

INTERNATIONALISERINGSMONITOR
VOOR OOST-NEDERLAND

Grensover- schrijdend gedrag in beeld

In 2014 vond de eerste editie plaats van de Internationaliseringsmonitor voor Oost-Nederland. Met dit initiatief wilden Saxion en Windesheim verder kijken dan de regionale macrorapportages van het Centraal Bureau voor de Statistiek. Met de Internationaliseringsmonitor willen de hogescholen bij bedrijven binnenkijken om hun houding en gedrag ten opzichte van internationalisering te kunnen volgen.

Bij Saxion zijn Louise van Weerden, lector Internationale Handel, en Erik Wierstra, lector Kennisinnovatief Ondernemerschap, nauw verbonden aan de Internationaliseringsmonitor. De monitor is een coproductie met hogeschool Windesheim. Louise van Weerden: "Het idee voor de Internationaliseringsmonitor ontstond tijdens een ontmoeting met Huub Ruël, lector Internationale Handel bij Windesheim. Samen met hem en Rob Erven, docent Internationale Handel en Talen bij Windesheim hebben we de vragenlijst ontwikkeld. Windesheim heeft de Internationaliseringsmonitor vorig jaar uitgevoerd. De data zijn gezamenlijk geanalyseerd en de resultaten hebben we begin dit jaar gepresenteerd

op het seminar "Internationaal Ondernemen", een initiatief van VNO-NCW Midden. Op basis van de resultaten van de eerste monitor hebben we dit jaar de vragenlijst aangescherpt. In juni hebben we voor de tweede keer de vragenlijst van de Internationaliseringsmonitor uitgestuurd. De bedoeling is om het onderzoek jaarlijks te herhalen en zo een beeld te ontwikkelen van de stand van zaken rond internationalisering in Oost-Nederland."

Nuttige cijfers

De Internationaliseringsmonitor voor Oost-Nederland richt zich niet alleen op de algemene ontwikkeling van de handel met het buitenland. Er wordt ingezoomd op specifieke thema's. Erik Wierstra: "In de analyses maken we bijvoorbeeld onderscheid tussen familiebedrijven en niet-familiebedrijven. Familiebedrijven werken vaak minder internationaal. Met de resultaten uit de monitor kunnen we bijvoorbeeld kijken of bij familiebedrijven vooroordelen of andere barrières spelen die we kunnen wegnemen. Dat is





Erik Wierstra: “We vragen naar barrières en motieven om internationaal te gaan zakendoen”

nuttig, omdat internationalisering voor een grensregio als Oost-Nederland belangrijk is. Nederland is te klein om economische groei uit de binnenlandse markt te halen. Wij moeten het hebben van de handel met het buitenland. De toegevoegde waarde van de monitor ligt dan ook niet in het opleveren van cijfers, maar om wat ermee gedaan wordt. Denk aan de (provinciale) overheid: resultaten uit de monitor kunnen beleidsimplicaties hebben op het gebied van internationalisering.”

Louise van Weerden vult aan: “Het gaat bij de monitor om longitudinaal onderzoek. We zullen de monitor de komende jaren dus blijven uitvoeren. Zo kunnen we onder andere gaan zien of genomen maatregelen effect sorteren of hebben gesorteerd. Dat doen we door ons een beeld te vormen van zaken waar bedrijven die internationalisering overwegen tegenaan kunnen lopen. Denk aan barrières op het vlak van gebrek aan contacten in het buitenland, taal- en cultuurverschillen, financiële risico's of certificeringseisen. De

resultaten uit de monitor bieden tevens aanleiding voor verder onderzoek: wat kunnen we doen om een internationale gerichtheid te bevorderen, hoe kunnen we studenten beter opleiden voor internationale functies, hoe kunnen we bedrijven helpen met het leggen van contacten in het buitenland? Je kunt bijvoorbeeld een effect van economische missies gaan zien, zoals de reis die VNO-NCW Midden organiseerde naar India. In toekomstige monitors zouden we kunnen zien of India in meerdere mate een internationale handelspartner is geworden van bedrijven in Oost-Nederland.”

Opzet van de monitor

De monitor bestaat uit algemene en meer specifieke vragen, vertelt Erik Wierstra: “Algemene gegevens waar we naar vragen gaan over de omvang van het bedrijf en de sector waarin het werkzaam is. Ook vragen we met welke topsector een bedrijf zich identificeert. We vragen of een bedrijf al importeert en/of exporteert, of het dat wil gaan doen en zo ja, wat een





Nuchterheid is troef

Trioliet uit Oldenzaal is producent van voertehniek voor veehouders wereldwijd en winnaar van de WTC Twente Export Award 2015, waar Louise van Weerden voorzitter van de jury was. Het bedrijf tart de opmerking dat familiebedrijven terughoudend zijn op het gebied van internationalisering. Trioliet werd in 1950 opgericht door drie broers Liet en is nu in handen van de tweede generatie. Begin jaren '70 van de vorige eeuw begon het bedrijf te exporteren. Algemeen directeur Robert Liet: "85% van onze omzet komt uit export naar meer dan 50 landen wereldwijd, dus export zit wel ingebakken in onze bedrijfsvoering. Een gedegen voorbereiding is belangrijk, maar export is geen wiskunde. Er komt altijd een moment waarop je een knoop moet doorhakken: we doen het wel of niet. Een stagiair of afstudeerder laten we desk research doen naar een land waarin we interesse hebben: hoeveel boerenbedrijven zijn er met welke omvang en samenstelling, welke andere aanbieders zijn er actief zijn et cetera. Op basis daarvan beslissen we of iemand het land gaat voor een eerste kennismaking: een beurs en een boerenbedrijf bezoeken, contacten leggen met of via de ambassade. Beslis je vervolgens ervoor te gaan, dan weet je dat je een traject ingaat van twee tot drie jaar waarin je doorgaans goed begint, er tegenslag komt en na drie jaar de balans kunt opmaken of je de juiste beslissing hebt genomen. Je hebt die tijd nodig om te structureren en te organiseren. Zeker bij ons,

waar service en nazorg van groot belang zijn. Is dat niet op orde, dan heb je het verknoeid."

Hij vervolgt: "Het begint ermee de werkelijke potentie van een markt in beeld te krijgen en vervolgens eerlijk tegen jezelf te zijn. Ik geloof absoluut niet in het een wegzetten van overtollige productie in het buitenland. De kunst is juist je producten zo goed mogelijk op de markt af te stemmen. Innovatie gaat hand in hand met export. Je product moet toegevoegde waarde hebben. Je moet erin investeren en er een verhaal bij hebben. Als je in Nederland produceert, zal je nooit de goedkoopste zijn, dus je moet het prijsverschil kunnen verklaren. Een groot melkveebedrijf in Nederland heeft 400 tot 500 koeien tegenover 5.000 tot 10.000 in Noord-Amerika. Dat vraagt om de ontwikkeling van andere machines. Die kennis en ervaring kun je vervolgens weer voor andere markten inzetten. Dat houdt het interessant en daarmee bied je weer voordeel aan andere klanten."

Nieuwe kansen liggen mogelijk in Zuid-Afrika en India. Robert Liet nuanceert: "Expansie is leuk, maar dichtbij huis kun je vaak de beste marge genereren. Dat moet je niet uit het oog verliezen. In Frankrijk zijn we bijvoorbeeld met meer rayonmanagers gaan werken, zodat het gebied per persoon kleiner wordt en we de markt intensiever kunnen bewerken." Ofwel: nuchterheid is troef.



bedrijf daarvan weerhoudt. Verder vragen we met welke landen bedrijven zaken doen en maken we onderscheid tussen landen binnen en buiten de EU. We vragen naar barrières en motieven om internationaal te gaan zakendoen en vragen welke competenties volgens ondernemers nodig zijn voor internationaal zakendoen. Uit de gegevens die we ophalen kunnen we afleiden hoe regio's en sectoren in Oost-Nederland ten opzichte van elkaar presteren op internationalisering, waar meer wordt geïmporteerd, waar meer geëxporteerd."

De vragenlijst wordt verstuurd naar 18.000 bedrijven in Oost-Nederland. Louise van Weerden: "We hebben dit jaar een respons gehaald van 10%, wat voor een onderzoek als dit goed is. Bedrijven ertoe bewegen het onderzoek in te vullen is een enigszins precaire aangelegenheid. We willen geen voorselectie maken van bijvoorbeeld bedrijven die al een positieve hou-

Louise van Weerden: "Over internationalisering in het mkb is nog veel onbekend"

ding tegenover internationalisering hebben. Dat zou tenslotte een verkeerd beeld opleveren. Bedrijven die de vragenlijst invullen, hebben er niet direct iets aan. Daar staat tegenover dat het wel een positief effect voor ze kan hebben op het moment dat de overheid bijvoorbeeld haar beleid aanpast. En respondenten die aangeven het resultaat toegestuurd te willen krijgen, ontvangen de uitslagen zodra ze beschikbaar zijn."

Tipje van de sluier

Tot slot van het gesprek licht Erik Wierstra een tipje van de sluier op van zaken die dit jaar opvallen. De analyses zijn net gestart en dus onvolledig. Los daarvan moet ook iets te raden overblijven tot de resultaten in 2016 worden gepresenteerd op een seminar van VNO-NCW Midden. Wierstra: "18% van de onderzochte bedrijven doet aan export en 18% doet aan import. Dat zijn deels dezelfde bedrijven en deels andere. In totaal doet 26% van de bedrijven aan internationale handel; 10% doet dus aan ofwel import ofwel export. Wat betreft landen binnen de EU blijven België en Duitsland traditioneel groot. Buiten de EU is de VS de grootste, gevolgd door Noorwegen, Zwitserland en Turkije." Louise van Weerden concludeert: "Over internationalisering in het mkb is nog veel onbekend. Deze bedrijven spelen echter een economische rol van betekenis. Daarom is het van belang de kennis daarover te ontwikkelen en input uit de markt te krijgen. Dat doet onze Internationaliseringsmonitor voor Oost-Nederland." ■

Vluchtelingen en innovatie

Op het eerste gezicht misschien een rare combinatie, vluchtelingen en innovatie. Toch het overdenken waard.

Natuurlijk weten we dat zich onder vluchtelingen getalenteerde mensen bevinden. Denk aan de toestroom van mensen uit Syrië. In de krant las ik laatst dat IS zich zorgen maakt om de braindrain uit Syrië. Juist hoog opgeleide mensen voelen zich bedreigd en melden zich aan onze grens.

Iemand van de IND vertelde me deze week dat mensen uit Syrië veelal een verblijfstitel kunnen krijgen. Er is dus geen enkele belemmering voor het koppelen van hun talenten aan de behoeften van de werkgevers in de regio waar ze terechtkomen. Als deze verbinding wordt gemaakt, kunnen ze meteen aan het werk.

In de Achterhoek, waar de krimp toeslaat, zie ik allerlei kansen. Stel dat getalenteerde Syriërs de personeelsbehoefte kunnen invullen. Dan is de toevoeging vluchteling of asielzoeker niet meer van belang en zijn het waardevolle mensen die de vernieuwing in de regio een impuls kunnen geven.

Dus waarom gaan we niet al bij de eerste opvang actief geschikte kandidaten werven en hen begeleiden bij het vinden van een baan? Ik heb de laatste tijd verschillende ondernemers in de maakindustrie gesproken die hieraan willen meewerken. De opvangcentra willen dat ook.

Ik denk dat het tijd is voor een ander initiatief. De overheidsdiensten die ik op televisie zie, zijn overbelast. Waarom gaan we niet zelf aan de slag? Wie doet er mee?

MARTIN STOR

DIRECTEUR ACHTERHOEKS CENTRUM VOOR TECHNOLOGIE

WWW.ACT-NU.NL