
De exportrelatie tussen de regio Zwolle en Duitsland

*Rapportage over de huidige export en het export
potentieel vanuit de regio Zwolle met Duitsland*

Lectoraat International Business
Kenniscentrum Strategisch Ondernemerschap

Inhoudsopgave

Samenvatting.....	2
1. Inleiding	5
2. Export vanuit de regio Zwolle	7
Internationaal actieve bedrijven in de regio	7
Onderverdeling naar grote, middelgrote, en kleine ondernemingen.....	8
Export vanuit de regio Zwolle naar Duitsland	9
Nordrhein-Westfalen dominant.....	10
Export van diensten.....	10
Samengevat	11
3. Regionaal export potentieel en bijdrage innovatie.....	13
Export potentieel richting Duitsland op de korte termijn.....	13
Export vanuit de regio richting Duitsland op de langere termijn.....	15
Samengevat	16
4. Mogelijke relevantie van lokale aanwezigheid	18
5. Export belemmeringen.....	19
6. Instellingen die zich bezighouden met NL-Duitsland handelsrelatie	21
7. Best practices succesvolle exporteurs en samenwerking.....	22
8. Concrete aanbevelingen exportbevordering	24

Samenvatting

Exportwaarde vanuit Nederland en Overijssel

De totale waarde van de Nederlandse export bedroeg 453,4 miljard Euro (2012) . De export vanuit de provincie Overijssel bedroeg 18,3 miljard Euro (2012) .

In totaal zijn in de regio Zwolle 20,1% van de bedrijven internationaal actief of in buitenlandse handen (landelijk gemiddelde is 18%, Limburg is de meest 'internationale' provincie, Friesland de minst 'internationale' provincie).

Voor Overijssel zijn MKB-bedrijven verantwoordelijk voor 80% van de exportwaarde.

De totale waarde van de Nederlandse export richting Duitsland bedraagt 99,2 mrd (2011) (24,2% van de totale export), waarvan 46 mrd doorvoer ('re-exports').

Er zijn geen aanwijzingen dat Oost- Nederlandse provincies meer handel drijven en exporteren richting Duitsland dan andere provincies.

Chemische producten zijn de belangrijkste export producten voor Overijssel. Voor de noordelijke provincies en voor Gelderland zijn dat vooral 'food and live animals'.

Het is aannemelijk dat vanuit de regio Zwolle bedrijven in de agrifood, grondstoffen en chemie exporteren naar Duitsland.

Nordrhein-Westfalen (NRW) is de belangrijkste Duitse deelstaat voor wat betreft Nederlandse export. Ruim 40% gaat er naar toe.

Duitsland scoort tweede als bestemming voor Nederlandse diensten (12,5 mrd in 2011, 10 mrd in 2010).

De diensten die Nederland exporteert richting Duitsland zijn: transport (35%), reisverkeer (35%), zakelijke dienstverlening (23%).

Deze gegevens geven waarschijnlijk ook een indicatie van welke bedrijven in de regio Zwolle en de provincie Overijssel actief zijn in de diensten export.

Exportgroei richting Duitsland

Bijna 80% van de Nederlandse bedrijven die nu actief zijn in Duitsland verwachten groei te halen in Duitsland. Dat zal volgens de meeste bedrijven gaan via autonome groei, zoals introductie van nieuwe producten en aanboren van nieuwe markten.

Er liggen kansen voor regionale bedrijven in de Duitse auto-industrie, machinebouw, chemie en diensten.

Vanuit de negen topsectoren bekeken kan worden gezegd dat voor alle topsectoren Duitsland kansen biedt voor groei.

Zuid-Duitsland is economisch de sterkste regio, heeft de laagste werkloosheid, de sterkste groei, en besteedt relatief het meest aan innovatie.

Nederlandse export heeft met 32,4 miljard Euro ‘slechts’ een aandeel van 6,3% in de totale import van Zuid-Duitsland, hetgeen lager is dan het aandeel van Nederlandse export in alle andere Duitse regio's.

In Zuid-Duitsland zijn de meet- en regeltechniek, auto- en machinebouw (High Tech Systemen en Materialen), biotech (Life Sciences & Health en Energie) en ICT groei- en kans sectoren voor Nederlandse bedrijven.

Exportgroei langere termijn

Om te groeien in export richting Duitsland op langere termijn zal nodig zijn: innovatie (in het MKB), inzetten op een sterkere toeleveringspositie richting de Duitse industrie, inzetten op export van diensten/online diensten, en het uitbreiden van investeringen in Duitsland.

Innovatie en internationalisering hangen samen

Innovatie en internationalisering in het MKB gaan sterk samen. MKB-bedrijven kunnen worden ingedeeld in vijf groepen als het gaat om innovatie: koplopers, ontwikkelaars, toepassers, volgers, en niet-innovatieven.

Van de koplopers is 59% actief in de export, van de ontwikkelaars 39%. Van de volgers en niet-innovatieven zijn respectievelijk slechts 15 en 11% actief in de export.

Lokale aanwezigheid

Lokale aanwezigheid vanuit de regio Zwolle kan alleen bijdragen indien het een aanvulling kan bieden op huidige Nederlandse ondersteuning in Duitsland.

Exportbelemmeringen

De exportbelemmeringen lijken vooral aan de kant van bedrijven zelf te liggen. Gebrek aan bekendheid met de Duitse markt, regelgeving, zakencultuur, en taal zijn de kernbelemmeringen. Hierdoor leeft er bij veel regionale ondernemers een gevoel dat ze niet weten waar te beginnen en hoe het aan te pakken.

Instellingen gericht op handelsrelatie

Er zijn veel instellingen in Nederland die zich volledig of gedeeltelijk bezighouden met de handelsrelatie tussen Nederland en Duitsland.

Het is niet goed mogelijk om uitspraken te doen over de mate van effectiviteit van deze instellingen. Wat is vooral opvalt is het gebrek aan samenhang tussen de verschillende instellingen.

Dat kan er in resulteren dat regionale ondernemers geen overzicht en goed inzicht hebben van de bestaande instellingen en hun dienstenpakket. Ondernemers weten niet bij wie ze kunnen aankloppen voor goed advies en ondersteuning.

Exportbevordering

Exportbevordering op de korte termijn betekent vooral gerichte en concrete kennis- en informatieoverdracht en ondersteuning richting ondernemers.

De opzet van een centraal en herkenbaar 'loket' voor regionale ondernemers kan hieraan bijdragen. Een mogelijke opzet voor een soort van Internationaal Zakendoen Expertise Centrum (IZEC) of 'Duitsland-desk' is bijgeleverd.

Op langere termijn is het van belang innovatie (in het MKB) te stimuleren om export richting Duitsland te laten groeien en aansluiting te blijven houden bij de Duitse industrie en dienstverlening. Duitsland investeert meer in research & development (R&D) dan Nederland.

1. Inleiding

De regio Zwolle is een ondernemende regio met veel succesvolle ondernemers. Het is de sterkste economische regio van Nederland¹.

Echter de regio behoort niet tot de meest internationale regio's. Internationalisering en innovatie gaan vaak samen en zijn van belang voor de regio om zich te blijven ontwikkelen.

In 2013 is Nederlandse export opnieuw gegroeid, zo bleek deze maand uit cijfers van het CBS. En met een Duitse economie die in 2014 naar verwachting goed zal blijven presteren, is verdere groei van de export vanuit Nederland en de regio Zwolle mogelijk.

Maar hoe kan de export vanuit de regio richting Duitsland de komende jaren blijven groeien?

Dit rapport is geschreven in opdracht van de Economic Board Zwolle vanuit de vraag:

“De Economic Board wil via een Quick and Dirty scan meer inzicht in status en mogelijkheden van de regio Zwolle ten aanzien van zakendoen in Duitsland, met extra aandacht voor kleine en middelgrote ondernemingen. Daarbij dient zoveel mogelijk gebruik te worden gemaakt van de informatie die landelijk en regionaal al beschikbaar is”.

Deze opdracht is vertaald in de volgende hoofdvraag:

In welke mate zijn bedrijven in de regio Zwolle internationaal actief, met name in Duitsland, welke potentie is er om de export met Duitsland te versterken (met name op de innovatieve bedrijven), en hoe kan die export richting Duitsland verder uitgebouwd worden?

Dit rapport presenteert antwoorden op vragen die vanuit de Economic Board gesteld zijn. De basis van antwoorden is gezocht in bestaande rapportages en openbare bronnen, en ook op basis van onderzoeksgegevens verzameld door Windesheim Hogeschool, Domein Business, Media en Recht, Kenniscentrum Strategisch Ondernemerschap, en opleidingen International Business & Languages.

Dit rapport is geschreven vanuit het lectoraat International Business, onderdeel van het kenniscentrum Strategisch Ondernemerschap van Hogeschool Windesheim onder verantwoordelijkheid van Dr. Huub Ruël, Lector International Business.

Het lectoraat is graag bereid tot toelichting op de rapportage en tot het verzorgen van een presentatie van de rapportage.

¹ Elsevier en bureau Louter Jaarrapportage 2012

Contactgegevens:

Huub Ruël, Lector International Business

Hogeschool Windesheim

Kenniscentrum Strategisch Ondernemerschap

Email: hjm.ruel@windesheim.nl ; lectoraat.internationalbusiness@windesheim.nl

Telefoon: 088 469 81 70

Bezoekadres: Campus 2-6, Zwolle

Postadres: Postbus 10090 - 8000 GB - Zwolle

2. Export vanuit de regio Zwolle

Dit onderdeel beschrijft het aantal bedrijven dat internationaal actief is in de regio Zwolle, de omvang van de export vanuit Nederland en vanuit de regio. De export van zowel goederen als diensten zal verder uitgediept worden. Ook gaat het in op de rol van het MKB in de export.

Internationaal actieve bedrijven in de regio

De totale waarde van de Nederlandse export bedroeg 453,4 miljard Euro (2012)². De export vanuit de provincie Overijssel bedroeg 18,3 miljard Euro (2012)³.

In de regio Zwolle (gedefinieerd als Noord-Overijssel) zijn in aantal 19 570 ondernemingen actief⁴. Daarvan is 1.6% in buitenlandse handen, in absolute zin gaat het om 313 bedrijven.

Hieronder volgt een analyse van het aantal internationaal actieve bedrijven per regio. Dan gaat het om bedrijven die actief zijn in de internationale handel in goederen. De internationale handel in diensten kan niet per regio worden vastgesteld, maar wel per provincie.

Regio Zwolle (Noord-Overijssel)

Van de aanwezige ondernemingen in de regio Zwolle is 1.8% actief in de export⁵ (356 bedrijven), 8,4% is actief in de import (1659 bedrijven), en 8,3% is actief in zowel export als import (1624 bedrijven).

In totaal is in de regio Zwolle 20,1% van de bedrijven internationaal actief of in buitenlandse handen (landelijk gemiddelde is 18%, Limburg is de meest 'internationale' provincie, Friesland de minst 'internationale' provincie).

Als het gaat om export, dan is 10,1% van de bedrijven in de regio Zwolle actief in de export. De waarde van de Nederlandse export bedraagt 409,4 mrd (2011).

Gemeente Zwolle

Voor de gemeente Zwolle zelf geldt dat tussen de 2 en 4% van de bedrijven actief zijn in enkel export (dat is minder in dan de meeste gemeenten in Overijssel en minder dan de gemeente Noordoostpolder).

Tussen de 8 en 12% van de bedrijven in de gemeente Zwolle zijn actief met enkel import (gelijk aan de meeste gemeenten in Overijssel, en meer dan de gemeenten in Noord-Gelderland).

² CBS Internationalisation monitor 2013

³ CBS (2013)

⁴ Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Internationalisation monitor 2012. Het gaat om zgn. 'local business units'. Dat kunnen ook vestigingen zijn van bedrijven die tevens vestigingen elders hebben. Echter, in de meeste gevallen gaat het om bedrijven met een enkele 'local business unit'. Overigens, gebruikt het CBS cijfers van 2009.

⁵ Het betreft enkel de export van goederen. Het aandeel van internationale handel in diensten voor Nederland is 20% van de totaal (bron: CBS, 2012).

Tussen de 8.4% en 12% van de bedrijven in de gemeente Zwolle is actief in zowel export als import. Dat is vergelijkbaar met de meeste gemeenten in Overijssel.

Zuidwest Overijssel

In Zuidwest-Overijssel zijn 7420 bedrijven actief⁶. Hiervan is 2.2% in buitenlandse handen, exporteert 1,7%, importeert 8.3% en is 8.9% actief met zowel export als import.

Flevoland

In de provincie Flevoland zijn 23 080 bedrijven actief, waarvan 1.9% in buitenlandse handen. Van deze bedrijven is 1,7% actief in de export, 6,7% importeert en 8,9% is actief in export en import.

Zuidwest Drenthe

In Zuidwest Drenthe zijn 7770 bedrijven actief, 1,7% van de bedrijven is in buitenlandse handen, 1,6% is enkel actief in export, 8,5% is enkel actief in import, en 7,9% is actief met export en import.

Veluwe

In het gebied aangeduid als de Veluwe (met onder meer de gemeenten Hattem, Oldebroek en Heerde) zijn 40 320 bedrijven actief, met 1,6% van de bedrijven dat in buitenlandse handen is, 2,1% van de bedrijven dat enkel actief is met export, 6,7% van de bedrijven dat enkel actief is met import, en 8,9% van de bedrijven dat zowel exporteert als importeert.

Onderverdeling naar grote, middelgrote, en kleine ondernemingen

Het overgrote deel van de bedrijven dat internationaal actief is, is in Nederlandse handen, echter de export waarde die dit deel vertegenwoordigt is 52%⁷. Bedrijven in buitenlandse handen zijn verantwoordelijk voor 48% van de export, ondanks dat het slechts om minder dan 4% van het aantal bedrijven gaat dat actief is in de internationale handel van goederen. Dus, een kleine groep buitenlandse bedrijven neemt een fors deel van de export vanuit Nederland voor haar rekening.

De rol van het midden- en klein bedrijf⁸ (MKB) in de export is aanzienlijk. In waarde gaat het om 181 mjr Euro in 2012 en is sinds 2002 voortdurend gestegen, met uitzondering van het jaar 2009.

Grote ondernemingen zijn verantwoordelijk voor 116 mjr Euro (2012) van de export van goederen, maar met een minder gestage stijging dan het MKB.

Vanuit het gegeven dat slechts een klein deel van de exporterende bedrijven in buitenlandse handen is, blijkt dat ook van de MKB-bedrijven de buitenlandse bedrijven een belangrijk aandeel hebben in de export van goederen vanuit Nederland.

Voor Overijssel zijn MKB-bedrijven verantwoordelijk voor 80% van de exportwaarde.⁹

⁶ CBS (2013). Internationalisation monitor 2013.

⁷ CBS (2012). Internationalisation monitor 2012

⁸ Onderneming met minder dan 250 medewerkers. Een klein bedrijf omvat maximaal 49 medewerkers, een middenbedrijf omvat minimaal 50 medewerkers en maximaal 249 medewerkers (CBS).

Export vanuit de regio Zwolle naar Duitsland

Nederland exporteert naar het buitenland in het algemeen vooral:

- Machines en transportmiddelen (111,8 mjr)
- Chemische producten (73,5 mjr)
- Minerale brandstoffen (67,8 mjr)

Chemische producten zijn de belangrijkste export producten voor Overijssel. Voor de noordelijke provincies en voor Gelderland zijn dat vooral 'food and live animals'¹⁰.

De Nederlandse export naar Duitsland is continue gegroeid sinds het midden van de jaren '90. Hiervan betreft het voor ongeveer de helft uitvoer van in Nederland geproduceerde goederen, de rest betreft doorvoer of uitvoer met een tijdelijke Nederlandse opslag^{11 12}

Nederland exporteert voornamelijk richting Duitsland:

- Agrifood (24% / 12,5 mjr)
- Olie, brandstoffen, gas (27% / 11,7 mjr)
- Chemische producten (20% / 9,7 mjr)
- Technologische producten (15% / 6,7 mjr)
- Producten van rubber, metaal, kunststof (27% / 6,2 mjr)
- Overige producten (22% / 3,5 mjr)

Voor voedings- en genotsmiddelen gaat het voor 30% (2010) om zogenaamde wederuitvoer, voor grondstoffen om 34% (2010) wederuitvoer, en voor chemische producten om 52% (2010) wederuitvoer.

Binnen de categorie Agrifood is het aandeel in Nederland geproduceerde goederen het grootst.

De marge op wederuitvoer (doorvoer of zgn. 're-exports') is aanzienlijk lager dan op in Nederland geproduceerde goederen¹³.

De totale waarde van de Nederlandse export richting Duitsland bedraagt 99,2 mjr (2011)¹⁴ (24,2% van de totale export), waarvan 46 mjr doorvoer ('re-exports').

Er zijn geen aanwijzingen dat Oost- Nederlandse provincies meer handel drijven en exporteren richting Duitsland dan andere provincies¹⁵.

"Wel is het zo dat in het oosten bij de grens, vaker incidentele handel wordt gedreven met Duitsers"

¹⁶

⁹ CBS (2013) Internationalisation monitor

¹⁰ CBS (2013) Internationalisation monitor

¹¹ Trendbureau Overijssel (2012). Economisch verkeer tussen Nederland en Duitsland

¹² CBS (2012)

¹³ CBS (2012)

¹⁴ CBS (2012)

¹⁵ MKB (2013) Business Guide Duitsland

¹⁶ Nienke Pilkes van Gateway to Germany in MKB Business Guide Duitsland (2013), p. 17

Op basis van deze gegevens is het aannemelijk dat ook vanuit de regio Zwolle bedrijven in de agrifood, grondstoffen en chemie exporteren naar Duitsland.

Om dit enigszins nader te staven kan worden gekeken naar de economische structuur van de regio Zwolle.

De regionale economische structuur in de regio Zwolle wordt gedomineerd door de dienstverlening (adviesdiensten, facilitaire diensten, persoonlijke diensten, en algemene diensten), detailhandel, landbouw en visserij, en de bouw¹⁷.

Vooraf de landbouw en visserij is in de regio Zwolle in vergelijking met Nederland als geheel sterk vertegenwoordigd (13% vs ruim 5% van het aantal bedrijven).

Daarbinnen gaat het dan met name om het fokken en houden van melkvee en in behoorlijk mindere mate om dienstverlening voor akker- en/of tuinbouw, en teelt van granen, peulvruchten en oliehoudende zaden.

Ook de detailhandel is bovengemiddeld vertegenwoordigd in de regio Zwolle in vergelijking met Nederland als geheel.

Op basis van het bovenstaande lijkt het in ieder geval aannemelijk dat de agrifood sector een belangrijk aandeel in de export vanuit de regio Zwolle richting Duitsland heeft.

Nordrhein-Westfalen dominant

Nordrhein-Westfalen (NRW) is de belangrijkste Duitse deelstaat voor wat betreft Nederlandse export. Ruim 40% gaat er naar toe, en er is een positieve handelsbalans. Er is ook een positieve handelsbalans met Nedersachsen, maar er gaat duidelijk minder export naar toe.

Het is zeer aannemelijk dat Overijsselse export, en dus ook de export vanuit de regio Zwolle voornamelijk naar NRW gaat.

Export van diensten

De export van diensten verdient bijzondere aandacht. Ondanks dat in hoge inkomens landen zoals Nederland, de dienstverlenende sector ongeveer 75% van het BBP omvat, is het aandeel van diensten in de Nederlandse export relatief laag. Het gaat om 20% van de totale export¹⁸. Ook in de export van diensten (net als in de export van goederen) heeft Nederland een handelsoverschot van ruim 12 miljard Euro in 2011 en 10 miljard in 2012.

De belangrijkste diensten die Nederland exporteert (met een positieve handelsbalans) zijn transport (21,5 mrd) en royalties en opbrengsten van licenties (21,3 mrd). De door het CBS als 'other business services' gedefinieerde categorie is het grootst (29,5 mrd). Hieronder vallen voornamelijk 'diensten tussen gelieerde bedrijven die niet elders zijn onder gebracht', 'merchandising' (groothandel), operationele lease diensten, en adverteren & research & development.

¹⁷ Regio Zwolle Monitor 2012

¹⁸ CBS (2013)

De meeste Nederlandse diensten export gaat naar Ierland (vooral voor royalties en licentie opbrengsten) (13,2 mrd in 2011).

Duitsland scoort tweede als bestemming voor Nederlandse diensten (12,5 mrd in 2011, 10 mrd in 2010).

De diensten die Nederland exporteert richting Duitsland zijn:

- Transport (35%)
- Reisverkeer (35%)
- Zakelijke dienstverlening (23%)

Deze gegevens geven waarschijnlijk ook een indicatie van welke bedrijven in de regio Zwolle en de provincie Overijssel actief zijn in de diensten export.

Polen vertoont de sterkste groei als bestemming voor Nederlandse diensten export (32% groei in de periode 2010-2011¹⁹) met voor computer en informatie-gerelateerde diensten als belangrijke aandeel in de groei. Zuid-Afrika scoort een tweede plaats als het gaat om Nederlandse diensten export groei.

Samengevat

De totale waarde van de Nederlandse export bedroeg 453,4 miljard Euro (2012) . De export vanuit de provincie Overijssel bedroeg 18,3 miljard Euro (2012) .

In totaal is in de regio Zwolle 20,1% van de bedrijven internationaal actief of in buitenlandse handen (landelijk gemiddelde is 18%, Limburg is de meest 'internationale' provincie, Friesland de minst 'internationale' provincie).

Voor Overijssel zijn MKB-bedrijven verantwoordelijk voor 80% van de exportwaarde.

De totale waarde van de Nederlandse export richting Duitsland bedraagt 99,2 mrd (2011) (24,2% van de totale export), waarvan 46 mrd doorvoer ('re-exports').

Er zijn geen aanwijzingen dat Oost- Nederlandse provincies meer handel drijven en exporteren richting Duitsland dan andere provincies.

Chemische producten zijn de belangrijkste export producten voor Overijssel. Voor de noordelijke provincies en voor Gelderland en Zeeland zijn dat vooral 'food and live animals'.

Vanuit de regio Zwolle zijn het vooral bedrijven in de agrifood, grondstoffen en chemie die exporteren naar Duitsland.

Nordrhein-Westfalen (NRW) is de belangrijkste Duitse deelstaat voor wat betreft Nederlandse export. Ruim 40% gaat er naar toe.

Duitsland scoort tweede als bestemming voor Nederlandse diensten (12,5 mrd in 2011, 10 mrd in 2010).

¹⁹ CBS (2012)

De diensten die Nederland exporteert richting Duitsland zijn: transport (35%), reisverkeer (35%), zakelijke dienstverlening (23%).

Deze gegevens geven waarschijnlijk ook een indicatie van welke bedrijven in de regio Zwolle en de provincie Overijssel actief zijn in de diensten export.

3. Regionaal export potentieel en bijdrage innovatie

Dit onderdeel gaat in op het regionale export potentieel op korte en langere termijn en de rol en bijdrage van innovatie in dit export potentieel. Waar liggen kansen en wat kan de bijdrage van innovatie zijn in deze kansen?

Export potentieel richting Duitsland op de korte termijn

Ondanks dat Duitsland de grootste handelspartner is voor Nederland en de meeste Nederlandse export richting Duitsland gaat, is er nog duidelijk potentieel voor groei.

En die belangstelling voor groei richting Duitsland blijkt ook bij ondernemers, zeker in het MKB, te bestaan.

Bijna 80% van de Nederlandse bedrijven die nu actief zijn in Duitsland verwachten groei te halen in Duitsland²⁰. Dat zal volgens de meeste bedrijven gaan via autonome groei, zoals introductie van nieuwe producten en aanboren van nieuwe markten.

Overigens levert bij 70% van de bedrijven de Duitse markt maximaal 10% van de omzet, bij 20% is dat tussen de 10 en 25% en 5% van de Nederlandse bedrijven die reeds actief zijn haalt ruim 50% uit Duitsland²¹.

Waar liggen op korte termijn kansen voor export groei vanuit de regio Zwolle?

Sector perspectief

Duitsland heeft een sterke industrie, met name de auto-industrie, machinebouw en chemie. Maar ook de dienstensector is erg groot en draagt het meest bij aan het BBP van Duitsland²². De zakelijke dienstverlening, food, logistiek, ICT en telecom zijn groot in Duitsland.

Er liggen kansen voor regionale bedrijven in de Duitse auto-industrie, machinebouw, chemie en diensten²³.

In de auto-industrie, die zich vooral ook in het zuiden van Duitsland concentreert zijn er kansen voor bedrijven uit de regio Zwolle op het gebied van “ontwikkeling van alternatieve aandrijfsystemen en lichte materialen om brandstofverbruik te verminderen”²⁴.

Beurzen in Zuid-Duitsland op dit terrein: Automechanika, eCarTec, en de Internationale Automobil-Austellung (IAA)²⁵.

In de machinebouw liggen er kansen “op het gebied van slimme oplossingen voor energiebesparing en materialen”²⁶. De vraag naar toeleveranciers buiten Duitsland groeit binnen de Duitse maakindustrie.

²⁰ KPMG (2014) Onderzoek over zakendoen in Duitsland.

²¹ KPMG (2014).

²² MKB (2013).

²³ MKB (2013) Business guide Duitsland

²⁴ MKB (2013) p. 14

²⁵ MKB (2013).

²⁶ MKB (2013).

In de chemie (BASF, Bayer, Henkel) in Duitsland zijn er kansen voor bedrijven om samen met Duitse bedrijven R&D-trajecten op te zetten of te leveren aan bedrijven of toeleveranciers²⁷.

In de dienstensector in Duitsland zijn Nederlandse bedrijven met name actief in het transport, logistiek, en research and development. Maar ook architecten- en ingenieurbureaus doen steeds beter zaken in Duitsland²⁸. Online dienstverlening biedt ook groeimogelijkheden.

In zijn algemeenheid biedt de Duitse maakindustrie kansen voor Nederlandse bedrijven. Deze sector in Duitsland kent nu een toegevoegde waarde van bijna 500 miljard Euro en zal tot aan 2020 groeien tot meer dan 1000 miljard²⁹. De Nederlandse metaal, rubber- en kunststofbewerkers, en ook technische dienstverleners en hightech-toeleveranciers hebben hier veel te winnen. De huidige omzet van 6,2 miljard die Nederlandse bedrijven hier behalen kan groeien tot 10 miljard Euro in 2020 met gerichte extra inspanningen³⁰.

Topsectoren perspectief

Vanuit de in 2011 door de Nederlandse regering benoemde negen topsectoren bekeken kan worden gezegd dat voor alle topsectoren Duitsland kansen biedt voor groei³¹.

Voor de agrifood en tuinbouw zijn Nedersachsen, NRW, en Zuid-Duitsland interessante regio's.³²

De creatieve industrie is een groot in Duitsland, maar er is stevige concurrentie. Nederland loopt voor op gebieden zoals open source, op design, en open data-software³³. Nederlands ontwerp (Dutch Design) gaat goed in Duitsland (Nederlander Adrian van Hooydonk is chef design bij BMW). Regio's interessant voor de creatieve industrie zijn: NRW, Bayern en Baden-Württemberg, Hamburg en Berlijn³⁴.

Voor de duurzame energie (een groeisector in Duitsland) heeft Nederland vooral bedrijven die kennis hebben van opslag en transport van energie. Interessante regio's: Noord-Duitsland, Zuid-Duitsland³⁵.

Tot slot, Duitsland biedt veel kansen voor de topsector High Tech Systemen en Materialen, met name voor bedrijven in de automotive, machinebouw, IT en elektronica, en energiebesparing en duurzame materialen³⁶.

Geografisch perspectief

Ruim 40% van de Nederlandse export gaat naar Nordrhein-Westfalen (NRW). De andere deelstaten samen (zonder Nedersachsen) importeren ruim 40% vanuit Nederland. Met de meeste Duitse deelstaten heeft Nederland een negatieve handelsbalans.

²⁷ MKB (2013).

²⁸ MKB (2013).

²⁹ ING (2012) Toeleveren aan de Duitse maakindustrie

³⁰ ING (2012) Toeleveranciers in de Duitse maakindustrie

³¹ MKB (2013)

³² MKB (2013)

³³ MKB (2013)

³⁴ MKB (2013)

³⁵ MKB (2013)

³⁶ MKB (2013)

Zuid-Duitsland is economisch de sterkste regio, heeft de laagste werkloosheid, de sterkste groei, en besteedt relatief het meest aan innovatie³⁷

Nederlandse export heeft met 32,4 miljard Euro ‘slechts’ een aandeel van 6,3% in de totale import van Zuid-Duitsland, hetgeen lager is dan het aandeel van Nederlandse export in alle andere Duitse regio’s³⁸.

In Zuid-Duitsland zijn de meet- en regeltechniek, auto- en machinebouw (High Tech Systemen en Materialen), biotech (Life Sciences & Health en Energie) en ICT groei- en kanssectoren voor Nederlandse bedrijven³⁹.

Export vanuit de regio richting Duitsland op de langere termijn

Om te groeien in export richting Duitsland op langere termijn zal nodig zijn:

1. innovatie (in het MKB)
2. inzetten op een sterkere toeleveringspositie richting de Duitse industrie,
3. inzetten op export van diensten/online diensten, en
4. het uitbreiden van investeringen in Duitsland.

Innovatie bij het bedrijfsleven in de regio zal nodig zijn om (meer) producten en diensten met een hoge toegevoegde waarde te kunnen blijven leveren. Duitsland investeert duidelijk meer dan Nederland in research & development. Duitsland kent het zogenaamde ZIM (Zentrales Innovationsprogramm Mittelstand) ter ondersteuning van technologische ontwikkeling door het MKB (jaarlijks 500 miljoen Euro).

Daarnaast zal innovatie nodig zijn om aan te kunnen blijven sluiten bij de Duitse industrie. Toeleveranciers worden in toenemende mate in het buitenland gezocht en de concurrentie is hevig⁴⁰.

Innovatie en internationalisering in het MKB gaan sterk samen⁴¹. MKB-bedrijven kunnen worden ingedeeld in vijf groepen als het gaat om innovatie: koplopers, ontwikkelaars, toepassers, volgers, en niet-innovatieven⁴².

Van de koplopers is 59% actief in de export, van de ontwikkelaars 39%. Van de volgers en niet-innovatieven zijn respectievelijk slechts 15 en 11% actief in de export⁴³.

Inzetten op een sterkere toeleveringspositie in de Duitse industrie vergt naast innovatie ook ‘opschaling van de marktwerking’⁴⁴. Toeleveranciers schuiven op in de keten, van het leveren van onderdelen naar het leveren van complete modules.

³⁷ Zakendoen in Zuid-Duitsland (NL vertegenwoordiging in München)

³⁸ Zakendoen in Zuid-Duitsland

³⁹ Zakendoen in Duitsland/ING (2012)

⁴⁰ ING (2012)

⁴¹ Panteia/ondernemerschap.nl (2013). Innovatie en internationalisering in het MKB

⁴² Panteia/Ondernemerschap.nl (2013)

⁴³ Panteia/Ondernemerschap.nl (2013)

⁴⁴ ING (2012)

Ondanks dat export van diensten lastiger lijkt vanwege regelgeving en de persoonlijke interactie (bijvoorbeeld in de zorg), is er hier zeker ook winst te halen. Export van adviesverlening, architectuur, onderwijs, IT dienstverlening en online dienstverlening zijn kansrijk. Nederland, en ook de regio, heeft op deze terreinen goede kwaliteit en een goede naam. Omdat diensten tevens veelal in een persoonlijke interactie geleverd worden is verdieping van de kennis van de Duitse cultuur en taal wellicht een belangrijke vereiste.

Nederland is de grootste buitenlandse investeerder in Duitsland (ruim 20% van de totale stroom van directe buitenlandse investeringen⁴⁵). In 2009 waren er 2689 bedrijven met een Nederlandse deelneming, met samen een omzet van ruim 250 miljard Euro en zo'n 600 000 werknemers. De meeste van deze bedrijven zijn gevestigd in Nordrhein-Westfalen. Er zijn echter ook cijfers die aangeven dat het aantal Nederlandse deelnemingen nog veel hoger ligt⁴⁶.

Investeren in Duitsland (door opzet filialen, productie- en distributiefaciliteiten en door het kopen van Duitse bedrijven) biedt kansen om de Duitse (dienstverlenings-) markt binnen te komen en aansluiting te vinden als toeleverancier in de industrie. Ook voor bedrijven uit de regio Zwolle is een inzet op investeren in Duitsland een strategie om voor de langere termijn succesvol 'aangehaakt' te blijven op de Duitse markt en de positie te verstevigen.

Industriële relatie met Duitsland langere termijn

Om aangesloten te blijven op de Duitse industrie is het van belang dat ook de industriële basis in Nederland op niveau blijft⁴⁷. Excellent personeel, voldoende investeringen in en rendement op R&D, flexibilisering van de bedrijfsvoering, en toegang tot grondstoffen zijn hiervoor kernuitdagingen⁴⁸, ook voor de regio Zwolle.

Samengevat

Bijna 80% van de Nederlandse bedrijven die nu actief zijn in Duitsland verwachten groei te halen in Duitsland . Dat zal volgens de meeste bedrijven gaan via autonome groei, zoals introductie van nieuwe producten en aanboren van nieuwe markten.

Er liggen kansen voor regionale bedrijven in de Duitse auto-industrie, machinebouw, chemie en diensten.

Vanuit de in 2011 door de Nederlandse regering benoemde negen topsectoren bekeken kan worden gezegd dat voor alle topsectoren Duitsland kansen biedt voor groei.

Zuid-Duitsland is economisch de sterkste regio, heeft de laagste werkloosheid, de sterkste groei, en besteed relatief het meest aan innovatie.

Nederlandse export heeft met 32,4 miljard Euro 'slechts' een aandeel van 6,3% in de totale import van Zuid-Duitsland, hetgeen lager is dan het aandeel van Nederlandse export in alle andere Duitse regio's .

⁴⁵ Moolenaar, K. (2012) Ondernemen in Duitsland

⁴⁶ Moolenaar, K. (2012)

⁴⁷ ING (2012)

⁴⁸ ING (2012)

In Zuid-Duitsland zijn de meet- en regeltechniek, auto- en machinebouw (High Tech Systemen en Materialen), biotech (Life Sciences & Health en Energie) en ICT groei- en kanssectoren voor Nederlandse bedrijven .

Om te groeien in export richting Duitsland op langere termijn zal nodig zijn: innovatie (in het MKB), inzetten op een sterkere toeleveringspositie richting de Duitse industrie, inzetten op export van diensten/online diensten, en het uitbreiden van investeringen in Duitsland.

Innovatie en internationalisering in het MKB gaan sterk samen. MKB-bedrijven kunnen worden ingedeeld in vijf groepen als het gaat om innovatie: koplopers, ontwikkelaars, toepassers, volgers, en niet-innovatieven.

Van de koplopers is 59% actief in de export, van de ontwikkelaars 39%. Van de volgers en niet-innovatieven zijn respectievelijk slechts 15 en 11% actief in de export.

4. Mogelijke relevantie van lokale aanwezigheid

Is het relevant om een lokale aanwezigheid in Duitsland te hebben? Scherper geformuleerd: kan de aanwezigheid van een soort van business support office gefinancierd vanuit de regio Zwolle bijdragen aan een versterking van de export naar Duitsland?

Het antwoord op deze vraag is dat een lokale aanwezigheid alleen kan bijdragen indien het een aanvulling kan bieden op huidige Nederlandse ondersteuning in Duitsland.

Er zijn in Duitsland:

- 13 Nederlandse honorair consuls actief zijn die politiek/economische belangen van Nederland behartigen;
- Twee consulaten-generaal, in Düsseldorf en in München;
- Vier NBSO (business support offices) actief; (dit zijn kantoren van AgentschapNL);
- Een grote Nederlandse ambassade in Berlijn.

De vraag is of een lokale aanwezigheid vanuit de regio Zwolle hier iets aan kan toevoegen? En wat?

Daarnaast zijn er vanuit de regio Zwolle marktpartijen, bijvoorbeeld banken, maar ook Kennispoort actief bezig om ondernemers te ondersteunen in internationaal ondernemerschap richting Duitsland.

Verder is Kennispoort als publiek initiatief beschikbaar om ondernemers vooral gericht op innovatie te ondersteunen in ondernemerschap richting Duitsland.

Uit gesprekken met vertegenwoordigers vanuit het regionale bedrijfsleven in 2012 is wel gebleken dat ondernemers een gemis ervaren aan één centraal punt waar ondernemers terecht kunnen met hun vragen over internationaal ondernemerschap.

5. Export belemmeringen

Welke belemmering ervaren bedrijven in de (poging tot) export richting Duitsland?

De exportbelemmeringen lijken vooral aan de kant van bedrijven zelf te liggen^{49 50 51}. Gebrek aan bekendheid met de Duitse markt, regelgeving, zakencultuur, en taal zijn de kernbelemmeringen. Hierdoor leeft er bij veel Nederlandse en regionale ondernemers een gevoel dat ze niet weten waar te beginnen en hoe het aan te pakken⁵².

Hieronder volgen een aantal illustratieve reacties van respondenten:

“Het onbekende. Tijdens borrels, events krijgt dit nog te weinig aandacht en men ontmoet ook nog te weinig ondernemers die zakendoen met Duitsland of Duitse ondernemers op events/borrels die zaken willen doen met Nederland. Langzamerhand komt daar verandering door partijen die toch meetings organiseren”⁵³.

“De Duitse taal is toch een grote hindernis. Om gewoon het gesprek aan te gaan. Ook bij het personeel dat werkt bij bedrijven”⁵⁴.

“Duitse taal is lastig, Duitse regels zijn lastig, website en folders in correct Duits is lastig. Er zijn dus wat drempels m.n. in de voorbereiding. Ook is een geschikte entree strategie soms lastig”⁵⁵.

Ondanks dat Duitsland dichtbij is en er veel overeenkomsten zijn (bijvoorbeeld de aansprakelijkheid en organisatie van een Duitse GmbH en een Nederlandse BV vergelijkbaar geregeld⁵⁶), is Duitsland toch ook behoorlijk verschillend van Nederland.

“Voor bepaalde sectoren kent Duitsland echter zeer specifieke regelgeving die aanzienlijk verschilt van de Nederlandse. De gevolgen hiervan kunnen groot zijn. Zo kan een bedrijf volgens Nederlands recht de meerderheid van stemmen hebben binnen een vennootschap, terwijl dat volgens het Duitse recht niet zo is”⁵⁷.

De grootste drempels in zaken doen met Duitsland zijn de verschillen in markt en cultuur⁵⁸.

“Om goed op de Duitse markt te kunnen opereren is het dan ook van belang dat de Duitse taal wordt beheerst en er begrip is voor bestaande cultuurverschillen”⁵⁹.

De Duitse zakencultuur is in het algemeen formeler dan de Nederlandse.

⁴⁹ KPMG (2014)

⁵⁰ KvK Oost respondent

⁵¹ Kennispoort respondent

⁵² Kennispoort workshop 2013/2014 te Hardenberg

⁵³ Windesheim respondent

⁵⁴ Windesheim respondent

⁵⁵ Windesheim respondent

⁵⁶ KPMG (2014)

⁵⁷ KPMG (2014)

⁵⁸ KPMG (2014)

⁵⁹ KPMG (2014)

De helft van de Nederlandse ondernemingen die op dit moment actief zijn in Duitsland maakt gebruik van Duitse werknemers om de Duitse cultuur meer in het bedrijf te integreren⁶⁰.

⁶⁰ KPMG (2014)

6. Instellingen die zich bezighouden met NL-Duitsland handelsrelatie

Er zijn veel instellingen in Nederland die zich volledig of gedeeltelijk bezighouden met de handelsrelatie tussen Nederland en Duitsland. Ook binnen de noordelijke en oostelijke provincies van Nederland zijn er een behoorlijk aantal.

Het is niet goed mogelijk om uitspraken te doen over de mate van effectiviteit van deze instellingen. Wat is vooral opvalt is het gebrek aan samenhang tussen de verschillende instellingen.

Dat kan er in resulteren dat regionale ondernemers geen overzicht hebben van en goed inzicht hebben in de bestaande instellingen en hun dienstenpakket⁶¹. Ondernemers weten niet bij wie ze kunnen aankloppen voor goed advies en ondersteuning.

Hieronder volgt een lijst van instellingen en organisaties die zich bezighouden met de Nederlands-Duitse handelsrelatie:

- Duits-Nederlandse Handelskamer, Den Haag www.dnhk.org
- Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (voorheen AgentschapNL) www.rvo.nl Netwerk
- Internationaal Ondernemen www.internationaalondernemen.nl
- Gateway to Germany (te Utrecht) www.exportduitsland.nl
- Nederlands Business Support Offices (NBSO's)
<http://duitsland.nlambassade.org/organization/netherlands-business-support-offices>
- Fenedex (vereniging van Nederlandse exporteurs) www.fenedex.nl en www.export.nl
- NCH (Nederlands Centrum voor Handelsbevordering) www.nch.nl
- Nederlandse Export Combinatie www.nec.nl
- Duitse ambassade in Nederland www.duitse-ambassade.nl
- Nederlandse ambassade in Duitsland <http://duitsland.nlambassade.org/>
- Nederlands Consulaat-Generaal te Düsseldorf <http://dusseldorf.nlconsulaat.org/>
- Nederlands Consulaat-Generaal te München
<http://dusseldorf.nlconsulaat.org/organization/consulaat-generaal-te-munchen>
- HLB Deutschland GmbH (een internationaal netwerk van accountants en belastingadviseurs)
www.hlb-deutschland.de
- De Euregio <http://www.euregio.eu/nl>

⁶¹ Gesprekken in 2013 met regionale vertegenwoordigers uit bedrijfsleven

7. Best practices succesvolle exporteurs en samenwerking

Aangezien Duitsland de belangrijkste exportmarkt is voor Nederland, en Nederland de grootste buitenlandse investeerder is in Duitsland, zijn er veel voorbeelden van succesvolle exporteurs en samenwerkingen.

Ter illustratie:

Marvo Technologies

Marvo Technologies (Tilburg) www.marvo.nl besloot in 1997 de stap naar de Duitse markt te maken. Het bedrijf maakt massa- en automatendraaiwerk en precisiedraaidelen (terug te vinden in de schokdempers van BMW).

Het bedrijf ging zelf op zoek naar klanten via presentaties en mini-beurzen van de Duits-Nederlandse Kamer van Koophandel en kwam via die weg in contact met inkopers. Het hield er zeven klanten aan over⁶².

In 2013 had het bedrijf als missie om meer klanten te werven in Duitsland. Het nam deel aan handelsmissies via de Metaalunie.

Marvo Technologies heeft een marketingstrategie waarin online-presentatie een belangrijk onderdeel is.

Medimobility

Medimobility www.medimobility.nl is een webwinkel in medische hulpmiddelen (rollators en andere hulpmiddelen)⁶³. Het bedrijf heeft zich vanaf de start meteen gericht op de Duitse markt en Duitsland levert ongeveer 10% van de omzet.

Het bedrijf wil nu een vestiging in Duitsland omdat Duitsers het prettig vinden om bij een Duits bedrijf te kopen.

Vindbaarheid via Google is erg belangrijk, het bedrijf heeft geïnvesteerd in zoekmachineoptimalisatie (SEO).

Vanwege een vergrijzende bevolking is Duitsland een aantrekkelijke groeimarkt.

Nederlands-Duitse samenwerkingen zijn ook ruim voor handen. Twee voorbeelden:

Duitslandweb

www.duitslandweb.nl een site mede gefinancierd door de Nederlandse rijksoverheid en het Duitsland Instituut in Amsterdam presenteert mooie voorbeelden van Nederlands-Duitse samenwerking in het bedrijfsleven, onderwijs en wetenschap.

Euregio

Een ander concreet voorbeeld van Nederlands-Duitse samenwerking is de Eems-Dollard Regio (EDR) en de EUREGIO, de vereniging van een aantal grensregio's aan Nederlands-Duitse kant.

⁶² MKB (2013)

⁶³ MKB (2013)

De EDR maakte afgelopen jaar bekend dat ze met extra Europees geld nog intensievere samenwerking kan financieren op een groot aantal terreinen zoals energie, agrarisch, maritiem, toerisme, cultuur, bio-based, metaal, sensor, bouw, gezondheid, demografie, arbeidsmarkt, logistiek en water.

De provincies Groningen, Friesland en Drenthe werken via de EDR samen met Duitse overheden en in totaal 63 partners bij de ontwikkeling van groen gas vanuit biogas. Duitsland heeft op dit terrein veel kennis. Een ander initiatief is de ontwikkeling van bio-based materialen in het project Agrobiopolymeren. Er is ook grensoverschrijdende samenwerking in een gezamenlijke vacaturezoekmachine: www.edr-jobroboter.eu .

8. Concrete aanbevelingen exportbevordering

Hoe kan op korte en langere termijn de export worden bevorderd en wat is de mogelijke relevante rol van de Economic Board en Kennispoort hierin?

Op korte(re) termijn kan export bevorderd worden door:

- Ondernemers te ondersteunen in het opstarten van export richting Duitsland middels kennis- en informatieoverdracht, advies en ondersteuning.

Bijvoorbeeld: blijvend en gericht communiceren richting ondernemers over kansen op de Duitse markt, workshops over zakendoen in Duitsland, match-making, partnersearch, online marketing workshops, beursbezoek, handelsreizen, zoekmachineoptimalisatie (SEO), helpen maken van exportplannen, investeringsplannen helpen maken, overnamebegeleiding.

- Events organiseren in de regio.
Bijvoorbeeld: een Regio Zwolle-Duitsland beurs organiseren, samen met de Euregio events opzetten
- Het vergroten van de zichtbaarheid van de regio Zwolle in Duitsland.
Bijvoorbeeld: actief ambassade, consulaten-generaal, en NBSO's benaderen en de regio Zwolle promoten, Duitse diplomaten uit Den Haag naar de regio halen, als regio Zwolle op beurzen in Duitsland aanwezig zijn.
- En tot slot: Regie (wie voert de regie en wie?). *Er zijn veel partijen en instellingen actief. Ondernemers hebben geen overzicht waar naar toe voor welk advies.*

Het bovenstaande kan voor een belangrijk deel gerealiseerd worden door een centraal, herkenbaar 'loket' op te zetten voor ondernemers uit de regio. Dit 'loket' zou:

- o Ondernemers kennis, taal en vaardigheden kunnen leren die noodzakelijk zijn om naar Duitsland te kunnen exporteren.
- o Ondernemers begeleiding en advies kunnen aanbieden bij eerste stappen om te gaan exporteren.
- o Spin in het web kunnen zijn van netwerk tussen organisaties die iets doen met Zakendoen in Duitsland is gevestigd. Dit ten behoeve van optimaliseren van ondersteuning & exposure van regionale bedrijven

Een mogelijke opzet van een centraal en herkenbaar 'loket' voor regionale ondernemers is hieronder uitgewerkt.

Opzet Internationaal Zakendoen Expertise Centrum (IZEC Regio Zwolle) of 'Duitsland-desk'

De in sectie 4 en 5 geschetste export belemmeringen vragen om een aanpak die aansluit bij de wensen van ondernemers in de regio Zwolle.

Uitgangspunten hierbij zijn: Betrouwbaarheid, Begrip van ondernemerschap, Toegankelijkheid, Betaalbaarheid, Centraliteit.

De oprichting en inrichting van een Internationaal Zakendoen Expertise Centrum- Regio Zwolle/'Duitsland-desk' zou aan de wensen van ondernemers met op Duitsland gerichte internationaliseringsplannen en activiteiten tegemoet kunnen komen.

Ook zou een dergelijk centrum aan de genoemde uitgangspunten kunnen voldoen.

Doel van een Internationaal Zakendoen Expertise Centrum (IZEC)/'Duitsland-desk':

1. Ondernemers in de regio Zwolle van advies en ondersteuning voorzien: entreestrategie, partnersearch, match-making, marktverkenning, Duitse taal en cultuurtraining en – kennisoverdracht.
2. Het bedrijfsleven in de regio Zwolle actief informeren over kansen, regelingen, en activiteiten over exportkansen richting Duitsland via verschillende via verschillende typen media.

Werkwijze :

Het IZEC/'Duitsland-desk' is fysiek gevestigd op een voor ondernemers in de regio Zwolle bekende en herkenbare plek.

Organisatorisch bestaat het IZEC uit een **klein kernteam** dat beschikt over een brede expertise op het gebied van internationaal zakendoen en Duitsland in het bijzonder, dat bekend is met het regionale bedrijfsleven, de 'taal spreekt' van ondernemers, en dat beschikt over een groot netwerk in bedrijfsleven en overheid.

Dit kleine kernteam kan vanuit haar expertise ondernemersvragen direct beantwoorden, onder meer door dat het in staat is om de juiste regelingen, procedures, formulieren etc. uit te leggen aan ondernemers, of door dat het team direct de ondernemer met de juiste personen en/of instanties in contact kan brengen.

Het kernteam kan ook beoordelen of een bepaalde vraag van ondernemers een nadere verkenning, meer gespecialiseerd advies, of dieper onderzoek vergt. Het team contacteert daarvoor kennisinstellingen en specialisten die de ondernemer kunnen helpen.

Het IZEC zal **actief online media gebruiken** om ondernemers voortdurend te informeren over activiteiten en regelingen die voor internationaal zakendoen van belang zijn.

De online presentatie van het IZEC zal tevens ook **een virtuele verzamelpunt** zijn voor alle voor regionale ondernemers van belang zijnde informatie en links op het gebied van internationaal zakendoen en zakendoen in Duitsland in het bijzonder.

Ondersteunende partijen:

Het IZEC/'Duitsland-desk' zal organisatorisch klein zijn, maar zal haar kracht halen uit regionale ondersteunende partijen die het IZEC kunnen voorzien van expertise om niet of tegen vergoedingen die kostendekkend zijn.

Regionale partijen met expertise zijn: Regionale branche verenigingen, Hogeschool Windesheim, Gezamenlijke gemeenten Regio Zwolle, Provincie Overijssel, Kenniskringen van ondernemers, en de Kamer van Koophandel.

Financiën:

Het IZEC zal gefinancierd worden door de regionale (samenwerkingsverband gemeenten) en provinciale overheden (Overijssel, Drenthe, Gelderland, Flevoland) en door een bijdrage van branche organisaties en bedrijven, waaronder deelnemers van het polymersciencepark.

De regionale en provinciale overheden (Overijssel, Drenthe, Gelderland en Flevoland) hebben belang bij een bedrijvige regio met een bedrijfsleven dat internationaal actief is. Dit levert banen op en biedt regionaal jong talent perspectief.

In principe is basis advies voor ondernemers (zoals beantwoording van gerichte vragen over regelingen, regelgeving, en contactpersonen en organisaties) gratis. Echter, een advies opdracht zal door ondernemers betaald moeten worden ter vergoeding van de kosten voor de kennisinstelling of expertiseleverancier. Hierbij kan geen sprake zijn van winstoogmerk.

Op langere termijn:

Aangezien innovatie een belangrijk thema is om op langere termijn export naar Duitsland te laten groeien en bestendigen kan het aanbieden van ondersteuning in innovatie aan regionale ondernemers zinvol zijn.

Bijvoorbeeld: (product en proces) innovatie-workshop voor MKB-bedrijven, toelevering op Duitse maakindustrie-workshops en training.

Tot slot, ook ontbreekt het aan een eenduidig internationaal profiel van de regio Zwolle (**regio-branding**) dat door instellingen, overheden, en bedrijven wordt gebruikt in internationale communicatie en promotie. Gerichte ontwikkeling hiervan kan bijdragen de regio Zwolle sterker en gericht 'op de kaart te zetten' in Duitsland, maar ook erbuiten. Vestiging van Duitse bedrijven in de regio Zwolle kan positief bijdragen aan de handelsrelatie tussen de regio Zwolle en Duitsland.

Contact:

Hogeschool Windesheim
Kenniscentrum Strategisch Ondernemerschap
Lectoraat International Business, Dr. Huub Ruël, lector International Business)
Domein Business Media & Recht
Gebouw X – kamer 7.78
T: +31 (0) 88 469 81 70
Mob: 06 230 27 867
Campus 2-6
Postbus 10090
Zwolle
Contactemail: hjm.ruel@windesheim.nl
Of: lectoraat.internationalbusiness@windesheim.nl