders, cd-spelers en tv's werd geprotesteerd tegen te laag geprijsde printers, halogeenlampen, autoradio's, aluminium condensatoren, televisiecamera's en faxmachines. Met bijna alle klachten oogstte Philips succes; ze resulteerden in een anti-dumpingmaatregel. Maar terwijl Japanse producenten van consumentenelektronica hun fabrieken naar Europa verplaatsten, verdwenen in veel gevallen de productiefaciliteiten van Europese bedrijven. Belderbos concludeert voorts dat Philips en andere bedrijven er ondanks de steun niet in zijn geslaagd hun marktaandeel of concurrentiekracht te verbeteren. Philips was in 1987 met een marktaandeel van 15% in Europa nog de belangrijkste producent van consumentenelektronica. Het bedrijf werd gevolgd door Thomson (marktaandeel 13%) en op enige afstand door producenten als Matsushita (8%), Sony (6%) en Hitachi (4%). Anno 1997 hebben Japanse producenten volgens schattingen van Belderbos veruit het grootste deel van de markt voor videorecorders in handen, meer dan een derde van de markt voor kleurentelevisies en vrijwel de gehele

markt voor camcorders. In de audiomarkt zijn Sony, Matsushita en Pioneer alle groter dan Philips. Ook nu heeft Philips baat bij de steunmaatregelen van de EU. De anti-dumpingheffingen voor studio-televisiecamera's, condensatoren, en gewone en kleinbeeld-tv's zijn nog steeds van kracht. De heffingen liggen gemiddeld boven 10%, een fors percentage als de krappe marges in de consumentenelektronica in aanmerking worden genomen. Onlangs nog legde de EU voor faxen een strafheffing op die, afhankelijk van producent en land van herkomst, kan oplopen tot bijna 90%. Toch bespeurt Belderbos een kentering. Bezien over de gehele EU werden in 1994 nog 43 onderzoeken wegens dumping gestart, maar in 1996 waren het er nog slechts 25. 'Ook de goedkeuring van een zaak is tegenwoordig niet meer zo vanzelfsprekend,' zegt hij. Voor de meest recente zaak (faxen) is Philips volgens hem ten minste één keer teruggestuurd om zijn huiswerk opnieuw te doen. 'Vroeger was dat anders,' zegt Belderbos. 'Je leverde anderhalf A4-tje in en dan was het goed.' Philips weersprekt deze feiten. 'De Europese Commissie heeft nog nooit met een A4-tje genoegen genomen.' Het bedrijf erkent dat het zijn klacht tegen faxen moet herzien, niet omdat de petitie onvolledig was, maar omdat een van de andere klagers zich had teruggetrokken. In het verleden had Philips met de gelieerde bedrijven Bang & Olufsen (Denemarken) en Grundig (Duitsland) een sterk front voor interventie. 'Spanje, Frankrijk en Italië deden meestal wel mee,' aldus Belderbos. Nu Philips zijn aandelenparticipaties in Grundig en Bang & Olufsen heeft afgestoten, is de Duitse en Deense steun voor Philips' anti-dumpingzaken minder vanzelfsprekend. Daar komt bij dat de Europese Commissie gebonden is aan nieuwe afspraken die zijn gemaakt in het kader van de Wereldhandelsorganisatie. Volgens Philips is de Europese Commissie niet strenger geworden in haar oordeel, maar zijn er eenvoudig minder klachten omdat er minder Europese producten en producenten zijn. 'Dat geeft de zorgelijke toestand van de Europese industrie weer.' Die afnemende invloed van maatregelen tegen dumping heeft voor Europese bedrijven niet per se alleen nadelige gevolgen. Volgens Belderbos ligt het voor de hand dat Philips in het verleden door de bescherming van de anti-dumpingmaatregelen nog al eens beslissingen heeft uitgesteld die op de lange duur onvermijdelijk bleken. 'Philips is laat geweest met het overhevelen van zijn productie naar goedkopere locaties,' zegt hij. Zonder de bescherming van de heffingen was misschien eerder gesaneerd of waren eerder productiefaciliteiten opgezet in Azië of Oost-Europa.

Bron: *NRC Handelsblad*, eind jaren negentig



### 1.3.3 Vormen van protectionisme

Hierna bespreken we:

- de verschillende traditionele protectionistische maatregelen;
- nieuw protectionisme.

#### Traditionele vormen van protectionisme

Een internationaal opererende onderneming kan te maken krijgen met de volgende traditionele protectionistische maatregelen (Mennes & Kol, 1987):

- 1 invoerrechten
- 2 exportsubsidies
- 3 invoer- en tariefcontingenten
- 4 handelsverdragen
- 5 non-tarifaire belemmeringen
- 6 staatshandel
- 7 managed trade.

#### *Ad 1 Invoerrechten*

#### Invoerrechten

Invoerrechten worden ook wel *tarieven* genoemd. Het zijn belastingen die de overheid van het importerende land heft op geïmporteerde goederen en diensten. Invoerrechten komen in de volgende vormen voor:

- *specifiek*: een vast bedrag per volume van het geïmporteerde product;
- *ad valorum*: een vast percentage van de waarde van het product;
- *glijdend of variabel*: de hoogte van het invoerrecht is afhankelijk van de hoogte van de prijs van het product; een product met een lage prijs heeft een hoog tarief en een product met een hoge prijs een laag tarief;
- *prohibitief*: een zodanig hoog tarief dat er vrijwel geen sprake meer kan zijn van import;
- *impliciet*: een zodanige opbouw van de tarieven dat grondstoffen laag en eindproducten zwaar worden belast.

#### *Ad 2 Exportsubsidies*

#### Exportsubsidies

Bij exportsubsidies geeft de overheid aan exporterende bedrijven of bedrijfstakken een financiële tegemoetkoming om hun concurrentiekracht op de buitenlandse markt te vergroten. Exportsubsidies komen in dezelfde vormen voor als invoerrechten. Exportsubsidies, bijvoorbeeld de renteoverbruggingsfaciliteit (ROF) en de export matching faciliteit (EMF), mogen niet op één lijn worden gesteld met de door een overheid toegepaste exportstimuleringsmaatregelen, die niet-concurrentievervalsend mogen zijn. Export wordt in Nederland gestimuleerd door de activiteiten van de Federatie voor de Nederlandse Export (Fenedex) in samenwerking met de Exportbevorderings- en Voorlichtingsdienst (EVD) van het ministerie van Economische Zaken, alsmede door kredietgaranties die de Nederlandse overheid voor export geeft via Atradius (tot 2003 de Nederlandse Credietverzekerings Maatschappij Gerling NCM).

#### *Ad 3 Invoer- en tariefcontingenten*

#### Invoer- en tariefcontingenten

Bij *invoercontingenten* stelt de overheid de omvang van het in te voeren product vast op basis van hoeveelheden (een hoeveelheidscontingent) of op basis van de waarde van de invoer (een waardecontingent). Daar-



naast zijn er *tariefcontingenten*, een combinatie van invoerrecht en een contingent. Boven een bepaalde hoeveelheid in te voeren goederen wordt een invoerrecht geheven. Invoerrechten kunnen een bilateraal (tussen twee landen) of multilateraal (tussen meer landen) karakter hebben, of globaal zijn; in het laatste geval zijn ze van toepassing op alle landen. Invoercontingenten worden in toenemende mate vervangen door vrijwillige exportbeperkingen (VEB's) (zie onder 'Nieuw protectionisme' in de volgende subparagraaf).

#### Handelsverdragen

##### *Ad 4 Handelsverdragen*

Handelsverdragen zijn overeenkomsten tussen twee (bilateraal) of meerdere (multilateraal) landen waarin afspraken met betrekking tot het onderlinge handelsverkeer zijn gemaakt. Nederland heeft handelsverdragen met landen die niet bij de WTO zijn aangesloten en met ontwikkelingslanden. Nakoming van het verdrag wordt door het exporterende land bewaakt.

#### Non-tarifaire belemmeringen

##### *Ad 5 Non-tarifaire belemmeringen*

Non-tarifaire belemmeringen (NTB's) zijn regels, voorschriften, formaliteiten en (administratieve) procedures die een belemmering vormen voor het internationale handelsverkeer. Denk hierbij aan douaneformaliteiten, gezondheids- en veiligheidsvoorschriften, keuringseisen, tolheffingen op autowegen, maximaal toelaatbare asdruk van vrachtwagens, enzovoort. Non-tarifaire belemmeringen zijn een zeer versluierde maar daardoor heel effectief werkende vorm van protectionisme.

#### Staatshandel

##### *Ad 6 Staatshandel*

In veel landen is de overheid nog de belangrijkste handelspartner. In China, Cuba en veel ontwikkelingslanden wordt de markt beheerst door de overheid, waardoor de exporterende onderneming feitelijk tegenover een monopolist staat. De staatshandel is geleidelijk op zijn retour; een land als China bijvoorbeeld stelt zijn markt steeds meer open voor buitenlandse ondernemingen. Dit neemt niet weg dat de invloed van de overheid nog heel sterk is en handel met zo'n land in hoge mate wordt bepaald door stringente administratieve, procedurele en valutabepalingen.

#### Managed trade

##### *Ad 7 Managed trade*

Managed trade is handel waarbij de politiek beslissingen met betrekking tot export tracht te beïnvloeden. Airbus stond bijvoorbeeld enige jaren geleden op het punt een omvangrijk contract voor de levering van Airbussen met Saudi-Arabië af te ronden. De toenmalige president van de VS heeft er toen via directe interventie voor gezorgd dat Boeing de uiteindelijke leverancier werd.

#### Nieuw protectionisme Zachte protectie

##### **Nieuw protectionisme**

Nieuw protectionisme, ook wel *zachte protectie* genoemd, zijn protectionistische maatregelen die de vorm hebben van non-tarifaire beperkingen. Deze maatregelen bestaan uit op kartel gelijkende overeenkomsten, overeenkomsten om de markt te verdelen, subsidies van de overheid aan binnenlandse bedrijven (regionale ontwikkelingssubsidies) en vrijwillige exportbeperkingen (VEB's). Internationale kartels en overeenkomsten tot marktverdeling komen bijvoorbeeld voor binnen de Organisatie

#### Vrijwillige exportbeperkingen (VEB's)

voor Economische Samenwerking en Ontwikkeling (OESO of OECD); hierbij zijn afspraken gemaakt over de sanering van de staalindustrie en de scheepsbouw. Ook maatregelen van de Europese Commissie met betrekking tot de landbouw vallen hieronder. Rechtstreekse subsidies, kredietregelingen, overname van of financiële steun aan failliete bedrijven door de overheid zorgen voor een indirecte bescherming van de eigen industrie, doordat de productiekosten kunstmatig worden gedrukt.

### Vrijwillige exportbeperkingen (VEB's)

Vrijwillige exportbeperkingen (VEB's) worden ook Voluntary Export Restraints (VER) genoemd. Hierbij legt een overheid op basis van vrijwilligheid kwantitatieve exportbeperkingen op aan de eigen industrie om daarmee harde(re) protectiemaatregelen van andere landen te voorkomen. Deze beperkingen zijn formeel niet in strijd met de WTO, maar naar de geest zijn ze wel strijdig met dit verdrag. Dat is vermoedelijk tevens de reden dat ze erg populair zijn. Een VEB leidt er vrijwel altijd toe dat de prijzen in het importland op een kunstmatig hoog niveau blijven, of hij leidt tot een prijsverhoging. Daarnaast kan een VEB in een aantal gevallen leiden tot een daling van het marktaandeel van de binnenlandse aanbieder die 'beschermd' wordt door een VEB, terwijl dit uiteraard niet de bedoeling is. VEB's komen op dit moment voor in de export van Japan en de ontwikkelingslanden naar de VS en naar de EU bij textiel, kleding, staal, auto's en elektronica. VEB's hebben meer dan andere protectionistische maatregelen het 'voordeel' dat de regels van de GATT (WTO) kunnen worden omzeild. Overheden in het importland kunnen door middel van een VEB (tijdens de meestal geheime onderhandelingen) snel bepaalde eigen industrieën bevoordeelen. Zij besluiten meestal tot dit soort afspraken, omdat binnenlandse producenten in het importland gericht campagne voeren tegen de meest bedreigende buitenlandse concurrenten (door hen te beschuldigen van oneerlijke concurrentie). De overheden in exportlanden zullen, wanneer handelsbeperkende maatregelen onvermijdelijk zijn, een VEB prefereren boven invoertarieven of quota, omdat met een VEB hogere exportopbrengsten mogelijk zijn.

De effectiviteit van een VEB kan echter beperkt worden door internationaal opererende bedrijven.

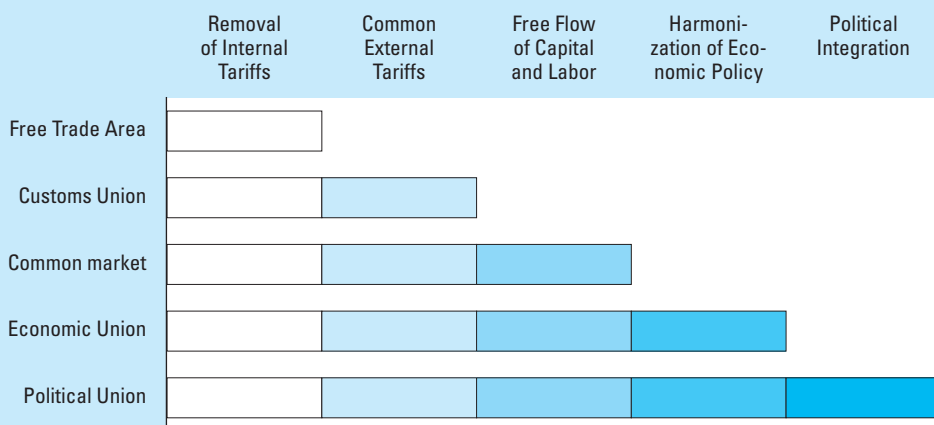
Ze hebben daartoe drie mogelijkheden:

- 1 Suggesteren dat de goederen uit een land komen dat geen beperkende maatregelen oplegt. In de jaren zeventig van de vorige eeuw voerde Australië vlees uit via Canada naar de VS. Japan exporteerde staal naar de VS via Zuid-Korea en Canada.
- 2 Investeren in een importland met een VEB dan wel in een land zonder VEB. Investeren in een land met een VEB vond in de jaren tachtig van de vorige eeuw plaats door de Japanse auto-industrie, die in de VS en in de landen van de EU productievervestigingen oprichtte, overnam of met bestaande bedrijven ging samenwerken.
- 3 Via het opwaarderingseffect van een VEB. Dit is mogelijk wanneer binnen een VEB, zoals meestal gebruikelijk is, afspraken zijn gemaakt over de hoeveelheden. Bij gegeven hoeveelheden is het dan mogelijk om de waarde van de uitvoer te vergroten door duurdere producten te gaan exporteren. Hiermee kan de terugloop in exportvolume gecompenseerd worden.

## 1.4 Internationale samenwerking en regionale blokvorming

Na 1950 leidde het streven naar vrijhandel enerzijds tot internationale samenwerking en anderzijds tot de vorming van regionale blokken. Landen kunnen op verschillende manieren met elkaar samenwerken. De meest simpele vorm van samenwerking is het in meer of mindere mate verwijderen van tarieven en contingenten. Hieronder vallen de *preferentiële zone*, de *vrijhandelszone*, de *tariefgemeenschap* of *-unie* en de *douane-unie* of *tolunie*. *Economische unies* zijn vergaande vormen van samenwerking.

Figuur 1.10 Schematisch overzicht van het proces van economische integratie



Bron: Cundiff en Hilger, 1994

### Preferentiële zone

In de *preferentiële zone* staat een aantal tot de zone behorende landen elkaar tariefpreferenties toe; in de *vrijhandelszone* schaffen de aangesloten landen de onderlinge invoerrechten af, maar ze houden elk afzonderlijk hun eigen buitentarief ten opzichte van derde landen. Dit leidt tot het verschijnsel van de 'certificaten van oorsprong'. Voorbeelden van vrijhandelszones zijn in de hele wereld te vinden, binnen Europa in de vorm van de European Free Trade Agreement (EFTA) en, in het oosten, de Central European Free Trade Agreement (CEFTA). De meeste bekende en invloedrijke vrijhandelszone is de North American Free Trade Association (NAFTA), een samenwerking tussen Canada, Mexico en de VS. Hierbij gaat het om een markt met 375 miljoen consumenten, nog groter dan de EU. De oprichting van de NAFTA werd in Midden-Amerika gevolgd door de oprichting van de Caribbean Basin Initiative (CBI), waarvan de landen van het Caribisch gebied lid zijn. Zuid-Amerika heeft de Mercosur, met belangrijke lidstaten als Argentinië, Brazilië, Paraguay en Uruguay, Chili en de Andeslanden. Mercosur is thans een gemeenschappelijke markt met ruim 300 miljoen mensen en een bruto-inkomen van \$450 miljard. Het is het vierde handelsblok van de wereld, na de NAFTA, de EU en Japan. Azië heeft de vrijhan-

### EFTA

### CEFTA

### North American Free Trade Association (NAFTA)

### Caribbean Basin Initiative (CBI)

### Mercosur

APEC  
SADC  
Ecowas

delszones Asian Pacific Economic Cooperation (APEC) en Afrika de Southern African Development Community (SADC) en de meer bekende Ecowas (Economic Community of West African States), waarvan de meeste West-Afrikaanse landen lid zijn.

Douane-unie  
Tolunie

De volgende stap van samenwerking is die van een *tariefgemeenschap* of *tariefunie*, waarbij de deelnemende landen in hun handelsverkeer de invoerrechten opheffen en een gemeenschappelijk tarief van invoerrechten heffen ten opzichte van derde landen. Landen die een *douane-unie* of *tolunie* vormen, heffen een *gemeenschappelijk buitentarief* ten opzichte van andere landen, bijvoorbeeld de EU tot 1993. Een veel verdergaande vorm van samenwerking is de harmonisatie van economische, monetaire, fiscale en sociale politiek van een aantal landen, in combinatie met de oprichting van supranationale organen en het tenietdoen van verschillen in concurrentievoorwaarden. De harmonisatie vindt plaats door de oprichting van *economische unies*, zoals de EU.

Economische unies

### 1.5 Het exportbeleid van de EU

Overheidsopdrachten

Een belangrijke wijze waarop ondernemingen binnen de EU internationaliseren is dat ze Europese overheidsopdrachten binnenhalen.

Voor *overheidsopdrachten* geldt een aantal Europese richtlijnen. Die hebben onder meer als doel het openstellen van deze opdrachten voor alle bedrijven die gevestigd zijn in de EU. Overheidsopdrachten mogen dus niet worden voorbehouden aan ondernemingen uit eigen land. De voornaamste doelstellingen van de richtlijnen zijn:

- de totstandkoming van de interne markt (het vrije verkeer van goederen, diensten, kapitaal, personen);
- het gelijkschakelen van de wetgeving van de afzonderlijke lidstaten van de EU;
- het stimuleren van vrije, eerlijke concurrentie binnen de EU door voorgenomen opdrachten openbaar bekend te maken;
- het bewerkstelligen van besparingen voor opdrachtgevers door een meer professioneel inkoopproces.

Met ingang van 1 januari 1996 is de Overeenkomst inzake overheidsopdrachten (ook wel Agreement on Government Procurement ofwel AGP genoemd) binnen de EU van kracht geworden. Deze overeenkomst, die is gesloten in het kader van de WTO, heeft tot gevolg dat landen die partij zijn bij deze overeenkomst (naast de EU onder meer Canada, de VS, Japan, Israël) elkaar voor overheidsopdrachten moeten toelaten op hun markten.

De voorwaarden kunnen echter onderling verschillen. De richtlijn geeft de criteria aan waaruit de aanbestedende dienst een keuze moet maken voor het toekennen van een opdracht. Die gunningscriteria zijn:

Gunningscriteria

- de laagste prijs;
- de economisch voordeligste aanbieding.

Aanbestedingen

Aanbestedingen zijn vaak nog nationaal georiënteerd. Een opdrachtverlening in het kader van de WTO-overeenkomst kan eveneens niet-Europese ondernemingen uitnodigen opdrachten binnen te halen. Het beleid van aanbesteding kan dus ook als een handelsinstrument gezien

worden. Het verlaagt de drempel voor toetreding tot de Europese markt en werkt een verbetering van de onderlinge handelsrelaties in de hand. Deze recente ontwikkeling staat haaks op het aloude beleid van de machtsblokken waarbij de eigen markt werd beschermd. Nog steeds heeft namelijk het belangrijkste handelsinstrument van de EU betrekking op bescherming en antidumping. Overleg binnen de WTO bijvoorbeeld richt zich grotendeels op het voorkómen van import van goedkope goederen en het tegengaan van oneerlijke prijsconcurrentie.

Naast dit algemene beleid voert de EU een voorwaardenscheppend beleid dat op een meer gerichte wijze de concurrentiepositie van Europese bedrijven moet versterken. Dit beleid heeft in het bijzonder betrekking op de industrie, de dienstverlening en specifieke aspecten daarvan, zoals technologie, kwaliteit, productiviteit en financieel draagvermogen. Daarnaast kent de EU een aantal specifieke regelingen waarvan Europese bedrijven gebruik kunnen maken.

### 1.5.1 **EU en de handel met Oost-Europa**

Onder andere om de toetreding van nieuwe Oost-Europese kandidaat-lidstaten (die inmiddels zijn toegetreden) te bevorderen, maar ook ter bevordering van de economische hervormingen in Oost-Europa, heeft de EU de volgende programma's geformuleerd:

- PHARE;
- TACIS;
- ECIP en JEV.

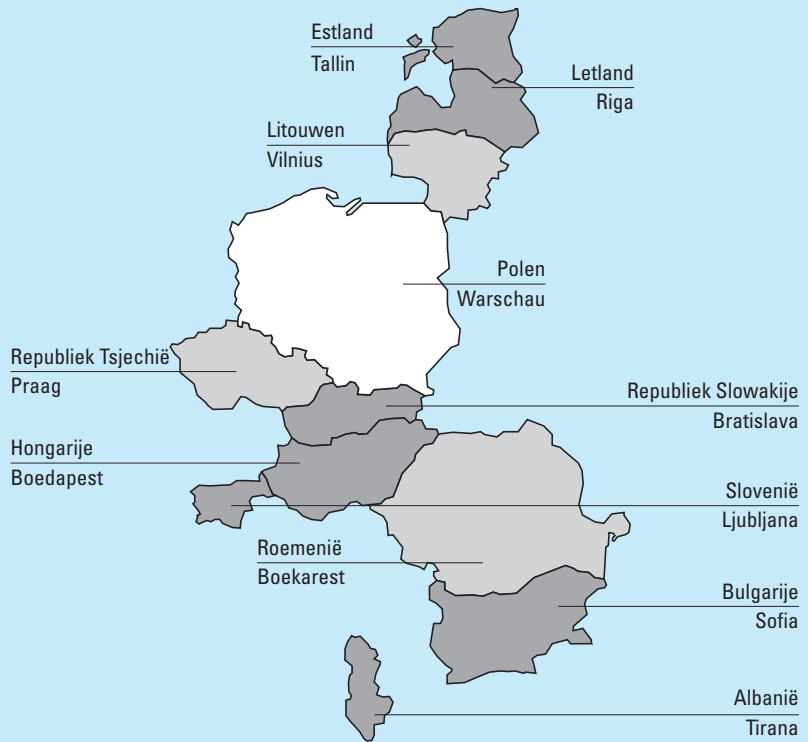
#### **Het PHARE-programma**

#### **PHARE-programma**

Het PHARE-programma (oorspronkelijk: Poland and Hungary Assistance for the Reconstruction of the Economy) werd in 1989 door de EG ingevoerd ter ondersteuning van de hervormingen in Polen en Hongarije. Een jaar later werd het uitgebreid tot Bulgarije, het vroegere Tsjecho-Slowakije, de voormalige DDR, Roemenië en – sinds 1992 – Slovenië, Albanië, Estland, Letland en Litouwen (zie figuur 1.12). Om voor steun via PHARE in aanmerking te komen, moet het betrokken land zich ertoe verbinden de democratie te versterken en om te schakelen naar een markteconomie (zie casus 1.7). In 1994 werd in het kader van PHARE voor Oost-Europa €990 miljoen uitgetrokken en uitgegeven aan:

- herstructurering van de economie;
- ondersteuning van privatisering en oprichting MKB;
- ontplooiing van de bank- en financiële sector;
- erschikking van de arbeidsmarkt;
- hervorming van bestuur en sociale zekerheid, onderwijs, milieu en infrastructuur (vervoer en telecommunicatie).

Figuur 1.11 De landen van Midden- en Oost-Europa die onder het PHARE-programma vallen



Bron: Europese Commissie DGI, *Wat is PHARE?*, januari 1995

### Casus 1.7 Voorbereiden van EU-toetreding: Europees PHARE-programma krijgt nieuwe oriëntatie

In 1997 besloot de Europese Commissie het PHARE-programma te heroriënteren door meer nadruk te leggen op de voorbereiding van een eventuele EU-toetreding. PHARE werd in 1989 opgestart om de hervormingen in Polen en Hongarije te ondersteunen. Sindsdien is dit programma het belangrijkste instrument geworden in de samenwerking tussen de EU en de Midden- en Oost-Europese landen. Tot nu toe werden in het kader van PHARE projecten ondersteund die de betrokken landen zelf voorstelden. De Commissie wil die aanpak veranderen om de landen voor te bereiden op een eventuele toetreding tot de EU. Daarom zal de steun zich toespitsen op de belangrijkste behoeften van deze landen met het oog op een toekomstige EU-toetreding. Deze behoeften zullen samen met de betrokken landen bepaald worden in het kader van een

‘Partnerschap voor Toetreding’. Door deze nieuwe benadering wordt een van de prioriteiten van het PHARE-programma: het versterken van de democratische instellingen en de openbare administratie van de betrokken landen. Dat moet de landen helpen te voldoen aan de economische en politieke criteria voor het EU-lidmaatschap. Bijzondere aandacht moet in de kandidaat-lidstaten besteed worden aan de strijd tegen fraude, illegale immigratie en georganiseerde misdaad, onderwerpen die ook in de EU boven aan de agenda staan.

Een tweede prioriteit van het PHARE-programma wordt de financiering van investeringen in de betrokken landen. Dat moet hen helpen hun ondernemingen en infrastructuur te verbeteren en te voldoen aan de voorwaarden van de eenheidsmarkt. Zo’n 70% van de PHARE-middelen zal naar deze doelstelling gaan. De overige 30% gaat naar de versterking van de instellingen.

Bron: *De Financieel-Economische Tijd*, 20 maart 1997

## Joint venture

### Joint Venture Phare Programma (JOP)

Bij het oprichten van een joint venture (zie ook hoofdstuk 5, subparagraaf 5.2.7) in Midden- en Oost-Europa kan het Joint Venture Phare Programma (JOP) van toepassing zijn. Via dit programma van de Europese Commissie kan steun worden verleend in verschillende fases van een project: voor, tijdens en na het tot stand komen van de overeenkomst. JOP is onderdeel van het PHARE-programma en geldt in de landen waar PHARE van kracht is. Het programma richt zich voornamelijk op het MKB en is opgezet om de buitenlandse investeringen in Midden- en Oost-Europa op een hoger peil te brengen. JOP kan een bijdrage leveren in verschillende stadia bij de oprichting van een joint venture. Voor een haalbaarheidsstudie of een proefproject kan maximaal €150.000 aan voorschot of subsidie worden verleend. Om in aanmerking te komen voor JOP moet in de joint venture ten minste:

- één partner afkomstig zijn uit het land van de Unie;
- één partner afkomstig zijn uit een Oost-Europees land;
- 75% van het ingebrachte kapitaal in het bezit zijn van deze partners.

Bedrijven met minder dan 1 000 werknemers krijgen voorrang in het JOP.

## TACIS-programma

### Het TACIS-programma

Het TACIS-programma (Technical Assistance for Commonwealth of Independent States) werd in 1990 ingevoerd om westerse knowhow over te dragen aan de kandidaat-lidstaten. TACIS heeft tot doel omstandigheden te scheppen die bevorderlijk zijn voor de privé-investeringen en zo de ontwikkeling van de democratie en de markteconomie te stimuleren. Ofschoon TACIS een moeilijker uitvoering kende dan PHARE, gaf Brussel aan Oost-Europa in de periode 1991-1993 de bedragen zoals gegeven in tabel 1.4.

Tabel 1.4 TACIS-programma 1991-1993; algemene uitsplitsing naar land

Land	EUR (× 1 mln)	Land	EUR (× 1 mln)
Rusland	496,40	Azerbeidzjan	12,50
Oekraïne	119,24	Moldavië	10,00
Kazachstan	40,35	Turkmenistan	9,80
Wit-Rusland	31,83	Tadzjikistan	0,40
Armenië	20,75	Humanitaire hulp	22,00
Oezbekistan	20,15	Meerlandenproject	379,88
Kirgiezië	19,55	Andere	77,20
Baltische Staten	15,00		
Georgië	12,65	Totaal	1.287,50

Bron: Centrale Raad voor het bedrijfsleven, extra nummer. Brussel, augustus 1995

## ECIP

### ECIP en JEV

Met de ECIP (European Community Investment Partners) stimuleert de EU Europese ondernemingen om samen met bedrijven uit ontwikkelingslanden joint ventures op te richten. ECIP richt zich daarbij vooral op het MKB. In totaal bestaat ECIP uit vijf faciliteiten. Eerst wordt de

onderneming geholpen met de identificatie van project en partner en kan er een schenking worden gedaan van maximaal €100.000. Vervolgens wordt een haalbaarheidsstudie gesubsidieerd en een renteloos voorschot aan de Europese exportonderneming verleend.

Ook voor bedrijven die binnen de EU een joint venture willen oprichten, zijn er regelingen.

De *JEV-regeling* (Joint European Venture) ondersteunt MKB-bedrijven die samen met een buitenlandse partner een joint venture willen oprichten binnen de EU. De JEV-regeling geeft hiervoor een subsidie van 10% van de investeringskosten en verleent subsidie voor de uitvoering van een haalbaarheidsonderzoek. De twee belangrijkste voorwaarden zijn:

- 1 De aanvragen moeten ingediend zijn door twee MKB-ondernemingen uit twee verschillende EU-lidstaten.
- 2 Het aandeel van de onderneming van de ene of de andere lidstaat in het kapitaal van de nieuwe onderneming is niet meer dan 75%.

### 1.5.2 EU en de handel met het Verre Oosten en Latijns-Amerika

Naast de hiervoor genoemde bevorderingsinstrumenten, heeft de EU verschillende programma's waarmee geprobeerd wordt de handelsontwikkeling met de landen in het Verre Oosten en Latijns-Amerika te bevorderen. De bekendste zijn: Asia-Invest, Al-invest, en Ex-Prom Japan.

#### Casus 1.8 Dure yen maakt pinnen duur

**De koers van de Japanse yen is sinds de kredietcrisis sterk gestegen. Een dure yen is vooral slecht nieuws voor de export, maar ook voor het toerisme en de overzeese spaarrekeningen.**

*Door Margit Kranenburg*

Tokio, 29 okt. – 'Goedkoper dan ooit.' Met die leus werd Japan nog niet zo lang geleden enthousiast als toeristische bestemming aangeprezen. Daar konden geen beelden van tempels en sushirestaurantjes tegenop. Eindelijk lukte het Japan zijn dure imago van zich af te schudden. Buitenlandse toeristen hielden zelfs geld over om leuke gadgets te kopen.

Maar de als bijwerking van de mondiale kredietcrisis explosief gestegen Japanse yen dreigt nu roet in het eten te gooien. De munt is in korte tijd weer heel duur geworden. Ten opzichte van andere belangrijke muntenheden is de yen in een maand ongeveer 20 procent gestegen. In euro's gemeten bereikte de yen deze week de hoogste stand sinds 2002, in dollars was de koers zelfs het hoogst in dertien jaar.

#### **Uitgaven**

Toeristen die nu in Japan zijn, durven nauwelijks nog te pinnen en al helemaal niet te winkelen. Maar ook

de Japanners zijn uiterst terughoudend met geld uitgeven. In sommige huiskamers wordt deze week met angst en beven gerekend, geteld en afgewacht.

Hisako Okochi (46) bijvoorbeeld kan op dit moment aan niets anders denken dan aan haar plotselinge financiële ellende. 'Ik ben echt geschokt door de dure yen', vertelt de lerares. 'Mijn obligaties in Australië, Nieuw-Zeeland en Zuid-Afrika zijn veel minder waard. Ik heb zelfs geïnvesteerd in Amerikaanse dollars omdat ik dacht dat dat veilig was, dat had ik beter niet kunnen doen.'

De kredietcrisis leek de gewone Japanners aanvankelijk nauwelijks te deren. Japan had zijn eigen crisis gehad, begin jaren negentig toen de zeepeleconomie barstte. De bevolking heeft daarop gereageerd door heel voorzichtig te zijn met uitgaven en door veel te sparen. Maar juist dat oppotten heeft van vermogende Japanners een soort valutahandelaren gemaakt. Omdat de Japanse rente historisch laag is – het belangrijkste tarief staat nu op 0,5 procent en de centrale bank zou op het punt staan de rente verder te verlagen – was ook de spaarrente nihil. Veel Japanners brachten hun vermogen daarom naar het buitenland voor een beter rendement. Door de stijging van de yen zagen ze de afgelopen weken hun overzeese spaargeld met de dag minder waard worden.



### Spaargeld

Okochi heeft zich min of meer neergelegd bij haar verlies en probeert het hoofd koel te houden. Omdat alles zo is gedaald, herinvesteert ze toch maar extra in het buitenland. Ze denkt dat ze lang niet de enige is met problemen. 'Mensen hier praten niet openlijk over hun financiën. Ik weet alleen dat mijn jongste broer in risicovolle aandelenopties heeft geïnvesteerd en veel heeft verloren. Ik denk wel dat veel zestigers zich zorgen maken, zij zijn vast een deel van hun oudedagsvoorziening kwijtgeraakt.'

Cijfers tonen dat veel Japanners in de problemen moeten zitten. De Japanse bevolking heeft miljarden

naar het buitenland gebracht. Toch wil professor Yasushi Iwamoto van de Universiteit van Tokio het probleem graag relativeren. 'De sterke yen is allereerst een probleem voor de handel', zegt de econoom. 'Natuurlijk zijn er mensen die persoonlijk zijn geraakt door de stijging. Maar meestal gaat het om rijke mensen. Veel gewone Japanners hebben niet zoveel vermogen en kunnen nu juist profiteren van goedkopere import en voordelige buitenlandse reizen.'

Bron: *NRC Handelsblad*, 29 oktober 2008

## 1.6 Regionalisering en globalisering

Een verwachting van de eenwording is onder meer dat er binnen de EU minder macro-economische verschillen zullen zijn (dat wil zeggen dat de koopkrachtverschillen kleiner zullen worden) en dat de nationale economieën als één economie naar elkaar toegroeien. Onderzoek heeft echter uitgewezen dat de eenwording juist een stimulans is voor bepaalde regio's binnen de EU en dat juist door het proces van integratie wederom (te) grote economische verschillen tussen de regio's gaan ontstaan. Van alle regio's binnen Europa vertoont het Alpengebied een sterke groei. De verklaring voor de relatief snelle ontwikkeling van de Alpenregio's is onder andere dat deze steden ver van concurrerende centra liggen en tevens een zeer centrale plaats in Europa innemen. Ze zijn daardoor dubbel aantrekkelijk voor bedrijven: goed bereikbaar en meestal relatief goedkoop. Een ander gegeven dat de ontwikkeling van genoemde regio's bevordert, is de aanwezigheid van bepaalde nieuwe industrieën. In -tegenstelling tot gebieden als Noord-Frankrijk, Wallonië en Lotharingen, die worden gedomineerd door verouderde industrie waardoor ze minder dynamisch kunnen presteren, ontwikkelen de nieuwe centra zich tot 'technopools': kernen van wetenschap en techniek. Uit onderzoek is gebleken dat gebieden met veel hightech industrie aantrekkelijk zijn voor investeerders. Een voorbeeld van die magnetwerking is het gebied rond Lyon en Grenoble, waar technologische bedrijven zich vestigen in de buurt van de universitaire 'science parks'. Op die manier ontstaan steeds meer clusters en specialisaties. Een voorbeeld hiervan is München, waar universiteiten en auto-industrie (BMW), vliegtuig-industrie en elektrotechniek (Siemens), dicht bijeen zitten. Uit de snelle groei van Spanje en Noord-Italië mag echter niet worden geconcludeerd dat het economische zwaartepunt van Europa naar het zuiden verschuift. Zuid-Italië, Griekenland en Portugal liggen nog ver achter bij de rest van Europa. De snelle groei van sommige delen van Zuid-Europa moet gezien worden als een soort aanwas. Industriële activiteiten nemen bijvoorbeeld sneller toe in het zuiden dan elders. Andere activiteiten, zoals hoogwaardige zakelijke diensten, groeien daarentegen sneller in delen van Noordwest-Europa. Er zijn dus accentverschuivingen, maar de algemene tendens is toch dat be-

### Alpengebied

### Technopools

drijven de traditionele industrie-gebieden in Europa opzoeken, de band die zich uitstrekt van Midden-Engeland, Londen en de Benelux naar het Ruhrgebied en Noord-Italië.

Hierna bespreken we:

- de Williamson-these;
- het convergentiebeleid binnen de EU.

#### Williamson-these Groeiregio's

##### De Williamson-these

Dat Europa verschillende *groeiregio's* kent, is in economisch opzicht goed verklaarbaar. Soms maakt een land een sterke economische groei door; omdat een aantal groeipolen economisch potentieel aantrekt of, anders gezegd, onttrekt aan andere gebieden van de EU, ontstaan er regionale verschillen. Groeikernen trekken investeringen en goed opgeleid personeel aan en die worden onttrokken aan de omliggende regio's of gebieden. Deze theorie, de zogenoemde Williamson-these, impliceert dat bij een algemene inkomensstijging de economische verschillen tussen de regio's toenemen.

#### Groeikernen

#### Convergentiebeleid

##### Het convergentiebeleid binnen de EU

Binnen de Europese Commissie is uitgebreid aandacht voor het probleem van de 'disparities'. Om de regionale verschillen te verkleinen voert men daarom een beleid van convergentie, waarmee steun wordt verleend aan bepaalde regio's die achterlopen bij de gemiddelde economische groei van de EU. Deze steun vindt plaats via twee instrumenten:

- 1 *Hermin*. Een subsidie aan een regio, omdat onderkend wordt dat de achterlopende economische groei van de regio is toe te schrijven aan een achtergebleven vraag en tekortkomingen in het aanbod. Vaak betreft het hier investeringen in infrastructuur.
- 2 *Quest II*. Een subsidie of financiële steun die langetermijneffecten moet genereren voor de regio en louter betrekking heeft op de aanbodkant van de economie. Het betreft hier veelal subsidie voor investeringen en R&D.

De voorgaande situatie binnen de EU geeft al aan dat exporteurs te maken hebben met regionale verschillen en hun exportbeleid daarop moeten aanpassen. Macro- en micro-economische ontwikkelingen genereren verschillende nieuwe lokale economieën met eigen marktkenmerken of eenvoudig gezegd, de verkoop van een product in het noorden van Duitsland vergt een andere benadering dan in het zuiden van Duitsland.

Ondanks deze regionalisering, waarmee de verschillende kenmerken in de marktsituatie worden bedoeld, kan het begrip ook gebruikt worden in de context van een macro-economische betekenis. Dan betekent het dat verschillende regio's, misschien wel continenten, overeenkomstige kenmerken bezitten. Zo kan in de geschiedenis van de wereldeconomie duidelijk worden aangewezen in welke regio het economisch zwaartepunt op een bepaald moment lag. Het grootste deel van de twintigste eeuw werd de wereldeconomie gedomineerd door het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Japan. Voor de 21ste eeuw luidt de verwachting dat de landen in Azië het economische toneel kunnen beheersen. Van deze regionalisering is de stap relatief snel gezet naar globalisering. Het wordt voor ondernemingen steeds eenvoudiger om wereldwijd

## Exportquote

goederen te produceren en af te zetten. Onder globaliseren wordt verstaan een versnelde wereldwijde economische integratie door een toename van de internationale handel en directe buitenlandse investeringen. De regionalisering van de buitenlandse handel wordt ook als een stap in de richting van globalisering gezien. Activiteiten in de ene regio leiden tot activiteiten in een andere regio, met als gevolg dat de nationale onderneming een internationale onderneming wordt, die over de hele wereld opereert. Zoals we in het begin van het hoofdstuk aangaven, is Nederland een belangrijk exportland. Met de toenemende internationalisering zal het Nederlandse nationale inkomen alleen maar toenemen. Nederland verdient inmiddels al meer dan 60% aan de buitenlandse handel en heeft daarmee een exportquote (waarde van de export gedeeld door het bruto binnenlandse product) die een van de hoogste in de wereld is. De verwachting is dat onder invloed van de regionalisering die overgaat in globalisering steeds meer bedrijven zullen internationaliseren. Hoe dat proces van internationalisering in zijn werk gaat, is onderwerp van het volgende hoofdstuk, evenals de vraag wat het verschil is tussen internationaliseren, exporteren en globaliseren.

## Samenvatting

Centraal in dit hoofdstuk stond de vraag hoe de export zich als vorm van internationalisering in de context van de wereldeconomie heeft ontwikkeld. Tot 2008 was er duidelijk sprake van een groeiende wereldeconomie en een hiermee samenhangende groeiende internationalisering. De drie economische machtsblokken, de VS, Europa en Azië raakten nauwer met elkaar verbonden. Belangrijk te vermelden is dat in Europa internationalisering veelal binnen de EU plaatsvond. Door de toenemende integratie begonnen de Europese ondernemingen zich meer op de EU-markt te manifesteren. Vooral de Nederlandse ondernemingen zijn op de Europese markt gericht. Tevens kwam ter sprake welke middelen de Europese Unie ter beschikking heeft om de internationale handel te stimuleren. Duidelijk is dat er een algemene opvatting heerst dat de wereldeconomie niet gebaat is bij protectionisme en dat de belangrijke economische landen in de wereld nu uitgebreid zijn tot een G-20. Exporteurs zijn niet gebaat bij handelsbelemmeringen. Reden waarom dit onderwerp uitgebreid besproken werd. De verwachting is dat in de toekomst meer bedrijven zullen internationaliseren in de vorm van export.