

Internationaliseringsmonitor / 2018-III

Export- strategieën



Internationaliserings- monitor

2018-III

Exportstrategieën

Verklaring van tekens

.	Gegevens ontbreken
*	Voorlopig cijfer
**	Nader voorlopig cijfer
x	Geheim
–	Nihil
–	(Indien voorkomend tussen twee getallen) tot en met
0 (0,0)	Het getal is kleiner dan de helft van de gekozen eenheid
Niets (blank)	Een cijfer kan op logische gronden niet voorkomen
2017–2018	2017 tot en met 2018
2017/2018	Het gemiddelde over de jaren 2017 tot en met 2018
2017/'18	Oogstjaar, boekjaar, schooljaar enz., beginnend in 2017 en eindigend in 2018
2015/'16–2017/'18	Oogstjaar, boekjaar, enz., 2015/'16 tot en met 2017/'18

In geval van afronding kan het voorkomen dat het weergegeven totaal niet overeenstemt met de som van de getallen.

Colofon

Uitgever

Centraal Bureau voor de Statistiek
Henri Faasdreef 312, 2492 JP Den Haag
www.cbs.nl

Prepress: Textcetera, Den Haag en CCN Creatie, Den Haag
Ontwerp: Edenspiekermann

Inlichtingen

Tel. 088 570 70 70
Via contactformulier: www.cbs.nl/infoservice

ISBN 978-90-357-2711-3
ISSN 2352-3549

© Centraal Bureau voor de Statistiek, Den Haag/Heerlen/Bonaire, 2018.
Verveelvoudigen is toegestaan, mits CBS als bron wordt vermeld.

Voorwoord

Ondernemers kunnen er om uiteenlopende redenen voor kiezen om internationaal actief te worden. Om te kunnen blijven groeien, kan Nederland als afzetmarkt te klein zijn. Ook kan een ondernemer zich minder afhankelijk van de binnenlandse markt maken als hij ook buitenlandse klanten gaat bedienen. Daarnaast kan het aantrekkelijk zijn om bijvoorbeeld te investeren in een productielocatie in het buitenland om zo kosten te besparen. Een uitgekiende internationale strategie kan tot groei leiden, hoewel de optimale exportstrategie van bedrijf tot bedrijf zal verschillen.

Een relatief onbekende exportstrategie is het bundelen van zelf-gefabriceerde producten met complementaire producten die de exporteur niet zelf heeft geproduceerd. Denk bijvoorbeeld aan een machinefabrikant die een eiersorteer-machine naar Frankrijk exporteert en op verzoek van zijn klant ook reserve-onderdelen meelevert. Dit fenomeen heet *carry-along trade* en is terug te zien bij ruim een derde van de industriële exporteurs in Nederland. Het betreft circa 20 procent van de totale export van de industrie. Het bundelen van de zelfgeproduceerde export met aanvullende producten kan zowel voor de fabrikant, de toeleverancier als de klant aantrekkelijk zijn. Voortbouwend op de wetenschappelijke literatuur heeft het CBS een methode ontwikkeld waarmee – zonder extra uitvraag bij bedrijven – deze exportstroom zichtbaar is gemaakt.

Het aantal handelsrelaties dat een bedrijf heeft, kan ook onderdeel uitmaken van een exportstrategie. Uit onderzoek naar handel binnen de Europese Unie blijkt dat een aanzienlijk deel van de exporteurs niet alleen naar één land exporteert, maar dat ook naar slechts één handelsrelatie in dat land doet. Zowel goederen- als dienstenexporteurs die naar het Verenigd Koninkrijk exporteren, blijken het vaakst afhankelijk van één handelsrelatie te zijn.

Exportstrategieën staan centraal in deze editie van de Internationaliseringsmonitor. Bezoek ook het dossier Globalisering op www.cbs.nl/globalisering voor meer informatie en kerncijfers. Tevens vindt u hier eerdere edities van de Internationaliseringsmonitor.

Directeur-Generaal
Dr. T.B.P.M. Tjin-A-Tsoi

Den Haag/Heerlen/Bonaire, september 2018

Inhoud

Voorwoord	3
Executive Summary	7
Exportstrategieën – een introductie	14

1. Exportstrategieën in het kort 19

1.1	Nederland handelsland. Én maakland	21
1.2	Investerings in het buitenland gaan vaak samen met handel	27
1.3	Bedrijven met carry-along trade exporteren naar meer landen én hebben meer klantrelaties	33
1.4	Kleine bedrijven vragen relatief weinig support van de overheid bij hun exportactiviteiten	36
1.5	Literatuur	42

2. Trends in carry-along trade door exporteurs in Nederland 43

2.1	Inleiding	45
2.2	Carry-along trade: een afbakening	47
2.3	Carry-along trade: kerncijfers	55
2.4	Samenvatting en conclusie	62
2.5	Literatuur	65

3. Het samenspel van productie en export: strategie en verdienmodel van de industrie in Nederland 67

3.1	Inleiding	69
3.2	Het samenspel van productie en handel	72
3.3	Geografische samenstelling (CAT-)export	76
3.4	Welke combinaties van kern- en CAT-producten gaat het om?	80
3.5	Kenmerken van bedrijven met carry along trade	84
3.6	Productiviteit van CAT-bedrijven	88
3.7	Samenvatting en conclusie	91
3.8	Bijlagen	94
3.9	Literatuur	98

4.	Het aantal Europese handelsrelaties van exporteurs	99
4.1	Inleiding	101
4.2	Aantal handelsrelaties van exporteurs	104
4.3	Bedrijfskenmerken van exporteurs naar omvang handelsrelaties	112
4.4	Ontwikkeling handelsrelaties van startende exporteurs	117
4.5	Samenvatting en conclusie	127
4.6	Data en methoden	130
4.7	Bijlage	134
4.8	Literatuur	138
	 Begrippen	 141
	Reeds eerder verschenen kwartaaledities	146
	Dankwoord	147
	Medewerkers	148

Executive Summary

The Internationalisation Monitor describes trends in internationalisation and the consequences thereof for the Dutch economy and society. It is published quarterly as part of the Globalisation programme at Statistics Netherlands (CBS), which is commissioned by the Dutch Ministry of Foreign Affairs.

In this edition, we focus on export strategies and revenue models of exporting companies within the Netherlands. The Netherlands has a limited domestic market combined with an extensive foreign market, giving rise to countless revenue and business models. The speed of changes driven by globalisation and IT innovations means that the value created by existing business models can decrease rapidly as well. Businesses have to compete and thus continually adapt their strategies in order to stay profitable. In the process of becoming international players, these businesses may develop international trade relationships or apply more complex international strategies such as foreign investment. A considerable number of exporting manufacturers in the Netherlands follow the export strategy of expanding their product range with commodities they did not produce themselves. They export these – sometimes imported – products bundled with their own unique firm products, the so-called *carry-along trade (CAT)* strategy. An examination of this CAT phenomenon and its development will provide insight into the dependencies that exist within production chains and how future-proof the revenue models of Dutch manufacturing companies are.

Listed below are some of the main findings in this edition:

Chapter 1: Export strategies in brief

- 2017 was a significant year for Dutch international commodity trade. The value of both imports and exports increased by 6 percent. In terms of volume, imports and exports were up by roughly 10 percent.
- Around 54 percent of commodity imports is sourced from within the EU-28. These imports increased by 10 percent in 2017, while imports from outside the EU grew by 11 percent.
- The share of commodity exports to other EU-28 countries is decreasing. In 2002, around 80 percent of Dutch goods exports were destined for the EU-28, against 71 percent last year. Exports elsewhere saw a greater increase (by nearly 15 percent) than exports to destinations within the EU-28 (8 percent).

- In 2017, the total value of commodity imports stood at €397 billion. Around 48 percent of these imports were destined for re-exports, e.g. smartphones imported from China destined for the German market. The bulk of imports (€205 billion) was destined for the domestic market to be consumed or further processed.
- In 2017, the total value of commodity exports stood at €462 billion. More than half consisted of re-exported commodities such as smartphones, computers or coal. Domestically produced exports amounted to €228 billion. Such commodities include cheese, cut flowers and refined oil products.
- In 2017, there were approximately 51 thousand two-way traders, 90 thousand businesses solely importing goods, and 23 thousand businesses focused entirely on exports as part of the Dutch economy.
- Over 40 percent of two-way traders were active in wholesale trade and nearly 20 percent in manufacturing. Businesses focused exclusively on either importing or exporting of goods are relatively more often found in retail trade or commercial services.
- The share of commodity traders in the general enterprise population is highest in wholesale trade, retail trade and manufacturing. When smaller enterprises (<20 employees) are excluded from the analysis, the share of traders increases significantly. Around 94 percent of larger manufacturing companies trade in goods and 96 percent of large wholesalers.
- Around 1 percent of Dutch enterprises make investments abroad.
- In absolute terms, businesses investing abroad are active in wholesale or service trade, in relative terms the majority operate within the various branches of industry.
- Relatively few small and medium-sized enterprises (SMEs) make investments abroad.
- The top five destinations for Dutch enterprises investing abroad are Germany, Belgium, the United Kingdom, France and the United States.
- In general, between 45 and 65 percent of enterprises combine investments in a particular country with goods trade. In most cases, this involves a combination of investments and exports. In the case of China and India, the main focus is on a combination of investments and imports.
- Investments combined with imports often concern intermediate goods, which could indicate a vertical integration of supply chains.
- Investments in low-income countries are relatively often combined with the export of consumer goods.
- The transport equipment manufacturing industry is characterised by a high share of two-way traders among the investing enterprises. This could be a reflection of the fact that this industry is a good example of the increased fragmentation of production processes.

- Businesses engaging in CAT export goods to 15 EU countries on average, while those without CAT export goods to 9 EU countries on average.
- Enterprises that employ an export strategy of carry-along trade have on average more export partners than enterprises without CAT. Also the number of bilateral trade relations is higher. Carry-along traders have on average 27 bilateral trade relationships within the European Union, as opposed to 16 trade relationships for similar-sized businesses without carry-along trade.
- In the years 2010 – 2015, approximately 36,000 businesses received government support for their internationalisation activities, ranging from participation in trade missions to receiving tailor-made information from diplomatic representations of the Netherlands abroad.
- The most prominent destinations for which the Dutch government provides support are Germany and China, followed by a large group of countries including the United States, Turkey and Russia.
- A relatively large amount of government support is directed towards activities in less easily accessible countries such as China and Turkey.
- In absolute terms, wholesalers receive the most support for their internationalisation activities.
- Most businesses seeking government support are already exporting and intend to increase these exports or break into new destination markets.
- Small and medium-sized enterprises (SMEs) receive relatively little support for their internationalisation activities.
- The number of businesses exporting to a particular destination generally shows an increase in the years after government support.

Chapter 2: Trends in carry-along trade by exporters in the Netherlands

- By combining data on the production and export of goods, we provide an overview of goods which are manufactured and subsequently exported by Dutch manufacturers as well as goods exported as CAT.
- The term *CAT* refers to goods which are not manufactured by the businesses themselves, but exported together with the company's self-manufactured goods. This is an export strategy which enables businesses to increase their revenues by generating value added for their clients through product enrichment.
- By focusing on the distinction between the export of self-manufactured goods and CAT, we reveal several patterns in direct and indirect exports as well as dependencies within supply chains and the sustainability of business models of exporting manufacturers in the Netherlands.

- A few case studies of certain industries illustrate that Dutch businesses indeed export goods that are not self-manufactured on a considerable scale. However, the case studies also reveal that in many cases this concerns small or incidental transactions that do not necessarily fit into a CAT-type business model.
- In support of this notion, we have developed an algorithm that separates all goods exports which are not self-produced in 'true' carry-along trade from all other exports.
- The results of this process show that about 35 percent of all exporting manufacturers enrich their product portfolio by exporting carry-along type products. This percentage remains quite stable over time. The share of CAT in total goods exports shows a modestly increasing trend over the years 2010–2016, from around 18 percent in 2010 to over 20 percent in 2016.
- The distribution of CAT exports over the destination countries broadly correlates with that of total goods exports, which is more or less by design. In addition, the growth in CAT exports per destination country generally shows the same direction as the growth in total exports, with the exception of countries such as China. Exports to China are growing fast, but CAT exports to this country are not. This indicates that, apparently, China is not an ideal destination for CAT exports.
- CAT is relatively more dominant in exports to a number of distant markets such as the United States, Japan and South Korea. This is likely related to differences in the traded product portfolio.
- The share of CAT exports varies greatly across the industries. In most industries, the share of CAT exports does not change much over time, neither upward nor downward.
- By far the largest three industries – food manufacturing, electronic products and machinery and transport equipment – show average CAT export shares of 21 to 22 percent. Of these three, only the share of CAT exports in total exports by the manufacturers of electronic products and machinery is showing a modestly rising trend.
- Manufacturers of wearing apparel show a surprisingly low share of carry-along exports. This industry manufactures products that seem highly suitable for product enrichment through CAT. Nevertheless, the clothing industry is characterised by the highest share of self-produced exports, i.e. around 80 percent.

Chapter 3: The interaction of production and exports: strategy and revenue model of the Dutch manufacturing industry

- In the period 2010 – 2015, the Dutch manufacturing sector showed 18 percent growth in export value and 3 percent growth in the number of product-destination country combinations.
- A number of branches of industry including car manufacturing show above-average growth in export value alongside a decreasing number of product-destination country combinations. This may be an indication of industry specialisation in particular commodity exports, or serving particular destination markets. This increasing concentration in certain markets could pose a threat in the long run.
- In the branches of the manufacturing industry which were selected for further elaboration (food products, chemicals and chemical products, machinery and equipment and electrical equipment), carry-along trade grows faster than self-manufactured exports.
- The branch manufacturing of electrical equipment stands out as the share of CAT in total exports increased to around 37 percent in 2015, which is roughly equal to the share of self-manufactured exports.
- Overall, the rise in export values and in number of product-destination country combinations appears to take place simultaneously. Some industry sectors such as electrical equipment manufacturing, appear to be successful by specialising in particular product-destination country settings.
- By analysing the observed 'export bundles' (combinations of self-manufactured products and carry-along products), we reveal several types of, or motives for, carry-along trade. For example, manufacturers of shavers bundle their equipment with complementary products such as brushes, hair dryers, additional razor blades and cosmetics such as aftershave. A similar business model is adopted for example by manufacturers of loudspeakers.
- Manufacturers frequently provide spare parts to their clients as a form of carry-along trade. This is a common strategy among manufacturers of machinery or furniture. In doing so, the manufacturer provides an additional service to his clients and it could also enable the manufacturer to remain involved in the maintenance of his machinery.

- Merchandising is a different type of carry-along trade, frequently observed among manufacturers of food and beverages, for example beer brewers. They not only bundle the export of beer with items such as refrigerators and beer barrels, but also with promotional materials such as calendars, T-shirts, sunglasses and playing cards.
- The most common product exported by manufacturers as carry-along trade is packaging material. Almost every branch of industry exports packaging materials in a CAT-setting. This makes intuitive sense as the manufacturing of packaging is generally outsourced to specialized manufacturers and the packaging of a product is usually tailor-made in terms of design and production.
- Within the Dutch manufacturing sector (20 employees or more), 35 percent of enterprises engage in CAT. The majority are large two-way-traders – often multinationals – with over 80 percent at least ten years old. Small, independent enterprises are least likely to be involved in CAT.
- Manufacturers involved in exports including CAT are 7.6 percent more productive than their counterparts without CAT. The former possibly rely on a larger network of distributors and suppliers than the latter. Only the more productive businesses are able to carry the extra costs to manage these networks.
- Businesses with a relatively high share of CAT exports are more productive than those exporting relatively many CAT products.
- The model shows that the relationship between CAT exports and productivity is topped by a ceiling. Productivity is at its highest among businesses with a 42-percent share of CAT exports.
- The same goes for the number of CAT products, with a share of 36 percent of exports providing the optimum correlation in terms of productivity.

Chapter 4: Exporters and their trade relationships within the EU

- In 2017, around 52 thousand Dutch goods exporters were active on the EU market, according to intra-Community transaction data of the Dutch tax authorities. Almost three-quarters of these businesses have at least one buyer in Belgium. This corresponds to more than 37 thousand exporters. Germany follows in second place with over 33 thousand businesses.
- The 52 thousand goods exporters account for more than 2.1 million intra-Community trade relationships. This means that the average goods exporter in the Netherlands has about 41 trade relationships within the EU. An exporter who exports goods to Belgium and Germany has an average of 21 and 16 trade relationships respectively within these countries. In the smaller and more remote European economies, this average is many times lower.

- Exporters of services – in total nearly 40 thousand – show a similar picture, although the size of the customer base is much smaller. With an average of approximately 18, service exporters have fewer trade relationships within the EU than goods exporters. Belgium and Germany again top the list with the highest number of trade relationships per exporter on average.
- Businesses that export goods or services to the United Kingdom show the highest dependency – in comparison with the other major trading partners – on one relationship in that country. More than 7 thousand exporters of goods have only one buyer in the UK, which corresponds to 43 percent of all goods exporters who export goods to the UK. This is more than half for the service exporters.
- The study shows that exporting independent SMEs generally have fewer trade relationships than large businesses. Businesses with relatively large export payments rarely depend on one or more intra-Community trade relationships. The average wholesaler and manufacturer have the largest number of export relationships in the EU. This applies to exporters of both goods and services. Only transport and transport companies are less dependent on one party in the EU in terms of exporting services.
- Approximately 7.5 thousand independent SMEs started exporting goods in 2014 and a similar number became engaged in export of services. By 2017, only 43 percent of the goods exporters and 40 percent of service exporters who started in 2014 were still active as exporters.
- Approximately 40 percent of all businesses which started exporting goods in 2014 had one export relationship in the EU in that same year. In their first year, only 6 percent of new goods exporters were active in more than five EU countries. Three years later, 19 percent of these starters were still exporting to one trading partner in one country, while the share of businesses operating in more than five EU member states increased to 18 percent.
- The results indicate that it is relatively more difficult for independent SME-sized service businesses to expand trading relationships after getting started in exports, both in terms of the number of trade relationships and in the number of markets. In ten out of the 27 other EU countries, service exporters saw the number of trade relationships decrease during the period 2014–2017. Remarkably, over the same period, goods exporters were able to increase their export relationships in each EU country.

Exportstrategieën - een introductie

Na jaren met economische tegenwind draait de Nederlandse economie inmiddels weer op volle toeren. In 2017 boekte Nederland de sterkste economische groei in 10 jaar tijd. En die stijgende lijn zet door. Ook dit jaar blijft de Nederlandse economie groeien. In de eerste helft van 2018 betrof het een toename van bijna 3 procent ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder (CBS, 2018a; 2018b). Eén van de belangrijkste motoren achter deze economische groei is de Nederlandse export. In deze editie van de Internationaliseringsmonitor zoomen we in op enkele exportstrategieën van het bedrijfsleven in ons land, die hen in staat stelt om exportgroei te realiseren.

Bedrijven kunnen meerdere strategieën hebben om hun exportpositie te behouden en te verstevigen. Zo kunnen bedrijven er voor kiezen om nieuwe buitenlandse markten aan te boren, het klantenbestand in bepaalde markten uit te breiden of 'simpelweg' de verkopen naar bestaande klanten toe te laten nemen. Ook kunnen bedrijven zich onderscheiden door samengestelde exportpakketten aan te bieden, waarbij naast het hoofdproduct ook bijproducten meegeleverd worden. Maar ook het gebruiken van geïmporteerde grondstoffen of halffabrikaten kan voor bedrijven een manier zijn om kosten te besparen en zodoende internationaal actief te worden.

Bedrijven kunnen het ook over een andere boeg gooien. Een deel van de eigen productie verplaatsen naar het buitenland – waar bijvoorbeeld de arbeidskosten lager zijn – en de eindproducten vervolgens weer importeren of via een lokaal verkoopkantoor verkopen, kan een strategie zijn om kosten te drukken of in het buitenland voet aan de grond te krijgen. En om meer kennis te krijgen van de buitenlandse markt en contacten op te doen, is meegaan op een – door de overheid georganiseerde – handelsmissie ook een pad dat een bedrijf kan bewandelen om internationaal actief te worden. Uiteraard kunnen bedrijven meerdere strategieën combineren om het voor hen meest lucratieve verdienmodel te implementeren. In deze editie van de Internationaliseringsmonitor komen zulke exportstrategieën en verdienmodellen uitgebreid aan bod.

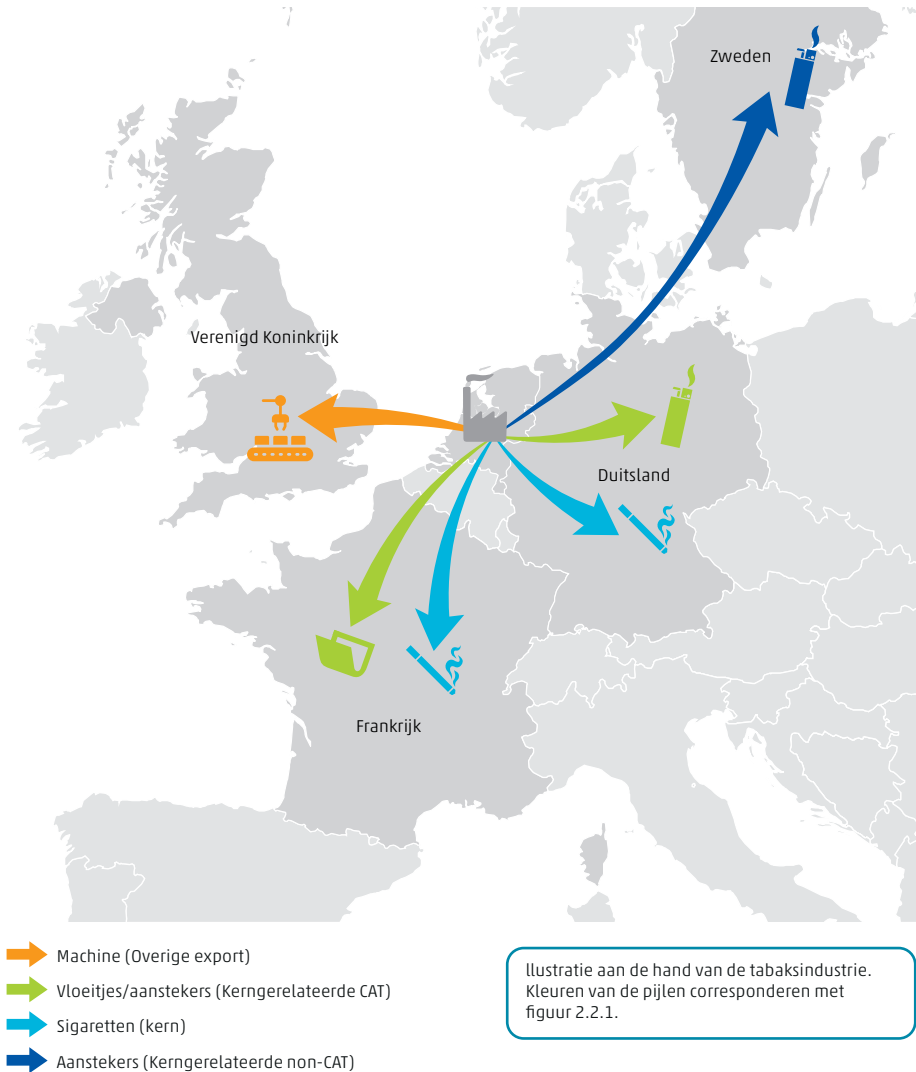
Hoofdstuk 1 start met het beschrijven van de omvang van de Nederlandse goederenexport en de bedrijven die hierbij betrokken zijn. De ruim 74 duizend exporterende bedrijven die Nederland in 2017 telde, zijn samen goed voor een exportwaarde van 330 miljard. Binnen deze groep exporteurs is echter sprake van veel diversiteit. Tevens wordt in dit hoofdstuk duidelijk dat investeringen in het

buitenland vaak gepaard gaat met handel, en dat kleine bedrijven relatief weinig steun van de overheid vragen bij hun exportactiviteiten.

Hoofdstuk 2 gaat in op een relatief nieuwe en onbekende exportstrategie: het bundelen van de eigen productie met andere – niet zelfgeproduceerde – goederen en/of diensten, en dit als een samengesteld exportpakket aan een buitenlandse klant leveren. Dit fenomeen komen we tegen in de industrie en heet *carry-along trade*. Een karakteristiek voorbeeld is dat van de tabaksfabrikant die sigaretten naar Duitsland exporteert, en hier bijvoorbeeld – niet zelfgeproduceerde – aanstekers bij levert. De strategie van carry-along trade is voordelig voor de tabaksfabrikant, want hij kan een kleine marge op de aanstekers doorberekenen aan de klant. Voor de producent van aanstekers kan het lucratief zijn om niet zelf de stap over de grens te zetten maar de aanstekers aan een binnenlandse afnemer te verkopen. Voor de klant is het interessant om gebundelde productpakketten af te nemen in plaats van elk individueel exportproduct van een aparte buitenlandse leverancier te betrekken. Zie de onderstaande tekstbox en infographic voor een illustratie van dit fenomeen.

Infographic 0.1.1. illustreert aan de hand van het voorbeeld de tabaksindustrie wat carry-along trade is, en wat niet. De kleuren van de pijlen in de figuur corresponderen met de kleuren in de carry-along trade beslisboom in figuur 2.2.1. Centraal in figuur 0.0.1 staat de fabriek van een tabaksfabrikant in Nederland. Deze fabrikant produceert en exporteert sigaretten, en koopt aanstekers en vloeitjes in van andere fabrikanten om deze vervolgens ook te exporteren. De sigaretten zijn de kernexport van de tabaksfabrikant, en de fabrikant exporteert deze sigaretten naar Duitsland en Frankrijk (lichtblauwe pijlen). Naar Duitsland exporteert de fabrikant tevens aanstekers mee met de sigaretten, en naar Frankrijk vloeitjes. De aanstekers en vloeitjes zijn dan kerngerelateerde carry-along trade (lichtgroene pijlen). Naar Zweden exporteert de fabrikant alleen aanstekers. Omdat de aanstekers wel een kern (sigaretten) gerelateerd product zijn, maar los van het kernproduct geëxporteerd worden, zijn ze kerngerelateerde non-carry-along trade (non-CAT; donkerblauwe pijl). De fabrikant heeft een van de fabrieksmachines vervangen en verkoopt de oude machine aan een andere fabrikant in het Verenigd Koninkrijk. De export van deze machine is geen kernproduct en ook niet zelf-geproduceerd en valt daarom onder overige export (oranje pijl).

0.1.1 Wat is carry-along trade en wat niet?



Hoofdstuk 2 laat zien dat ruim 1 op de 3 Nederlandse exporteurs in de industrie goederen exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd. Daarmee is de industrie niet alleen zelf een belangrijke motor van export maar ook een belangrijke afnemer en afzetkanaal naar het buitenland voor (binnenlandse en buitenlandse) toeleveranciers. Hoofdstuk 3 zoomt verder in op de omvang en ontwikkeling van de export van de verschillende bedrijfstakken binnen de industrie. Zo blijkt carry-along trade voor een flink aantal industrietakken een belangrijke motor achter de exportgroei te zijn.

Een inventarisatie van verdienmodellen gebaseerd op CAT in de industrie laat zien dat verpakkingsmateriaal van allerlei soort een CAT-product is dat in bijna alle industrieën veelvuldig wordt meegeleverd. Dit komt vermoedelijk doordat verpakkingsmateriaal een maatwerkproduct is waarvan de productie meestal zal worden uitbesteed aan gespecialiseerde producten. Daarnaast zien we allerlei verdienmodellen terug in de cijfers; fabrikanten van scheerapparaten die complementaire producten zoals borstels en aftershave meeleveren, machinefabrikanten die reserveonderdelen meeleveren en bierfabrikanten die merchandising zoals kalenders en zonnebrillen mee-exporteren. Een nadere analyse van de bedrijven die carry-along trade als strategie toepassen laat zien dat het vooral om grotere en vaak productievere bedrijven gaat, met vaak een multinationale component.

In hoofdstuk 4 is volop aandacht voor de extensieve marge van de internationale handel, en dan in het bijzonder op het aantal handelsrelaties dat exporteurs hebben in het buitenland, in business-to-business setting. Tot op heden is hierover weinig bekend. Het gebruik van een relatief nieuwe databron maakt het mogelijk om te bepalen naar hoeveel individuele handelsrelaties per land er goederen geëxporteerd worden. Zo wordt duidelijk of een bedrijf met één of meerdere partijen zaken doet binnen een bepaald land. Dit is een belangrijke nuance en voor beleid relevante informatie, omdat dit inzicht biedt in de afhankelijkheid van bedrijven van één of enkele handelsrelaties met betrekking tot hun export. Ook biedt dit hoofdstuk nieuwe informatie over de groei van startende goederen- en dienstenexporteurs met betrekking tot de omvang van hun internationale netwerk.

Literatuur

CBS (2018a). *Bbp groeit met 0,6 procent in eerste kwartaal 2018*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.
<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/25/bbp-groeit-met-0-6-procent-in-eerste-kwartaal-2018>

CBS (2018b). *Bbp groeit met 0,7 procent in tweede kwartaal 2018*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.
<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/33/bbp-groeit-met-0-7-procent-in-tweede-kwartaal-2018>

1.

Exportstrategieën in het kort

Auteurs

Marcel van den Berg

Dennis Cremers

Marjolijn Jaarsma

20 procent van de two-way
traders is actief in de industrie

30 procent van de bedrijven in
de industrie heeft goederenhandel



De Nederlandse export van goederen bedroeg in 2017 ongeveer 462 miljard euro. Achter deze export gingen ongeveer 74 duizend exporterende bedrijven schuil.¹⁾ Binnen deze groep exporteurs is er sprake van veel diversiteit. Sommige bedrijven produceren goederen en exporteren (een gedeelte van) hun zelf-gemaakte producten terwijl andere bedrijven juist de producten van 'anderen' verhandelen. Dan zijn er ook nog bedrijven die beide doen; zelf produceren en exporteren maar óók goederen van anderen meeleveren. Deze editie van de Internationaliseringsmonitor stelt zulke productie- en/of exportstrategieën van Nederlandse bedrijven centraal. We beginnen met een algemene *scenestetter* met betrekking tot de internationale handel in goederen van Nederland.

1.1 Nederland handelsland. Én maakland

2017 topjaar Nederlandse goederenhandel

Nederland kende wat betreft de internationale handel in goederen vorig jaar een topjaar. Zowel de invoer- als de uitvoerwaarde van goederen groeide met circa 6 procent in 2017. Het in- en uitvoervolume groeide zelfs met circa 10 procent. Nederland exporteerde dat jaar fors meer machines zoals mobiele telefoons, kantoormachines, computers en gespecialiseerde machines voor de industrie. Ook de export van minerale brandstoffen zoals benzine, diesel en kerosine en die van chemische producten zoals medicinale en farmaceutische producten en geneesmiddelen zaten flink in de lift. Aan de importzijde was de extra invoer van minerale brandstoffen, machines en vervoermaterieel alleen al verantwoordelijk voor bijna 60 procent van de totale importgroei. Hier ging het onder andere om producten als ruwe aardolie, geraffineerde aardolieproducten, computers en mobiele telefoons.

Exportgroei naar landen buiten de EU grootst

Iets meer dan de helft van de Nederlandse import, namelijk 54 procent, kwam uit de Europese Unie (EU-28). De waarde van de invoer uit de EU-28 groeide

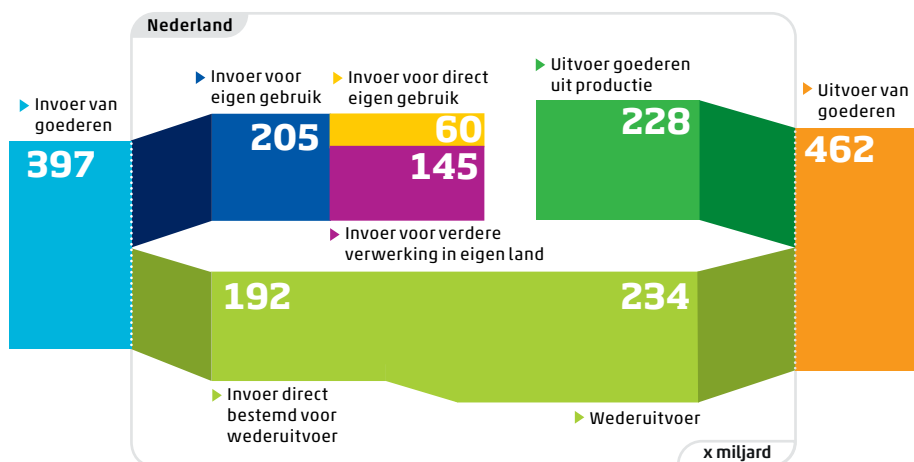
¹⁾ Die op jaarbasis ten minste 5 duizend euro import en/of export van goederen rapporteren.

in 2017 met 10 procent, de invoer uit niet-EU landen met 11 procent. Daarmee was de herkomst en groei van de Nederlandse invoer van goederen relatief stabiel verdeeld tussen EU en niet-EU landen. Bij de export van goederen was dit (ook) in 2017 een ander verhaal. Het aandeel van de EU in de Nederlandse goederenexport neemt al jaren af en 2017 was hierop geen uitzondering (CBS, 2018). Ging in 2017 circa 71 procent van de goederenexport naar de EU, in 2002 was dit aandeel nog 80 procent. Ook groeide deze exportstroom minder hard dan de goederenexport naar landen buiten de EU. De export naar landen buiten Europa groeide vorig jaar met bijna 15 procent vergeleken met 8 procent exportgroei naar de EU. Andere groeimarkten, zoals bijvoorbeeld China, Singapore en Zuid-Korea worden steeds belangrijkere afzetmarkten voor Nederlandse exporteurs, met name wat betreft export van eigen makelij (Jaarsma et al., 2018).

Meer dan de helft goederenimport voor eigen verbruik

Jaarlijks stromen er enorme hoeveelheden goederen in, door, van en via Nederland. In 2017 bedroeg de invoer van goederen circa 397 miljard euro, zie figuur 1.1.1. Deze goederen zijn echter lang niet altijd bestemd voor Nederland. Ongeveer 192 miljard – 48 procent – van deze ingevoerde goederen zijn bestemd voor verdere export, ofwel wederuitvoer. De resterende 205 miljard euro aan import is wél bestemd voor bijvoorbeeld consumptie of verbruik in ons land. Deze worden bijvoorbeeld verkocht in de winkel of, als het bijvoorbeeld gaat om grondstoffen of halffabrikaten, verder verwerkt door de Nederlandse industrie.

1.1.1 Invoer, uitvoer en wederuitvoer van goederen, 2017



Nederland exporteerde in 2017 voor circa 462 miljard euro aan goederen. Circa de helft van deze uitvoer bestaat uit wederuitvoer. De uitvoer van eigen makelij bedroeg 228 miljard. Dit zijn producten die Nederland zelf volledig heeft voortgebracht, zoals bijvoorbeeld landbouwgoederen als kaas, bloemen en vlees. Maar het zijn ook goederen die de Nederlandse industrie met behulp van geïmporteerde grond- en hulpstoffen of onderdelen heeft geproduceerd, zoals bijvoorbeeld fietsen, benzine of geneesmiddelen. Na aftrek van de kosten van geïmporteerde grond- en hulpstoffen verdient Nederland per euro export van eigen makelij gemiddeld 57 cent (CBS, 2016a). Van een euro wederuitvoer houdt Nederland gemiddeld 11 cent over (CBS, 2016b).

Quasi-doorvoer: géén onderdeel van de internationale handel, wél over Nederlands grondgebied

Behalve de invoer die ons land binnenkomt en in eigendom komt van een Nederlands bedrijf is er nog een stroom aan goederen die via Nederland loopt, de zogeheten quasi-doorvoer. De quasi-doorvoer verplaatst zich net als de reguliere in- en wederuitvoer over Nederlands grondgebied maar vormt geen onderdeel van de Nederlandse internationale handelsstatistieken. De reden daarvoor is dat doorvoergoederen nooit in eigendom komen van een Nederlands ingezetene, in tegenstelling tot de reguliere in-, uit-, en wederuitvoer. Quasi-doorvoer wordt wél meegenomen in de vervoersstatistieken van het CBS en het betreft een aanzienlijke goederenstroom.

De inkomende doorvoer bedroeg in 2016 – het meest recent beschikbare jaar – circa 211 miljard euro (CBS, 2017). Deze inkomende goederenstroom bestaat – net als de reguliere invoer – voor een groot deel uit voertuigen, machines en stukgoederen. Gemeten in volume wordt de doorvoer echter gedomineerd door fossiele brandstoffen, ertsen, chemische producten en meststoffen. De inkomende doorvoergoederen hebben vaak een herkomst uit Europa (42 procent) of Noord- en Zuid-Amerika (28 procent). Vergeleken met reguliere invoer bereiken goederen bestemd voor doorvoer ons land veel vaker per zeeschip (84 procent van het inkomende gewicht) daar waar dit voor de reguliere invoer 56 procent bedraagt. De haven van Rotterdam speelt een belangrijke rol in deze doorvoerstromen ('Rotterdam-effect') en vormt zodoende een belangrijke mainport tot niet alleen Nederland maar heel Europa (Voncken & Cremers, 2018). De reguliere goederenimport bereikt ons land relatief veel vaker via wegvervoer en binnenvaart.

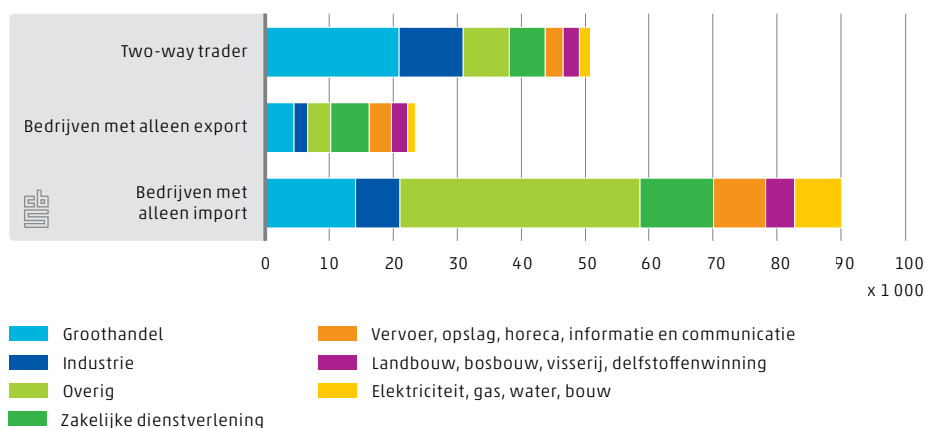
De uitgaande doorvoer bedroeg in 2016 circa 334 miljard euro. In gewicht ging het om 212 miljard kilo. Qua volume werd bijna 70 procent van deze goederen na binnenkomst doorgevoerd naar België, Duitsland, Frankrijk en het VK. Binnenvaart en pijpleidingvervoer is naast zeevaart de belangrijkste vervoerswijze bij uitgaande doorvoer (CBS, 2017).

20 procent van de two-way traders is een industrieel bedrijf

De bedrijfstakken die het sterkst betrokken zijn bij de in- en uitvoer van goederen zijn de groothandel en de industrie, zie figuur 1.1.2. Van de bijna 51 duizend two-way traders in goederen in 2017 was ruim 40 procent actief in de groothandel.²⁾ Bijna één op de vijf two-way traders is actief in de industrie en ruim één op de tien is een zakelijk dienstverlener. De minste goederen two-way traders zien we terug in de landbouw, bosbouw, visserij en delfstoffenwinning en bij de nutsbedrijven.

Bedrijven die zich toeleggen op slechts één van de twee goederenstromen zijn vaak anders van karakter dan de – qua handelswaarde vaak grotere – two-way traders. Bedrijven die uitsluitend goederen importeren zijn veruit het grootst in aantal (circa 90 duizend) en vinden we relatief vaak in de overige bedrijfstakken. Dit zijn voornamelijk detailhandelaren die goederen uit het buitenland importeren en hier aan consumenten verkopen. Dit is een ander type bedrijf dan de two-way trader die goederen – zoals halffabrikaten of grondstoffen – importeert om tijdens het productieproces te verwerken tot exportproducten, of de groothandelaar die goederen importeert om ze bijvoorbeeld aan een Duits bedrijf door te leveren.

1.1.2 Verdeling internationale goederenhandelaren naar bedrijfstak, 2017



²⁾ Hier zijn alleen die importeurs en exporteurs meegenomen die per jaar minimaal 5 duizend euro in- en/of uitvoerwaarde rapporteren.

In 2017 gaven ongeveer 23 duizend bedrijven aan alleen goederen te exporteren. Daarmee is deze groep handelaren het kleinst in aantal. Een kwart van deze exporteurs is actief in de zakelijke dienstverlening, zoals holdings, accounting- en adviesbureaus. Deze bedrijven exporteren deze goederen niet zelf, noch produceren ze zelf goederen, maar doen de zakelijke afhandeling voor andere bedrijven. Eén op de vijf bedrijven die alleen exporteren zijn actief in de groothandel.

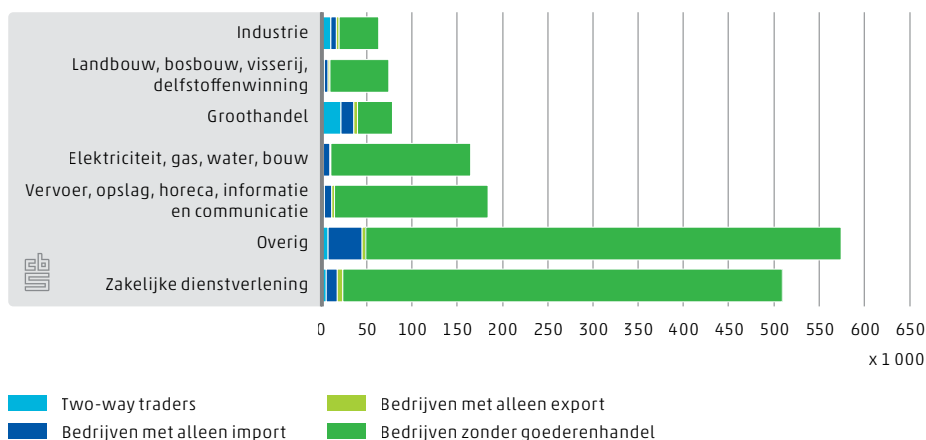
30 procent van de bedrijven in de industrie heeft goederenhandel

In 2017 telden we ruim 141 duizend bedrijven in Nederland die goederen verhandelden. Echter, verreweg het grootste deel van de bedrijven in ons land heeft geen internationale goederenhandel. Figuur 1.1.2 liet al zien dat handelaren het vaakst actief zijn in de groot- en detailhandel en industrie. Maar ook het aandeel handelaren is het grootst in deze sectoren, afgezet tegen het totaal aantal bedrijven (zie figuur 1.1.3). Van de ruim 78 duizend bedrijven in de groothandel had ruim de helft in- en/of uitvoer van goederen in 2017. De industrie telde aan het eind van 2017 bijna 63 duizend bedrijven. Hiervan had 30 procent in- en/of uitvoer van goederen. Van alle bedrijven in de landbouw, bosbouw, visserij en delfstoffenwinning voerde 13 procent goederen in- en/of uit. De meeste bedrijven in Nederland zijn actief in de overige bedrijfstakken (575 duizend) en de zakelijke dienstverlening (510 duizend). Respectievelijk 8 en 5 procent van deze bedrijven rapporteerde goederenhandel in 2017.

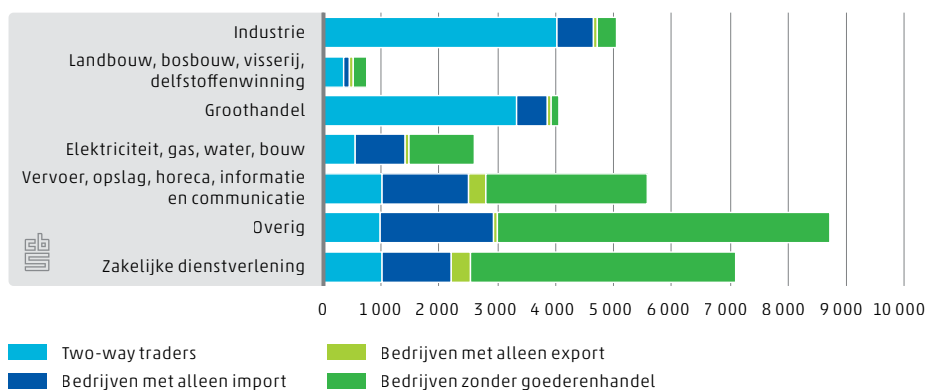
94 procent van de grotere industriële bedrijven is handelaar

In de volgende twee hoofdstukken van deze editie van de Internationaliseringsmonitor gaan we dieper in op de export van industriële bedrijven. Hier staat de vraag centraal hoe deze export is opgebouwd. Logischerwijs is de industrie essentieel voor de Nederlandse export van eigen makelij, maar vanuit de literatuur is bekend dat de industrie producten meelevert met de zelfgemaakte export maar die zichzelf niet produceert (zogenaamde carry-along trade). Hoe belangrijk zulke carry-along trade is in de export van de industrie komt in de hierna volgende hoofdstukken aan bod. Omdat de analyses in deze twee hoofdstukken sterk leunen op data vanuit de ProdCom statistiek – een enquête onder industriële bedrijven met tenminste 20 werkzame personen – is in figuur 1.1.4 voor de vergelijkbaarheid ook een subset van handelaren getoond tenminste met 20 werkzame personen.

1.1.3 Aantal bedrijven met goederenhandel, 2017



1.1.4 Aantal grotere bedrijven¹⁾ met goederenhandel, 2017



¹⁾ Bedrijven met 20 of meer werkzame personen.

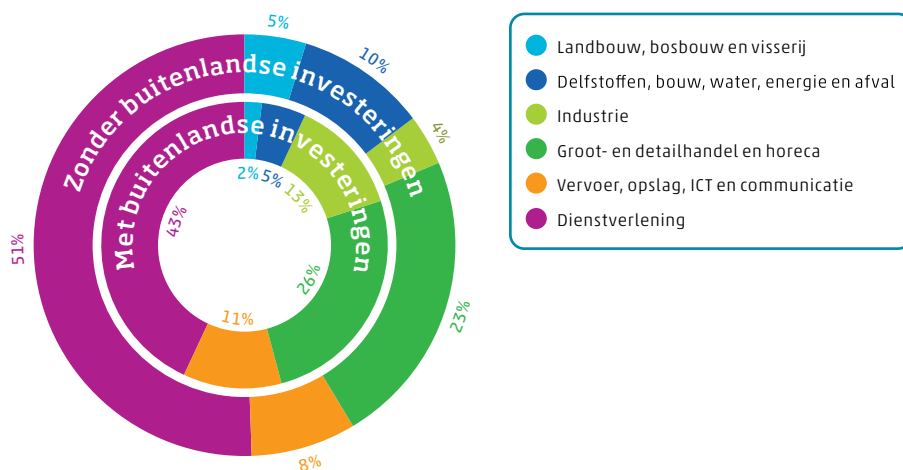
Als we dus focussen op de wat grotere bedrijven, met 20 of meer werkzame personen, dan zien we dat het aandeel bedrijven met internationale goederenhandel over de hele linie sterk toeneemt. Zo telt de industrie 5 050 bedrijven met tenminste 20 werkzame personen, waarvan ruim 94 procent aangeeft goederen te importeren en/of exporteren. De meeste (circa 4 duizend) zijn two-way trader. Slechts 6 procent van de industriële bedrijven heeft geen directe goederenhandel. Dat wil echter niet zeggen dat ze geen gebruik maken van geïmporteerde grondstoffen, of dat hun producten niet toch hun weg naar het buitenland vinden. Dit is terdege mogelijk via binnenlandse toeleveranciers cq. afnemers.

Onder de wat grotere groothandelaren is het aandeel two-way traders zelfs nog groter dan in de industrie; van de ruim 4 duizend bedrijven met tenminste 20 werkzame personen heeft ruim 96 procent in- en of uitvoer van goederen. Er zijn relatief weinig grotere bedrijven in de groothandel zonder in- of uitvoer van goederen (150). In absolute zin zien we de meeste bedrijven 20 werkzame personen of meer terug in de zakelijke dienstverlening en overige bedrijfstakken. Hier is, net als in de vervoer, opslag, horeca en ICT sector het aandeel bedrijven met alleen import van goederen het grootst.

1.2 Investerings in het buitenland gaan vaak samen met handel

Bedrijven die willen profiteren van de mogelijkheden die buitenlandse markten bieden hebben verschillende opties om de stap over de grens te zetten. De meest voor de hand liggende is om te beginnen met het exporteren van de eigen producten naar het buitenland. Daarnaast kan een bedrijf profiteren door te beginnen met de import van grond- of hulpstoffen, of halffabricaten van bijvoorbeeld hogere kwaliteit of tegen een lagere prijs dan het binnenlandse aanbod. Deze strategieën zijn echter ook een ingewikkelde en kostbare aanpak met een onzeker resultaat, vooral voor kleinere bedrijven. Bedrijven kunnen ook kiezen voor meer complexe internationaliseringsstrategieën, zoals het investeren in een filiaal in het buitenland. We zullen later zien dat deze investeringen vaak ook worden gecombineerd met import uit of export naar hetzelfde bestemmingsland. Denk hierbij bijvoorbeeld aan een Nederlands bedrijf dat investeert in een verkoopfiliaal in Spanje en vervolgens zijn producten naar Spanje gaat exporteren om deze daar af te zetten. Of aan een Nederlands bedrijf dat investeert in een nieuwe fabriek in Roemenië om vervolgens de daar gefabriceerde producten te importeren en in Nederland te verkopen of te exporteren naar andere markten.

1.2.1 Industrie investeert relatief vaak in het buitenland



Ongeveer 1 procent van de Nederlandse ondernemingen investeert in het buitenland

Het aantal Nederlandse ondernemingen dat investeert in het buitenland is relatief klein, ongeveer 1 procent. Deze bedrijven zijn vooral te vinden in de groothandel en de dienstverlening, zie figuur 1.2.1. In het laatste geval gaat het voor een belangrijk deel om holdingmaatschappijen van multinationale ondernemingen waar de internationale ondernemingsstructuur wordt beheerd in de vorm van investeringen in buitenlandse dochterbedrijven. Bij de groothandel kan gedacht worden aan grote buitenlandse multinationals, zoals autofabrikanten, die in Nederland een regionaal hoofdkwartier hebben dat verdere vertakkingen in Europese dochterondernemingen beheert. Dergelijke ondernemingen worden vanwege de aard van hun activiteiten in Nederland doorgaans als groothandel getypeerd. Daarnaast valt op dat de industrie relatief vaak investeert in het buitenland, deze ondernemingen vormen 4 procent van de groep die niet investeert in het buitenland, maar 13 procent van de groep die dat wel doet.



1% van de Nederlandse
ondernemingen investeert in het buitenland

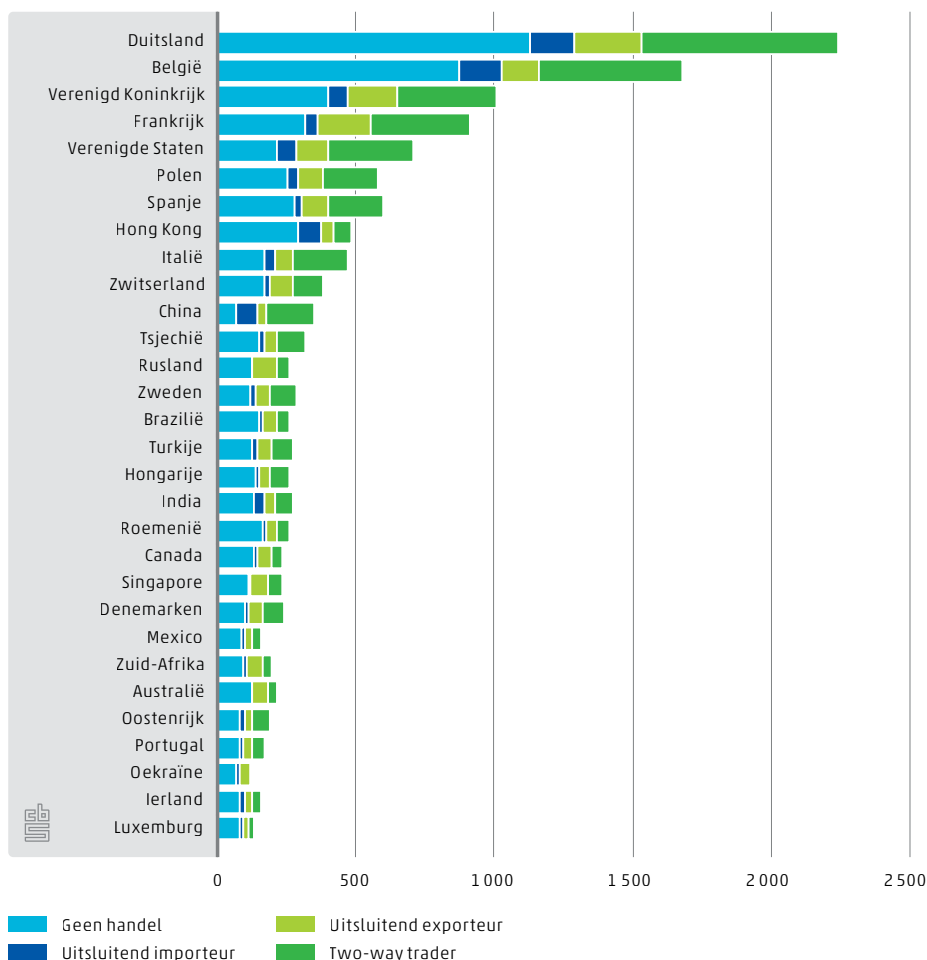
Investeren in het buitenland voor veel kleine bedrijven geen haalbare kaart

Ondernemingen die investeren in het buitenland behoren voor een aanzienlijk deel tot het grootbedrijf. Van alle ondernemingen behoort ongeveer 1 procent tot het grootbedrijf, maar samen zijn ze goed voor 20 procent van de in het buitenland investerende ondernemingen. Voor veel bedrijven uit het zelfstandig midden- en kleinbedrijf (zmkb) is het geen haalbare kaart om deze stap over de grens te zetten. Dit komt doordat investeren in het buitenland nog aanzienlijk kostbaarder en complexer is dan exporteren of importeren. Bovendien zijn deze investeringen minder makkelijk omkeerbaar dan de beslissing om internationaal te gaan handelen. Dat geldt met name voor investeringen in het opzetten van een feitelijke fysieke aanwezigheid in een ander land zoals een fabriek, een distributiecentrum of een verkoopfiliaal. Zmkb'ers die wel investeren in het buitenland hebben gemiddeld minder dan twee deelnemingen in buitenlandse bedrijven, terwijl grote bedrijven er gemiddeld meer dan acht hebben.

Zeventig procent van de ondernemingen die investeren in China importeren ook uit China

In het vervolg van dit stuk brengen we in beeld in hoeverre investeringen in het buitenland gepaard gaan met goederenhandel. We richten ons daarbij specifiek op niet-dienstverlenende bedrijfstakken omdat we kijken naar het samengaan van investeringen met goederenhandel. De cijfers hebben betrekking op 2014. Figuur 1.2.2 laat zien dat Duitsland en België de belangrijkste bestemmingen zijn voor investeringen van Nederlandse ondernemingen uit deze bedrijfstakken, gevolgd door het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en de VS.

1.2.2 Bestemmingen van investeringen naar type handelaar



Voor de meeste bestemmingslanden geldt dat een fors deel van de investeerders ook handelt met het betreffende land. Bij de meeste bestemmingslanden ligt het percentage ondernemingen dat zowel investeert in als handelt met het doelland tussen de 45 en de 65 procent. In het algemeen geldt dat ondernemingen vaker gelijktijdig investeren en exporteren, dan investeren en importeren. Singapore, Rusland en Australië zijn in dat verband belangrijke exportbestemmingen. China en India zijn juist uitzonderingen. Voor China geldt dat 70 procent van de ondernemingen die er investeren ook importeren uit dat land. Dit is een indicatie dat het relatief vaak gaat om investeringen in bijvoorbeeld productiecapaciteit ter plaatse, waarvan de productie wordt verscheept naar Nederland en hier afgezet of verder geëxporteerd. Bestemmingen met een gunstig belastingklimaat worden relatief weinig gecombineerd met handel, zoals Ierland, Luxemburg en Hong Kong.

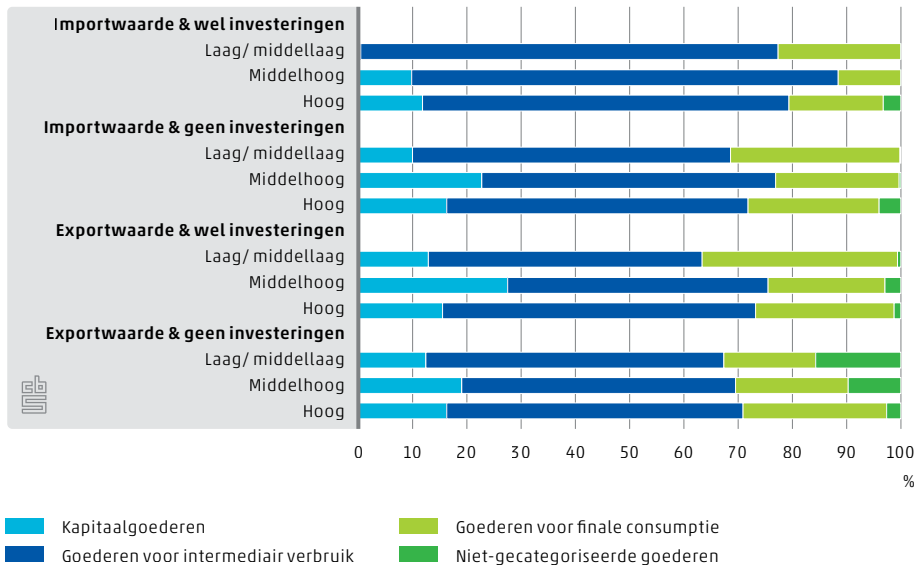
Hong Kong is in dit verband een complexe casus, aangezien het zowel een belangrijke overslaghaven is voor goederen alsook aangemerkt wordt als *offshore financial center* ('belastingparadijs') door het IMF.

Investerings in het buitenland relatief vaak gepaard met import voor intermediair verbruik

Figuur 1.2.3 laat zien hoe de goederenhandel is opgebouwd naar type product onderscheiden naar ondernemingen die wel en niet investeren in hetzelfde buitenland. Daarbij groeperen we de partnerlanden naar inkomensniveau volgens de indeling van de Wereldbank. Hierbij onderscheiden we partnerlanden met een hoog inkomensniveau, landen met een middelhoog inkomensniveau en landen met een middellaag tot laag inkomensniveau.

Wat opvalt is dat wanneer de handel gepaard gaat met investeringen in hetzelfde buitenland (hoog inkomensniveau), het dan relatief vaak gaat om goederen voor intermediair verbruik (producten die worden verbruikt in het productieproces), met name aan de importkant. Dit zou kunnen duiden op offshoring of verticale integratie van de productieketen: de Nederlandse onderneming investeert bijvoorbeeld in een toeleverancier in het buitenland om haar productieketen te versterken. Met name in de lage- en middeninkomenslanden zien we dat investeringen ter plaatse vooral gepaard gaan met de import van goederen voor intermediair verbruik uit die landen. Aan de exportkant valt op dat investeringen in lage-inkomenslanden relatief veel samengaan met de export van consumptiegoederen naar deze landen. Dit zou op een mechanisme kunnen wijzen waarbij Nederlandse bedrijven markten in ontwikkelingslanden bij voorkeur bedienen via een lokaal verkoopfiliaal, en niet op afstand. Niettemin moeten deze uitkruisingen met enige voorzichtigheid geïnterpreteerd worden, omdat het motief van een investering in het buitenland niet bekend is.

1.2.3 Goederenhandel naar herkomst- en bestemmingslanden (ingedeeld naar inkomensklasse¹⁾) en investeringsstatus



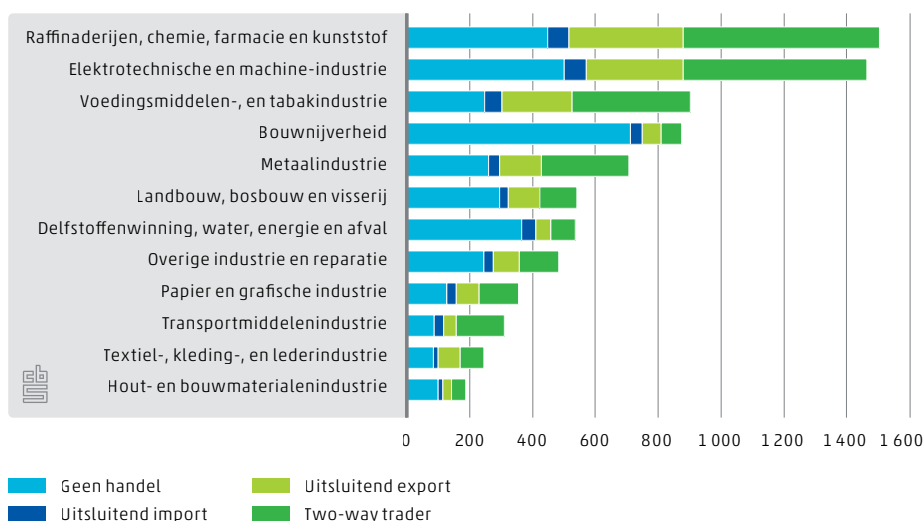
¹⁾ Ingedeeld naar inkomensklasse van de Wereldbank.

Two-way trading en investeren relatief vaak gecombineerd in transportmiddelenindustrie

Figuur 1.2.4 laat zien in welke mate investeringen in en handel met hetzelfde land samengaan voor individuele bedrijfstakken. Een intuïtief logisch beeld ontstaat. In een aantal bedrijfstakken zoals de landbouw, delfstoffenwinning (waaronder ook water, energie en afval ressorteren) en bouwnijverheid zien we dat investeringen relatief zelden gepaard gaan met handel. In typisch industriële sectoren zien we aanzienlijke percentages van ondernemingen waarbij buitenlandse investeringen gepaard gaan met voornamelijk export naar het bestemmingsland. Deze percentages lopen op tot 60 à 70 procent in de voedingsmiddelenindustrie, elektrotechnische en machine-industrie en de raffinage.

De transportmiddelenindustrie valt op vanwege het feit dat de helft van de ondernemingen investeren combineert met two-way trading. Dit zou verklaard kunnen worden door het feit dat in de transportmiddelenindustrie (waaronder de productie van auto's en vrachtwagens) productieketens veelal grensoverschrijdend versnipperd zijn in vele kleine schakels. Onderdelen en halffabricaten passeren daardoor veelvuldig landsgrenzen.

1.2.4 Goederenhandelsrelatie met investeringsbestemming, naar bedrijfstak



1.3 Bedrijven met carry-along trade exporteren naar meer landen én hebben meer klantrelaties

Carry-along trade (CAT) betreft export van producten die de exporteur niet zelf heeft geproduceerd, maar in het kader van productverrijking in een bundel met het eigen assortiment meeleverd (zie de introductiepagina met figuur 0.0.1, en hoofdstuk 2 voor een uitgebreide introductie van carry-along trade). Een bedrijf dat aan carry-along trade doet, is over het algemeen groter dan het gemiddelde exporterende bedrijf dat niet aan carry-along trade doet. Zo hebben CAT-bedrijven binnen de industrie bijna twee keer zoveel werknemers in dienst als bedrijven zonder CAT en hebben ze een hogere totale exportwaarde. In deze paragraaf onderzoeken we of CAT-bedrijven daarnaast ook andere handelsrelaties hebben dan non-CAT-bedrijven. Hiertoe is een gecombineerde dataset gemaakt, gebaseerd op de afbakening van CAT-bedrijven, zoals in hoofdstuk 2 van deze Internationaliseringsmonitor wordt beschreven, en op data over handelsrelaties voor goederenhandel uit hoofdstuk 4, welke bestaat uit data voor Europese landen. Voor de 738 CAT-bedrijven in 2016 is onderzocht of deze een fundamenteel

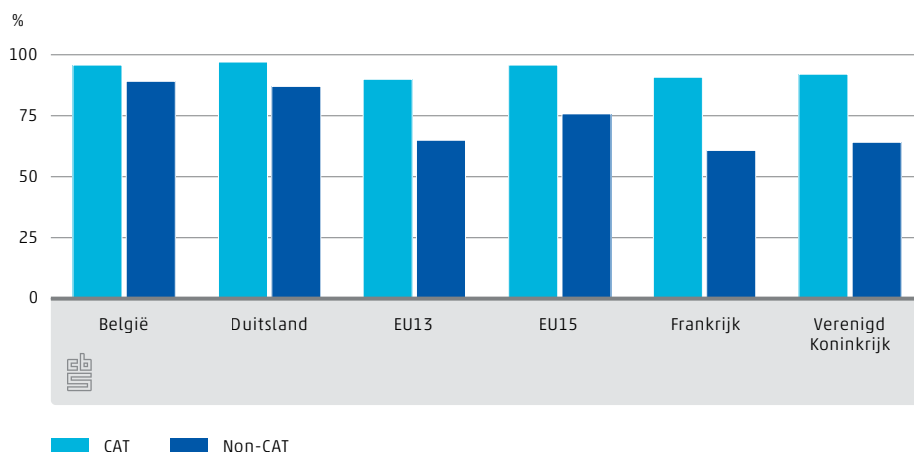
ander klantenbestand hebben dan vergelijkbare bedrijven (3 313 bedrijven) binnen de industrie zonder carry-along trade.³⁾

CAT bedrijven in meer landen actief

In het algemeen zien we dat CAT-bedrijven in meer landen actief zijn dan bedrijven die niet aan CAT doen. Een gemiddeld CAT-bedrijf exporteert goederen naar 15 Europese landen, terwijl een gemiddeld non-CAT-bedrijf naar 9 Europese landen exporteert.

In figuur 1.3.1 staan de belangrijkste Europese landen en landengroepen waar Nederland naar toe exporteert. Te zien is dat CAT-bedrijven relatief vaak naar niet-aangrenzende landen exporteren. Zo exporteert meer dan 90 procent van de CAT-bedrijven naar Frankrijk, vergeleken met 61 procent van de exporterende bedrijven zonder carry-along trade. Voor de aangrenzende landen, België en Duitsland, liggen deze percentages dicht bij elkaar.

1.3.1 Aandeel bedrijven dat naar betreffende landengroep exporteert, 2016



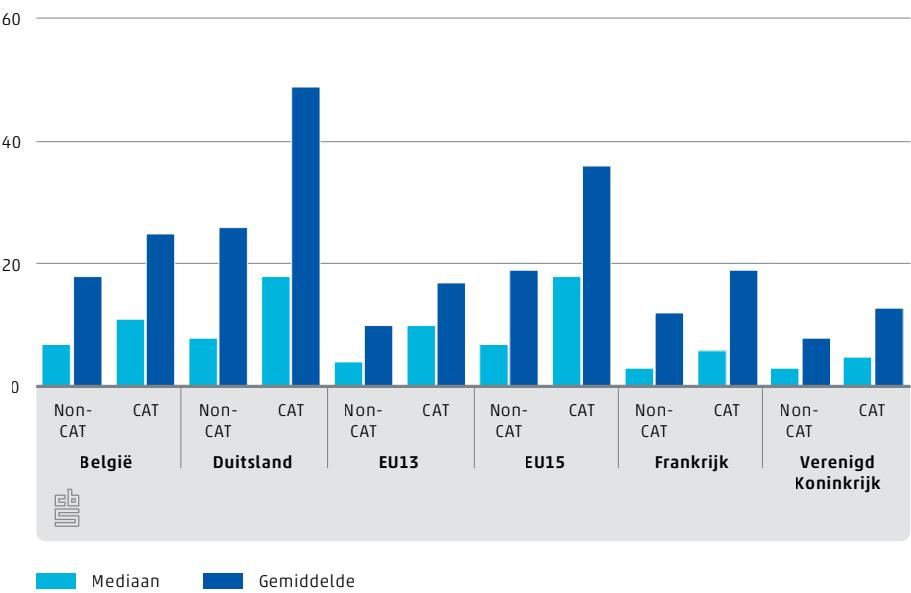
³⁾ CAT-bedrijven zijn bedrijven binnen de industrie (SBI C) met 20 of meer werkzame personen. De exporterende bedrijven waarmee deze groep vergeleken wordt, is vergelijkbaar in de zin dat ze ook tot de industrie behoren en allen 20 of meer werkzame personen hebben.

CAT bedrijven hebben meer handelsrelaties

Niet alleen zijn CAT-bedrijven in meer landen actief, ze hebben ook meer handelsrelaties in het buitenland: gemiddeld 27, tegenover 16 voor bedrijven die niet aan CAT doen. Figuur 1.3.2 laat zien dat CAT-bedrijven binnen elk van de uitgelichte landengroepen meer handelsrelaties hebben dan non-CAT-bedrijven. Dit geldt telkens voor zowel het gemiddelde als de mediaan.

CAT-bedrijven met export naar het Verenigd Koninkrijk hebben bijvoorbeeld gemiddeld 13 handelsrelaties, ten opzichte van gemiddeld 8 handelsrelaties voor bedrijven zonder carry-along trade. In de mediaan is dit verschil een stuk kleiner. Zo heeft een gemiddeld CAT-bedrijf 5 unieke klanten in het Verenigd Koninkrijk, vergeleken met 3 klanten voor bedrijven zonder CAT, met export naar het Verenigd Koninkrijk. Voor de andere landen en/of landgroepen kenmerkt zich een vergelijkbaar patroon, waarbij CAT bedrijven meer handelsrelaties hebben dan non-CAT-bedrijven. Over het algemeen is er duidelijk te zien dat CAT-bedrijven dus naar méér landen exporteren alsook meer handelsrelaties onderhouden binnen de landen waarin ze handelen dan bedrijven zonder carry-along trade. Hoofdstuk 2 en 3 van deze Internationaliseringsmonitor gaan dieper in op het fenomeen carry-along trade, en hoofdstuk 4 beschrijft de kenmerken in handelsrelaties van Nederlandse exporteurs.

1.3.2 Aantal handelsrelaties per land(groep), 2016



1.4 Kleine bedrijven vragen relatief weinig support van de overheid bij hun exportactiviteiten

Bedrijven die activiteiten op buitenlandse markten willen ontplooiën kunnen daarbij ondersteuning van de overheid krijgen. De overheid heeft daarvoor een breed pallet aan ondersteunende instrumenten van uiteenlopend gewicht paraat (in het vervolg 'het bedrijfsleveninstrumentarium'). Een voorbeeld is de organisatie van handelsmissies, waarbij een groep bedrijven van uiteenlopende aard – veelal onder leiding van een bewindspersoon – een specifiek land bezoekt om nieuwe netwerken en handelsrelaties te ontwikkelen.

Er zijn ook instrumenten voor specifieke doelgroepen, zoals bijvoorbeeld beginnende exporteurs. Het programma 'Starters International Business' coacht bijvoorbeeld exporteurs bij het zetten van de eerste stappen op de buitenlandse markt. Ook bestaan er lichtere interventies, zoals 'Informatie op Maat' of de beantwoording van gerichte vragen door Nederlandse ambassades of consulaten. Deze kunnen informatie verschaffen over zaken als het starten van een bedrijf in het betreffende bestemmingsland, of import- en export-gerelateerde zaken. Het inroepen van ondersteuning door de overheid is daarmee feitelijk een onderdeel van de exportstrategie van bedrijven.

Relatief vaak hulp gevraagd bij 'moeilijkere' bestemmingen

In de periode 2010–2015 werd er 36 349 keer gebruikt gemaakt van het bedrijfsleven-instrumentarium. Dit betreffen geen unieke bedrijven; één bedrijf kan het instrumentarium voor meerdere bestemmingslanden inzetten of in meerdere jaren voor hetzelfde land. Een beperkt deel van de beleidsinzet bestaat uit een combinatie van meerdere instrumenten; 91,1 procent van de bedrijven maakt bij een internationaliseringsproject gebruik van 1 instrument, en 7,5 procent van 2. Het restant combineert meerdere vormen van ondersteuning, tot een maximum van 7 instrumenten die parallel worden ingezet voor hetzelfde bestemmingsland.

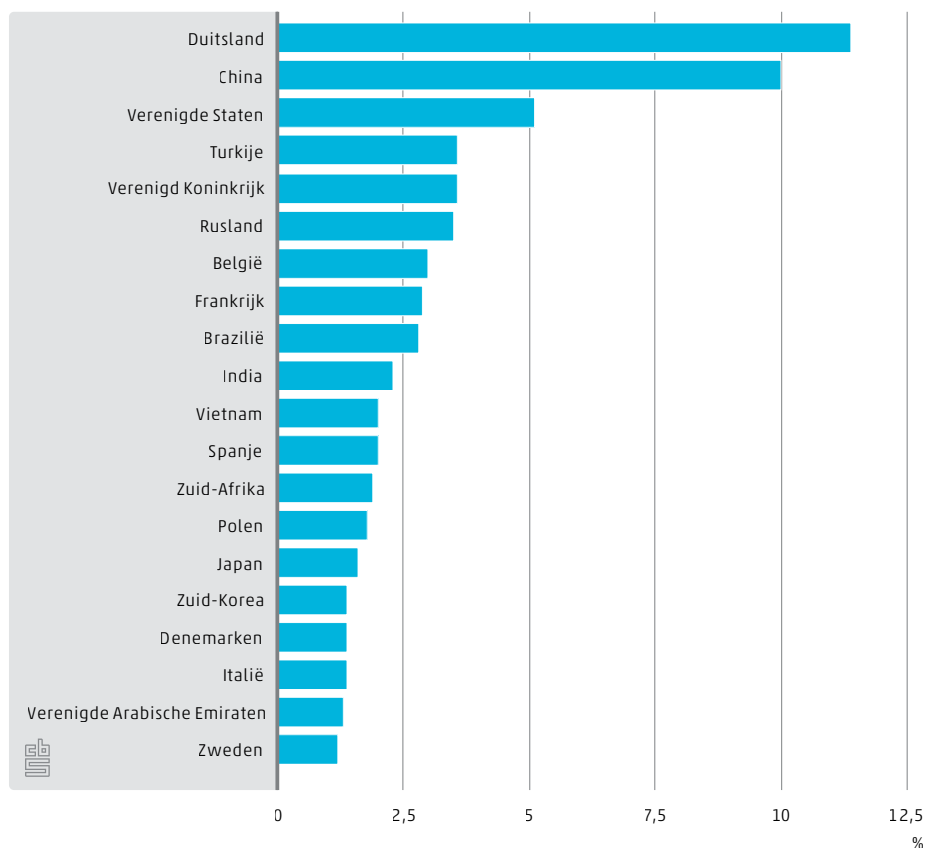
De landen waarvoor bedrijven het vaakst gebruik maken van het bedrijfsleven-instrumentarium zijn Duitsland (11 procent van de ondersteuningstrajecten) en China (10 procent), zie figuur 1.4.1.⁴⁾ Daarna volgt een groep met een aandeel van 3-5 procent, waaronder de Verenigde Staten, Rusland en Turkije. De top-20 correspondeert deels met de lijst van belangrijkste Nederlandse exportbestemmingen. Wat opvalt is dat 'moeilijkere' en verder weg gelegen markten zoals China, Rusland en Turkije – in verhouding tot hun aandeel in de Nederlandse export – een groot aandeel in het instrumentgebruik laten zien. Bijvoorbeeld: 2 procent van de Nederlandse goederenexport ging in 2015 naar China, terwijl 10 procent van het instrumentgebruik gericht was op dit land. Turkije nam 4 procent van het instrumentgebruik voor haar rekening, terwijl 1 procent van de export hier naar toe ging. Het lijkt er dus op dat bedrijven voor de complexere bestemmingen sneller geneigd zijn hulp van de overheid in te roepen.



10% van het gebruik van
het bedrijfsleveninstrumentarium is
gericht op China als bestemmingsland

⁴⁾ De cijfers in dit hoofdstuk zijn ontleend aan een onderzoek naar het effect van de inzet van het bedrijfsleveninstrumentarium en het diplomatieke postennet op de stimulering van internationaal ondernemen. In dit onderzoek zijn 65 instrumenten en activiteiten die beleidsmatig voornamelijk ressorteren onder het ministerie van Buitenlandse Zaken geanalyseerd over de periode 2010-2015. Dit onderzoek wordt door het CBS uitgevoerd in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken. Het onderzoeksrapport was op het moment van schrijven van dit hoofdstuk nog niet gepubliceerd.

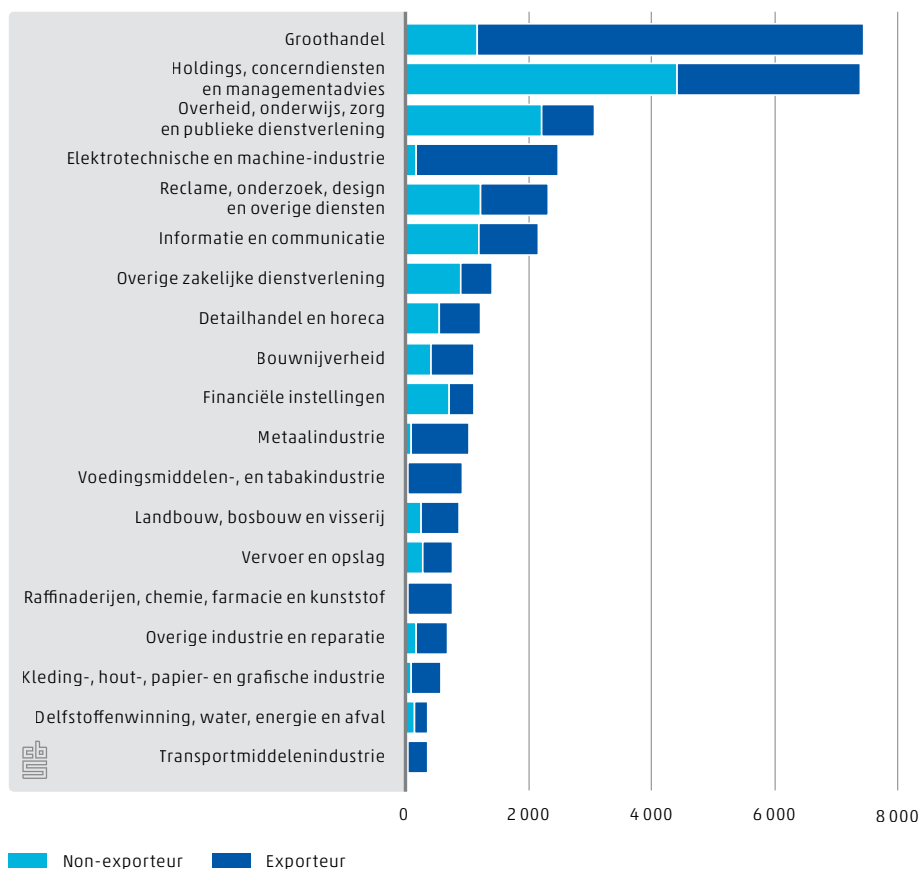
1.4.1 Instrumentgebruik naar bestemming



Groothandel maakt vaakst gebruik van hulp overheid bij internationalisering

De bedrijfstakken die het meest gebruikmaken van het instrumentarium zijn de groothandel (21 procent) en holdings, concerndiensten en managementadviesbureaus (20 procent), op gepaste afstand gevolgd door overheidsinstanties (9 procent), zie grafiek 1.4.2. Adviesbureaus die zelf niet participeren in het internationaliseringsproject, maar uitsluitend als penvoerder opereren, zijn verantwoordelijk voor een deel van de ondersteuningsaanvragen. Dit verklaart mede het grote aandeel van de bedrijfstak holdings, concerndiensten en managementadviesbureaus in de supportaanvragen. Binnen de overheid worden vooral universiteiten en onderzoeksinstituten bijgestaan.

1.4.2 Ondersteuning door overheid naar bedrijfstak



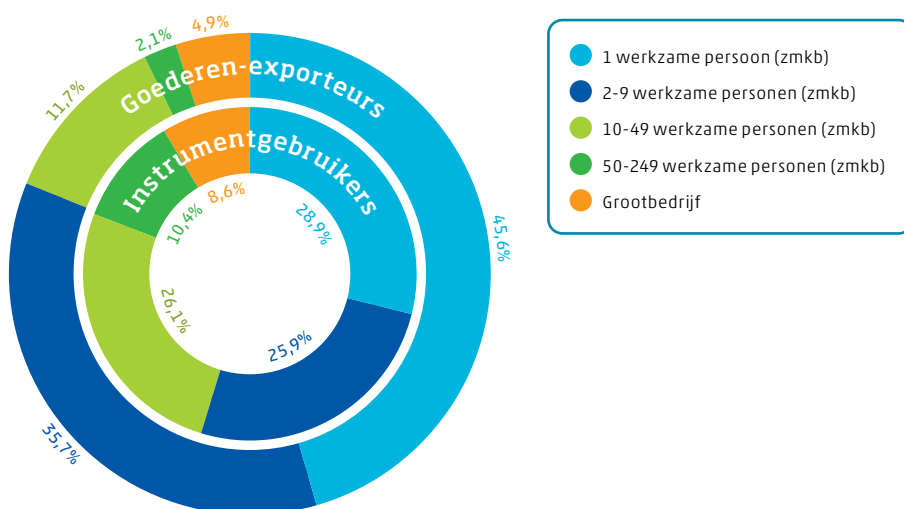
Vooraf hulp aan bestaande exporteurs

Het percentage bedrijven dat al (goederen) exporteert wanneer zij zich bij de overheid melden voor ondersteuning varieert sterk tussen de bedrijfstakken. De voedingsmiddelenindustrie, raffinaderijen, chemie, farmacie en kunststof, de metaalindustrie en de elektrotechnische industrie springen er uit. In deze vier bedrijfstakken exporteert minder dan tien procent van de bedrijven nog niet op het moment dat ze bij de overheid aankloppen voor ondersteuning. Dat betekent dat het overgrote deel van de bedrijven dus hulp inroept om méér te gaan exporteren; ofwel meer naar bestaande bestemmingen ofwel naar een nieuwe bestemming. In dienstverlenende bedrijfstakken ligt het percentage bestaande exporteurs logischerwijs relatief laag omdat deze cijfers enkel goederenexport betreffen. In de dienstensector ligt het percentage bedrijven zonder goederenexport veelal boven de 60 procent, in andere bedrijfstakken meestal onder de 20 procent.

Zelfstandig MKB klopt niet vaak aan voor hulp bij internationalisering

Het grootbedrijf is oververtegenwoordigd in de groep instrumentgebruikers; 5 procent van de exporteurs vormt in totaal 9 procent van de (unieke) bedrijven die bij de overheid aankloppen voor ondersteuning.⁵¹ Vooral onder kleine zelfstandige bedrijven in het midden- en kleinbedrijf (zmkb) is het bereik van het instrumentarium relatief beperkt. Zmkb'ers met maximaal 9 werkzame personen vormen samen ruim 80 procent van de exporterende populatie, maar ongeveer de helft van de instrumentgebruikers. De grotere zmkb'ers (meer dan 10 werkzame personen) maken in verhouding vaker gebruik van overheidssupport. Dit verklaart mede waarom het grootste deel van de bedrijven dat ondersteuning inroept reeds exporteert. Het percentage exporteurs loopt immers snel op met bedrijfsomvang. Dit betekent ook dat er een aanzienlijke scope is voor ondersteuning van kleine startende exporteurs. Kleinere bedrijven ervaren over het algemeen meer belemmeringen bij het betreden van internationale markten, terwijl zij nog relatief weinig gebruik maken van het bedrijfsleveninstrumentarium.

1.4.3 Kleine bedrijven maken relatief weinig gebruik van support door de overheid

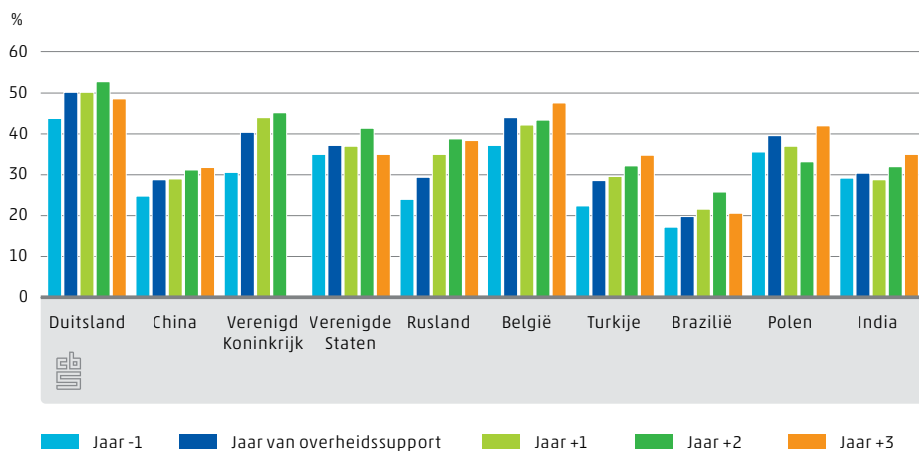


⁵¹ In het vervolg van dit hoofdstuk richten we ons op de bedrijfstakken waar de goederenexport met name wordt gerealiseerd en laten we dienstverlenende sectoren verder buiten beschouwing.

Aantal exporteurs neemt consequent toe na overheidssupport

Figuur 1.4.4 laat zien dat het aandeel bedrijven dat exporteert naar het bestemmingsland consequent toeneemt in de jaren na overheidssupport (jaar t). Het patroon wisselt echter per land en de verschillen zijn flink. Naburige landen laten de hoogste aandelen actieve bedrijven zien; 53 procent van de bedrijven is twee jaar na de ondersteuning ($t+2$) actief in Duitsland, 45 procent in het Verenigd Koninkrijk en 44 procent in België. Dit is aanmerkelijk hoger dan de percentages twee jaar later ($t+2$) voor opkomende markten als Brazilië (26 procent), India (32 procent) of China (31 procent). Maar ook voor deze landen stijgt het aandeel actieve bedrijven aanmerkelijk in de jaren nadat de bedrijven zijn bijgestaan. Merk hierbij wel op dat er op basis van deze figuur geen causaal verband gelegd kan worden tussen instrumentgebruik en aantallen exporteurs.

1.4.4 Actieve goederenexporteurs in de jaren rond overheidssupport



1.5 Literatuur

CBS (2016a). *Export van diensten goed voor 10 procent bbp*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Heerlen/Den Haag/Bonaire.

CBS (2016b). *Bijdrage wederuitvoer aan bbp in 20 jaar verdubbeld*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Heerlen/Den Haag/Bonaire.

CBS (2017). *Een derde van de aangevoerde goederen wordt doorgevoerd*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Heerlen/Den Haag/Bonaire.

Jaarsma, M. & Wong, K.F., & Lemmers, O. (2018). *Export naar de EU. Gateway to the rest of the world?* In CBS Internationaliseringsmonitor 2018, eerste kwartaal. Centraal Bureau voor de Statistiek: Heerlen/Den Haag.

Voncken, R., & Cremers, D. (2018). *Welke bedrijven exporteren waarheen?* In CBS Internationaliseringsmonitor 2018, eerste kwartaal. Centraal Bureau voor de Statistiek: Heerlen/Den Haag/Bonaire.

2.

Trends in carry-along trade door exporteurs in Nederland

Auteurs

Marcel van den Berg

Anne-Peter Alberda

Ahmed Boutorat

Martin Luppés



63 procent industriële export is zelfgeproduceerd

35 procent van de industriële exporteurs doet aan carry-along trade

Een aanzienlijk deel van de exporteurs in Nederland hanteert een exportstrategie waarbij zij hun eigen assortiment verrijken door producten mee te exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd, maar die zij als bundel meeleveren met hun eigen producten. Dit fenomeen staat bekend als '*carry-along trade*' (CAT). In dit hoofdstuk brengen we in kaart in hoeverre exporteurs in ons land aan carry-along trade doen. Wat is het precies en hoe bakenen we het af? Hoe prominent is carry-along trade? Is het een groeiend fenomeen? In welke bedrijfstakken, bestemmingen of productgroepen zien we CAT-handel groeien? Deze en meer vragen komen in dit hoofdstuk aan bod.

2.1 Inleiding

Carry-along trade betreft een exportstrategie van exporteurs waarbij zij producten exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd, maar die zij als bundel meeleveren met hun eigen producten. Dit is een manier voor bedrijven om van toegevoegde waarde te zijn voor hun klanten en daar zelf ook aan te verdienen. Denk bijvoorbeeld aan een sigarettenfabrikant die zelf alleen shag produceert en exporteert, maar aanverwante producten zoals vloeipapier en aanstekers meeleverd (zie ook figuur 0.1.1). De sigarettenfabrikant voegt op deze manier waarde toe door de bundeling van zijn eigen producten met aanverwante producten.

Er bestaan verschillende vormen van carry-along trade. Ten eerste, de sigarettenfabrikant in dit voorbeeld produceert de complementaire producten als vloeipapier en de aanstekers niet zelf – en wellicht importeert het bedrijf deze deels – maar de fabrikant berekent wel een kleine marge door aan zijn afnemers waaraan hij ook verdient. Dat verdienmodel (productverrijking) is ook voor de fabrikant van de complementaire producten interessant, omdat het zo bijvoorbeeld de kosten van het zoeken naar (buitenlandse) afnemers kan verlagen. In Braaksma & Tiggeleove (2009) wordt de indirecte export van deze complementaire producten 'piggyback' uitvoer genoemd. Als voorbeeld nemen zij een producent van kledingaccessoires die haar producten door kledingfabrikanten laat uitvoeren.

Een tweede vorm van carry-along trade doet zich voor als buitenlandse klanten naast het finale product (bijvoorbeeld een machine) ook belangstelling hebben voor reserveonderdelen. Die worden vaak door andere, toeleverende bedrijven gemaakt. Bij wijze van aanvullende dienstverlening aan de klant kan de machinefabrikant er echter voor kiezen om naast het kernproduct

(de machine) ook machineonderdelen mee te gaan leveren. Ten derde is het ook mogelijk de eigen producten te verrijken met aanvullende dienstverlening zoals een onderhoudscontract of financiering. Dit is een vorm van verrijking van de klantrelatie. Als de fabrikant de levering van deze aanvullende diensten uitbesteedt, is dat ook een vorm van carry-along trade (als het bedrijf deze zelf produceert niet, dan is het een kernproduct). De vierde en laatste verschijningsvorm van CAT-handel is het combineren van producten onder een sterke merknaam (merchandising), denk daarbij bijvoorbeeld aan de koppeling tussen automerken en kleding- of horlogefabrikanten.

Door het combineren van cijfers over de productie en de export van bedrijven kunnen we ook voor exporteurs in Nederland zichtbaar maken welke producten industriële bedrijven zelf produceren (en exporteren) en wat zij in de vorm van carry-along trade meeleveren. Het in beeld brengen van ontwikkelingen in de verhouding tussen zelf produceren en bundelen van producten biedt inzicht in patronen in directe en indirecte export, afhankelijkheden in productieketens en de toekomstbestendigheid van verdienmodellen van industriële bedrijven in Nederland. Daarmee kunnen vragen beantwoord worden als: wat produceert de Nederlandse industrie zelf en voor welke producten is het een platform voor indirecte export? Zijn er veranderingen zichtbaar in de verdienmodellen van industriële bedrijven? Hoe belangrijk is carry-along trade voor bedrijven? En wat kenmerkt een typische CAT-handelaar? Deze vragen komende in het volgende hoofdstuk nader aan bod.

In dit hoofdstuk beginnen we met een introductie van het concept carry-along-trade. In paragraaf 2.2 laten we aan de hand van enkele casestudies zien dat niet alle producten die bedrijven exporteren – maar niet zelf produceren – logischerwijs als carry-along trade geoormerkt kunnen worden. Zo zien we bijvoorbeeld regelmatig incidentele exporttransacties plaatsvinden zonder dat er sprake lijkt te zijn van een structureel verdienmodel. Dit brengt ons ertoe om aan de hand van een set beslisregels de geëxporteerde producten die het bedrijf niet zelf heeft geproduceerd als ‘carry-along’ of ‘niet carry-along’ te bestempelen. We gaan daarna wat dieper in op deze formele afbakening van CAT-handel. Wat verstaan we hier onder? Wat niet? Hoe bakenen we het af? Wat weten we uit bestaand onderzoek over CAT-handel in andere landen? Daarna bespreken we in paragraaf 2.3 een aantal beschrijvende kernresultaten van dit afbakeningsproces. Op welke schaal zijn exporteurs actief in carry-along trade? Is het een groeiend fenomeen? In welke bedrijfstakken of naar welke bestemmingen zien we CAT-handel groeien? Na deze schets van de trends in de carry-along trade wordt dit hoofdstuk afgesloten met een samenvatting en discussie van de bevindingen.

2.2 Carry-along trade: een afbakening

Carry-along trade: wat weten we al?

In twee samenhangende artikelen zijn Bernard et al. (2012) en Van Beveren et al. (2012) de eersten die gewag maken van het feit dat het grootste deel van de exporteurs producten exporteert die zij niet zelf hebben geproduceerd. Door data over productie en goederenexport op het niveau van individuele bedrijven te combineren laten zij zien dat in België driekwart van de geëxporteerde producten en dertig procent van de waarde van de export wordt uitgevoerd door Belgische exporteurs die deze producten niet zelf hebben geproduceerd. Zij noemen deze vorm van export *carry-along trade*. Daarnaast laten zij zien dat productieve bedrijven een groter aantal verschillende producten exporteren in de vorm van carry-along trade, maar geen groter aantal verschillende producten zelf produceren. In daaropvolgende jaren is het bestaan van carry-along trade ook in andere landen aangetoond, zoals in Denemarken (Abreha et al., 2013), Turkije (Lo Turco en Maggioni, 2013) en Italië (Di Nino, 2015). Damijan et al. (2013) introduceren, gerelateerd aan carry-along trade, de term *pass-on trade* en laten zien dat 70 procent van de Sloveense exporteurs op gedetailleerd niveau exact dezelfde producten importeert als exporteert.¹⁾ In termen van exportwaarde betreft 13 procent van de Sloveense export wat de auteurs pass-on trade noemen. Wagner (2017) laat zien dat 17 procent van de Duitse handel bestaat uit wat hij noemt intra-product handel, wat weer net een andere afbakening is dan pass-on trade.

De centrale boodschap van de bestaande literatuur is dat het veelvuldig voorkomt dat bedrijven goederen exporteren die zij niet zelf produceren. Deze goederen zijn afkomstig van toeleveranciers uit binnen- en buitenland en worden door de exporteur gebundeld met zijn eigen producten. In dit hoofdstuk gaan we kijken in hoeverre dit ook voor Nederland geldt. De eerste stap in dat traject is het maken van enkele case studies van specifieke bedrijfstakken om een kwalitatief beeld te krijgen van de productie- en exportportefeuille van industriële bedrijven en bedrijfstakken. We bespreken hier twee bedrijfstakken. De tabaksindustrie is interessant vanwege het homogene karakter van de productie van deze bedrijfstak. De auto- en aanhangwagenindustrie is relevant vanwege het internationale karakter van de productieketens in deze bedrijfstak. De case studies hebben betrekking op cijfers over het jaar 2013.

¹⁾ Pass-on trade is een onderdeel van carry-along trade met de aanvullende voorwaarde dat de geëxporteerde producten die het bedrijf niet zelf heeft geproduceerd zijn geïmporteerd. Bij carry-along trade kunnen deze producten ook van binnenlandse toeleveranciers afkomstig zijn. Pass-on trade is sterk gerelateerd aan het concept wederuitvoer.

Case study: de tabaksindustrie

De gecombineerde productie- en exportdata telde in de onderzochte periode acht bedrijven die actief waren in de tabaksindustrie. Zij exporteerden (op het meest gedetailleerde productniveau, zie box 2.2.1) 141 verschillende producten. Daarvan behoren er 17 tot de kernproducten van de tabaksindustrie en maar liefst 124 niet.²⁾ Kernproducten zijn de producten die de bedrijfstak definiëren waarin een bedrijf is ondergebracht. In het geval van de tabaksindustrie gaat het dan om producten als tabak, sigaretten en sigaren. Deze 17 kernproducten vormen daarbij ruim 90 procent van de exportwaarde van de bedrijfstak. Het aandeel van de export van producten die niet voortkomen uit de kernactiviteiten van de tabaksindustrie is bijna 9 procent. Dit zijn producten die volgens de methode van Van Beveren et al. (2012) dus als carry-along trade aangemerkt kunnen worden. Het meest in het oog springende voorbeeld van karakteristieke carry-along trade is de export van vloeipapier afkomstig uit de papierindustrie door de tabaksindustrie. Ruim de helft van de export van niet-kernproducten betreft vloeipapier; 4,5 procent van de totale export van deze bedrijfstak. Daar lijkt dus sprake te zijn van een verdienmodel waarbij de tabaksfabrikant waarde creëert voor zijn afnemers door de export van shag te koppelen aan de export van vloeipapier. Andere voorbeelden van voor de hand liggende carry-along trade zijn aanstekers, sigarettenkokers, lucifers en reclamedrukwerk die we zien terugkomen in de exportcijfers van tabaksfabrikanten. Ook zien we een aantal producten opduiken die zouden kunnen duiden op de CAT-variant merchandising, zoals speelkaarten, kleding, agenda's en pennen.

90% van de export van de tabaksindustrie bestaat uit tabaksproducten, van het restant bestaat de helft uit niet-zelfgeproduceerd vloeipapier



²⁾ We noemen in dit stadium een exportproduct een kernproduct van de sector als het product blijkt de Prodcom-productclassificatie ressorteert onder de betreffende bedrijfstak (SBI) en het ook daadwerkelijk door een Nederlands bedrijf geproduceerd wordt. In een later stadium wordt dit fijnmaziger afgebakend.

Wat verder opvalt is dat er veel eenmalige of kleine transacties te zien zijn en transacties die niet direct lijken te ontspringen aan een structureel verdienenmodel op basis van de kernactiviteit van het bedrijf. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om de export van machines voor de bewerking van tabak en machineonderdelen voor dergelijke machines. Maar ook om moeilijker te plaatsen producten zoals landbouwmachines, blikken en een aantal chemische en olieproducten. Het ligt niet voor de hand om dergelijke transacties zonder meer als carry-along trade te classificeren, ook omdat deze niet-kern export bijvoorbeeld heel regelmatig naar bestemmingslanden gaat waar de tabaksfabrikant geen kernproducten naartoe exporteert. Dit zou bijvoorbeeld kunnen gaan om afgeschreven productiemiddelen of tweedehandsproducten in het geval van machines voor de bewerking van tabak.

Case study: de auto- en aanhangwagenindustrie

Het beeld dat spreekt uit de case study van de tabaksindustrie wordt bevestigd als we kijken naar de auto- en aanhangwagenindustrie. Het gekoppelde onderzoeksbestand telt 77 bedrijven in deze bedrijfstak. Zij exporteren gezamenlijk 801 verschillende producten, waarvan er 75 tot de kernactiviteiten van deze industrie behoren en 726 niet. De exportwaarde van de kernproducten vormt ruim 90 procent van de totale exportwaarde van deze industrie en bestaat voor bijna de helft uit trucks (trekkers van opleggers). Daarnaast zijn vrachtwagens, delen van carrosserieën, delen van versnellingsbakken, uitlaten en andere onderdelen voor tractoren, bussen en auto's voorbeelden van belangrijke kernexportproducten van deze bedrijfstak. Enkele voorbeelden van producten die als carry-along trade van deze bedrijfstak gekarakteriseerd kunnen worden zijn autostoelen, elektronische meetinstrumenten, blusapparaten, EHBO-sets en oliefilters. Deze behoren niet tot de kernproducten van de auto-industrie, maar worden wel regelmatig door deze bedrijfstak geëxporteerd. Daarnaast zien we een grote variatie aan auto-onderdelen van meer en minder technische aard die door bedrijven in deze bedrijfstak worden geëxporteerd. Het lijkt wellicht verrassend dat – bijvoorbeeld – de export van autostoelen niet tot de kern van de auto-industrie behoort, maar de export van bijvoorbeeld uitlaten wel. Dit hangt samen met het feit dat er in de auto-industrie simpelweg geen autostoelen worden geproduceerd, waardoor zij niet tot de kernproducten van deze bedrijfstak kunnen behoren. Dit geldt ook voor een aantal andere auto-onderdelen. Ook in deze bedrijfstak zien we exportproducten die op merchandising duiden, zoals miniatuurmodellen, kleding en kalenders. Minder voor de hand liggende exportproducten van de auto-industrie die we zien opduiken zijn bijvoorbeeld papier en karton, artikelen van kristal en waterzuiveringstoestellen. Dit kan bijvoorbeeld gaan om de verkoop van restpartijen verpakkingsmateriaal.

Het kwalitatieve beeld dat spreekt uit deze case studies is dat industriële bedrijven inderdaad op grote schaal producten exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd, zoals eerder onderzoek in andere landen al aantoonde. Maar daarnaast zien we dat voor veel van deze niet-kernproducten geldt dat het om kleine of incidentele transacties gaat, of om producten die niet evident passen in een structureel verdienmodel voortkomend uit de kernactiviteiten van het bedrijf.

Daarom gaan we in de tweede stap van het onderzoek verder dan het onderzoek van Van Beveren et al. (2012). We beginnen met het repliceren van de methodiek Van Beveren et al. (2012) om productiedata en exportdata van bedrijven in Nederland aan elkaar te koppelen.³⁾ Dit maakt het mogelijk om op het niveau van individuele bedrijven inzicht te krijgen in (1) het assortiment producten dat het bedrijf zelf produceert en exporteert en (2) het assortiment producten dat het wel exporteert, maar niet zelf heeft geproduceerd (zie voor een methodologische toelichting box 2.2.1). Daarna gaan we een stap verder. Dit doen we door de export van niet-zelfgeproduceerde producten door industriële bedrijven te splitsen in drie categorieën: (1) export die we daadwerkelijk als carry-along trade typeren, (2) export die wel relateert aan de kernactiviteiten van het bedrijf, maar toch niet als CAT gezien kan worden en (3) overige exporttransacties. We doen dat aan de hand van een set beslisregels die van ieder exportproduct van ieder industrieel bedrijf bepaalt of het gaat om:

1. *Kernexport*, dit zijn alle producten die door de bedrijven in een specifieke bedrijfstak zijn geproduceerd; alle zelfgeproduceerde exportproducten van een bedrijf behoren derhalve tot de kernexport;
2. *Carry-along trade*, dit zijn producten die het bedrijf niet zelf heeft geproduceerd, die het bundelt met de eigen kernexport waardoor waarde wordt gecreëerd waar een structureel verdienmodel aan ten grondslag ligt;
3. *Kerngerelateerde non-CAT*, dit zijn kernproducten die het bedrijf niet zelf heeft geproduceerd en daarom als potentiële CAT-export gelden, maar dat uiteindelijk niet zijn, bijvoorbeeld omdat ze naar een land worden geëxporteerd waar geen kernexport heen wordt geëxporteerd;
4. *Overige export*, producten die niet tot één van beide voorgaande categorieën behoren.

³⁾ Dit is een noodzakelijke stap, omdat productiedata afkomstig zijn uit de Prodcorn-statistiek en goederenexportcijfers uit de Statistiek Internationale Handel in Goederen. Deze twee bronnen kennen een eigen productclassificatie die voor deze analyses met elkaar in overeenstemming gebracht moeten worden. Van Beveren et al. (2012) ontwikkelden daartoe een concordantieprocedure die ook voor andere landen dan België bruikbaar is.

Data en koppelmethode

Databronnen

De analyses in dit hoofdstuk zijn primair gebaseerd op het combineren van twee databronnen; de Prodcom (afgeleid van het Franse '*Production Communautaire*') en de statistiek Internationale Handel in Goederen (IHG) voor de jaren 2010 tot en met 2016:

1. In de Prodcom wordt jaarlijks de verkoopwaarde van de industriële productie uitgesplitst in productgroepen. Dit gebeurt op basis van een enquête in het kader van een Europese verplichting die wordt uitgezet onder alle bedrijven met ten minste 20 werkzame personen die actief zijn in industriële bedrijfstakken. Het responspercentage ligt doorgaans rond de 90 procent. Daarbij gaat het om grofweg 4 000 à 4 500 bedrijven. De meerwaarde van Prodcom zit met name in het detailniveau waarop de industriële productie wordt gemeten (Prodcom 8-digit goederencode). De Prodcom geeft zo een gedetailleerd overzicht van de industriële productie in Nederland.
2. De data uit de statistiek IHG geeft inzicht in de handel van goederen door Nederlandse bedrijven met andere landen, zowel import als export. De goederen in de IHG worden geclassificeerd volgens de 8-digit Gecombineerde Nomenclatuur (GN8). Deze statistiek is integraal in zoverre dat van alle internationaal actieve bedrijven de totale waarde van hun import en export bekend is. Een verbijzondering naar type product en herkomst en bestemming wordt in principe alleen boven een zekere rapportagedrempel uitgevraagd. Sinds 2013 is ook de bestemming van de export integraal bekend. Het totaal aantal bedrijven in industriële bedrijfstakken dat goederen exporteert was in 2013 ruim 16 duizend. Omdat de Prodcom alleen bedrijven met minstens 20 werkzame personen betreft lopen deze 16 duizend exporteurs niet allemaal mee in de analyses.

Voor de analyses worden de gecombineerde productie- en exportcijfers gekoppeld aan het bedrijfsdemografisch kader (BDK). Deze bron van informatie vormt de ruggengraat van de bedrijvenregistraties en biedt informatie over de basiskennmerken van bedrijven, zoals bedrijfstak, grootteklasse, rechtsvorm en buitenlandse zeggenschap. Daarnaast koppelen we vanuit de Statistiek Financiën van Ondernemingen (SFO) en Baseline bedrijfseconomische informatie aan het onderzoeksbestand die het mogelijk maakt carry-along trade te relateren aan de arbeidsproductiviteit van een bedrijf.

Het verbinden van de goederencodes uit IHG en Prodcorn

Op basis van onderzoek in de Verenigde Staten en België is een reeks procedures ontwikkeld om consistente classificatiecodes op productniveau (zowel in de tijd als tussen handels- en productiegegevens) te produceren.¹⁾ Dit zijn de zogenaamde concordantieprocedures (Pierce & Schott, 2012a; 2012b). Om er mee te kunnen werken zijn de programma's afgestemd op de Nederlandse microdata.²⁾ De facto komt het er op neer dat zowel de producten uit de Prodcorn als die uit de statistiek IHG eerst worden gekoppeld aan een 'tussenliggende' productclassificatie, het 6-digit 'Harmonized System' (HS6). Wanneer één of meerdere producten in de ene classificatie koppelen naar meerdere producten in de andere classificatie, wordt gebruik gemaakt van bundelingen in geconstrueerde groepen van producten. Van Beveren et al. (2012) dopen de HS6 classificatie vanwege deze exercitie om in HS6+. Nadat productie- en exportcijfers in dezelfde productclassificatie zijn gevat kunnen ze aan elkaar gerelateerd worden op bedrijfsniveau en worden gecombineerd met informatie over kenmerken van bedrijven zoals vastgelegd in het BDK, de SFO en Baseline.

¹⁾ Zie <https://www.sites.google.com/site/ilkevanbeveren/Concordances>.

²⁾ Deze gekoppelde code lijsten zijn te vinden op http://ec.europa.eu/eurostat/ramon/index.cfm?TargetUrl=DSP_PUB_WELC.

Het afbakenen van carry-along trade

In totaal telde het bedrijfsdemografisch kader (BDK) in 2015 64 duizend actieve bedrijven in industriële sectoren, waarvan er 17 duizend (27 procent) goederenexport rapporteerden.⁴⁾ Van de totale groep van 64 duizend bedrijven telden er 5 duizend minstens 20 werkzame personen (zie ook paragraaf 1.1). Dit is de groep bedrijven die benaderd is met een enquête in het kader van de Prodcorn (zie box 2.2.1). Van deze 5 duizend bedrijven repondeerden er in 2015 uiteindelijk ruim 4 400 met een gezamenlijke industriële productie ter waarde van ruim 190 miljard euro. In termen van productiewaarde zijn de voedingsmiddelenindustrie en de chemische industrie veruit de belangrijkste industriële bedrijfstakken gevolgd door de machine-industrie.

⁴⁾ We geven hier een algemeen beeld van de onderzoekspopulatie op basis van de cijfers van 2015. Dit is het meest recent beschikbare verslagjaar waarvoor de cijfers definitief zijn. Het algemene beeld is in andere jaren vergelijkbaar.

De totale goederenexport in 2015 bedroeg 419 miljard euro, waarvan 300 miljard euro te relateren is aan actieve bedrijven in Nederland.⁵⁾ In totaal 128 miljard euro aan goederen wordt daarvan geëxporteerd door industriële bedrijven, waarvan 103 miljard door bedrijven met minstens 20 werkzame personen (de populatie van de Prodcom-enquête). Dit verschil wordt voor het grootste deel verklaard door de groothandel, waar veel goederenexport zit, maar die geen onderdeel uitmaakt van de Prodcom-populatie. Na harmonisatie van de exportproducten met de productiecijfers omvatten de analyses nog ruim 85 miljard euro aan goederenexport. Dat komt neer op 28 procent van de totale goederenexport door Nederlandse bedrijven en 83 procent van de goederenexport door Prodcom-bedrijven. Daarmee biedt het gekoppelde analysebestand een representatief beeld van de Nederlandse industrie.

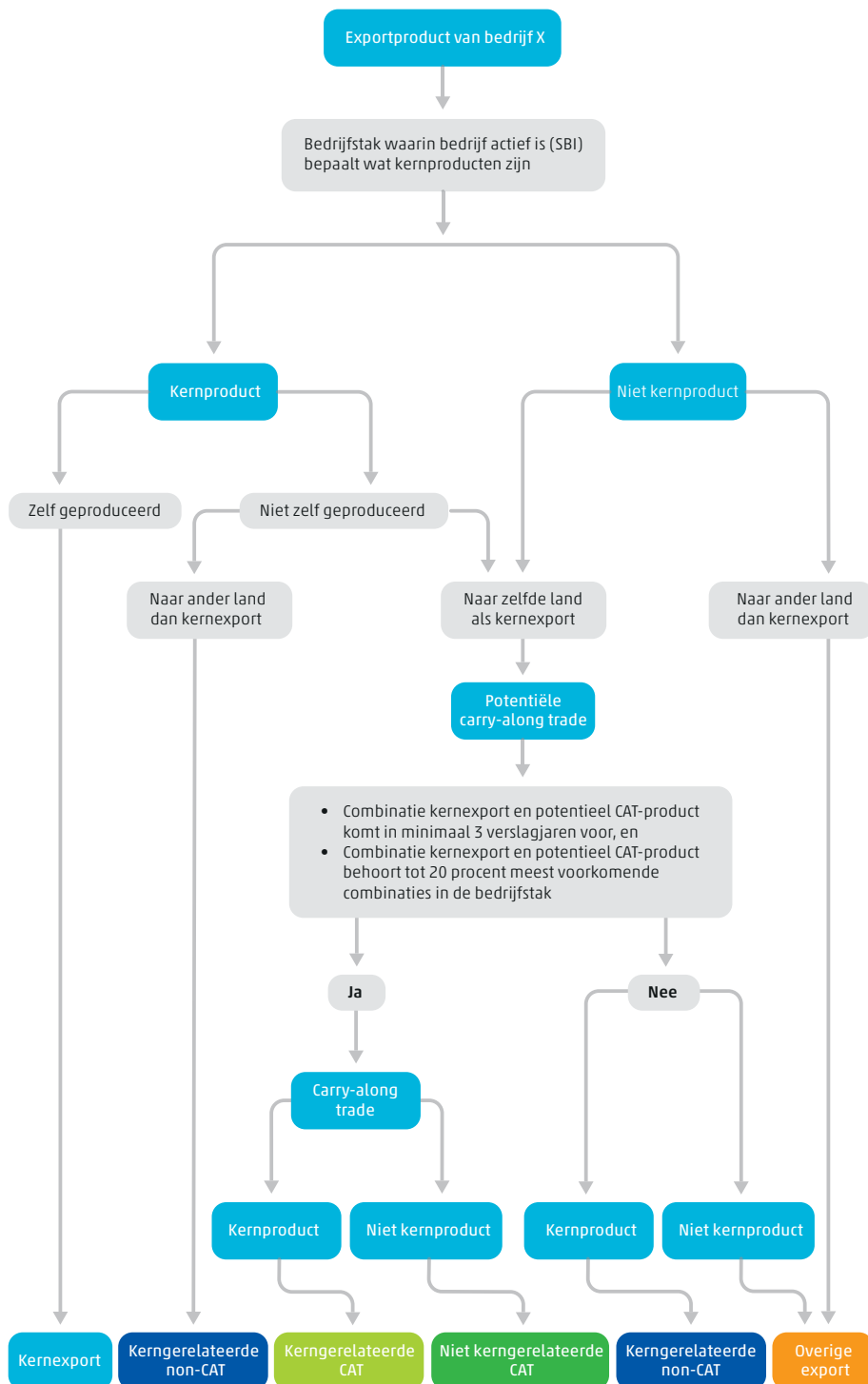
Na harmonisatie van de productie- en de exportcijfers resteren jaarlijks krap 4 000 bedrijven in het onderzoeksbestand. Het verschil valt te verklaren door een groep bedrijven die producten levert die niet voorkomen in de goederen-exportcijfers, zoals industriële diensten, of niet gekoppeld kunnen worden aan de goederenexport (productcodes die beginnen met '99').

Figuur 2.2.1 toont de beslisboom aan de hand waarvan vervolgens voor iedere goederenexporteur van ieder product dat wordt geëxporteerd wordt bepaald in welke van de vier categorieën het valt; (1) kernexport, (2) carry-along trade, (3) kerngerelateerde non-CAT of (4) overige export. In het kort komen de kerncriteria die gezamenlijk bepalen in welke categorie een geëxporteerd product valt op het volgende neer:

- Producten die het bedrijf zelf produceert en exporteert behoren tot de kern-export. Bijvoorbeeld, sigaren zijn een kernproduct van de tabaksindustrie volgens de Prodcom-classificatie en dus kernexport van een tabaksfabrikant mits het bedrijf deze zelf heeft geproduceerd.
- Producten komen uitsluitend in aanmerking voor het label carry-along trade als ze worden geëxporteerd naar landen waar het bedrijf ook zelfgeproduceerde kernproducten heen exporteert. Dit criterium hanteren we omdat het principe van carry-along trade stoelt op het idee van het bundelen van de eigen producten met complementaire producten afkomstig van toeleveranciers. Bijvoorbeeld, sigarettenpapier is carry-along trade als het samen met shag of andere kernexport wordt geëxporteerd naar Australië door een tabaksfabrikant, maar niet als dezelfde tabaksfabrikant geen shag of sigaretten naar Australië exporteert.

⁵⁾ De rest heeft betrekking op buitenlandse bedrijven die wel exporteren op een Nederlands BTW-nummer, maar fysiek niet in Nederland gevestigd zijn en daarom niet in het bedrijvenregister voorkomen.

2.2.1 Wanneer noemen we export carry-along trade?



- Indien niet zelfgeproduceerde producten naar dezelfde bestemming worden geëxporteerd als de kernexport van het bedrijf gaat het in potentie om carry-along trade. Omdat we alleen van carry-along trade spreken als er sprake is van een structureel verdienmodel gebaseerd op de bundeling van producten hanteren we nog twee aanvullende criteria voor carry-along trade om het structurele karakter van de productcombinatie mee te wegen. De combinatie van zelfgeproduceerde kernexport en niet zelfgeproduceerd exportproduct moet:
 - in minimaal drie verslagjaren voorkomen in die combinatie in dezelfde bedrijfstak, en
 - tot de 20 procent meest voorkomende combinaties van kernexport en potentiële CAT-producten in de betreffende bedrijfstak behoren.

Als het niet zelfgeproduceerde product aan deze criteria voldoet is er voldoende reden om aan te nemen dat het om een structureel verdienmodel gaat dat breder wordt gehanteerd in een bedrijfstak en noemen we het carry-along trade. Het eerdere voorbeeld verder uitwerkend betekent dit dat de export van sigarettenpapier door een tabaksfabrikant als carry-along trade van zijn shagexport wordt aangemerkt als we in minimaal drie jaar een tabaksfabrikant die combinatie van producten zien exporteren en deze combinatie tot de meest voorkomende in de tabaksindustrie behoort.

2.3 Carry-along trade: kerncijfers

In de vorige paragraaf hebben we uiteengezet wat carry-along trade is en hoe we het afbakenen. In deze paragraaf bespreken we een aantal kerncijfers die resulteren uit deze exercitie.⁶⁾

Het aandeel carry-along trade in de totale goederenexport van industriële bedrijven neemt licht toe in de periode 2010–2016. In 2010 betrof krap 18 procent van export carry-along trade, in 2016 was dit aandeel gestegen naar ruim 20 procent, een groei van ruim 2 procentpunt in zeven jaar. Het grootste deel (ruim twee derde) van de carry-along trade bestaat uit producten die tot het pakket kernproducten van de bedrijfstak behoren. Dat kan bijvoorbeeld gaan om

⁶⁾ Vanaf dit punt blijven de bedrijfstakken 'Vervaardiging van cokesovenproducten en aardolieverwerking' (SBI 19) en 'Reparatie en installatie van machines en apparaten' (SBI 33) buiten beschouwing in de cijfers, omdat zij ofwel wel tot de industrie behoren maar geen onderdeel vormen van de Prodcop-populatie (SBI 19) ofwel met name diensten produceren (SBI 33) die in de confrontatie met goederenexport wegvallen. In de bespreking van de afbakening van CAT-export en de samenstelling van het onderzoeksbestand waren deze bedrijfstakken wel opgenomen.

een variant van een kernproduct van de exporteur die hij niet zelf produceert. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de tabaksfabrikant uit figuur 0.1.1 die een bepaald soort shag niet zelf produceert maar wel in zijn assortiment heeft door deze uit het buitenland te importeren of van een collega-fabrikant in eigen land af te nemen. De rest betreft carry-along producten die niet tot de kern van de bedrijfstak behoren, maar die gekoppeld aan de kernproducten leiden tot productverrijking, zoals bijvoorbeeld de aanstekers en het vloeipapier bij de tabaksfabrikant in figuur 0.1.1.

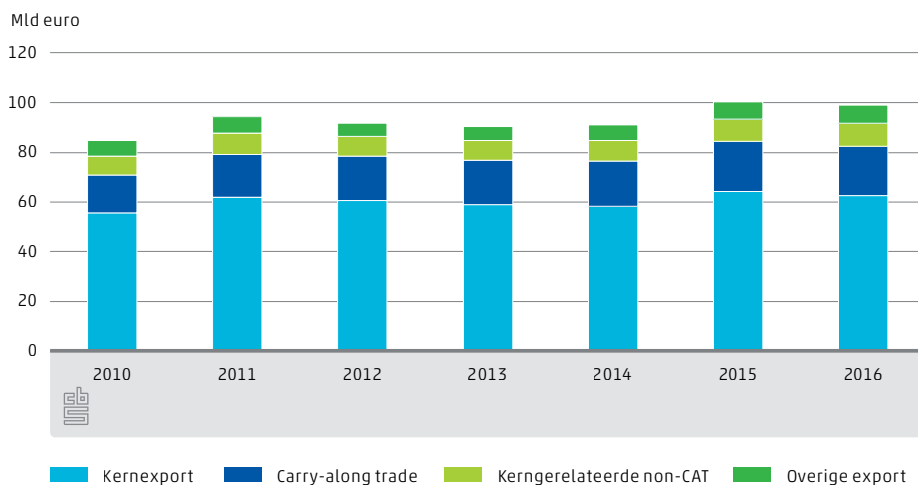
20% van de goederenexport van
industriële exporteurs betreft carry-along trade



63 procent industriële export is zelfgeproduceerd

Kernexport vormt logischerwijs het grootste deel van de exportwaarde van industriële exporteurs met een aandeel van 66 procent in 2010 en 63 procent in 2016. Dit betekent dat het aandeel van zelfgeproduceerde export in de totale industriële export iets afneemt. Export die niet als carry-along trade is geclassificeerd – bijvoorbeeld omdat het naar een bestemmingsland gaat waar het bedrijf geen kernproducten naartoe exporteert – maar die wel relateert aan de kernactiviteiten van de exporteur vormt jaarlijks 9 procent van de totale goederenexport. De overige export, die een meer incidenteel karakter heeft, vormt het restant van 6 à 7 procent. De aandelen van kerngerelateerde non-CAT en overige export blijken relatief stabiel over tijd. De afname van de zelfgeproduceerde export in de totale export is dus vrijwel volledig te verklaren door een toename van carry-along trade.

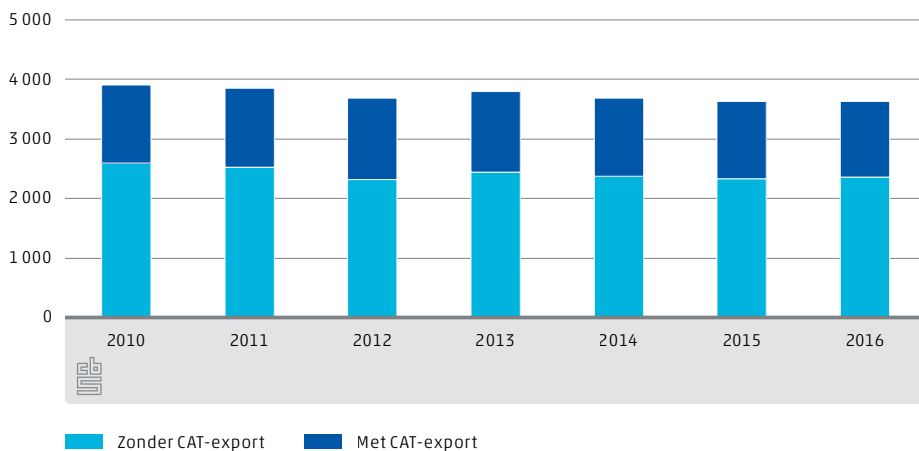
2.3.1 Samenstelling van de industriële export naar type



Aantal industriële bedrijven met carry-along trade stabiel

Figuur 2.3.2 laat zien dat lang niet alle exporteurs aan carry-along trade doen; rond de 35 procent van de goederenexporteurs in industriële bedrijfstakken hanteert een verdienmodel op basis van productverrijking door bundeling. Dit percentage verandert nauwelijks in de tijd en ook het totale aantal exporteurs is nagenoeg stabiel. Dit is niet verrassend aangezien het gaat om grotere bedrijven in industriële bedrijfstakken waarvan het overgrote deel structureel actief is als goederenexporteur.

2.3.2 Aandeel goederenexporteurs met CAT



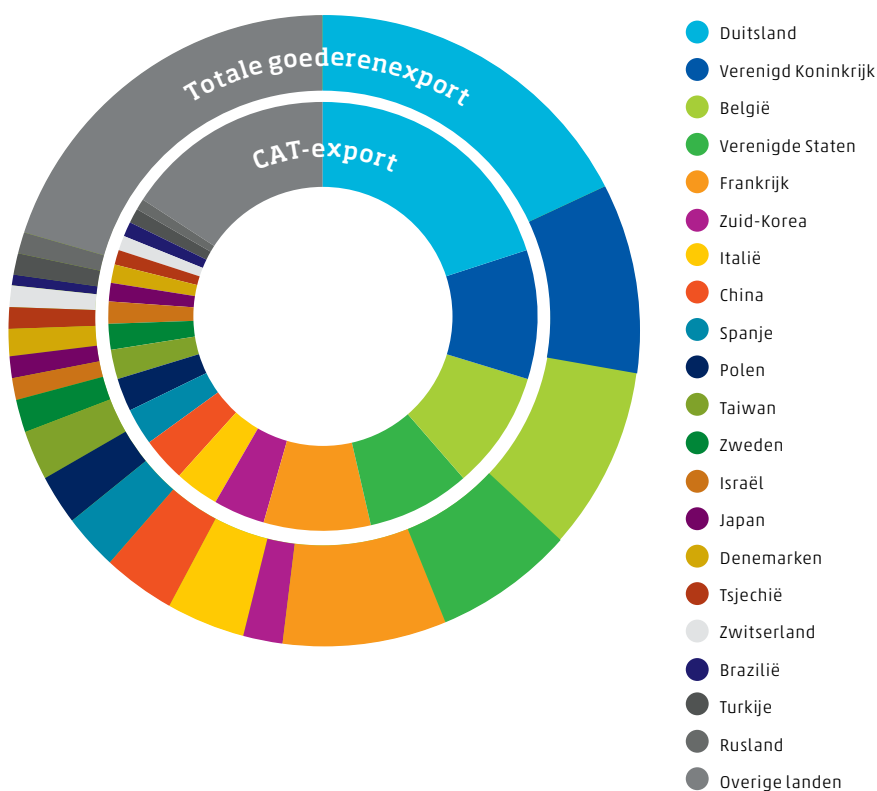
Carry-along trade gaat vooral naar de belangrijkste afzetmarkten

Figuur 2.3.3 laat zien dat de verdeling van de carry-along export naar bestemmingsland grotendeels overeenkomt met die van de totale goederenexport. De top-3 is identiek met Duitsland, Verenigd Koninkrijk en België, alleen Frankrijk en de Verenigde Staten wisselen van plek in de top-5. Dit is op zich niet verwonderlijk, aangezien de belangrijkste eigenschap van CAT-export is dat het gebundeld met zelfgeproduceerde kernproducten wordt geëxporteerd. CAT-export gaat dus per definitie naar dezelfde bestemmingen als de kernexport, de mate waarin dat gebeurt kan natuurlijk wel variëren per bestemming. Een paar zaken vallen op. Doordat carry-along trade per definitie samengaat met kernexport is de concentratie van carry-along trade naar bestemming hoger dan bij de totale goederenexport. De 20 belangrijkste CAT-bestemmingen zijn goed voor 85 procent van de CAT-export en maar 80 procent van de totale goederenexport. Dit betekent in feite dat bedrijven CAT met name als exportstrategie hanteren op hun meest belangrijke afzetmarkten. Verder valt op dat met name bij een aantal verder weg gelegen exportbestemmingen het aandeel in de totale carry-along export hoger ligt dan het aandeel in de totale goederenexport. In het bijzonder gaat het dan om de Verenigde Staten, Zuid-Korea, Israël, Japan en Brazilië. Mogelijk hangt dit samen met het type product dat naar deze bestemmingen wordt geëxporteerd. Zo bestaat de export naar bijvoorbeeld Zuid-Korea, de Verenigde Staten, Brazilië en Israël voor een relatief groot deel uit machines en vervoermaterieel, waarbij carry-along trade in de vorm van reserveonderdelen bijvoorbeeld voor de hand ligt.

Carry-along trade beweegt mee met kernexport

In de ontwikkeling van de carry-along export naar bestemmingsland tussen 2010 en 2016 zien we dat deze in veel gevallen in dezelfde richting beweegt als de totale goederenexport. Het aandeel van het Verenigd Koninkrijk in zowel de totale goederenexport als de CAT-export nam in deze periode bijvoorbeeld met twee procentpunt toe. De Verenigde Staten valt op; het aandeel in de totale export nam nauwelijks toe, maar het aandeel in de totale CAT-export groeide met bijna 50 procent. China lijkt een minder vruchtbare bestemming voor CAT-handel. Het aandeel van dit land in de CAT-export was stabiel terwijl het aandeel van China in de totale export juist met ruim 50 procent groeide tussen 2010 en 2016.

2.3.3 Duitsland ook de belangrijkste bestemming voor carry-along trade



Carry-along trade niet voor elke bedrijfstak een belangrijke strategie

Het aandeel van carry-along trade in de totale goederenexport wisselt flink tussen bedrijfstakken. Figuur 2.3.4 laat zien dat dit aandeel in de farmaceutische industrie en de papier- en grafische industrie het hoogste is. In deze bedrijfstakken vormt CAT-export ongeveer een derde van de totale goederenexport. In de farmaceutische industrie is het aandeel van CAT-export zelfs groter dan dat van de kernexport dat juist bijzonder klein is. Daarmee is deze relatief kleine bedrijfstak een vreemde eend in de bijt. Dit komt omdat het een bedrijfstak betreft met een relatief klein aantal grote exporteurs die van aanzienlijke invloed zijn op de cijfers van deze bedrijfstak. Dit is ook te zien in figuur 2.3.5 waar de plotselinge sprong in het aandeel van CAT-export in het totaal met name verklaard lijkt te worden door administratieve verschuivingen en in mindere mate op feitelijke groei gebaseerd is.

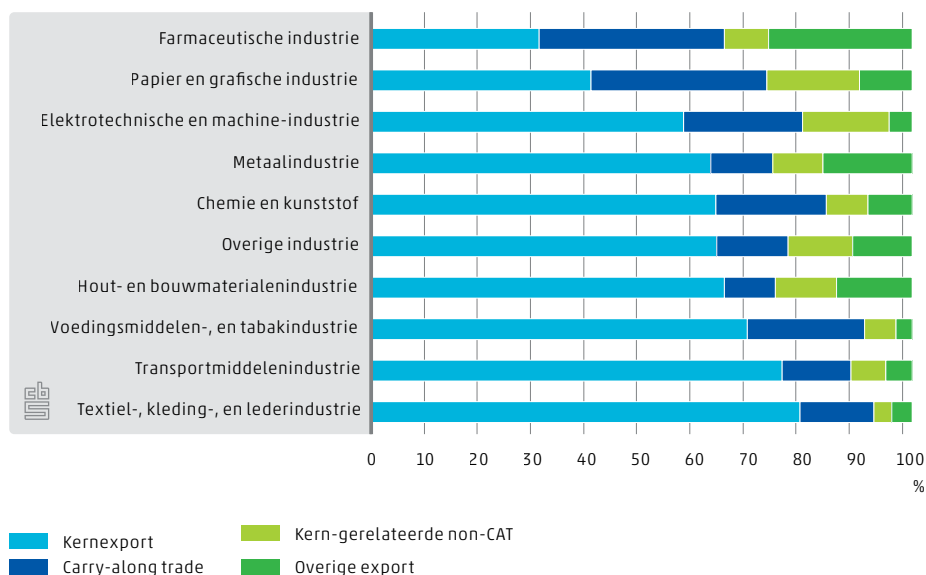
In de andere bedrijfstakken varieert met name het aandeel van de kernexport in het totaal minder sterk. Dit ligt in alle bedrijfstakken tussen de 60 en 80 procent. Het aandeel CAT-export varieert wel, maar dan vooral ten koste van de overige export en de kerngerelateerde non-CAT. In de hout- en bouwmaterialenindustrie is carry-along trade met 9 procent van beperkt belang. Dit lijkt intuïtief een logische bevinding. Daarna volgen de metaalindustrie (12 procent), de transportmiddelenindustrie (13 procent) en de kledingindustrie (14 procent). Daarbij frappeert de laatste; kleding lijkt bij uitstek een voorbeeld van een productgroep waar bundeling van producten als verdienmodel opgeld zou kunnen doen. De kledingindustrie valt echter juist op door het hoogste percentage zelfgeproduceerde export, 80 procent, en ook hele beperkte aandelen kerngerelateerde non-CAT (3 procent) en overige export (4 procent). Daarmee is de kledingindustrie de bedrijfstak met het meest homogene verdienmodel.

80% van de export van de
kledingindustrie is zelfgeproduceerd



De belangrijkste (veruit de grootste) bedrijfstakken zitten allemaal rond het gemiddelde; de voedingsmiddelenindustrie, de chemie en kunststof en de elektrotechnische en machine-industrie hebben aandelen CAT-export van 21-22 procent en aandelen kernexport van 60-70 procent. De overige export is zonder uitzondering beperkt met aandelen tussen de 3 en 8 procent. Deze drie bedrijfstakken bepalen gezamenlijk vanwege hun omvang in hoge mate het in figuur 2.3.1 getoonde beeld.

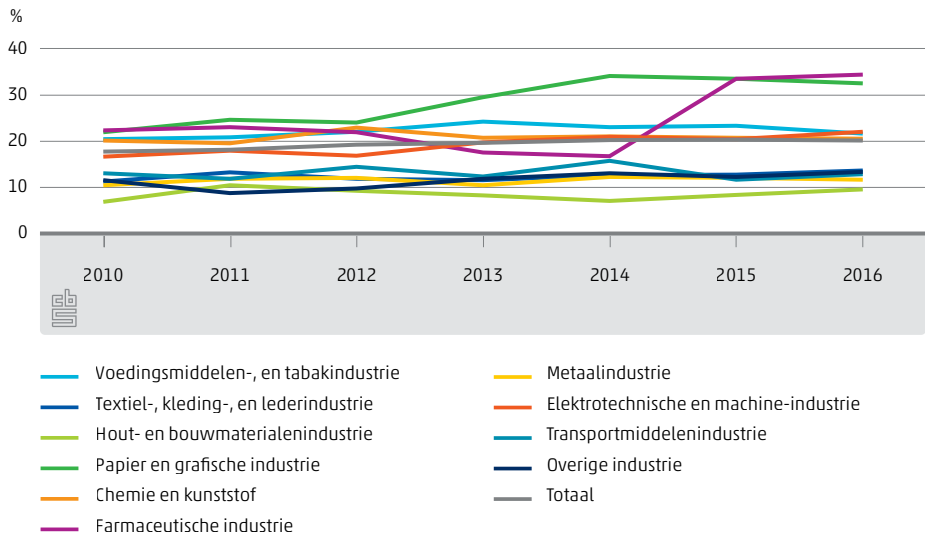
2.3.4 Samenstelling van de industriële export naar type en bedrijfstak, 2016



Belang carry-along trade neemt in geen enkele bedrijfstak af

Figuur 2.3.5 toont dat het aandeel CAT in de totale goederenexport in de meeste bedrijfstakken nauwelijks toeneemt. Wel valt op dat het aandeel nergens afneemt; of het is langjarig stabiel, of het loopt (licht) op. De meest opvallende uitzondering is de farmaceutische industrie, maar zoals eerder besproken duidt de sprong van 2014 naar 2015 met name op administratieve verschuivingen. Ook de papier- en grafische industrie, een relatief kleine bedrijfstak, laat een flinke toename zien, van ruim 20 procent in 2010 naar een derde in 2016. Een duidelijke reden daarvoor ontbreekt. Van de drie grootste bedrijfstakken laat alleen de elektrotechnische en machine-industrie een lichte groei van het belang van CAT-export zien, van 17 naar 22 procent in zeven jaar tijd.

2.3.5 Ontwikkeling belang van CAT in export naar bedrijfstak



2.4 Samenvatting en conclusie

Door het combineren van cijfers over de productie en de export van industriële bedrijven in Nederland hebben we in dit hoofdstuk in beeld gebracht welke producten industriële bedrijven zelf produceren (en exporteren) en wat zij in de vorm van carry-along trade meeleveren. Carry-along trade is een exportstrategie waarbij exporteurs hun eigen assortiment verrijken door producten mee te exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd, maar die zij als bundel meeleveren met hun eigen producten. Dit is een manier voor bedrijven om van toegevoegde waarde te zijn voor hun klanten en daar zelf ook aan te verdienen. Bestaande wetenschappelijke literatuur laat voor meerdere landen zien dat het veelvuldig voorkomt dat bedrijven goederen exporteren die zij niet zelf produceren. Het in beeld brengen van ontwikkelingen in de verhouding tussen zelf produceren en bundelen van producten biedt inzicht in patronen in directe en indirecte export, afhankelijkheden in productieketens en de toekomstbestendigheid van verdienmodellen van industriële bedrijven in Nederland.

Er zijn verschillende vormen van carry-along trade. Ten eerste, exporteurs kunnen producten die complementair zijn aan hun eigen assortiment gebundeld mee-leveren. Dat verdienmodel (productverrijking) is ook voor de fabrikant van de complementaire producten interessant, omdat het zo bijvoorbeeld de kosten van het zoeken naar (buitenlandse) afnemers kan verlagen. Ten tweede kan de exporteur bij wijze van aanvullende dienstverlening aan de klant er voor kiezen om naast het kernproduct ook zaken als reserveonderdelen mee te gaan leveren. Ten derde is het ook mogelijk de eigen producten te verrijken met aanvullende dienstverlening zoals een onderhoudscontract of financiering. Dit is een vorm van verrijking van de klantrelatie. Als de fabrikant de levering van deze aanvullende diensten uitbesteedt, is dat ook een vorm van carry-along trade. Ten slotte is een verschijningsvorm van CAT-handel het combineren van producten in het kader van merchandising.

Enkele case studies van bedrijfstakken illustreren dat industriële bedrijven inderdaad op grote schaal producten exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd. Maar daarnaast is duidelijk dat voor veel van deze niet-kern-producten geldt dat het om kleine of incidentele transacties gaat, of om producten die niet evident passen in een structureel verdienmodel voortkomend uit de kernactiviteiten van het bedrijf. Om dit inzicht te accommoderen ontwikkelen we een algoritme waarmee van ieder exportproduct van ieder industrieel bedrijf wordt bepaald of het gaat om: (1) kernexport, dit zijn alle zelfgeproduceerde exportproducten van een bedrijf, (2) carry-along trade, dit zijn producten die het bedrijf niet zelf heeft geproduceerd, die het bundelt met de eigen kernexport waardoor waarde wordt gecreëerd waar een structureel verdienmodel aan ten grondslag ligt, (3) kerngerelateerde non-CAT, dit zijn kernproducten die het bedrijf niet zelf heeft geproduceerd en daarom als potentiële CAT-export gelden, maar dat uiteindelijk niet zijn, bijvoorbeeld omdat ze naar een land worden geëxporteerd waar geen kernexport heen wordt geëxporteerd, of (4) overige export, dit zijn producten die niet tot één van beide voorgaande categorieën behoren. Het cruciale element van carry-along trade is gelegen in het feit dat het om een structureel verdienmodel van exporteurs moet gaan. Dit operationaliseren we door uitsluitend producten als carry-along trade aan te merken als: (1) ze worden geëxporteerd naar landen waar het bedrijf ook zelfgeproduceerde kernproducten heen exporteert, (2) de combinatie van zelfgeproduceerde kernexport en niet zelfgeproduceerd exportproduct voldoende frequent voorkomt in de betreffende bedrijfstak om de combinatie als structureel te typeren.

De beschrijvende resultaten van dit afbakeningstraject laten zien dat lang niet alle exporteurs aan carry-along trade doen; rond de 35 procent van de goederen-exporteurs in industriële bedrijfstakken hanteert een verdienmodel op basis van productverrijking door bundeling. Dit percentage verandert nauwelijks in de tijd. Het aandeel van carry-along trade in de totale goederenexport van industriële bedrijven neemt wel licht toe in de periode 2010–2016. In 2010 betrof krap 18 procent van export carry-along trade, in 2016 was dit belang gestegen naar ruim 20 procent, een groei van 13 procent in zeven jaar. Daarbij vormt de kernexport logischerwijs het grootste deel van de exportwaarde van industriële exporteurs met een aandeel van rond de 65 procent.

De verdeling van de carry-along export naar bestemmingsland komt logischerwijs grotendeels overeen met die van de totale goederenexport. De top-5 wordt bijvoorbeeld gevormd door dezelfde landen. Dit is op zich niet verwonderlijk, aangezien CAT-export per definitie gebundeld met kernproducten wordt geëxporteerd. De ontwikkeling van carry-along export per bestemmingsland tussen 2010 en 2016 beweegt in veel gevallen in dezelfde richting als de totale goederenexport, behalve bijvoorbeeld in China. De export naar dit land groeit hard, terwijl het aandeel in de CAT-export nauwelijks toeneemt.

We zien ook dat bedrijven CAT met name als exportstrategie hanteren op hun meest belangrijke afzetmarkten. Verder valt op dat met name bij een aantal verder weg gelegen exportbestemmingen, zoals de Verenigde Staten en Zuid-Korea, het belang van CAT-export relatief groot is. Dit wordt mogelijk verklaard door de samenstelling van de export naar deze bestemmingen in termen van type product. Zo bestaat de export naar deze landen voor een relatief groot deel uit machines en vervoermaterieel, waarbij carry-along trade in de vorm van reserveonderdelen bijvoorbeeld voor de hand ligt.

Het aandeel van carry-along trade in de totale goederenexport wisselt flink tussen bedrijfstakken. Daarnaast neemt het in de meeste bedrijfstakken nauwelijks toe, maar neemt het ook nergens af. Het belang van CAT is het grootst in de farmaceutische industrie en de papier- en grafische industrie met ongeveer een derde van de totale goederenexport. De grootste bedrijfstakken – de voedingsmiddelenindustrie, de chemie en kunststof en de elektrotechnische en machine-industrie – zitten allemaal rond het gemiddelde met aandelen CAT-export van 21–22 procent en aandelen kernexport van 60–70 procent. Van de drie grootste bedrijfstakken laat alleen de elektrotechnische en machine-industrie een lichte groei van het belang van CAT-export zien. De kledingindustrie heeft een relatief klein aandeel van CAT in de export. Dit is verrassend, omdat kleding bij uitstek een voorbeeld lijkt van een productgroep waar bundeling van producten

als verdienmodel opgeld zou kunnen doen. De kledingindustrie is echter juist de bedrijfstak met het meest homogene verdienmodel met 80 procent kernexport.

Concluderend kunnen we stellen dat ook Nederlandse exporteurs op aanzienlijke schaal producten exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd, in overeenstemming met bevindingen in landen als België en Denemarken. Wel is het zo dat onze exercitie – die een stap verder gaat dan bestaand werk in andere landen – laat zien dat lang niet alle niet-zelfgeproduceerde export zonder meer het predicaat carry-along trade verdient vanwege het veelvuldig ontbreken van een structurele exportstrategie. Onze scherpere afbakening laat zien dat ongeveer een derde van de industriële exporteurs in Nederland aan carry-along trade doet. Het belang van CAT neemt licht toe in de tijd tot ongeveer 20 procent van de totale goederenexport CAT in recente jaren.

In het volgende hoofdstuk wordt verder ingezoomd op de bedrijven met carry-along trade. Wat karakteriseert de industriële bedrijven die een dergelijk verdienmodel hanteren en hoe presteren zijn in verhouding tot industriële bedrijven zonder carry-along trade? Hier wordt ook zichtbaar gemaakt of het carry-along verdienmodel bijdraagt aan de productiviteit en prestaties van exporteurs.

2.5 Literatuur

Abreha, K.G., V. Smeets, & F. Warzynski (2013). *Coping with the Crisis: Recent Evolution in Danish Firms' International Trade Involvement, 2000–2010*. Economics Working Papers No. 2013-15, Department of Economics and Business Economics, Aarhus University: Aarhus, Denmark.

Bernard, A.B., E.J. Blanchard, I. Van Beveren, & H.Y. Vandenbussche (2012). *Carry-Along Trade*. NBER Working Paper Series No. 18246, National Bureau of Economic Research: Cambridge, United States.

Braaksma, R., & N. Tiggeloove (2009). *Indirecte export van het mkb en de rol van de groothandel – Een verkennend onderzoek*. EIM: Zoetermeer, Nederland.

Damijan, J.P., J. Konings, & S. Polanec (2013). Pass-on trade: why do firms simultaneously engage in two-way trade in the same varieties?. *Review of World Economics*, 149, 85–111.

Di Nino, V. (2015). *The phenomenal CAT: firms clawing the goods of other*. Banca D'Italia Occasional Papers No. 281, Banca D'Italia: Rome, Italië.

Lo Turco, A., & D. Maggioni (2013). *CAT exports in Turkish manufacturing*. FREIT Working Paper No. 662, Forum for Research in Empirical International Trade.

Pierce, J., & P. Schott (2012a). A concordance between ten-digit US Harmonized System codes and SIC/NAICS product classes and industries. *Journal of Economic and Social Measurement*, 37 (1-2), pp 61-96.

Pierce, J., & P. Schott (2012b). Concoring US Harmonized System Categories over Time. *Journal of Official Statistics*, 28(1), 53-68.

Van Beveren, I., A.B. Bernard, & H.Y. Vandenbussche (2012). *Concoring EU Trade and Production Data Over Time*, NBER Working Paper Series No. 18604, National Bureau of Economic Research: Cambridge, United States.

Wagner, J. (2017). Intra-good trade in Germany: a first look at the evidence. *Applied Economics*, 49(57), 5753-5761.

3.

Het samenspel van productie en export: strategie en verdienmodel van de industrie in Nederland

Auteurs

Anne-Peter Alberda

Ahmed Boutorat

18 procent exportgroei in de industrie

35 procent toename in land*product combinaties in de CAT voedingsmiddelenindustrie



Door globalisering moeten bedrijven continu blijven concurreren. Bijvoorbeeld door nieuwe verdienmodellen te implementeren, of nog productiever en efficiënter te werken. Ook de exportstrategie van het bedrijf is in dit kader van belang. Carry-along trade (CAT), waarbij een bedrijf goederen die het zelf niet produceert wel mee exporteert met goederen uit eigen makelij, is een goed voorbeeld van zo'n exportstrategie. De exporteur hanteert dan een verdienmodel waarbij hij waarde creëert voor zijn afnemers door verrijking van zijn eigen assortiment. In dit hoofdstuk wordt carry-along trade als exportstrategie van de industrie in Nederland in kaart gebracht, wordt een schets gegeven van CAT-verdienmodellen, de kenmerken van de typische CAT-exporteur en wordt de relatie tussen CAT en productiviteit nader onderzocht.

3.1 Inleiding

Nederland heeft een beperkte binnenlandse afzetmarkt en een omvangrijke buitenlandse markt met ruimte voor talloze verdienmodellen met exportstrategieën om deze markten te bedienen. Een business model of verdienmodel beschrijft kort en krachtig hoe een bedrijf waarde creëert, levert en behoudt. Simpel gesteld, hoe heeft een bedrijf zijn activiteiten georganiseerd en hoe is een bedrijf zijn klanten van dienst. Een verdienmodel houdt rekening met zowel de opbrengsten- als de kostenkant van de business.

Echter, elk verdienmodel is tijdelijk en kwetsbaar. Nederland kan niet zonder het buitenland. Nederlandse bedrijven zijn overal in de wereld actief en verdienen hun geld voor een groot deel over de grens. De economie profiteert daarvan. Goede internationale betrekkingen zijn dus cruciaal voor Nederland. Hoe productie en handel zich ontwikkelen, heeft grote consequenties voor o.a. productiviteit, werkgelegenheid, inkomensverdeling, onderwijs en vaardigheden, investeringen en R&D, infrastructuur, welzijn en milieu. Economische globalisering is echter geen constante factor. De acceleratie van verandering, aangedreven door globalisering en ICT-mogelijkheden, verkort de levensduur van bestaande business modellen. Ook internationale politieke onzekerheden, zoals handelsconflicten of de Brexit kunnen invloed hebben op de waarde die bedrijven met hun verdienmodel kunnen creëren (IMF, 2018).

Waarde creëren met CAT

Een goed voorbeeld van een exportstrategie die bedrijven frequent hanteren en waarmee zij de bestendigheid van hun verdienmodel kunnen vergroten is carry-along trade. Daarbij exporteert een bedrijf zijn eigen producten in een bundel met producten die het niet zelf heeft geproduceerd. Deze betrekken ze van andere bedrijven, in binnen en buitenland. Naar analogie van de VOC (zie tekst box) zetten bedrijven een zeker handelsnetwerk in om bepaalde producten aan te kopen, om deze vervolgens aan eigen klanten te verkopen (te bundelen) in combinatie met het eigen kernproduct. Het doel hiervan is waarde te creëren voor de afnemer, de exporteur en de toeleverancier (zie hoofdstuk 2 voor een uitgebreide toelichting). CAT-producten kunnen overal vandaan komen: uit eigen land, uit directe importen of indirecte importen via de groothandel. Door scherp in te kopen zullen ze vaak ook uit landen komen met lagere arbeidskosten dan Nederland (OESO, 2010; OESO et al. 2014).

Betere bedrijven worden eerder exporteur

Uit eerder CBS onderzoek (Vancauteran, 2015; Vancauteran & Walthouwer, 2016) is gebleken dat Nederlandse goederenexporteurs gemiddeld productiever zijn dan bedrijven die niet aan export doen. Het is aannemelijk dat het verband tussen productiviteit en export in sterkere mate zal gelden voor bedrijven met CAT-handel, omdat het bundelen van goederen van toeleveranciers met producten uit eigen makelij een grotere investering vereist dan het verkopen van uitsluitend eigen producten. Daarom valt te verwachten dat exporterende bedrijven met CAT gemiddeld genomen nog productiever zijn dan exporteurs zonder CAT. Voor bedrijven in België is al gebleken dat het aantal geëxporteerde CAT-producten sterk toeneemt met de productiviteit van het bedrijf (Bernard et al, 2012).

Historisch voorbeeld: de Verenigde Oost-Indische Compagnie (VOC)

De VOC wordt vaak genoemd als het eerste bedrijf dat in meerdere landen vestigingen had. Het bedrijf richtte een handelsnetwerk op met diverse handelsposten in de Aziatische regio. Deze intra-Aziatische handel zorgde vele jaren voor winsten. Er werd handel gedreven met onder meer Mokka, Perzië, Gujarat, Malabar, Ceylon, de Coromandelkust, Bengalen, Ayutthaya, Cambodja, Birma, Vietnam, Formosa, China, Japan, Java en de Molukken. Het toenmalige

Nederland had nog geen industriële producten van betekenis. En omdat er in Azië weinig interesse bestond voor Europese exportproducten, voeren de schepen aanvankelijk met een ballast van bakstenen en werd de handel veelal betaald met goud en zilver, aangevoerd vanuit Europa. Goud en zilver was ook schaars in Europa en dus relatief duur. Dit was een probleem voor de kapitaalverschaffers. Het was dus noodzakelijk om binnen de regio Azië producten in te kopen en te exporteren naar Aziatische bestemmingen waar deze met winst konden worden verkocht. Deze winst werd vervolgens weer ingezet om die producten te kopen die teruggingen met de retour-vloot naar Nederland. Zo bouwde de VOC noodgedwongen voort op een bestaand handelsnetwerk dat werd uitgebreid met factorijen die zilver, tin, hout, huiden, koper, salpeter, ivoor, betelnoten en opium leverden. Het inkopen van Chinese zijde tegen Japans zilver bleek uitermate winstgevend.

Het opzetten van een handelsnetwerk, dat de 'Indische buitenhandel' werd genoemd, is als 'verdienmodel' gepropageerd om het tekort aan edele metalen en contanten te ondervangen. De opzet was, dat met deze intra-Aziatische handel, de VOC zich volledig zou kunnen bedruipen en geen geld uit de Republiek meer nodig zou hebben om handelsgoederen in te kopen. Tussen circa 1635 en 1690 maakte de VOC inderdaad winst met dit verdienmodel en kon in Amsterdam jaarlijks dividend worden uitgekeerd. Tot 1690 stegen de winsten en ook de kosten; na 1692 daalden de winsten en namen de lasten verder toe. De intra-Aziatische handel, die in het begin zeer winstgevend voor de VOC was geweest, bracht al vanaf het einde van de zeventiende eeuw geen winst meer op (Gaastra, 1976; van Zanden, 1996). De VOC mocht dan wel een octrooi hebben, er waren wel letterlijk en figuurlijk kapers op de kusten van Engelse, Deense en Franse Oost-Indische compagnieën.

Toekomstbestendigheid

De samenstelling van de export, bestaande uit zelfgemaakte producten en CAT geeft een indicatie van de afhankelijkheden in en kwetsbaarheden van (internationale) productieketens, evenals de toekomstbestendigheid van verdienmodellen van Nederlandse exporteurs. Immers, hoe groter het aandeel CAT-export in de totale export van een bedrijf, hoe afhankelijker een bedrijf wordt van de (producten van de) toeleverende partij. Een crisis in een ander land, of een verstoring in de productie in een toeleverende bedrijfstak kan zodoende ook verstrekken gevolgen hebben voor de export van de andere bedrijfstak.

In dit hoofdstuk worden alleen die bedrijven in de industrie tegen het licht gehouden die én 20 of meer werkzame personen in dienst hebben én die producten hebben geëxporteerd (zie tekstbox 2.1 voor een toelichting). Daarnaast worden een viertal karakteristieke bedrijfstakken uitgelicht aan de hand waarvan we de achterliggende CAT-strategieën van industriële exporteurs kunnen illustreren.

De volgende onderzoeksvragen komen aan bod:

1. Hoe ziet de ontwikkeling van de export in de verschillende bedrijfstakken er uit, qua exportgroei en qua groei van het aantal product-land combinaties?
2. Hoe ziet de ontwikkeling van de export van verschillende typen export (kern t.o.v. CAT) er uit uitgesplitst naar bestemmingsland?
3. Welke verdienmodellen zien we? Welke combinaties van kernproducten en CAT-producten zien we in de verschillende bedrijfstakken?
5. Welke bedrijfskenmerken typeren CAT-exporteurs?
6. Hoe verhoudt de productiviteit zich tussen bedrijven met en zonder CAT-export?

Paragraaf 3.2 geeft een overzicht van de ontwikkeling van de export per bedrijfstak, kern vs. CAT. In paragraaf 3.3 wordt de geografische samenstelling van de export voor vier bedrijfstakken uitgesplitst naar kern-, CAT producten. Een aantal karakteristieke CAT-producten en bijbehorende verdienmodellen worden besproken in paragraaf 3.4. Paragraaf 3.5 toont een overzicht van de kenmerken van CAT-bedrijven, en in paragraaf 3.6 komt de relatie tussen CAT en productiviteit aan bod. We sluiten het hoofdstuk af met een samenvatting en discussie van de bevindingen.

3.2 Het samenspel van productie en handel

Tabel 3.2.1 laat over de periode 2010–2015 de diversiteit tussen bedrijfstakken in de industrie zien in termen van exportgroei en de groei van aantal product-land combinaties. De groei van het aantal product-land combinaties (Land*product groei) kan betekenen: 1) Een industrie is meer verschillende type producten naar meer landen gaan exporteren, 2) of meer verschillende type producten naar bestaande bestemmingen, 3) of dezelfde type producten naar meer bestemmingen. De tabel geeft de exportwaarde van de bedrijfstak weer in het jaar 2015. Als referentie is ook een benchmark weergegeven voor de gehele sector

industrie waardoor zichtbaar wordt hoe een industrietak presteert ten opzichte van het gemiddelde. De gehele industrie laat in deze periode 18 procent exportgroei zien en drie procent groei in het aantal product-land combinaties.

3.2.1 Veranderingen in de internationalisering van de industrie, periode 2010-2015

	2015	Groei periode 2010-2015	
	export waarde	land * product combinaties	exportwaarde
	x mln euro	%	
Totaal industrie	100 542	3,1	18,5
Waarvan naar bedrijfstakken		0,0	0,0
vervaardiging van voedingsmiddelen	22 652	11,4	32,1
vervaardiging van dranken	1 282	110,3	95,9
vervaardiging van tabaksproducten	503	8,1	15,6
vervaardiging van textiel	1 289	23,1	12,6
vervaardiging van kleding	27	-63,1	-64,2
vervaardiging van leer, lederwaren en schoenen	106	18,5	5,8
vervaardiging van artikelen van hout	236	-28,3	35,6
vervaardiging van papier en karton	3 304	20,1	16,5
drukkerijen, reproductie van opgenomen media	319	15,4	33,6
vervaardiging van chemische producten	20 429	4,1	1,9
vervaardiging van farmaceutische producten	4 130	-7,6	12,2
vervaardiging van producten van rubber en kunststof	3 946	14,3	23,2
vervaardiging van overige minerale producten	1 001	22,5	11,7
vervaardiging van metalen in primaire vorm	5 830	3,5	12,6
vervaardiging van producten van metaal	4 481	3,0	29,3
vervaardiging van computers en elektronische apparatuur	4 173	-4,8	-17,9
vervaardiging van elektrische apparatuur	2 646	-27,8	17,7
vervaardiging van overige machines en apparaten	15 710	10,3	19,5
vervaardiging van auto's, aanhangwagens en opleggers	5 131	-41,6	58,8
vervaardiging van overige transportmiddelen	2 248	-0,3	106,4
vervaardiging van meubels	308	17,4	18,5
vervaardiging van overige goederen	792	-15,0	55,8

Elf industrietakken bovengemiddelde exportgroei

Tabel 3.2.1 laat zien dat twee industrietakken eruit springen door hun omvangrijke groeipercentages. Enerzijds de drankenindustrie, met zowel een ferme exportgroei als ook een grote groei in het aantal product-land combinaties. Anderzijds de kledingindustrie met een krimp van zowel de export als het aantal gerealiseerde product-land combinaties. De helft van de bedrijfstakken realiseert een exportgroei die groter is dan het gemiddelde van de industrie, waaronder de voedingsmiddelenindustrie en de metaalproductenindustrie. Van deze elf laten

er zes een groei van het aantal gerealiseerde product-land combinaties zien die groter is dan het industriegemiddelde

De meeste bedrijfstakken die exportgroei laten zien, groeien ook in het aantal gerealiseerde product-land combinaties. Van een drietal bedrijfstakken (de auto- en aanhangwagenindustrie, de houtindustrie en de overige industrie) groeit de exportwaarde bovengemiddeld, maar daalt het aantal product-land combinaties. Dit hoeft niet te betekenen dat de producten van deze industrieën internationaal minder in trek zijn. Het kan betekenen dat de bedrijven in deze bedrijfstakken zich succesvol specialiseren in de export van bepaalde producttypen of naar bepaalde bestemmingen. Niettemin neemt de concentratie van de export in bepaalde producten en/of bestemmingen daardoor wel toe, wat op de langere termijn een risico kan betekenen.

30% exportgroei naar de DGGF landen



CAT-export groeit sterker

Om patronen te identificeren in het samenspel tussen productie en handel en focus te houden in de analyse zoomen we dieper in op vier karakteristieke bedrijfstakken uit de industrie. Tabel 3.2.2 laat deze bedrijfstakken zien aan de hand van dezelfde dimensies als de vorige tabel maar nu met een onderscheid naar zelfgeproduceerde kernexport en carry-along-trade. Ook zijn er twee benchmarks die de verandering voor de industrie als geheel weergegeven; een voor de kernexport en een voor de CAT-export. De tabel toont hiermee de omvang en de ontwikkeling van de CAT-export t.o.v. die van de kernexport.

In alle vier de industrietakken groeit de CAT-export harder dan de kernexport. Vooral de elektrische apparatenindustrie valt op, daar groeit het aandeel van CAT in de totale export van 18 procent in 2010 naar bijna 37 procent in 2015. Daarmee is CAT in deze bedrijfstak in recente jaren bijna even belangrijk als de export van kernproducten. Wel moet daarbij aangetekend worden dat het een relatief kleine bedrijfstak betreft, wat aanzienlijke jaar-op-jaar ontwikkelingen in de hand werkt. Bij de andere drie bedrijfstakken groeit ook het aantal product-land combinaties harder bij de CAT-export dan bij de kernexport. Bij de voedingsmiddelenindustrie, de chemische industrie en de machine-industrie is de groei van de export en het aantal gerealiseerde product-land combinaties dus voor een belangrijk deel toe te schrijven aan groei van CAT, en niet zozeer aan groei van de kernexport. Samenvattend zien we dat groei van de exportwaarde en groei van het aantal gerealiseerde product-land combinaties vaak samen hangen. Niettemin zien we bijvoorbeeld dat de elektrische apparatenindustrie zich succesvol lijkt te specialiseren in bepaalde product-land combinaties. In de vier geselecteerde bedrijfstakken zien we ten slotte dat de groei van de export met name gelegen is in CAT en in mindere mate aan de groei van de kernexport.

3.2.2 Veranderingen in de internationalisering van de industrie, periode 2010-2015

	2015	Groei 2010-2015	
	export waarde	land * product combinaties	exportwaarde
	x mln euro	%	
Kernexport			
Totaal industrie	64 236	-2,5	15,3
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	15 581	0,1	27,9
chemische industrie	12 901	-14,6	2,3
elektrische apparatenindustrie	1 016	-34,6	-21,6
machine-industrie	9 763	6,5	16,1
Carry-along-trade			
Totaal industrie	20 445	7,3	35,8
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	5 435	35,3	49,4
chemische industrie	4 593	6,6	8,0
elektrische apparatenindustrie	970	-34,8	137,4
machine-industrie	3 178	7,9	24,1

61% exportgroei naar
het Verenigd Koninkrijk



3.3 Geografische samenstelling (CAT-) export

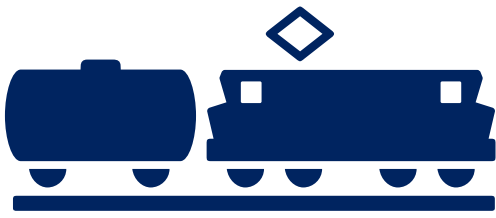
Tabel 3.3.1 laat voor de geselecteerde industrietakken zien hoe hun export-portefeuille – onderscheiden naar kernproducten en CAT – is samengesteld bij in termen van vijf (gegroepeerde) geografische bestemmingen: 1) De EU-lidstaten, 2) het Verenigd Koninkrijk (om de blootstelling aan de Brexit problematiek voor een industrie in kaart te brengen), 3) de non-EU landen, 4) de vijf belangrijkste markten buiten de EU, 5) en de DGGF landen. De vijf groepen sluiten elkaar niet per definitie uit.

Chemische industrie

Uit tabel 3.2.2 bleek al dat de CAT-export voor alle vier de industrietakken harder groeit dan de kernexport. Dat patroon zien we nu ook terug in tabel 3.3.1. Zo blijkt de kernexport van de chemische industrie wel te groeien naar markten als de EU en de DGGF-landen, maar minder hard dan de CAT-export naar vier van de vijf de exportbestemmingen. Tevens was er een afname van de kernexport naar het VK, de non-EU lidstaten en non-EU top-5 landen zichtbaar, terwijl deze bestemmingen wel een groei laten zien van de carry-along export. Ook zien we dat het aantal gerealiseerde product-land combinaties afneemt in de kernexport van de chemische industrie, terwijl de CAT-export vergeleken met 2010 juist meer product-land combinaties telt.

Voedingsmiddelenindustrie

De voedingsmiddelenindustrie laat voor alle deelmarkten exportgroei zien, het meest voor de groep DGGF-landen. Het aantal gerealiseerde product-land combinaties groeit met name sterk toe op EU-markten en in het Verenigd Koninkrijk. Bij het Verenigd Koninkrijk is dat toe te schrijven aan een toename in het aantal geëxporteerde CAT-producten omdat het hier de export naar één land betreft. Het aantal product-land combinaties neemt juist af in non-EU en DGGF-landen, ondanks dat de export groeit. Daar zien we dus een toenemende mate van concentratie. De kernexport van de voedingsmiddelenindustrie groeit voor de non-EU bestemmingen even hard als de CAT-export. Opvallend is de sterke groei van de export (zowel kern als CAT) naar DGGF-landen. Met name de CAT-export naar DGGF landen lijkt zich toe te spitsen op specifieke landen en/of producten, aangezien het aantal product-land combinaties afneemt bij toenemende export. Wat ook opvalt is de grote toename in het aantal product-land combinaties van CAT-export naar EU lidstaten en het Verenigd Koninkrijk in het bijzonder.



24% CAT-export groei

Machine-industrie

De machine-industrie heeft als grootste markt de groep non-EU landen. Zowel de kern- als CAT-export van de machine-industrie laat een sterke groei zien naar landen buiten de EU. Ook neemt het aantal product-land combinaties naar deze bestemmingen toe, wat de indruk geeft dat de machine-industrie met name buiten Europa haar exportportefeuille aan het verbreden is. De EU en meer specifiek het

Verenigd Koninkrijk als afnemer van de machine-industrie laat een wisselend beeld zien. De kernexport van de machine-industrie daalt naar deze markten, met minder product-landcombinaties, terwijl de CAT-export naar deze bestemmingen stijgt bij meer product-land combinaties. Dit lijkt erop te wijzen dat de machine-industrie wat betreft kernexport inzet op markten buiten de EU en tegelijkertijd de CAT-export naar EU-markten probeert uit te breiden.

Elektrische apparatenindustrie

De elektrische apparatenindustrie laat ten opzichte van de andere drie industrietakken een heel ander beeld zien. Zo krimpt de kernexport naar vier bestemmingen en vertoont alleen het VK een hele kleine groei. Voor elk van deze bestemmingen neemt het aantal product-landcombinaties bovendien sterk af. De CAT-export van de elektrische apparatenindustrie naar alle vijf de bestemmingen neemt echter sterk toe terwijl ook hier het aantal gerealiseerde product-land combinaties flink afneemt. Het lijkt er dus op dat de elektrische apparatenindustrie een verdienmodel hanteert van concentratie gecombineerd met een focus op carry-along trade.



61% CAT-export groei
naar het Verenigd Koninkrijk

3.3.1 Bestemming van kern-export en CAT export van geselecteerde industrietakken, periode 2010-2015

	2015	Groeiperiode 2010-2015	
	export waarde	land * product combinaties	exportwaarde
	x mln euro	%	
Kernexport naar EU			
Totaal industrie	42 404	-4,1	11,5
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	11 428	2,7	18,6
chemische industrie	10 079	-7,8	7,5
elektrische apparatenindustrie	744	-27,6	-9,6
machine-industrie	2 788	-3,2	2,5
Carry-along-trade naar EU			
Totaal industrie	13 988	10,2	35,5
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	4 245	67,0	60,3
chemische industrie	3 367	8,6	14,2
elektrische apparatenindustrie	742	-40,9	133,4
machine-industrie	878	4,9	9,0
Kernexport naar VK			
Totaal industrie	5 404	-10,8	18,9
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	1 713	-2,6	5,1
chemische industrie	932	-12,4	-3,9
elektrische apparatenindustrie	108	-29,4	2,4
machine-industrie	339	-7,4	8,9
Carry-along-trade naar VK			
Totaal industrie	1.810	16,0	61,7
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	602	87,9	93,6
chemische industrie	381	16,3	23,9
elektrische apparatenindustrie	97	-22,8	238,2
machine-industrie	104	11,3	15,1
Kernexport naar Non-EU			
Totaal industrie	21 832	-0,7	23,4
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	4 153	-3,1	62,6
chemische industrie	2 822	-20,1	-12,8
elektrische apparatenindustrie	272	-40,7	-42,4
machine-industrie	6 975	15,4	22,6
Carry-along-trade naar Non-EU			
Totaal industrie	6.458	3,2	36,2
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	1.189	-6,8	20,1
chemische industrie	1.226	4,3	25,1
elektrische apparatenindustrie	228	-25,5	151,5
machine-industrie	1.459	11,5	14,7

3.3.1 Bestemming van kern-export en CAT export van geselecteerde industrietakken, periode 2010-2015 (slot)

	2015	Groeiperiode 2010-2015	
	export waarde	land * product combinaties	exportwaarde
Kernexport naar top 5 Non-EU			
Totaal industrie	9 813	2,6	28,0
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	1 087	6,6	73,0
chemische industrie	1 361	-22,2	-12,9
elektrische apparatenindustrie	142	-29,7	-38,3
machine-industrie	4 260	24,7	51,1
Carry-along-trade naar top 5 Non-EU			
Totaal industrie	3.253	27,1	44,8
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	408	1,1	14,3
chemische industrie	602	22,3	52,1
elektrische apparatenindustrie	68	-7,6	152,9
machine-industrie	1.547	50,6	42,1
Kernexport naar DGGF landen			
Totaal industrie	2 428	1,5	30,3
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	756	-1,2	61,7
chemische industrie	526	-16,3	7,6
elektrische apparatenindustrie	22	-53,7	-63,8
machine-industrie	336	18,3	40,8
Carry-along-trade naar DGGF landen			
Totaal industrie	670	-0,7	45,2
<i>waarvan</i>			
voedingsmiddelenindustrie	220	-18,0	72,4
chemische industrie	149	3,9	-0,3
elektrische apparatenindustrie	24	-26,3	193,9
machine-industrie	95	0,4	14,1

3.4 Welke combinaties van kern- en CAT-producten gaat het om?

In deze paragraaf zoomen we verder in op productniveau en gaan we in verschillende bedrijfstakken kijken welke combinaties van zelfgeproduceerde kernproducten en CAT-producten veelvuldig worden geëxporteerd. Op deze

manier ontstaat in algemene zin een beeld van verdienmodellen gebaseerd op carry-along trade die industriële bedrijven hebben ontwikkeld. Deze analyse is vooral beschrijvend van aard. Dat wil zeggen; in alle geobserveerde combinaties van kern- en CAT-producten identificeren we een aantal karakteristieke verdienmodellen die het concept carry-along trade typeren. Dit is namelijk lang niet voor alle combinaties van kern- en CAT-producten evident. Aan de hand van een bedrijfstak als de chemische industrie bijvoorbeeld is het niet eenvoudig om het concept carry-along trade te illustreren, vanwege de complexe producten waaruit de exportportefeuille van deze bedrijfstak bestaat. Om die reden zoeken we derhalve naar een aantal karakteristieke voorbeelden van carry-along trade in de veelheid aan productcombinaties die we observeren. Bundelen houdt in dat in één transactie twee of meer producten worden verkocht die op zich ook afzonderlijk zouden kunnen worden verkocht. In deze setting worden zelfgeproduceerde kernproducten gebundeld met CAT-producten die een afnemer ook zelf ergens anders had kunnen kopen. In de elektrische apparatenindustrie zien we bijvoorbeeld dat bedrijven die scheerapparaten produceren producten meeleveren die hun aanbod complementeren. Denk aan borsteltjes, haardrogers, extra scheermesjes, maar ook cosmeticaproducten zoals aftershave. Deze extra meegeleverde goederen zouden door de klant ook bij andere leveranciers kunnen worden aangeschaft, maar de fabrikant van scheerapparaten verleent een extra dienst aan zijn afnemers – waar hij ook aan verdient – door deze complementaire producten mee te leveren met de scheerapparaten. Dit verdienmodel zien we bijvoorbeeld ook terug bij producenten van luidsprekers. Ook hier worden complementaire goederen meegeleverd zoals versterkers, microfoons en oordopjes.

Naast complementaire goederen zien we ook dat producenten vaak reserveonderdelen meeleveren als CAT-producten. In de meubelindustrie zien we bijvoorbeeld dat producenten de export van meubelen bundelen met de levering van reserveonderdelen zoals extra pootjes en wielletjes. Ook scharnieren en sloten worden vaak meegeleverd door meubelmakers. In de machine-industrie komt dit CAT-model ook vaak voor. Reserveonderdelen zoals elektrische motoren worden gebundeld met complete machines bestemd voor bijvoorbeeld de voedselindustrie. De machinefabrikant verdient zo ook aan de levering van reserveonderdelen terwijl die anders wellicht door één van zijn toeleveranciers direct aan de klant geleverd zouden worden. En de klant bespaart zich de moeite van het zoeken naar een leverancier van reserveonderdelen. Bovendien kan deze strategie ook een opening bieden aan de machinefabrikant om betrokken te blijven bij het onderhoud van hun machines.

In de voedingsmiddelen industrie zien we een ander type CAT-verdienmodel voor het genereren van extra verkopen. Bierproducenten leveren naast complementaire goederen zoals biervaten en koelkasten ook veel merchandising. Deze producenten leveren niet alleen bier maar ook producten zoals kalenders, T-shirts, zonnebrillen en zelfs kaartspellen. In dit verdienmodel versterken producenten hun merknaam door ook actiemateriaal te leveren dat niet behoort tot de kernactiviteiten, maar waarmee de bierproducent wel zijn producten kan promoten.

2,7 miljard CAT-export in de chemische industrie bestaat uit 10 product types



Naast merchandising wordt door bierproducenten ook veelvuldig verpakkingsmateriaal zoals lege blikjes en flesjes meegeleverd. In het algemeen is verpakkingsmateriaal van allerlei soort een CAT-product dat in bijna alle industrieën veelvuldig wordt meegeleverd. Dit is een intuïtief logische bevinding die vermoedelijk verklaard wordt door het feit dat verpakkingsmateriaal een maatwerkproduct is waarvan de productie meestal zal worden uitbesteed aan gespecialiseerde producenten van verpakkingsmateriaal en bovendien speciaal zal worden ontworpen en geproduceerd wordt voor ieder afzonderlijk product.

Zijn CAT-producten uniek voor bedrijfstakken?

Een CAT-export product kan door een ander bedrijf in dezelfde bedrijfstak of door een ander bedrijf in een andere bedrijfstak gemaakt zijn dan het kernproduct. Figuur 3.4.1 laat zien hoeveel carry-along-trade producten worden aangeboden door het aantal verschillende bedrijfstakken. In totaal identificeren we bijna 1 870 verschillende CAT-producten. Hiervan worden er bijna 900 als CAT-product geleverd door slechts één – niet noodzakelijkerwijs steeds dezelfde – bedrijfstak. Merk daarbij op dat het CAT-product van het ene bedrijf een kernproduct van een ander bedrijf kan en zal zijn. Het is dus niet zo dat er één set van producten is die altijd als CAT is aangemerkt.

De groep van CAT-producten die uniek zijn voor één bedrijfstak maakt 25 procent uit van de totale CAT-exportwaarde van de industrie. Het andere uiterste betreft één product dat als CAT in een bundel met de eigen productie wordt aangeboden door twintig verschillende bedrijfstakken in 2015. Dit product verpakkingsmaterialen, waaronder kartonnen dozen, is goed voor ruim 2 procent van de totale CAT-export. Dat kartonnen dozen zo wijdverbreid als CAT-product opduiken is niet verrassend gezien het hierboven genoemde maatwerkkarakter van verpakkingsmateriaal. Tabel 3.4.1 laat alle mogelijke gradaties zien tussen deze twee uitersten.

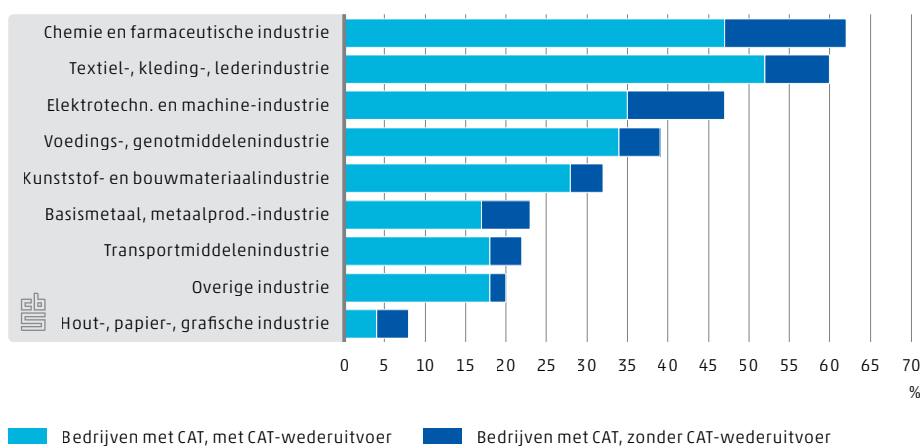
3.4.1 Aantal CAT-producten naar het aantal bedrijfstakken dat het als CAT-product aanbiedt (2015)

	CAT producten	
	aantal	waarde
	#	miljoen euro
Totaal	1 870	20 445
		%
Aantal bedrijfstakken		
20	1	2,7
18	1	0,0
17	1	0,2
15	1	0,1
14	1	0,0
13	4	12,0
12	4	0,3
11	9	0,5
10	10	1,0
9	8	0,5
8	27	3,1
7	30	1,9
6	35	1,9
5	65	3,6
4	134	13,7
3	245	12,8
2	420	20,2
1	875	25,4

3.5 Kenmerken van bedrijven met carry along trade

Binnen de Nederlandse industrie zijn er grote verschillen tussen bedrijfstakken als het gaat om aantallen bedrijven met CAT-handel (zie bijlage, tabel 3.8.3). In de periode 2010–2016 heeft gemiddeld 35 procent van alle bedrijven in de industrie (met ten minste 20 werkzame personen) CAT-producten aan het buitenland geleverd, wat neerkomt op ongeveer 1 320 bedrijven (op een totaal van 3 740). In figuur 3.5.1 zien we dat het hoogste aandeel CAT-bedrijven terug te vinden is in de chemische en farmaceutische industrie gevolgd door de textiel-, kleding- en lederindustrie. In deze bedrijfstakken doet ongeveer 60 procent van de bedrijven aan CAT-handel. De laagste percentages zijn terug te vinden in de transportmiddelenindustrie, overige industrie en in de hout-, papier- en grafische industrie. Hierbinnen doen respectievelijk 22, 20 en 18 procent van de bedrijven aan CAT-handel. In absolute zin zijn de meeste CAT-bedrijven terug te vinden in de elektrotechnische- en machine-industrie. In deze bedrijfstak doen gemiddeld 395 bedrijven aan CAT-handel tijdens het onderzochte tijdvak. Ook geeft figuur 3.5.1 weer welke industrieën het vaakst gebruik maken van geïmporteerde goederen om te bundelen met producten uit eigen makelij (CAT-wederuitvoer). Het gaat hier om goederen uit het buitenland die in vrijwel onbewerkte staat worden meegeleverd (wederuitvoer). In de textiel-, kleding-, en lederindustrie komt dit in verhouding het vaakst voor. In totaal hebben 81 procent van alle CAT-bedrijven op die manier geïmporteerde goederen meegeleverd als carry along trade.

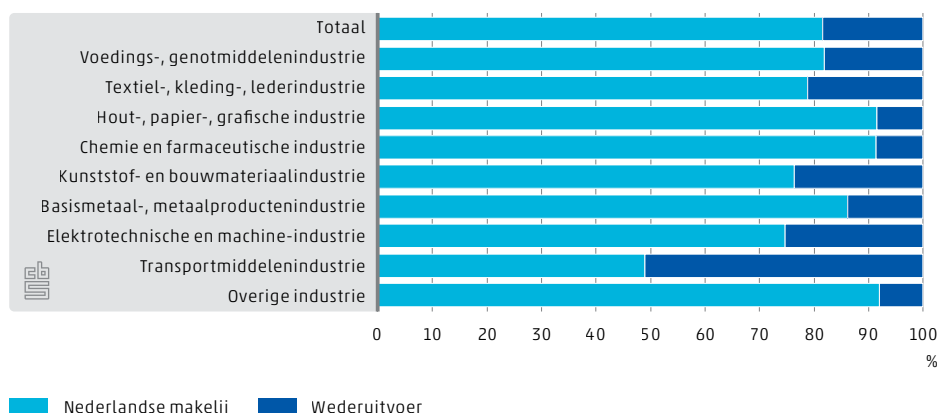
3.5.1 Aandeel CAT-bedrijven binnen de industrie, 2010–2016



In hoeverre CAT-export van een industrie uit eigen land komt, is te zien in figuur 3.5.2. Voor de industrie als geheel blijkt circa 19 procent van de CAT-export uit wederuitvoergoederen te bestaan en 81 procent uit producten die in Nederland zijn gefabriceerd. Dit geldt ook voor industrieën als de voedings- en genotmiddelenindustrie; zij betrekken hun CAT-export grotendeels uit eigen land. Denk bijvoorbeeld aan de land- en tuinbouwsector die hun producten niet zelf naar het buitenland exporteren, maar voor verdere verwerking aan de voedingsmiddelenindustrie leveren.

De transportmiddelenindustrie is in dit verband een grote uitschieter. Hier bestaat de helft van de CAT-export uit eerder ingevoerde goederen. Ook de elektro-technische en machine-industrie kennen een relatief hoog aandeel wederuitvoer in hun CAT-export.

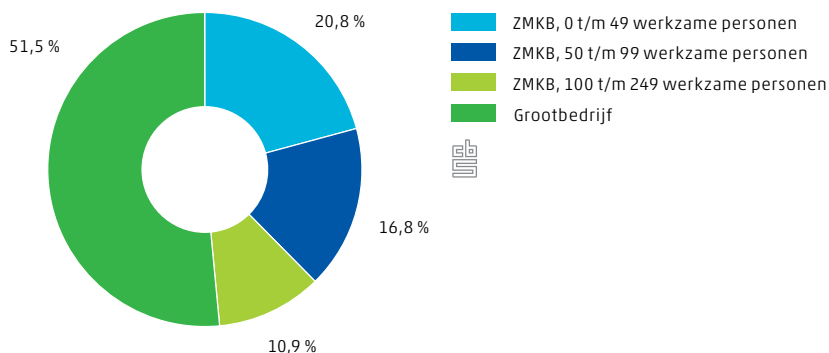
3.5.2 CAT-exportwaarde verdeeld naar wederuitvoer en export van Nederlandse makelij



Vooraf grootbedrijf doet aan CAT

Iets meer dan de helft van alle CAT-bedrijven valt onder het grootbedrijf, terwijl zij in de totale Nederlandse industrie een kwart van de ondernemingen vormen. Het zelfstandig midden- en kleinbedrijf is daarentegen dus ook goed voor bijna de helft van alle CAT-bedrijven. In relatieve zin doet het zelfstandig MKB echter veel minder aan CAT-export, ongeveer een kwart. Dit komt vooral de kleinere zelfstandige MKB bedrijven met minder dan 50 werkzame personen. Binnen deze groep doet slechts 17 procent aan CAT-handel.

3.5.3 Verdeling CAT-bedrijven naar grootteklasse, 2010-2016



CAT-bedrijf is bijna altijd two-way trader

Als we de totale industrie bekijken, dan bestaat 83 procent uit bedrijven die zowel goederen importeren als exporteren, de zogenaamde *'two-way traders'*. Er zijn ook maar weinig bedrijven die zich uitsluitend richten op de binnenlandse markten. Slechts 6 procent heeft geen handel met het buitenland. Opvallend is dat CAT-bedrijven bijna uitsluitend bestaan uit ondernemingen die zowel goederen importeren als exporteren, omdat een exporteur ook CAT-producten van binnenlandse toeleveranciers kan betrekken. Minder dan 1 procent van de CAT-bedrijven doet alleen aan goederenexport. Het is dus zeer aannemelijk dat veel CAT-bedrijven producten importeren om vervolgens samen te exporteren met een product dat ze zelf hebben geproduceerd.

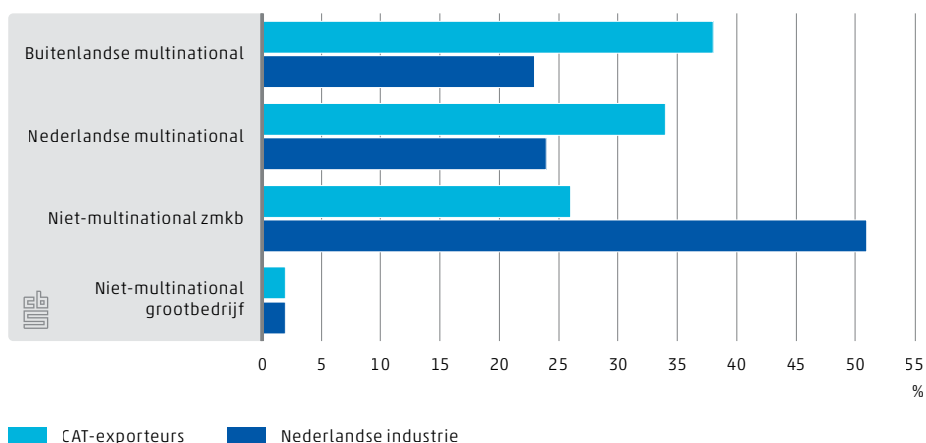
Incidentele export komt vaker voor dan CAT

Bedrijven kunnen behalve CAT-export ook aan incidentele export doen. Hierbij worden ook goederen uitgevoerd die niet zelf zijn geproduceerd, maar dan niet in combinatie met de kern export van het bedrijf. Denk bijvoorbeeld aan een sigarettenfabrikant die een oude machine stuurt naar een land waar geen sigaretten naartoe gaan. Het aandeel bedrijven binnen de industrie met incidentele export is hoger dan het aandeel bedrijven met CAT-export, respectievelijk 66 en 35 procent. Opvallend is dat CAT-handel binnen een bedrijf vrijwel altijd gepaard gaat met incidentele export. Slechts 5 procent van de CAT-exporteurs rapporteert geen incidentele export.

CAT vaak een activiteit van multinationals

Een andere dimensie van globalisering is dat bedrijven onder buitenlandse zeggenschap kunnen staan. Zij zijn dan onderdeel van een buitenlandse multinational. In 2016 telde het Nederlandse bedrijfsleven circa 13 duizend dergelijke bedrijven. Omgekeerd kunnen Nederlandse bedrijven ook dochter-bedrijven in het buitenland runnen. Dit zijn Nederlandse multinationals, en hiervan waren er circa 10 duizend in 2016. Figuur 3.5.3 laat zien dat 72 procent van de CAT-bedrijven bestaat uit multinationals. Dit zijn zowel Nederlandse bedrijven met vestigingen in het buitenland waarin het Nederlandse bedrijf de uiteindelijke zeggenschap heeft, alsook onderdelen van buitenlandse bedrijven in Nederland waarover het buitenlandse bedrijf de uiteindelijke zeggenschap heeft. Net iets meer dan de helft van deze multinationals valt onder buitenlandse zeggenschap. Vergeleken met de algehele industrie zijn CAT-exporteurs vaker een multinational. Van alle bedrijven binnen de industrie is net iets minder dan de helft multinational.

3.5.4 CAT-bedrijven naar zeggenschap, 2010-2016



Oudere bedrijven vaker CAT-exporteur

Qua leeftijd is het grootste gedeelte van bedrijven met carry along trade ouder dan tien jaar. Het gaat hier om ongeveer 85 procent van de bedrijven met CAT. Ongeveer 3 procent is niet meer dan 3 jaar oud. De verdeling van CAT-exporteurs naar leeftijd correspondeert goed met de verdeling van leeftijd in alle industriebedrijven. Er is nauwelijks verschil in de leeftijdsopbouw tussen deze twee groepen. Ook het percentage snelle groeiers is in beide groepen nagenoeg hetzelfde. Een bedrijf is een snelle groeier wanneer het aantal werknemers in

drie achtereenvolgende jaren gemiddeld met minstens 10 procent is toegenomen. Voor zowel de CAT-bedrijven als de algehele industrie is 12 procent een snelle groeier.

3.6 Productiviteit van CAT-bedrijven

In deze paragraaf beschrijven we of, en in hoeverre, CAT-exporteurs inderdaad beter presteren dan niet-CAT-exporteurs. We verwachten dat bedrijven met carry along trade nog beter presteren dan de doorsnee exporteurs binnen de industrie. Deze bedrijven hebben waarschijnlijk een groter netwerk aan distributeurs en leveranciers in het binnen- en buitenland nodig om buitenlandse klanten te voorzien van gebundelde goederen. En alleen de betere bedrijven zullen waarschijnlijk in staat zijn om de kosten van dit grotere netwerk te dragen. Om de samenhang tussen CAT-export en productiviteit te onderzoeken gaan we aan de hand van verschillende lineaire regressies kijken of CAT-exporteurs productiever zijn (in arbeidsproductiviteit) dan exporteurs zonder CAT-handel. De technische specificatie van het regressiemodel staat beschreven in de bijlage en een korte toelichting in het tekst vak.

7,6% hogere
productiviteit bij CAT-exporteurs



Regressie en verwachte resultaten

Bij dit regressiemodel wordt arbeidsproductiviteit verklaard aan de hand van een dummy variabele voor het hebben van CAT-export (ja of nee), en enkele andere variabelen om te corrigeren voor factoren die mogelijk een verband hebben met arbeidsproductiviteit zoals de leeftijd van het bedrijf. Vervolgens beschouwen we twee andere varianten van deze regressie om te onderzoeken of er een link is tussen de exportintensiteit van CAT-export met productiviteit. Dit wordt gedaan door de CAT-dummy te vervangen door twee maatstaven voor CAT-exportintensiteit. De eerste variant bestaat uit de exportintensiteit gemeten door de CAT-export te delen door de totale export. Hoe groter het aandeel CAT-export in de totale export, hoe groter deze intensiteit. In de tweede variant wordt er gekeken naar het verband tussen het aantal CAT-producten gedeeld door het totale aantal geëxporteerde producten, met arbeidsproductiviteit. Door te kijken naar dit onderscheid kunnen we bepalen of juist bedrijven met een hoog aandeel CAT-producten of een hoog aandeel CAT-export productiever zijn.

We verwachten een positief verband tussen de CAT-exportintensiteit van een onderneming en haar productiviteit. Naarmate bedrijven vertrouwer raken met het meeleveren van niet zelf geproduceerde producten, zullen zij vermoedelijk hun bestaande netwerk proberen uit te breiden met het vinden van nieuwe partners of distributeurs. Daardoor zullen ze bedrevener worden in het bundelen van goederen en waarschijnlijk hun CAT-export gaan uitbreiden. Verder is er een kwadratische term van de CAT-exportintensiteit opgenomen omdat we verwachten dat dit verband niet strikt positief zal zijn. Vanaf een zekere CAT-exportintensiteit is het mogelijk dat het hebben van te veel CAT-export in verhouding met het totale export de productiviteit weer verminderd, omdat dan de focus op de kernactiviteiten verloren kan gaan.

3.6.1 Regressieresultaten

	Arbeidsproductiviteit		
	model1	model2	model3
CAT_DUM (1/0)	0,073***		
Aandeel CAT export		0,486***	
(Aandeel CAT export)^2		-0,577***	
Aandeel CAT producten			0,405***
(Aandeel CAT producten)^2			-0,565***
Werknemers	0,01	0,01	0,01
Buitenlands multinational (1/0)	0,226***	0,230***	0,231***
Nederlands multinational (1/0)	0,061***	0,064***	0,064***
Snelle groeier (1/0)	0,02	0,02	0,02
Leeftijd (1/0)	-0,01	-0	-0
Bedrijfstak	ja	ja	ja
Jaar	ja	ja	ja
N	18519	18519	18519
R-aangepast	0,13	0,13	0,13

Noot: We maken gebruik van geclusterde standaardfouten om te controleren voor correlatie van de error term tussen observaties binnen hetzelfde cluster (het cluster is het bedrijf in dit geval).

Noot: De coëfficiënten van de onafhankelijke variabelen kunnen worden omgerekend in procenten aan de hand van de volgende formule: ((Exponent van β) - 1) * 100%

Plafondeffect voor CAT-export

Kolom twee van tabel 3.6.1 toont de resultaten van de regressie-analyse waarin wordt gekeken naar de samenhang tussen het aandeel van CAT-export met de productiviteit van exporteurs binnen de industrie. Uit de analyses blijkt dat er een significante samenhang is tussen de CAT-exportintensiteit en productiviteit. De kwadratische term is ook significant en negatief. Dat betekent dat naarmate bedrijven een hoger aandeel CAT-export hebben, de toename van productiviteit afneemt. Wanneer exporterende bedrijven gaan van 0 naar 10 procent CAT-export, dan gaat het gepaard met een toename van productiviteit van 4,4 procent. De productiviteit is het hoogst voor bedrijven met een aandeel van CAT-export van 42 procent. De arbeidsproductiviteit van bedrijven met 42 procent CAT-export is zelfs 10,8 procent hoger in vergelijking met exporterende bedrijven zonder CAT-export.

Kolom drie van tabel 3.6.1 geeft de resultaten weer van de samenhang tussen het aandeel CAT-producten in de export en de productiviteit. Ook hier is er sprake van een significante samenhang. Wanneer exporterende bedrijven gaan van een aandeel 0 naar 10 procent CAT-producten dan stijgt de productiviteit met

3,6 procent. De productiviteit is het hoogst voor bedrijven met een aandeel van CAT-producten van 36 procent. De arbeidsproductiviteit van bedrijven waarvan ongeveer één derde van het aantal geëxporteerde goederen bestaan uit CAT-producten is 7,5 procent hoger in vergelijking met exporterende bedrijven zonder CAT-export.

3.7 Samenvatting en conclusie

De kern van het in dit hoofdstuk besproken onderzoek bestaat erin zichtbaar te maken in hoeverre bedrijven in de industrie producten verkopen en exporteren die zij niet zelf hebben geproduceerd en welke verdienmodellen zij daarbij hanteren. Deze exportstrategie, die carry-along trade wordt genoemd, houdt in dat exporteurs door productverrijking door bundeling van hun eigen assortiment met complementaire producten waarde creëren voor hun afnemers. Ook de exporteur zelf en zijn toeleveranciers verdienen aan een deze CAT-strategie.

Belangrijkste bevindingen

De gehele industrie laat in de periode 2010–2015 18 procent exportgroei zien en drie procent groei in het aantal gerealiseerde product-land combinaties. Van enkele bedrijfstakken, waaronder de auto-industrie, groeit de exportwaarde bovengemiddeld, maar daalt het aantal gerealiseerde product-land combinaties. Dat kan betekenen dat de bedrijven in deze bedrijfstakken zich succesvol specialiseren in de export van bepaalde producttypen of naar bepaalde bestemmingen. Niettemin neemt de concentratie van de export in bepaalde producten en/of bestemmingen daardoor wel toe, wat op de langere termijn een risico kan betekenen.

In de vier industriële bedrijfstakken die we verder uitdiepen, de voedingsmiddelenindustrie, de chemische industrie, de elektrische apparatenindustrie en de machine-industrie, groeit de CAT-export harder dan de kernexport. In de elektrische apparatenindustrie groeit het aandeel van CAT in de totale export zelfs van 18 procent in 2010 naar bijna 37 procent in 2015. Daarmee is CAT in deze bedrijfstak in recente jaren bijna even belangrijk als de export van kernproducten. In het algemeen zien we dat groei van de exportwaarde en groei van het aantal gerealiseerde product-land combinaties vaak samen hangen, maar bijvoorbeeld de elektrische apparatenindustrie lijkt zich succesvol te specialiseren in bepaalde product-land combinaties.

De volgende stap in de analyse bestaat uit een inventarisatie van karakteristieke verdienmodellen gebaseerd op CAT in de industrie. Daarbij zien we verschillende typen carry-along trade opduiken. In de elektrische apparatenindustrie zien we bijvoorbeeld dat bedrijven die scheerapparaten produceren producten meeleveren die hun aanbod complementeren, zoals borsteltjes, haardrogers, extra scheermesjes, maar ook cosmeticaproducten zoals aftershave. Een vergelijkbaar model zien we bijvoorbeeld bij fabrikanten van luidsprekers. Naast complementaire goederen zien we ook dat producenten vaak reserveonderdelen meeleveren als CAT-producten. In de machine-industrie komt dit CAT-model bijvoorbeeld vaak voor en ook in de meubelindustrie. Reserveonderdelen zoals elektrische motoren worden gebundeld met complete machines bestemd voor bijvoorbeeld de voedselindustrie. De klant bespaart zich zo de moeite van het zoeken naar een leverancier van reserveonderdelen en het kan de machinefabrikant een opening bieden om betrokken te blijven bij het onderhoud van hun machines. In de voedingsmiddelen industrie zien we merchandising regelmatig opduiken als motief voor CAT. Bierproducenten leveren naast complementaire goederen zoals biervaten en koelkasten ook kalenders, T-shirts, zonnebrillen of kaartspellen mee met hun bieren. In dit verdienmodel versterken producenten hun merknaam door ook promotiemateriaal te leveren.

In het algemeen is verpakkingsmateriaal van allerlei soort een CAT-product dat in bijna alle industrieën veelvuldig wordt meegeleverd. Dit is een intuïtief logische bevinding die vermoedelijk verklaard wordt door het feit dat verpakkingsmateriaal een maatwerkproduct is waarvan de productie meestal zal worden uitbesteed aan gespecialiseerde producenten van verpakkingsmateriaal en bovendien speciaal zal worden ontworpen en geproduceerd wordt voor ieder afzonderlijk product.

Ruim een op de drie bedrijven in de industrie (met 20 of meer werkzame personen) exporteert CAT-producten. Het hoogste aandeel CAT-bedrijven – ongeveer 60 procent – is terug te vinden in de chemische en farmaceutische industrie, gevolgd door de textiel-, kleding- en lederindustrie. Het grootbedrijf doet het meest aan CAT-export, het zelfstandig MKB het minst. CAT-bedrijven zijn bijna altijd two-way traders, 72 procent is een multinational, en 80 procent is 10 jaar of ouder.

In de industrie is de productiviteit van CAT-exporteurs 7,6 procent hoger dan van exporteurs zonder CAT. De relatie tussen CAT-export en productiviteit kent een plafond. De productiviteit is het hoogst bij bedrijven met een aandeel CAT-export van 42 procent. Voor het aantal CAT-producten geldt hetzelfde, daar hangt een aandeel van 36 procent in de export het meest positief samen met productiviteit. Het hebben van een hoog aandeel CAT-export is daarbij sterker gecorreleerd met productiviteit dan het exporteren van veel CAT-producten. De hogere productiviteit

van CAT-exporteurs kan gedeeltelijk verklaard worden door het feit dat deze bedrijven waarschijnlijk een groter netwerk aan distributeurs en leveranciers in het binnen- en buitenland nodig hebben dan een doorsnee exporteur. En alleen de betere bedrijven zullen waarschijnlijk in staat zijn om de kosten van dit grotere netwerk te dragen.

Vervolgonderzoek

Verder onderzoek naar carry-along trade zou zich kunnen richten op het uitdiepen van de demografische verschillen tussen groepen exporteurs in termen van CAT-intensiteit. Door het monitoren van de ontwikkelingen in omvang en samenstelling van de (CAT)-export van de bedrijfstakken in de industrie wordt zichtbaar waar het verdienvermogen ligt, hoe zich dat ontwikkelt en welke rol de Nederlandse industrie speelt in (internationale) waardeketens. Daarnaast kunnen de mogelijkheden worden verkend om de data over goederenexport te verrijken met data uit de Statistieken Internationale Handel in Diensten (IHD) om het beeld van carry-along trade te vervolledigen. Denk bijvoorbeeld aan het combineren van de levering van een machine met een onderhoudscontract, een financieringsconstructie of een opleidingsplan.

3.8 Bijlagen

3.8.1 Samenstelling industriële goederenexport naar type (2010)

	Totale industriële goederen- export	Kernexport	Carry-along trade	Kern- gerelateerde non-CAT	Overige export
	x mln euro	%			
Vervaardiging van voedingsmiddelen	17 150	71,1	21,2	4,8	2,9
Vervaardiging van dranken	655	83,3	6,9	9,6	0,2
Vervaardiging van tabaksproducten	435	87,6	10,4	0,6	1,4
Vervaardiging van textiel	1 144	82,0	11,6	3,5	2,9
Vervaardiging van kleding	75	32,2	11,1	15,6	41,1
Vervaardiging van leer, lederwaren en schoenen	100	77,4	6,4	7,5	8,7
Vervaardiging van artikelen van hout	174	66,3	4,4	13,3	16,0
Vervaardiging van papier en karton	2 836	50,7	17,9	21,7	9,7
Drukkerijen, reproductie van opgenomen media	239	12,0	70,1	1,6	16,3
Vervaardiging van chemische producten	20 058	62,9	21,2	6,5	9,4
Vervaardiging van farmaceutische producten	3 681	49,0	22,3	6,0	22,6
Vervaardiging van producten van rubber en kunststof	3 202	62,2	13,1	12,2	12,4
Vervaardiging van overige minerale producten	896	68,0	7,3	6,0	18,8
Vervaardiging van metalen in primaire vorm	5 175	75,0	10,0	6,3	8,7
Vervaardiging van producten van metaal	3 466	58,0	11,1	14,9	16,1
Vervaardiging van computers en elektronische apparatuur	5 083	73,2	8,3	13,1	5,4
Vervaardiging van elektrische apparatuur	2 247	57,7	18,2	19,4	4,7
Vervaardiging van overige machines en apparaten	13 142	64,0	19,5	14,5	2,0
Vervaardiging van auto's, aanhangwagens en opleggers	3 230	74,1	15,5	7,0	3,4
Vervaardiging van overige transportmiddelen	1 089	70,0	5,3	10,7	14,0
Vervaardiging van meubels	260	54,1	8,4	31,1	6,4
Vervaardiging van overige goederen	508	71,4	13,1	3,5	11,9
Totaal	84 845	65,7	17,7	9,2	7,3

3.8.2 Samenstelling industriële goederenexport naar type (2015)

	Totale industriële goederen- export	Kernexport	Carry-along trade	Kern- gerelateerde non-CAT	Overige export
	x mln euro	%			
Vervaardiging van voedingsmiddelen	22 652	68,8	24,0	4,6	2,6
Vervaardiging van dranken	1 282	78,7	14,5	4,3	2,5
Vervaardiging van tabaksproducten	503	84,9	12,8	0,4	1,8
Vervaardiging van textiel	1 289	81,2	13,4	2,7	2,7
Vervaardiging van kleding	27	16,5	2,5	38,5	42,5
Vervaardiging van leer, lederwaren en schoenen	106	86,6	6,1	3,6	3,7
Vervaardiging van artikelen van hout	236	75,0	3,9	4,8	16,3
Vervaardiging van papier en karton	3 304	43,5	29,7	18,6	8,2
Drukkerijen, reproductie van opgenomen media	319	13,7	72,9	2,5	10,8
Vervaardiging van chemische producten	20 429	63,1	22,5	7,0	7,4
Vervaardiging van farmaceutische producten	4 130	36,5	33,5	5,4	24,7
Vervaardiging van producten van rubber en kunststof	3 946	61,0	11,6	11,5	15,8
Vervaardiging van overige minerale producten	1 001	64,5	9,3	9,2	16,9
Vervaardiging van metalen in primaire vorm	5 830	80,5	9,6	3,5	6,4
Vervaardiging van producten van metaal	4 481	51,7	15,2	19,2	14,0
Vervaardiging van computers en elektronische apparatuur	4 173	70,5	10,8	12,2	6,5
Vervaardiging van elektrische apparatuur	2 646	38,4	36,7	16,0	8,9
Vervaardiging van overige machines en apparaten	15 710	62,1	20,2	14,6	3,0
Vervaardiging van auto's, aanhangwagens en opleggers	5 131	73,0	15,7	7,1	4,2
Vervaardiging van overige transportmiddelen	2 248	76,6	2,3	5,7	15,4
Vervaardiging van meubels	308	42,4	32,4	21,0	4,2
Vervaardiging van overige goederen	792	79,7	4,3	4,6	11,3
Totaal	100 542	63,9	20,3	8,8	7,0

3.8.3 Bedrijven met carry along trade naar bedrijfskenmerken, 2010-2016

	Totaal	Grootte klasse		Zeggenschap	
		grootbedrijf	ZMKB	binnelands eigendom	buitenlands eigendom
Nederlandse industrie	3 740	1 250	2 490	2 895	850
waarvan					
voedings-, genotmiddelenindustrie	630	190	440	525	105
textiel-, kleding-, lederindustrie	110	30	85	95	15
hout-, papier-, grafische industr.	375	100	275	305	70
chemie en farmaceutische industrie	285	180	105	130	155
kunststof- en bouwmaterialindustrie	410	180	225	275	135
basismetale, metaalprod.-industrie	675	155	520	595	85
elektrotechniek en machine-industrie	840	305	530	615	220
transportmiddelenindustrie	170	65	110	130	40
overige industrie	250	50	200	220	25
Nederlandse industrie met CAT	1 320	680	640	815	500
waarvan					
voedings-, genotmiddelenindustrie	245	130	115	170	75
textiel-, kleding-, lederindustrie	65	20	45	55	10
hout-, papier-, grafische industr.	65	35	35	40	25
chemie en farmaceutische industrie	180	120	60	80	100
kunststof- en bouwmaterialindustrie	130	85	45	60	70
basismetale, metaalprod.-industrie	150	65	85	110	40
elektrotechniek en machine-industrie	395	195	205	250	145
transportmiddelenindustrie	35	20	15	20	15
overige industrie	50	15	35	40	10

3.8.4 Regressiespecificatie

Om de samenhang tussen CAT-export en productiviteit te onderzoeken gaan we aan de hand van verschillende lineaire regressies kijken of CAT-exporteurs productiever zijn dan exporteurs zonder CAT-handel. Het testen van dit fenomeen wordt gedaan aan de hand van het volgende regressie model:

$$\ln ArbProd_{it} = \alpha + \beta_1 CAT_{it} + \beta_2 \ln werkn + \beta_3 BLMn + \beta_4 NLMn + \beta_5 SnGr + \beta_6 lftd + \beta_7 Bedrijfstak_i + \beta_8 jaar_t + \varepsilon_{it}$$

ArbProd =	toegevoegde waarde gedeeld door het aantal werkzame personen
CAT =	dummy voor het hebben van CAT-export (=1) of het niet hebben van CAT-export (=0)
werkn =	het aantal werkzame personen
BLMn =	buitenlandse bedrijven in Nederland waarin het buitenlandse bedrijf de uiteindelijke zeggenschap heeft
NLMn =	Nederlandse bedrijven met vestigingen in het buitenland waarin het Nederlandse bedrijf de uiteindelijke zeggenschap heeft
SnGr =	dummy voor bedrijven die wel (=1) of geen (=0) snelle groeier zijn: Bedrijven waarvan het aantal werknemers in drie achtereenvolgende jaren gemiddeld met minstens 10 procent is toegenomen.
lftd =	dummy voor bedrijven wel (=1) of niet (=0) langer dan tien jaar hebben bestaan
bedrijfstak =	dummy voor ieder afzonderlijke bedrijfstak op basis van de Standaard Bedrijfsindeling, op 2 digit niveau
jaar =	dummy voor ieder afzonderlijk kalenderjaar
i =	indicator voor de cross-sectionele eenheid onderneming
t =	indicator voor de tijdsdimensie

Dit regressiemodel bestaat uit acht onafhankelijke variabelen. Voor dit onderzoek is echter alleen de dummy variabele voor het hebben van CAT-export van belang. De overige variabelen zijn enkel meegenomen om te corrigeren voor factoren die mogelijk een verband hebben met productiviteit. Omdat de verschillen tussen bedrijven bij sommige variabelen zoals arbeidsproductiviteit en het aantal werknemers van een bedrijf erg groot kunnen zijn, is er een logtransformatie toegepast op deze variabelen.

3.9 Literatuur

Bernard, A.B., E.J. Blanchard, I. Van Beveren & H.Y. Vandenbussche (2012), *Carry-Along Trade*, NBER Working Paper Series No. 18246, National Bureau of Economic Research: Cambridge, United States.

IMF. (2018). *Euro Area Policies: 2018 Article IV Consultation-Press Release*. Staff Report and Statement by the Executive Director for Member Countries, pp. 7. Verenigde Staten.

OECD. (2010). *Measuring Globalisation: OECD Economic Globalisation Indicators 2010*. Parijs.

OECD, WTO en World Bank Group. (2014), *Global Value Chains: Challenges, Opportunities and Implications for Policy*. Report prepared for submission to the G20 Trade Ministers Meeting. Sidney, Australië.

Vancauteren, M. (2015). *Exporteurs veel baat bij innovatie als motor van productiviteit?* In CBS internationaliseringsmonitor 2015, tweede kwartaal. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Vancauteren, M., & Walthouwer, M. (2016). *Innovatie, handel en productiviteit van de Nederlandse drank- en voedingsmiddelenindustrie?* In CBS internationaliseringsmonitor 2016, tweede kwartaal: Agribusiness. Hoofdstuk 4. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

4.

Het aantal Europese handelsrelaties van exporteurs

Auteurs

Dennis Cremers

Roger Voncken

40 procent van de in 2014 gestarte goederenexporteurs exporteert in het startjaar naar 1 relatie in de EU. Drie jaar later is dat 19 procent.

59 procent van de in 2014 gestarte dienstenexporteurs exporteert in het startjaar naar 1 relatie in de EU. Drie jaar later is dat 34 procent.



Bekend is hoeveel bedrijven in Nederland exporteren. Ook is bekend wat de waarde van deze export is en hoeveel goederen en diensten dit betreffen. Wat niet bekend is, is hoeveel handelsrelaties Nederlandse exporteurs hebben met het buitenland. Dat is dan ook het onderwerp van dit hoofdstuk. Hoeveel afnemers zijn er in elk EU-land, welk type exporteur beschikt over de meeste handelsrelaties, en hoe ontwikkelt de omvang van handelsrelaties van exporterende bedrijven zich na het starten met exporteren?

4.1 Inleiding

Bedrijven die exporteren naar het buitenland zijn bijzondere bedrijven. Uit diverse onderzoeken is gebleken dat exporteurs groter, productiever en winstgevender zijn dan bedrijven die niet exporteren (zie bijvoorbeeld Bernard et al., 2007; Creusen & Lejour, 2011; Groot & Weterings, 2013). Een verklaring hiervoor is dat exporteren gepaard gaat met meer onzekerheid en hogere kosten, die alleen door de best presterende en meest productieve bedrijven gedragen kunnen worden (Creusen et al., 2011; Wagner, 2005).

Echter, de ene exporteur is de andere niet. Er bestaan flinke verschillen tussen exporteurs. Exemplarisch hiervoor is dat in 2017 één procent van de Nederlandse goederenhandelaren verantwoordelijk is voor 72 procent van de exportwaarde en 80 procent van de importwaarde. Een relatief kleine groep bedrijven zorgt dus voor het leeuwendeel van de Nederlandse handel. Naast de omvang van de export zijn er ook aanzienlijke verschillen met betrekking tot het aantal landen waar bedrijven goederen en diensten naartoe exporteren. Circa driekwart van de Nederlandse goederenexporteurs voert uit naar één land. Een aanzienlijk kleinere groep van circa 4 procent exporteert naar meer dan 20 verschillende landen. Ook zit er een aanzienlijk verschil in het aantal type producten dat exporteurs uitvoeren. Eerder onderzoek van Jaarsma (2012) heeft uitgewezen dat bijna driekwart van de startende exporteurs één type goed exporteert. Na verloop van tijd groeit hun portfolio aan producten. Vijf jaar na het starten met exporteren voert ruim vier op de tien bedrijven nog maar één type product uit.

Groei langs de intensieve en extensieve marge

In de economische literatuur is de nodige aandacht voor de exportwaarde van bedrijven, het aantal landen waar ze naar toe exporteren en het aantal producten

dat ze uitvoeren. Deze indicatoren staan namelijk centraal in de discussie in hoeverre bedrijven hun exportgroei langs de 'intensieve' of 'extensieve marge' bewerkstellen (Besedeš & Prusa, 2011; Mion & Muûls, 2014). Groei via de intensieve marge houdt in dat een bedrijf zijn export ziet groeien doordat verkopen aan bestaande klanten toenemen. Met andere woorden, de *intensieve* marge heeft betrekking op veranderingen in de omvang van de export doordat de gemiddelde exportwaarde per bedrijf, product of bestemming toeneemt. Uit onderzoek blijkt dat exportgroei van bestaande exporteurs meestal groeit via de intensieve marge (Besedeš & Prusa, 2010; Creusen et. al, 2011; Jaarsma, 2012; Smeets et al., 2010). Anderzijds heeft de *extensieve* marge betrekking op veranderingen in de omvang van de export doordat het aantal exporterende bedrijven toeneemt, of bijvoorbeeld het aantal geëxporteerde producten of exportbestemmingen. Denk aan startende bedrijven die gaandeweg hun scala producten en diensten uitbreiden, of nieuwe buitenlandse markten aanboren.

Beleidsrelevantie

Dit hoofdstuk richt zich op de extensieve marge van de internationale handel, en dan in het bijzonder op het aantal handelsrelaties die exporteurs in Nederland hebben met het buitenland, in business-to-business setting. Dit is namelijk een aspect van de extensieve marge waar voor Nederland nog weinig over bekend is. In een aantal van de eerder aangehaalde onderzoeken is wel onderzocht naar hoeveel landen bedrijven exporteren en/of hoeveel typen producten men exporteert, maar niet het aantal handelsrelaties met het buitenland. Zo wordt niet duidelijk of een bedrijf met één of meerdere partijen zaken doet binnen een bepaald land. Dit is wel een belangrijke nuance en voor beleid relevante informatie, omdat dit inzicht biedt in de afhankelijkheid van bedrijven van één of enkele handelsrelaties met betrekking tot hun export.

Voor beleidsmakers is het tevens interessant om meer inzicht te krijgen in de kenmerken van de exporteurs in Nederland. Zijn kleine zelfstandige bedrijven afhankelijker van een kleine groep buitenlandse afnemers dan grote bedrijven? Welke exporterende bedrijfstakken zijn afhankelijk van een select aantal buitenlandse handelsrelaties? En welke bedrijfstakken hebben een wijdverbreid internationaal netwerk?

Ook biedt deze nieuwe informatie mogelijkheden om groeimodellen van exporteurs in beeld te brengen. Kiezen startende exporteurs ervoor om hun netwerk van afnemers op de buitenlandse markt verder uit te bouwen of kiezen zij ervoor om

te groeien door bijvoorbeeld de stap te zetten naar andere landen?¹⁾ Vanwege de beleidsmatige focus op het stimuleren van bedrijven – en met name het (zelf-standig) midden- en kleinbedrijf – om de stap naar buitenlandse markten te zetten, is het van belang om zicht te hebben op de dominante groeimodellen van exporteurs. Het verrijken van deze analyses met de afnemersdimensie in de vorm van handelsrelaties is daarbij een nieuwe, relevante toevoeging. Omdat de beschikbare gegevens alleen betrekking hebben op EU-landen, beperkt dit onderzoek zich enkel tot deze landen. Deze landen zijn goed voor bijna 75 procent van de goederelexport en bijna 60 procent van de dienstenexport (Voncken & Cremers, 2018).

Samengevat staan de volgende drie onderzoeksvragen in dit hoofdstuk centraal:

1. Hoeveel bedrijven in Nederland exporteren goederen en diensten naar de rest van de Europese Unie, en hoeveel handelsrelaties hebben deze bedrijven?
2. Welk type bedrijven hebben hoeveel handelsrelaties in de Europese Unie?
3. Wat is de ontwikkeling van het aantal handelsrelaties in buitenlandse markten van startende exporteurs in Nederland, in de periode 2014–2017?

Handelsrelaties van exporteurs, waar hebben we het eigenlijk over?

We spreken van een internationale handelsrelatie wanneer een bedrijf met een Nederlands btw-nummer diensten of goederen inkoopt of levert aan een bedrijf met een buitenlands btw-nummer. Het product of de dienst is dan ook daadwerkelijk de grens over gegaan. Deze informatie is afkomstig van de Intra-communautaire Prestaties (ICP) van de Belastingdienst.

We spreken bewust van handelsrelaties van een exporteur en niet van het aantal buitenlandse klanten van een exporteur in Nederland. De reden hiervoor is dat één buitenlands bedrijf mogelijk over meerdere btw-nummers beschikt. Tien buitenlandse btw-nummers kunnen dus mogelijk overeenkomen met tien verschillende buitenlandse bedrijven, maar kunnen mogelijk ook tot slechts één bedrijf in het buitenland behoren. De regelgeving hieromtrent verschilt namelijk per land. Over de bedrijven achter de buitenlandse btw-nummers is geen verdere informatie beschikbaar.

Van de bedrijven gevestigd in Nederland is wel bekend welke btw-nummers tot welke bedrijven behoren, ook wanneer een bedrijf in Nederland over meerdere btw-nummers beschikt. Zodoende kunnen we ook de bedrijfskenmerken van exporteurs in Nederland meenemen in onze analyses. Echter, omdat het niet

¹⁾ Ook bekend als de 'stepping-stone-theorie' (zie o.a. Creusen & Lejour, 2011).

mogelijk is om het aantal buitenlandse bedrijven te achterhalen op basis van de buitenlandse btw-nummers, is er voor gekozen om de handelsrelatie op het niveau van het btw-nummer te definiëren. Met andere woorden, een Nederlands bedrijf dat beschikt over drie btw-nummers, die elk exportrelaties hebben met twee buitenlandse btw-nummers, worden in dit hoofdstuk gepresenteerd als een bedrijf met zes handelsrelaties.

Voor meer informatie over de gehanteerde data en methoden zie paragraaf 4.6.

Leeswijzer

De uitkomsten van de onderzoeksvragen worden gepresenteerd in paragrafen 4.2, 4.3 en 4.4. Paragraaf 4.2 gaat in op het aantal goederen- en dienstenexporteurs in Nederland dat actief is op de EU-markt en het aantal handelsrelaties van deze exporteurs naar elk EU-land. Paragraaf 4.3 geeft meer inzicht in de kenmerken van de exporteurs in relatie tot het aantal handelsrelaties. Hebben exporteurs in het midden- en kleinbedrijf minder afnemers dan exporteurs behorend tot het grootbedrijf? En in hoeverre is de omvang van de exportwaarde en sector van belang voor de omvang van het internationale netwerk? In paragraaf 4.4 wordt vervolgens extra aandacht geschonken aan startende exporteurs, en wordt onderzocht hoe het aantal handelsrelaties van deze bedrijven zich in de eerste jaren na de start van exporteren ontwikkelt. De belangrijkste bevindingen van dit hoofdstuk zijn opgesomd in paragraaf 4.5. Om de onderzoeksvragen in dit hoofdstuk te beantwoorden, is op bedrijfsniveau een dataset samengesteld met bedrijfskenmerken, handelsgegevens en handelsrelaties. De technische toelichting is te vinden aan het eind van dit hoofdstuk, in paragraaf 4.6.

4.2 Aantal handelsrelaties van exporteurs

Nederland telde in 2017 circa 52 duizend goederenexporteurs die actief zijn op de EU-markt.²⁾ Hoewel Duitsland wat betreft exportwaarde de belangrijkste

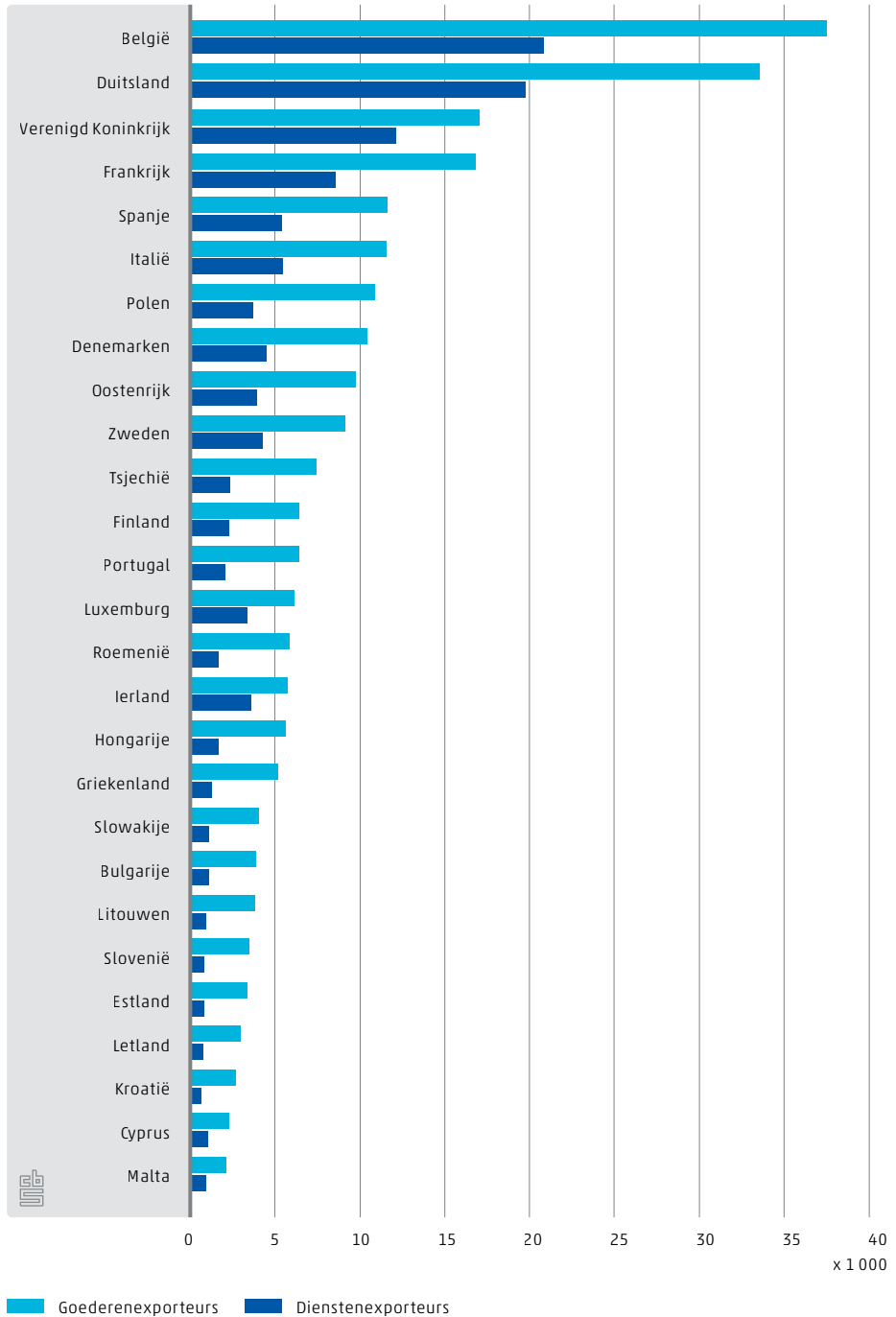
²⁾ Het aantal goederen- en dienstenexporteurs in dit hoofdstuk wijkt af van de totalen gepresenteerd in hoofdstuk 1 van deze publicatie. Voor meer informatie hieromtrent zie paragraaf 4.6.

afzetmarkt is voor Nederlandse exporteurs (Voncken & Cremers, 2018), zijn de meeste exporteurs actief in België. Bijna driekwart van de bedrijven die goederen uitvoeren naar de EU, heeft minimaal één afnemer bij onze zuiderbuur. Dat komt overeen met bijna 38 duizend exporteurs, zie figuur 4.2.1. Duitsland volgt op een tweede plek met bijna 34 duizend bedrijven, hetgeen overeenkomt met 65 procent van alle in de EU-actieve goederenexporteurs. De top-5 wordt gecompleteerd door het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Spanje. In dit hoofdstuk zijn alleen goederen- en dienstenexporteurs meegenomen die in 2017 een exportwaarde hebben van minimaal 5 duizend euro. De som van het aantal exporteurs per EU-land komt niet overeen met de eerder genoemde 52 duizend bedrijven. Een bedrijf kan namelijk naar meerdere landen exporteren. In dat geval komt het desbetreffende bedrijf meerdere malen voor in de figuur.

Bij de dienstenexporteurs zijn de top-5 landen vergelijkbaar, zo blijkt uit figuur 4.2.1. België, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zijn de landen waar de meeste bedrijven diensten naartoe exporteren. Wel troeft Italië Spanje af bij de strijd om de vijfde plek. In totaal zijn minder dienstenexporteurs actief op de EU-markt dan goederenexporteurs. In totaal zetten bijna 40 duizend exporteurs in Nederland diensten af bij bedrijven in andere EU-landen. Naar de 'kleine' EU-landen Kroatië, Litouwen en Slovenië exporteren de minste bedrijven diensten.

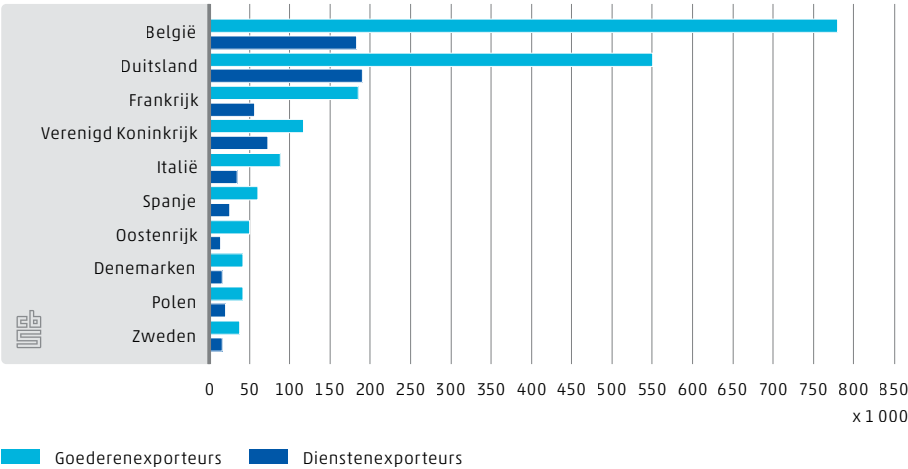
Uiteraard kan een exporteur binnen een land met meerdere partijen handel drijven. Figuur 4.2.2 toont het totaal aantal handelsrelaties per land. Dit betreft het totaal aantal handelsrelaties dat *alle* exporteurs samen in Nederland op jaarbasis in een EU-land hadden. De relatie staat hierin centraal. In het geval dat een exporteur in Nederland elke maand goederen naar een afnemer in Slowakije uitvoert, dan definiëren we dat als één handelsrelatie. Er is immers sprake van één relatie tussen één partij in Nederland en één afnemer in het buitenland op jaarbasis. Het is echter ook mogelijk dat een viertal andere exporterende bedrijven uit Nederland goederen uitvoeren naar diezelfde afnemer in Slowakije. Ondanks dat er sprake is van in totaal één unieke Slowaakse afnemer waarmee zaken wordt gedaan, spreken we toch van vijf handelsrelaties. Met andere woorden, het aantal handelsrelaties is niet gelijk aan het aantal unieke afnemers waarmee wordt gehandeld. Het aantal handelsrelaties tussen Nederland en een EU-land is dus afhankelijk van zowel het aantal exporteurs in Nederland als het aantal Europese afnemers die er bij betrokken zijn.

4.2.1 Aantal exporteurs in Nederland met een handelsrelatie, 2017*



Figuur 4.2.2 laat zien dat verreweg de meeste handelsrelaties plaatsvinden met onze buurlanden. Met name bij de goederenhandelaren is het verschil met de overige landen groot. België en Duitsland zijn samen goed voor 62 procent van de exportrelaties in de EU op het gebied van goederen. Dit onderstreept de grote verwevenheid van het Nederlandse bedrijfsleven met de Belgische en Duitse economie. Op het gebied van diensten is dit aandeel lager, namelijk 52 procent. Toch zijn ook hier Duitsland en België de belangrijkste afzetmarkten voor het Nederlandse bedrijfsleven. In totaal hebben exporteurs in Nederland ruim 2,1 miljoen handelsrelaties gerelateerd aan de goederenexport met de andere EU-lidstaten en 712 duizend handelsrelaties gerelateerd aan de dienstenexport.

4.2.2 Aantal handelsrelaties in de top-10 EU-landen van exporteurs in Nederland, 2017*



Tabel 4.2.3 geeft een overzicht van de informatie uit de figuren 4.2.1 en 4.2.2. Het laat tevens zien hoeveel handelsrelaties een gemiddeld exporterend bedrijf in Nederland heeft per EU-land, hetgeen een indicatie is van de mate van afhankelijkheid van exporteurs van afnemers binnen een bepaald land. Hoe minder exportrelaties men heeft, hoe afhankelijker men van die partijen is.

4.2.3 Aantal exporteurs en handelsrelaties van goederen en diensten naar EU-land, 2017*

	Goederen			Diensten		
	exporteurs	handelsrelaties	gemiddeld	exporteurs	handelsrelaties	gemiddeld
	x1 000			x1 000		
EU-land						
België	37,5	779,7	20,8	20,8	182,7	8,8
Bulgarije	3,9	8,1	2,1	1,1	3,8	3,3
Cyprus	2,3	3,9	1,7	1,1	2,2	2,0
Denemarken	10,4	42,1	4,0	4,5	16,1	3,6
Duitsland	33,5	550,6	16,4	19,8	189,9	9,6
Estland	3,4	6,4	1,9	0,9	2,4	2,7
Finland	6,4	20,4	3,2	2,3	7,2	3,1
Frankrijk	16,8	185,1	11,0	8,6	56,2	6,5
Griekenland	5,2	15,2	2,9	1,3	4,4	3,3
Hongarije	5,6	13,4	2,4	1,7	5,3	3,1
Ierland	5,7	16,2	2,8	3,6	9,2	2,6
Italië	11,6	88,4	7,7	5,5	34,6	6,3
Kroatië	2,6	5,0	1,9	0,7	2,0	2,9
Letland	2,9	5,4	1,8	0,8	1,6	2,0
Litouwen	3,8	7,4	1,9	1,0	2,9	3,0
Luxemburg	6,1	15,6	2,5	3,3	9,4	2,8
Malta	2,1	3,4	1,6	1,0	1,8	1,9
Oostenrijk	9,7	50,6	5,2	3,9	14,9	3,8
Polen	10,9	41,7	3,8	3,7	20,7	5,6
Portugal	6,4	20,7	3,3	2,1	6,6	3,2
Roemenië	5,9	15,9	2,7	1,7	7,8	4,6
Slovenië	3,5	7,2	2,1	0,9	2,9	3,4
Slowakije	4,0	8,0	2,0	1,1	3,0	2,7
Spanje	11,6	61,1	5,2	5,4	25,6	4,8
Tsjechië	7,4	19,0	2,6	2,3	9,3	4,0
Verenigd Koninkrijk	17,1	117,2	6,9	12,1	72,9	6,0
Zweden	9,2	38,2	4,2	4,3	16,8	3,9
Totaal	52,0	2 145,9	41,3	39,6	712,3	18,0

De 52 duizend goederenexporteurs die actief zijn op de EU-markt zijn goed voor ruim 2,1 miljoen handelsrelaties binnen de EU. Dat betekent dat de gemiddelde goederenexporteur in Nederland over circa 41 exportrelaties in de EU beschikt. Met name in de omliggende landen is het gemiddeld aantal handelsrelaties per exporteur hoog. België en Duitsland zijn wederom de uitschieters. Een doorsnee exporteur die goederen levert aan België en Duitsland, heeft daar gemiddeld 21 respectievelijk 16 handelsrelaties mee. Bij de kleinere en verder afgelegen Europese economieën is dat gemiddelde vele malen lager. Zo heeft de gemiddelde exporteur met relaties in Malta, Cyprus, Kroatië en de Baltische staten daar minder dan twee handelsrelaties.

De dienstenexporteurs laten een vergelijkbaar beeld zien, al is de omvang van het relatiebestand vele malen kleiner. Dienstenexporteurs hebben – met een gemiddelde van circa 18 – minder handelsrelaties binnen de EU dan goederenexporteurs. België en Duitsland staan wederom bovenaan de lijst met gemiddeld genomen de meeste handelsrelaties per exporteur. Exporteurs naar Malta hebben in dat land de minste afnemers van diensten, gemiddeld genomen minder dan twee.

Handelsrelaties gecategoriseerd

Het gemiddeld aantal handelsrelaties per bedrijf is een eerste indicatie van de afhankelijkheid van het Nederlandse bedrijfsleven met betrekking tot afnemers in een bepaald land. Echter, hieraan is ook een nadeel verbonden. Enkele bedrijven met een zeer groot aantal handelsrelaties – in statistische zin uitbijters – kunnen het gemiddelde cijfer (flink) beïnvloeden. Een alternatief is het noemen van de modus, het meest voorkomende aantal handelsrelaties van bedrijven. Dit heeft hier echter weinig toegevoegde waarde aangezien in vrijwel alle gevallen dit zou leiden tot één handelsrelatie. Hetzelfde geldt voor het gebruik van de mediaan.

Om die reden wordt in de rest van dit hoofdstuk het aantal handelsrelaties gecategoriseerd in zes groepen. Vanwege de leesbaarheid is er tevens voor gekozen om alleen de vier belangrijkste EU-landen – in termen van aantal handelsrelaties – afzonderlijk weer te geven en de overige EU-landen in te delen naar EU15- en EU13-lidstaten.³⁾ Ook worden de totaalcijfers telkens gepresenteerd.

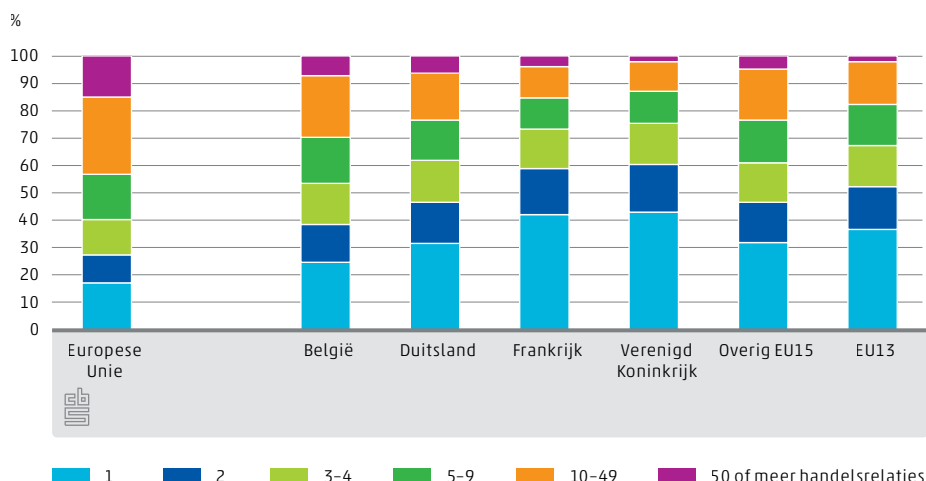
In figuur 4.2.4 is te zien dat 17 procent van alle goederenexporteurs in Nederland slechts één internationale handelsrelatie heeft binnen de Europese Unie. Dat komt overeen met 9 duizend van de in totaal 52 duizend goederenexporteurs. Ruim 40 procent van alle goederenexporteurs heeft 10 of meer handelsrelaties in de EU. In het totaalcijfer zijn het aantal handelsrelaties weergegeven ongeacht het land van bestemming. Op landniveau wijken deze aandelen per definitie af. Een bedrijf met 26 exportrelaties in het Verenigd Koninkrijk en 28 exportrelaties in Duitsland, komt in de linker balk met totaalcijfers bij '50+' terecht. Echter, bij de afzonderlijke landen komt dit bedrijf in beide gevallen bij '10–49' terecht.

Goederenexporteurs die actief zijn op de Britse markt, zijn daar naar verhouding het vaakst afhankelijk van één afnemer. Ruim 7 duizend exporteurs van goederen

³⁾ Overig EU15 refereert naar de samenstelling van de EU per 1 januari 1995, exclusief België, Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. EU13 betreffen de lidstaten die op 1 mei 2004, of later, zijn toegetreden tot de Europese Unie.

hebben één afnemer in het Verenigd Koninkrijk, hetgeen overeenkomt met 43 procent van alle goederenexporteurs die naar het Verenigd Koninkrijk goederen exporteren. Hoewel in absolute termen meer goederenexporteurs naar 'slechts' één afnemer in België exporteren ten opzichte van het Verenigd Koninkrijk, is dat Belgische aandeel lager. Van de 37,5 duizend exporteurs die in België goederen afzetten, exporteert 25 procent naar één Belgische ondernemer. Dit komt overeen met 9,4 duizend exporteurs.

4.2.4 Goederenexporteurs naar aantal handelsrelaties, 2017*



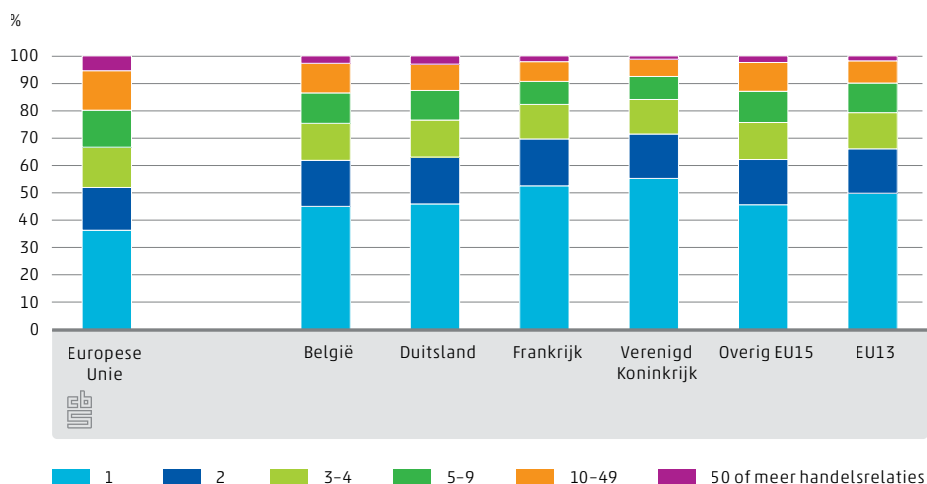
43% van alle goederenexporteurs actief in het VK, heeft daar één handelsrelatie. Voor de dienstenexporteurs is dat 55 procent.



Zoals reeds uit tabel 4.2.3 bleek, is de doorsnee dienstenexporteur afhankelijker van een kleine groep afnemers dan de doorsnee goederenexporteur. Dat is ook terug te zien in figuur 4.2.5. Circa 14,5 duizend dienstenexporteurs beschikken binnen de Europese Unie over één handelsrelatie, oftewel 37 procent

van alle dienstenexporteurs in Nederland. Circa 20 procent heeft minimaal 10 handelsrelaties met de andere EU-lidstaten. Van alle exporteurs die diensten verkopen op de Franse markt, is meer dan de helft afhankelijk van één handelsrelatie. Dat geldt overigens ook voor exporteurs naar het Verenigd Koninkrijk. De categorieën 'Overig EU15' en 'EU13' vertekenen dit beeld iets, omdat dat meerdere landen betreffen.

4.2.5 Dienstenexporteurs naar aantal handelsrelaties, 2017*



Samenvatting

Deze paragraaf geeft een overzicht van het aantal goederen- en dienstenexporteurs in Nederland dat actief is op de EU-markt en de omvang van hun Europese netwerk aan afnemers. In 2017 telde ons land 52 duizend goederenexporteurs en 40 duizend dienstenexporteurs die actief zijn op de EU-markt. Een groot deel van deze exporteurs heeft ten minste één handelsrelatie met onze buurlanden. Ook wat betreft het aantal handelsrelaties zijn België en Duitsland erg belangrijk. Ze zijn samen goed voor meer dan de helft van alle handelsrelaties die Nederlandse exporteurs hebben in de EU. De gemiddelde exporteur heeft dan ook gemiddeld genomen de meeste handelsrelaties met deze landen. Een aanzienlijk deel van de exporteurs beschikt echter over slechts één handelsrelatie binnen de EU. Met name exporteurs actief op de Britse en Franse markt, exporteren vaak naar slechts één partij. In de volgende paragraaf zoomen we in op de bedrijfskenmerken van de exporteurs in Nederland die naar EU-lidstaten goederen of diensten exporteren.

4.3 Bedrijfskenmerken van exporteurs naar omvang handelsrelaties

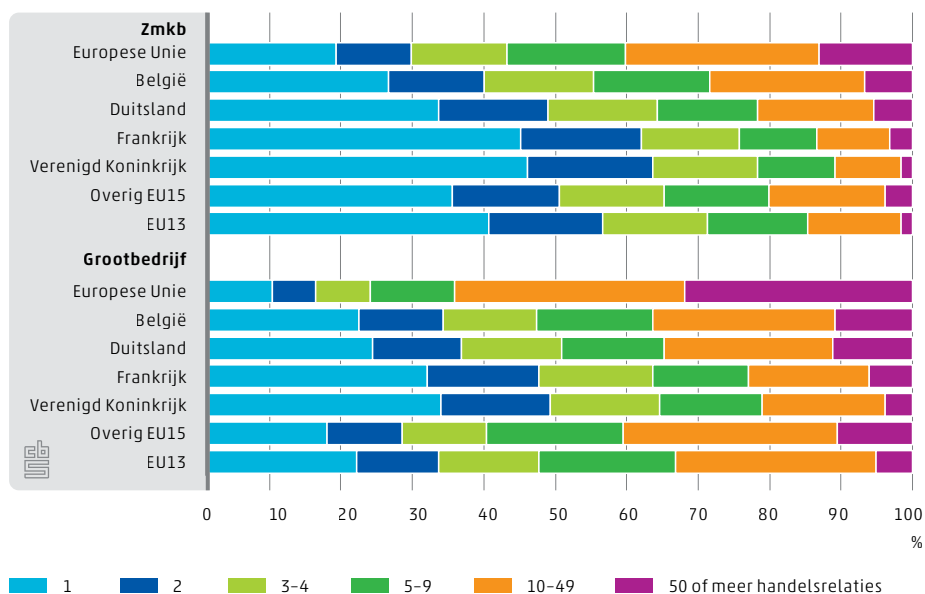
De ICP-data, die geraadpleegd zijn voor deze analyses, bieden geen additionele bedrijfsinformatie over de buitenlandse afnemers. De karakteristieken van de Nederlandse bedrijven behorend tot de Nederlandse btw-nummers kunnen wel achterhaald worden. In deze paragraaf wordt het aantal handelsrelaties naar bedrijfstype, de omvang van de export en de sector waarin een exporteur actief is, beschreven.

Merendeel zmkb-ers met dienstenexport naar VK en Frankrijk afhankelijk van één relatie

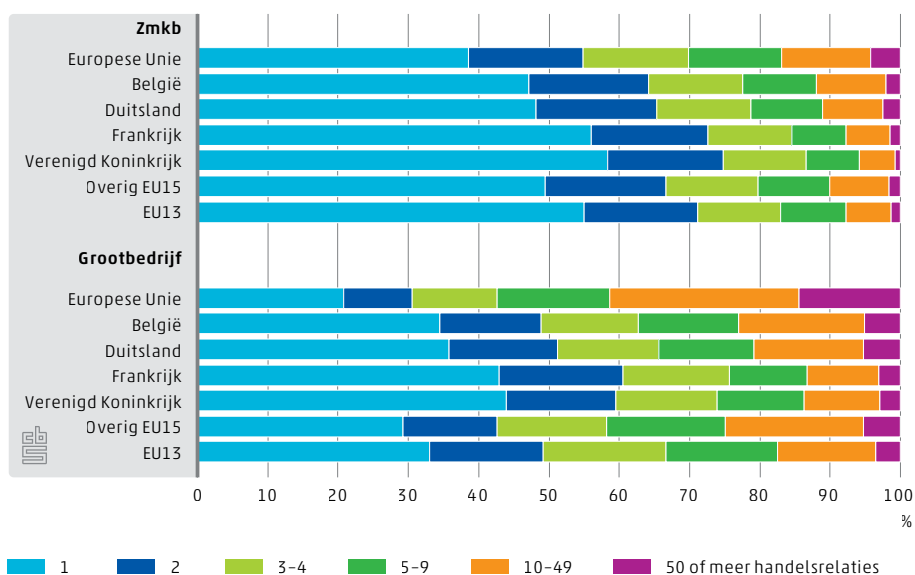
Negen van de tien goederenexporteurs in Nederland behoren tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf (zmkb). Dat komt neer op ruim 47 duizend exporteurs, die actief zijn op de Europese markt. Het zelfstandig midden- en kleinbedrijf is een 'smallere' definitie dan de traditionele definitie van het MKB. Tot het zelfstandig midden- en klein bedrijf worden enkel bedrijven gerekend die geen onderdeel zijn van een concern met 250 of meer werkzame personen, en tegelijkertijd niet in handen zijn van een buitenlandse onderneming (CBS, 2016a). De overige 5 duizend exporteurs behoren tot het grootbedrijf. Hiertoe behoren dus exporteurs die onderdeel uitmaken van een concern met minstens 250 werkzame personen en/of een onderdeel zijn van een buitenlandse firma.

Uit figuur 4.3.1 blijkt dat een groot bedrijf vaak over een groter internationaal netwerk beschikt dan een zelfstandige mkb-er. Zo heeft een derde van de goederenexporteurs behorend tot het grootbedrijf 50 of meer handelsrelaties binnen de Europese Unie. Van de exporteurs in het zelfstandig midden- en kleinbedrijf heeft gemiddeld 13 procent minstens 50 afnemers in de EU. Heel verrassend is dat natuurlijk niet, omdat een groot concern in de praktijk vaak toegang heeft tot meer kennis (bijvoorbeeld via het buitenlandse moederbedrijf), financiering, innovaties of in staat is om schaalvoordelen in de productie te realiseren. Mede hierdoor kunnen grote bedrijven dus ook een groter internationaal netwerk van afnemers onderhouden.

4.3.1 Aantal handelsrelaties van goederenexporteurs naar bedrijfstype, 2017*



4.3.2 Aantal handelsrelaties van dienstenexporteurs naar bedrijfstype, 2017*

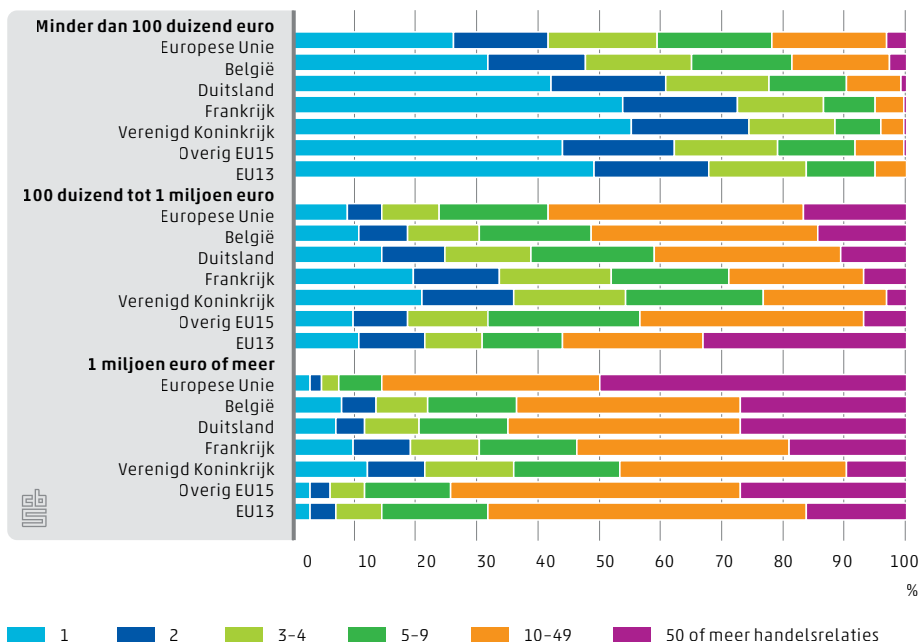


Net als bij de goederenexporteurs, behoort circa 90 procent van de exporteurs van diensten die de Europese markt bedienen tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf. Dat komt overeen met 35 duizend bedrijven die in de Europese Unie diensten verkopen. Een beperkt aandeel van de dienstenexporteurs behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf heeft 50 of meer Europese handelsrelaties, namelijk 4 procent. Ruim 16 procent van deze exporteurs heeft minstens 10 handelsrelaties in de EU. Op landniveau zijn deze aandelen nog lager. Dat staat in schril contrast met het grootbedrijf. Bij exporteurs die onderdeel zijn van een groot en/of buitenlands concern zijn deze aandelen respectievelijk 14 en 41 procent. Opvallend is wederom dat – ook wat betreft de dienstenexport – het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk de landen zijn waar de doorsnee zelfstandig mkb-er en het grootbedrijf het minste aantal exportrelaties mee heeft. Meer dan de helft van alle zelfstandig mkb-ers die naar het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk exporteren, doet dat naar slechts één partij.

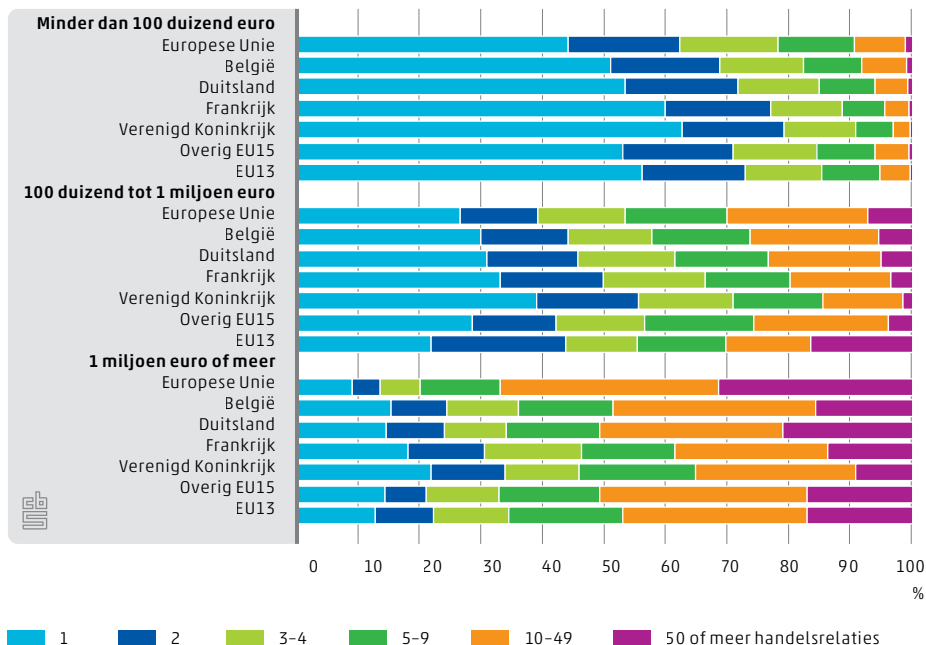
Meer export, meer handelsrelaties

Exporteurs met een hogere totale exportwaarde hebben meer Europese handelsrelaties dan exporteurs met minder export. Dat geldt zowel voor de goederen- als de dienstenexporteurs, zie de figuren 4.3.3 en 4.3.4. Hier zijn bedrijven ingedeeld naar de totale waarde die zij exporteren naar het buitenland (dus niet per land afzonderlijk). Het is uitzonderlijk dat een exporteur voor 1 miljoen euro of meer goederen of diensten uitvoert en maar één afnemer in de EU heeft. Toch komt het voor. Dit is het geval bij 245 exporteurs van goederen en 315 exporteurs van diensten. Maar dit zijn uitzonderingen. De helft van alle goederen-exporteurs die voor 1 miljoen of meer euro goederen uitvoeren, heeft minimaal 50 handelsrelaties. Bij dienstenexporteurs is dit ongeveer een derde. Exporteurs die in totaal voor minder dan 100 duizend euro goederen of diensten uitvoeren hebben slechts zelden 50 of meer handelsrelaties.

4.3.3 Aantal handelsrelaties van goederenexporteurs naar de totale exportomvang, 2017*



4.3.4 Aantal handelsrelaties van dienstenexporteurs naar de totale exportomvang, 2017*

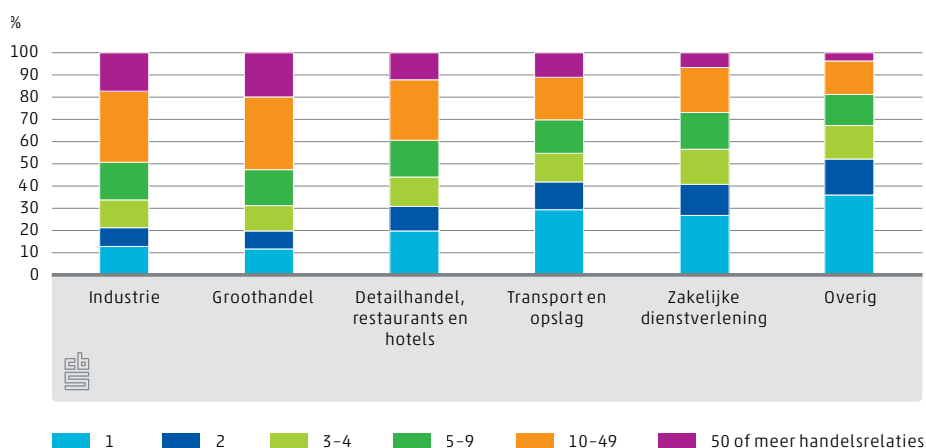


Industrie en groothandel hebben meeste exportrelaties

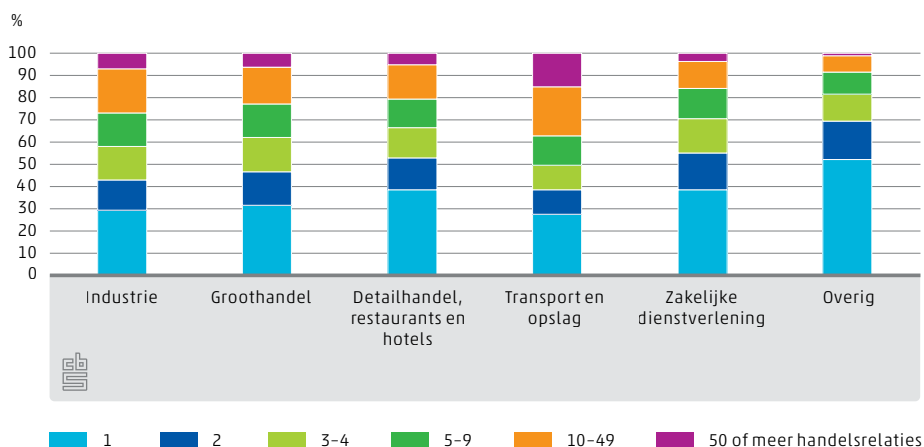
De meeste bedrijven die goederen naar de Europese markt exporteren, zijn actief in de groothandel (21,5 duizend), zakelijke dienstverlening (10,1 duizend) en de industrie (9,8 duizend). Figuur 4.3.5 laat zien dat industriële bedrijven en groothandelaren wat betreft hun export van goederen het minst vaak afhankelijk zijn van één of enkele Europese handelsrelaties. Ongeveer de helft van de bedrijven in deze bedrijfstakken heeft 10 of meer handelsrelaties. Voor de andere bedrijfstakken ligt dit aandeel flink lager. Tussen een kwart en een derde van de goederenexporteurs in de zakelijke dienstverlening, transport en opslag en overige bedrijfstakken hebben slechts één handelsrelatie in de Europese Unie.

Bij de dienstenexporteurs is de sector transport en opslag juist het minst afhankelijk van één partij, zo blijkt uit figuur 4.3.6. Dit komt met name door de vervoer- en transportdiensten die deze bedrijven voor buitenlandse ondernemers uitvoeren. Verrassend is dat de zakelijke dienstverlening verhoudingsgewijs vaker van één of enkele handelsrelaties afhankelijk is dan de industrie en groothandel, wat betreft het aantal relaties voor de dienstenexport. De bedrijfstakken die vallen onder de categorie 'Overig' – hiertoe behoren bedrijven in de delfstofwinning, energie-, waterbeheer-, en bouwbedrijven – exporteren naar verhouding het vaakst goederen of diensten naar één afnemer in de Europese Unie. Het detailniveau op landniveau is weergegeven in figuur 4.7.1 en 4.7.2 in de bijlage van dit hoofdstuk.

4.3.5 Aantal handelsrelaties van goederenexporteur naar sector, 2017*



4.3.6 Aantal handelsrelaties van dienstenexporteurs naar sector, 2017*



Samenvatting

In deze paragraaf stonden de bedrijfskenmerken van exporteurs die actief zijn op de EU-markt centraal. De resultaten laten zien dat ongeveer negen op de tien exporteurs in Nederland tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf (zmkb) behoort. Deze bedrijven hebben doorgaans een minder groot internationaal netwerk van afnemers dan bedrijven die tot het grootbedrijf behoren. Voor grote bedrijven is het vanwege grotere toegang van onder andere kennis, financiering en de toepassing van schaalvoordelen, eenvoudiger om een groot netwerk aan te boren en te onderhouden. Ook bedrijven met een hogere totale exportsom, beschikken doorgaans over meer handelsrelaties. Gemiddeld genomen is de omvang van het relatiebestand van de bedrijven actief in de groothandel en industrie het grootst. Alleen vervoer- en transportbedrijven zijn wat betreft de uitvoer van diensten minder afhankelijk van één partij in de EU.

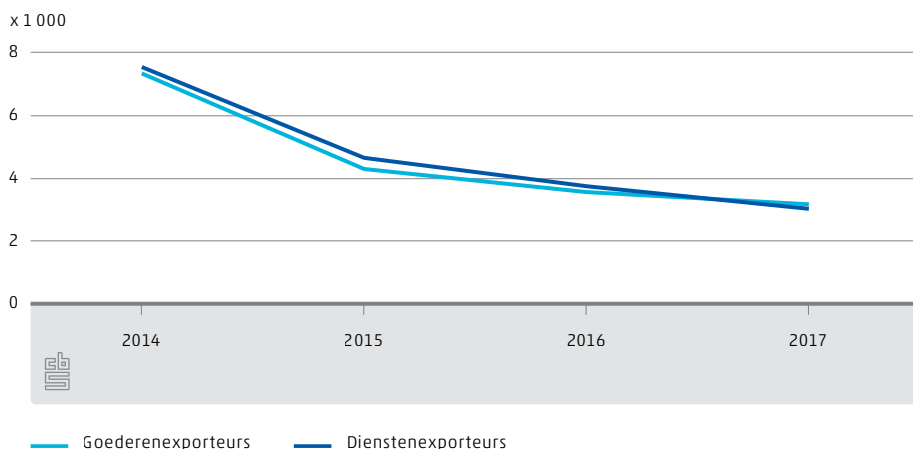
4.4 Ontwikkeling handelsrelaties van startende exporteurs

De resultaten in de vorige paragraaf hadden steeds betrekking op (alle) goederen- en dienstenexporteurs die in 2017 5 duizend euro of meer exporteerden. In deze paragraaf zoomen we in op de handelsrelaties van startende exporteurs

in Nederland behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf. Er wordt specifiek ingezoomd op het zelfstandig midden- en kleinbedrijf omdat deze groep bedrijven voor beleidsmakers interessant is vanwege de beleidsmatige focus op het stimuleren van kleine en middelgrote bedrijven om de stap naar buitenlandse markten te zetten (zie bijvoorbeeld Kaag, 2018).

We focussen op de bedrijven behorend tot het midden- en kleinbedrijf die in 2014 gestart zijn met het exporteren van goederen of diensten en volgen deze bedrijven tot en met 2017. Een startende exporteur is hier gedefinieerd als een in Nederland gevestigd bedrijf dat in verslagjaar 2014 voor minimaal 5 duizend euro goederen of diensten naar het buitenland exporteerde, maar in de periode 2009–2013 in geen enkel jaar meer dan 5 duizend euro aan goederen of diensten uitvoerde. Zodoende zijn bedrijven die toch al enige internationale handelservaring in voorgaande jaren hadden, uitgesloten van deze analyse.⁴⁾

4.4.1 Ontwikkeling aantal exporteurs behorend tot het zmkb, gestart in 2014*



In figuur 4.4.1 is te zien dat in 2014 circa 7,5 duizend bedrijven gestart zijn met het exporteren van goederen en ongeveer evenveel met het exporteren van diensten naar de EU.⁵⁾ Hierin kan ook overlap zitten. Eén bedrijf kan in 2014 zowel gestart zijn met het exporteren van goederen als van diensten. Dit bedrijf wordt dan zowel als startende goederen- als dienstenexporteur geclassificeerd.

⁴⁾ Wel is het mogelijk dat bedrijven in die in 2014 starten met exporteren niet in elk jaar dat volgt weer exporteert.

⁵⁾ Het betreffen bedrijven die een ICP-aangifte hebben gedaan en voorkomen in de microdata van de IHG-statistieken.

Gedurende de jaren die volgen nemen deze aantallen af. Hoewel exporterende bedrijven een grotere 'overlevingskans' hebben dan bedrijven zonder internationale handel (Bernard & Jensen, 1999; Wagner, 2013), toonde eerder CBS-onderzoek al aan dat circa 40 procent van de bedrijven die alleen exporteren, en circa 30 procent van de bedrijven die zowel importeren als exporteren, vijf jaar na hun start niet meer bestaan (Pouwels-Urlings & Wijnen, 2012). De resultaten uit figuur 4.4.1 sluiten hierbij aan. In 2017 was nog maar 43 procent van de in 2014 gestarte goederenexporteurs – die naar de EU exporteerden – en 40 procent van dienstenexporteurs actief als exporteur. Dat wil zeggen, deze bedrijven hebben in 2017 geen ICP-aangifte gedaan (ook niet voor minder dan 5 duizend euro). Dat kan twee redenen hebben. Oftewel het desbetreffende bedrijf is gestopt met het exporteren van goederen of diensten, óf het bedrijf bestaat niet meer. Het is van belang om deze afnemende bedrijvenaantallen in het achterhoofd te houden bij het interpreteren van de resultaten in deze paragraaf.



57% van de in 2014 gestarte goederenexporteurs is in 2017 niet meer actief, 60 procent van de dienstenexporteurs

Ontwikkeling extensieve marge startende goederenexporteurs

We onderzoeken nu de ontwikkeling van het aantal handelsrelaties en het aantal landen waar naar toe geëxporteerd wordt voor de startende goederen- en dienstenexporteurs behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf afzonderlijk. Tabel 4.4.2 laat voor de startende goederenexporteurs de ontwikkeling zien langs de extensieve marge van het aantal handelsrelaties en landen.

4.4.2 Ontwikkeling extensieve marge goederenhandelaren bij start exporteren (2014) en drie jaar later (2017)*

	Aantal landen								
	1	2	3	4	5	6-10	11-15	16-27	totaal
Aantal handelsrelaties	%								
2014									
1	40	.	.	.	.	.	.	.	40
2	8	9	.	.	.	.	.	.	17
3	3	3	2	.	.	.	.	.	9
4	2	2	2	1	.	.	.	.	6
5	1	1	1	1	0	.	.	.	4
6-10	2	2	2	1	1	1	.	.	10
11-15	1	1	1	0	0	1	0	.	4
16-20	0	0	0	0	0	1	0	0	2
21-100	1	1	1	0	0	1	1	0	5
101 of meer	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Totaal	58	20	9	4	2	4	1	1	100
2017									
1	19	.	.	.	.	.	.	.	19
2	6	6	.	.	.	.	.	.	12
3	2	3	2	.	.	.	.	.	8
4	2	2	1	1	.	.	.	.	6
5	1	1	2	1	0	.	.	.	5
6-10	2	3	4	3	2	1	.	.	16
11-15	1	1	1	1	1	2	0	.	8
16-20	0	1	1	1	0	2	0	0	5
21-100	1	2	2	2	1	5	3	1	16
101 of meer	0	0	0	0	0	1	1	1	4
Totaal	34	21	13	8	5	11	4	2	100

Noot: Vanwege afrondingen kan het voorkomen, dat de totalen niet precies overeenstemmen met de som der opgetelde getallen.

Tabel 4.4.2 toont dat 40 procent van alle bedrijven die in 2014 zijn gestart met het exporteren van goederen in dat jaar één klant hebben in één land. Slechts 6 procent van de startende goederenexporteurs is in het eerste jaar actief in meer dan vijf EU-landen.⁶⁾ Drie jaar later heeft van de overgebleven exporteurs nog maar 19 procent één klant in één land, en is het aandeel bedrijven dat actief is in meer dan vijf EU-lidstaten toegenomen tot 18 procent.

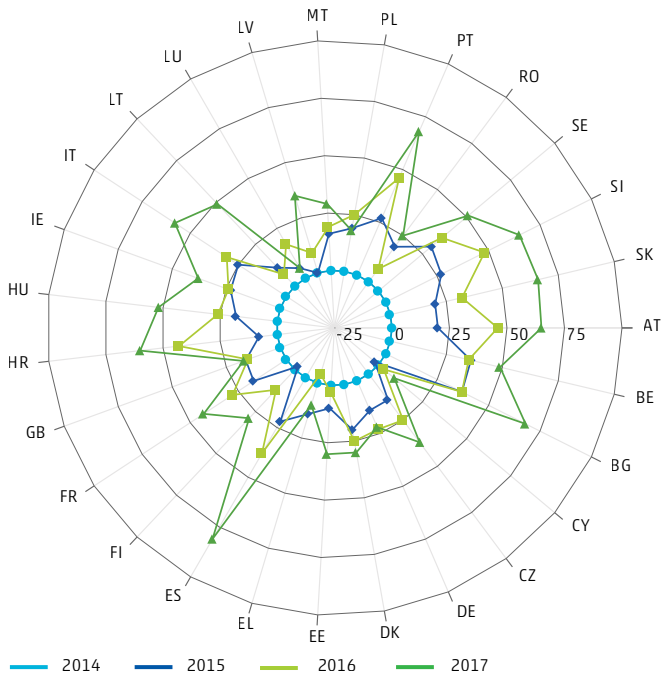
⁶⁾ Omdat de meeste bedrijven die beginnen met exporteren beginnen met één afnemer in één land, hebben bedrijven die in januari begonnen zijn met exporteren in theorie een grotere kans om in datzelfde jaar nog uit te breiden met meerdere handelsrelaties en landen t.o.v. exporteurs die in december van datzelfde jaar beginnen met exporteren.

Het aantal handelsrelaties van goederenexporteurs neemt dus duidelijk toe in de beginjaren na het starten met exporteren. Figuur 4.4.3 laat de relatieve groei zien van het aantal handelsrelaties per EU-land vanaf het startjaar 2014 tot en met 2017. Voor een gedetailleerd overzicht van het aantal goederenexporteurs gestart in 2014 en het aantal handelsrelaties met elk EU-land – voor de periode 2014–2017 – zie tabel 4.7.3 in de bijlage.

De verslagjaren 2015, 2016 en 2017 zijn steeds afgezet tegen het startjaar (de rode nullijn). Duidelijk is te zien dat het aantal handelsrelaties van de startende goederenexporteurs over de jaren heen aanzienlijk is toegenomen. Absolute uitschieter is Spanje. Van de bedrijven die in 2017 nog goederen exporteerden naar Spanje, lag het totaal aantal handelsrelaties 81 procent hoger dan het aantal waar in 2014 mee gestart werd. In 2014 hadden de startende goederenexporteurs namelijk tezamen ruim 1,7 duizend handelsrelaties en drie jaar later ruim 3,1 duizend. Deze groei wordt mogelijk gemaakt door bedrijven die in 2014 al begonnen met exporteren naar Spanje en gaandeweg het aantal handelsrelaties zagen toenemen. Maar de groei wordt ook veroorzaakt door startende goederenexporteurs die weliswaar in 2014 begonnen met exporteren, maar in dat jaar nog niet actief waren op de Spaanse markt maar in 2017 wel.

Spanje wordt wat betreft de relatieve groei van het aantal handelsrelaties op gepaste afstand gevolgd door Portugal, met een gerealiseerde groei van 68 procent in 2017 ten opzichte van 2014. Het aantal handelsrelaties naar België, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk groeide in de periode 2014–2017 met respectievelijk 49, 22 en 17 procent. Zoals uit figuur 4.4.3 blijkt, groeit het aantal handelsrelaties niet met elk EU-land met dergelijke cijfers. In de periode 2014–2017 nam het aantal handelsrelaties van startende exporteurs met Luxemburg met 5 procent toe, de laagste groei van alle EU-landen. Daarbij dient wel aangetekend te worden dat in 2016 de groei ten opzichte van het startjaar 17 procent was. De resultaten suggereren dat ook Cyprus en Griekenland landen zijn waar startende exporteurs het naar verhouding lastig hebben om het relatiebestand uit te breiden. Desondanks groeide ook hier het aantal handelsrelaties met respectievelijk 9 en 10 procent in de periode 2014–2017.

4.4.3 Ontwikkeling handelsrelaties van goederenexporteurs startend in 2014, in procenten*

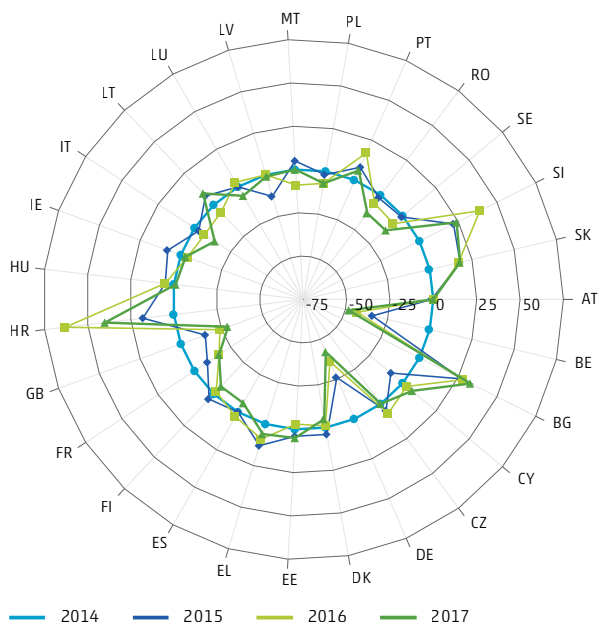


Legenda: Oostenrijk (AT), België (BE), Bulgarije (BG), Cyprus (CY), Tsjechië (CZ), Duitsland (DE), Denemarken (DK), Estland (EE), Griekenland (EL), Spanje (ES), Finland (FI), Frankrijk (FR), Verenigd Koninkrijk (GB), Kroatië (HR), Hongarije (HU), Ierland (IE), Italië (IT), Litouwen (LT), Luxemburg (LU), Letland (LV), Malta (MT), Polen (PL), Portugal (PT), Roemenië (RO), Zweden (SE), Slovenië (SI), Slowakije (SK).

Hoewel de mate waarin dus verschilt per land, nam het aantal handelsrelaties wel voor elk land toe in de periode 2014–2017. Dat geldt echter niet voor het aantal bedrijven dat actief is in de verschillende EU-landen in deze periode, zie figuur 4.4.4. De grootste groei vindt plaats naar Kroatië. Van alle startende exporteurs in 2014, voerden 67 bedrijven goederen uit naar Kroatië. In 2017 voerden 94 bedrijven goederen uit naar Kroatië, een groei van 40 procent. Overigens was de groei ten opzichte van het startjaar in 2016 nog 63 procent. De relatief hoge groei wordt mede veroorzaakt doordat relatief weinig startende goederenexporteurs actief zijn op de Kroatische markt. In geen ander EU-land startten in 2014 minder bedrijven met het uitvoeren van hun producten. Daartegenover staat dat landen waar veel meer startende exporteurs naar toe exporteren – zoals België en Duitsland – ook dergelijke aandelen halen. Echter, in het geval van deze landen is er geen sprake van een toename maar van een afname van het aantal actieve bedrijven. Voerden in 2014 nog circa 4,3 duizend startende exporteurs goederen uit naar België, waren er dit 2,2 duizend in 2017

van alle bedrijven die in 2014 startte met exporteren. Dat komt neer op een afname van 48 procent. Naar Duitsland daalde het aantal goederenexporteurs met 42 procent en naar het Verenigd Koninkrijk met 29 procent. Dit lijken wellicht hoge percentages, maar vergeet niet dat in 2017 nog maar 43 procent van de in 2014 gestarte goederenexporteurs actief is als exporteur (zie figuur 4.4.1).

4.4.4 Ontwikkeling aantal goederenexporteurs startend in 2014, in procenten*



Legenda: Oostenrijk (AT), België (BE), Bulgarije (BG), Cyprus (CY), Tsjechië (CZ), Duitsland (DE), Denemarken (DK), Estland (EE), Griekenland (EL), Spanje (ES), Finland (FI), Frankrijk (FR), Verenigd Koninkrijk (GB), Kroatië (HR), Hongarije (HU), Ierland (IE), Italië (IT), Litouwen (LT), Luxemburg (LU), Letland (LV), Malta (MT), Polen (PL), Portugal (PT), Roemenië (RO), Zweden (SE), Slovenië (SI), Slowakije (SK).

Ontwikkeling extensieve marge dienstenexporteurs

Voor de startende dienstenexporteurs behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf is eenzelfde analyse mogelijk als bij de goederenexporteurs. Tabel 4.4.5 laat zien dat startende dienstenexporteurs in hun beginjaren een stuk afhankelijker zijn van een handjevol Europese handelsrelaties ten opzichte van de goederenexporteurs. Dienstenexporteurs exporteren in het startjaar in 59 procent van de gevallen naar één klant in één land. Drie jaar na het starten met exporteren is dit aandeel 34 procent. Ter vergelijking, bij de startende goederenexporteurs was dit respectievelijk 40 en 19 procent.

Het is voor dienstenexporteurs behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf blijkbaar lastiger om hun klantenbestand uit te breiden na het starten met exporteren, zowel gemeten in aantal handelsrelaties als in aantal landen waar men naartoe exporteert. Zoals eerder aangehaald, is 18 procent van de goederenhandelaren – die in 2014 gestart zijn met exporteren – actief op meer dan vijf landen in 2017. Dit is een toename van 12 procentpunt. Bij de startende dienstenexporteurs is dat percentage 9 procent, een toename van 6 procentpunt ten opzichte van 2014. Eenzelfde trend zien we ook terug bij het aantal klanten. Van de startende goederenexporteurs heeft 21 procent 3 jaar naar de exportstart meer dan 20 handelsrelaties, hetgeen een toename betekent van 15 procentpunt. De startende dienstenexporteurs hebben in 2017 in 7 procent van de gevallen meer dan 20 relaties, hetgeen overeenkomt met een toename van 5 procentpunt.

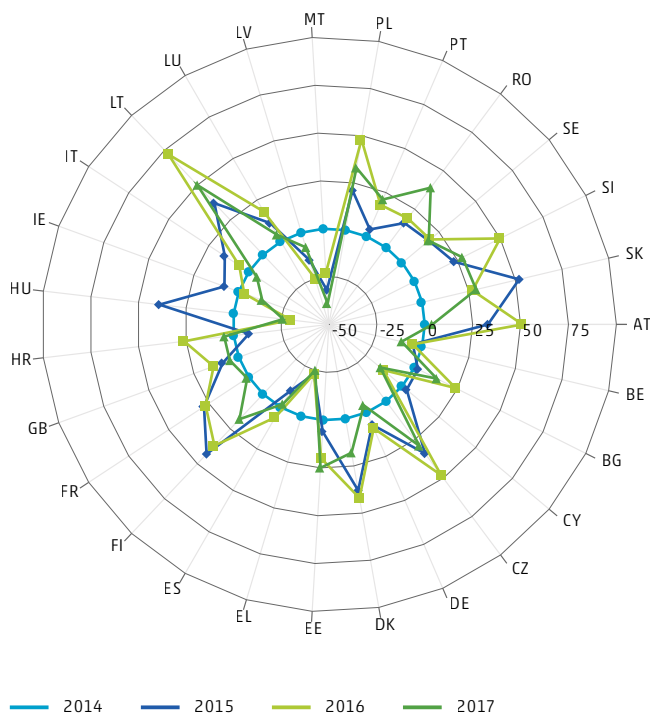
4.4.5 Ontwikkeling extensieve marge dienstenhandelaren bij start exporteren (2014) en drie jaar later (2017)*

	Aantal landen								
	1	2	3	4	5	6-10	11-15	16-27	totaal
Aantal handelsrelaties	%								
2014									
1	59	.	.	.	.	.	.	.	59
2	8	9	.	.	.	.	.	.	17
3	2	3	2	.	.	.	.	.	7
4	1	1	1	1	.	.	.	.	4
5	1	1	1	0	0	.	.	.	3
6-10	1	1	1	1	1	0	.	.	5
11-15	0	0	0	0	0	0	0	.	1
16-20	0	0	0	0	0	0	0	0	1
21-100	0	0	0	0	0	1	0	0	2
101 of meer	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Totaal	73	16	5	3	1	2	0	0	100
2017									
1	34	.	.	.	.	.	.	.	34
2	9	10	.	.	.	.	.	.	19
3	2	5	3	.	.	.	.	.	10
4	2	2	2	1	.	.	.	.	7
5	1	1	1	1	0	.	.	.	5
6-10	1	2	3	2	1	1	.	.	12
11-15	0	1	1	0	1	1	0	.	4
16-20	0	0	0	0	0	1	0	0	2
21-100	0	0	0	0	1	2	1	0	6
101 of meer	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Totaal	50	21	11	5	4	6	2	1	100

Noot: Vanwege afrondingen kan het voorkomen, dat de totalen niet precies overeenstemmen met de som der opgetelde getallen.

Voor een gedetailleerd overzicht van het aantal dienstenexporteurs gestart in 2014 en het aantal handelsrelaties met elk EU-land – voor de periode 2014–2017 – zie tabel 4.7.4 in de bijlage.

4.4.6 Ontwikkeling handelsrelaties van dienstenexporteurs startend in 2014, in procenten*

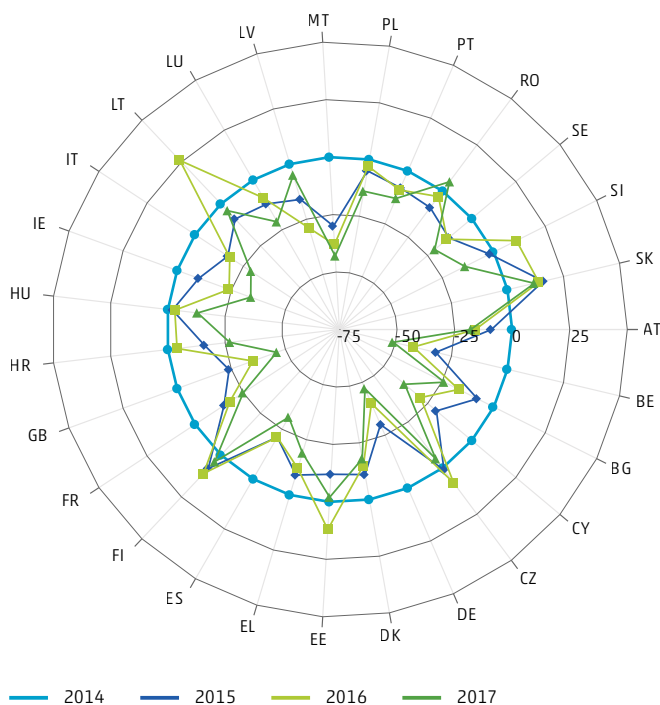


Legenda: Oostenrijk (AT), België (BE), Bulgarije (BG), Cyprus (CY), Tsjechië (CZ), Duitsland (DE), Denemarken (DK), Estland (EE), Griekenland (EL), Spanje (ES), Finland (FI), Frankrijk (FR), Verenigd Koninkrijk (GB), Kroatië (HR), Hongarije (HU), Ierland (IE), Italië (IT), Litouwen (LT), Luxemburg (LU), Letland (LV), Malta (MT), Polen (PL), Portugal (PT), Roemenië (RO), Zweden (SE), Slovenië (SI), Slowakije (SK).

Hoewel uit figuur 4.4.5 blijkt dat de dienstenexporteurs die drie jaar na hun exportstart in 2014 over het algemeen naar meer handelsrelaties en landen exporteren, toont figuur 4.4.6 dat het aantal handelsrelaties niet in alle EU-landen gegroeid is. Sterker nog, in 10 van de 27 EU-landen is het aantal handelsrelaties van dienstenexporteurs afgenomen in de periode 2014–2017. De grootste relatieve daling van exportrelaties van dienstenexporteurs was naar Malta (–39 procent). In absolute termen was de daling bij België het grootst (–1,2 duizend), gevolgd door Duitsland (–311). Dit is opvallend, want de goederenexporteurs wisten tezamen juist in elk EU-land hun relatiebestand

te vergroten in de periode 2014–2017. In de overige 17 EU-landen wisten de bedrijven in Nederland met dienstenexport wel een toename te bewerkstelligen van het aantal handelsrelaties. Zo bedroeg de groei van het aantal handelsrelaties naar het Verenigd Koninkrijk 5 procent in deze periode. In relatieve termen was de groei het grootst naar Litouwen, namelijk een toename van 50 procent van het aantal handelsrelaties in 2017 (72 procent in 2016). Een mogelijke verklaring voor het verschil in ontwikkeling van het aantal handelsrelaties van goederen- en dienstenexporteurs, is de hogere moeilijkheidsgraad om een continue stroom van export van diensten te bewerkstelligen ten opzichte van de goederenstroom. In vergelijking tot een product is een dienst namelijk meer klant- en marktgebonden.

4.4.7 Ontwikkeling aantal dienstenexporteurs startend in 2014, in procenten*



Legenda: Oostenrijk (AT), België (BE), Bulgarije (BG), Cyprus (CY), Tsjechië (CZ), Duitsland (DE), Denemarken (DK), Estland (EE), Griekenland (EL), Spanje (ES), Finland (FI), Frankrijk (FR), Verenigd Koninkrijk (GB), Kroatië (HR), Hongarije (HU), Ierland (IE), Italië (IT), Litouwen (LT), Luxemburg (LU), Letland (LV), Malta (MT), Polen (PL), Portugal (PT), Roemenië (RO), Zweden (SE), Slovenië (SI), Slowakije (SK).

Naar slechts drie EU-landen exporteerde in 2017 meer bedrijven diensten dan 2014, het startjaar van exporteren. Alleen naar Slowakije (+12 procent), Roemenië (+5 procent) en Finland (+4 procent) exporteerden meer bedrijven diensten, zo blijkt uit figuur 4.4.7. In 2016 waren dat nog zes Europese landen. Ook hier speelt mee dat in 2017 nog maar 40 procent van dienstenexporteurs – gestart in 2014 – actief is als exporteur.

Samenvatting

In deze paragraaf stonden de startende exporteurs centraal, en is beschreven hoe het aantal handelsrelaties van deze bedrijven zich in de eerste jaren na de start met exporteren ontwikkelt. Specifiek is gekeken naar startende exporteurs behorend tot het zelfstandig mkb. In 2014 zijn circa 7,5 duizend bedrijven gestart zijn met het exporteren van goederen en ongeveer evenveel met het exporteren van diensten naar één of meerdere EU-lidstaten. In 2017 was nog maar 43 procent van de van deze goederenexporteurs en 40 procent van de dienstenexporteurs actief als exporteur. De bedrijven die 'overleven' weten hun relatiebestand groter te maken en meer divers (naar meer landen). Desondanks wijzen de resultaten er op dat het voor dienstenexporteurs behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf – ten opzichte van de goederenexporteurs – lastiger is om hun om diensten in de EU te blijven afzetten en hun klantenbestand uit te breiden na het starten met exporteren. Met slechts een paar EU-landen waren in 2017 meer exportrelaties dan in 2014, het startjaar van het exporteren van diensten. Dit is opmerkelijk, want de goederenexporteurs wisten tezamen wel in elk land in de Europese Unie het aantal handelsrelaties te vergroten in de periode 2014–2017.

4.5 Samenvatting en conclusie

Het CBS publiceert al vele jaren over de export van het Nederlandse bedrijfsleven. Bekend is dan ook wat de totale jaarlijkse waarde is van deze export, welke producten en diensten het betreffen en welke bedrijven exporteren (zie onder andere CBS, 2018). Wat nog niet onderzocht is, is het aantal exportrelaties dat het Nederlandse bedrijfsleven heeft met het buitenland. Voor het eerst kunnen we nu achterhalen of de exportsom van een bedrijf over één of meerdere partijen wordt verdeeld. Voor beleid is dit relevante informatie omdat dit een indicatie geeft hoe afhankelijk bedrijven in Nederland zijn van één of enkele actoren in het buitenland. Bijzondere aandacht is besteed aan startende exporteurs behorend tot

het zelfstandig midden- en kleinbedrijf (zmkb). Onderzocht is wat de ontwikkeling is van deze bedrijven gedurende de periode 2014–2017 wat betreft het aantal handelsrelaties en het aantal bedrijven dat exporteert.

Nederland telde in 2017 volgens de Intracommunautaire Prestaties (ICP) van de Belastingdienst circa 52 duizend goederenexporteurs die actief zijn op de EU-markt. Bijna driekwart van de bedrijven die goederen uitvoeren naar de EU, heeft minimaal één afnemer in België. De 52 duizend goederenexporteurs zijn goed voor ruim 2,1 miljoen handelsrelaties binnen de EU. Dat betekent dat de gemiddelde goederenexporteur in Nederland over circa 41 handelsrelaties beschikt in de EU. Een aanzienlijk deel heeft echter één handelsrelatie in de EU. Met name met de omliggende landen is het gemiddeld aantal handelsrelaties per exporteurs hoog. Bij de kleinere en verder afgelegen Europese economieën is dat gemiddelde vele malen lager. De dienstenexporteurs – in totaal een kleine 40 duizend – laten een vergelijkbaar beeld zien, al is de omvang van het relatiebestand meestal vele malen kleiner.

Bedrijven die goederen of diensten exporteren naar het Verenigd Koninkrijk zijn – in vergelijking tot de andere belangrijke handelspartners – het meest afhankelijk zijn van één afnemer in dat land. Ruim 7 duizend exporteurs van goederen hebben één afnemer in het Verenigd Koninkrijk, hetgeen overeenkomt met 43 procent van alle goederenexporteurs die naar het VK goederen exporteren. Bij de dienstenexporteurs is dat ruim de helft.

Uit het onderzoek blijkt tevens dat exporterende bedrijven behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf in het algemeen over minder handelsrelaties beschikken dan het grootbedrijf. Dat komt niet als een verrassing, want een groot (internationaal) concern heeft in de praktijk vaak toegang tot meer kennis, financiering, innovaties en schaalvoordelen. Mede hierdoor heeft men ook een groter internationaal netwerk van handelsrelaties. Ook bedrijven met relatief grote exportsommen zijn zelden afhankelijk van één of enkele Europese handelsrelaties. Van de doorsnee groothandelaren en industriële bedrijven is de omvang van hun relatiebestand het grootst. Dat geldt voor zowel de export van goederen als van diensten. Alleen vervoer- en transportbedrijven zijn wat betreft de uitvoer van diensten minder afhankelijk van één partij in de EU.

Volgens de ICP-data zijn in 2014 circa 7,5 duizend bedrijven behorend tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf gestart zijn met het exporteren van goederen en ongeveer evenveel met het exporteren van diensten. In 2017 was nog maar 43 procent van de in 2014 gestarte goederenexporteurs en 40 procent van dienstenexporteurs actief als exporteur. Dit sluit aan bij eerdere bevindingen van het CBS (Pouwels-Urlings & Wijnen, 2012). De bedrijven die 'overleven' wisten hun relatiebestand uit te breiden en meer divers te maken. Er wordt naar meer afnemers geëxporteerd in meer landen. Hoewel hun aantal dus afneemt in de periode 2014–2017, weten de startende goederenexporteurs behorende tot het zelfstandig mkb tezamen in alle EU-landen het relatiebestand groter te maken. Dit is echter niet het geval bij de dienstenexporteurs. De resultaten suggereren dat het voor dienstenexporteurs in vergelijking moeilijker is om hun om diensten in de EU te blijven afzetten en hun klantenbestand uit te breiden na het starten met exporteren. Met slechts een paar EU-landen waren in 2017 meer exportrelaties dan in 2014, het startjaar van het exporteren van diensten.

Dit onderzoek kent tevens enkele beperkingen. De informatie over handelsrelaties van bedrijven zijn afkomstig van de Intracommunautaire Prestaties (ICP) van de Belastingdienst. Deze databron wordt al langer gebruikt voor het maken van de statistiek Internationale Handel in Goederen en de statistiek Internationale Handel in Diensten. Echter, deze statistieken maken ook gebruik van andere databronnen, hetgeen betekent dat de ICP-data een subset is van deze statistieken. Om die reden wijken totaalcijfers over het aantal exporteurs af van de totaalcijfers die gebaseerd zijn op die statistieken. Een andere belangrijke beperking is dat de ICP-data alleen gegevens bevat over de handelsrelaties van Nederlandse bedrijven met andere bedrijven (op het niveau van btw-nummers) binnen de Europese Unie. Dit hoofdstuk schetst dus niet het volledige beeld. Desalniettemin bevat dit hoofdstuk veel nieuwe informatie over de Europese handelsrelaties van bedrijven in Nederland. Voor meer informatie over de gebruikte databronnen, methoden en beperkingen, zie paragraaf 4.6.

4.6 Data en methoden

Deze paragraaf licht toe welke databronnen gebruikt zijn voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen. Tevens wordt beschreven hoe de nieuwe dataset is samengesteld, welke methodologische keuzes gemaakt zijn en wat de kwaliteit van de nieuw ontwikkelde data is.

Data

Dit onderzoek biedt meer inzicht in het aantal handelsrelaties – in B2B setting – die exporteurs in Nederland hebben binnen de Europese Unie. Het onderzoek beperkt zich tot de landen van de EU omdat dit de scope is van de enige beschikbare databron, die het aantal internationale klanten op bedrijfsniveau identificeert.

Intracommunautaire Prestaties

Informatie over het aantal handelsrelaties in de EU-landen van goederen- en dienstenexporteurs is afkomstig van de Intracommunautaire Prestaties (ICP) van de Belastingdienst. Wanneer een bedrijf goederen of diensten levert aan het buitenland, dient het bedrijf naast de btw-aangifte ook een zogenaamde ICP-aangifte te doen. In deze aangifte worden alle intracommunautaire leveringen en diensten opgegeven, die geleverd zijn aan ondernemers die in andere EU-landen btw-aangifte moeten doen. De btw-heffing vindt plaats in het land waar de afnemer is gevestigd. Omdat afnemers de btw in de meeste gevallen kunnen verrekenen, hoeven zij per saldo niet te betalen. Dat is positief voor hun cashflow (Belastingdienst, 2018a).

In de ICP-aangifte wordt een onderscheid gemaakt tussen goederen-, diensten- en transitohandel. Van deze handel is de waarde bekend, alsmede het btw-nummer van het ontvangende bedrijf en het land waar dit bedrijf gevestigd is. In Europees verband worden deze gegevens vervolgens onderling uitgewisseld. Nederland levert dus alle Franse btw-nummers aan Frankrijk met de gegevens over de leveringen uit Nederland, en vice versa. Zo beschikt elk EU-land – voor zover de kwaliteit voldoende is – over alle leveringen met hun waarde van goederen en diensten van en naar de bedrijven in het betreffende land, met een indicatie of het goederen-, diensten- of transitohandel betreft (Belastingdienst, 2018a; Smit & Wong, 2017).

Bedrijfsdemografisch kader

Het bedrijfsdemografisch kader (BDK) van het CBS wordt geraadpleegd voor informatie over de bedrijven die in Nederland gevestigd zijn. Het BDK is gebaseerd op het Algemeen Bedrijven Register (ABR) van het CBS. Dit ABR vormt de ruggengraat van het statistisch proces voor de bedrijfsstatistieken. In het ABR staan onder andere identificerende gegevens, informatie over de economische activiteit (SBI) en het aantal werkzame personen van alle bedrijven, instellingen en zelfstandigen in Nederland. Het BDK is een doorontwikkelde versie van het ABR waarin gecorrigeerd is voor methodebreuken zodat de volgtijdelijkheid van de bedrijfsinformatie gewaarborgd is.

In dit hoofdstuk richten we ons uitsluitend op het Nederlandse bedrijfsleven, ook wel bekend als de *non-financial business economy*. Dat wil zeggen dat alle bedrijfstakken die primair met overheidsgeld gefinancierd worden niet zijn opgenomen in de analyses. Hierdoor vallen de sectoren openbaar bestuur (SBI 84), onderwijs (SBI 85) en zorg (SBI 86-88) buiten de onderzoekspopulatie. Ook de landbouwsector (SBI 01-03) en financiële sector (SBI 64-66) worden buiten beschouwing gelaten, omdat van deze bedrijven geen informatie beschikbaar is over het uiteindelijke land van zeggenschap (UCI).

Foreign Affiliates Statistics

De Foreign Affiliates Statistics (FATS) bevat op ondernemingsniveau informatie over de locatie van de Ultimate Controlling Institutional Unit (UCI) van een bedrijf. Uit deze gegevens kan worden afgeleid in welk land het bedrijf met de uiteindelijke zeggenschap resideert. Deze informatie is van belang om te achterhalen of een bedrijf onderdeel uitmaakt van een grotere internationale onderneming (CBS, 2016b). De FATS-cijfers van verslagjaar 2017 hebben een voorlopig karakter.

Statistiek Internationale Handel in Goederen

De statistiek IHG bevat per verslagjaar gegevens over de invoer en uitvoer van goederen. Op basis van deze bron kan worden bepaald welke bedrijven producten invoeren en uitvoeren, en in veel gevallen van en naar welke landen, welk type goederen het betreffen én de daarbij horende waarde in euro's (CBS, 2016c).

Statistiek Internationale Handel in Diensten

De statistiek Internationale Handel in Diensten (IHD) geeft onder meer aan welke bedrijven diensten in- en uitvoeren, welke dienstensoorten én de daarbij horende waarde in euro's. Nederland is een van de weinige landen ter wereld die de handel in diensten op bedrijfsniveau ter beschikking heeft. Dit onderzoek richt zich alleen op de internationale handel in diensten van bedrijven en niet die van natuurlijke personen. Op het niveau van bedrijven is bij de dienstenhandel alleen

landinformatie beschikbaar daar waar het handel met EU-lidstaten betreft. Voor meer informatie over de ontwikkeling van deze statistiek zie de CBS-onderzoeken van Smit en Wong (2016/2017). Deze IHD-cijfers hebben een voorlopig karakter.

Methoden

Het doel van dit hoofdstuk is om inzicht te bieden in de handelsrelaties van exporterende bedrijven in Nederland. Om dit te bewerkstelligen is een koppeling gemaakt tussen de ICP-data van de Belastingdienst en het bedrijfsdemografisch kader (BDK) van het CBS. Er moet ook nog een extra koppeling worden gemaakt, namelijk van het Nederlandse btw-nummer naar het BE-nummer van een bedrijfseenheid. Deze koppeling is niet perfect. Zo is een klein gedeelte van de data niet te koppelen om diverse redenen (miskoppelingen, gecompliceerde bedrijfsconstructies, ontbrekende informatie). Daarnaast is een groter gedeelte van de data niet te koppelen omdat deze handel plaatsvindt door buitenlandse bedrijven met een Nederlands btw-nummer. Deze laatste groep bedrijven wordt echter niet tot het Nederlandse bedrijfsleven gerekend, dus behoort sowieso niet tot de onderzoekspopulatie van dit hoofdstuk.

Om de ICP-data handzamer te maken, is het aantal handelsrelaties van te voren geaggregeerd naar Nederlands btw-nummer. Per Nederlands btw-nummer is aangegeven wat voor type export het betreft: goederen-, diensten- of abc-handel. ABC-handel is handel waarbij minstens drie partijen uit één of meerdere landen betrokken zijn. Bij een levering verkoopt ondernemer A aan B en verkoopt ondernemer B door aan C. A levert dan de goederen direct aan C (Belastingdienst, 2018b). Deze handel is ook bekend als transitohandel. Omdat alleen informatie bekend is van bedrijven die fysiek in Nederland gevestigd zijn, wordt de ABC-handel verder buiten beschouwing gelaten in onze analyses.

Naast het type handel is aangegeven hoeveel unieke buitenlandse btw-nummers dit Nederlandse btw-nummer per land heeft. Het kan echter voorkomen dat een bedrijf in Nederland over meerdere btw-nummers beschikt, waardoor unieke klanten dubbel voorkomen. Deze unieke klanten staan gelijk aan buitenlandse btw-nummers. Om deze dubbele unieke klanten (buitenlandse btw-nummers) in acht te nemen, spreken we daarom in dit hoofdstuk over handelsrelaties en niet over unieke klanten. Zo kan een bedrijf buiten Nederland meerdere btw-nummers hebben, maar één bedrijf zijn. Ten slotte is het ook mogelijk dat een Nederlands btw-nummer tot meerdere bedrijven behoort. In zulke gevallen geldt de beslisregel dat het bedrijf met de meeste werkzame personen het btw-nummer

krijgt toegekend. Het kan dus zo zijn dat een bedrijf twee handelsrelaties heeft, maar dat dit één uniek bedrijf is.

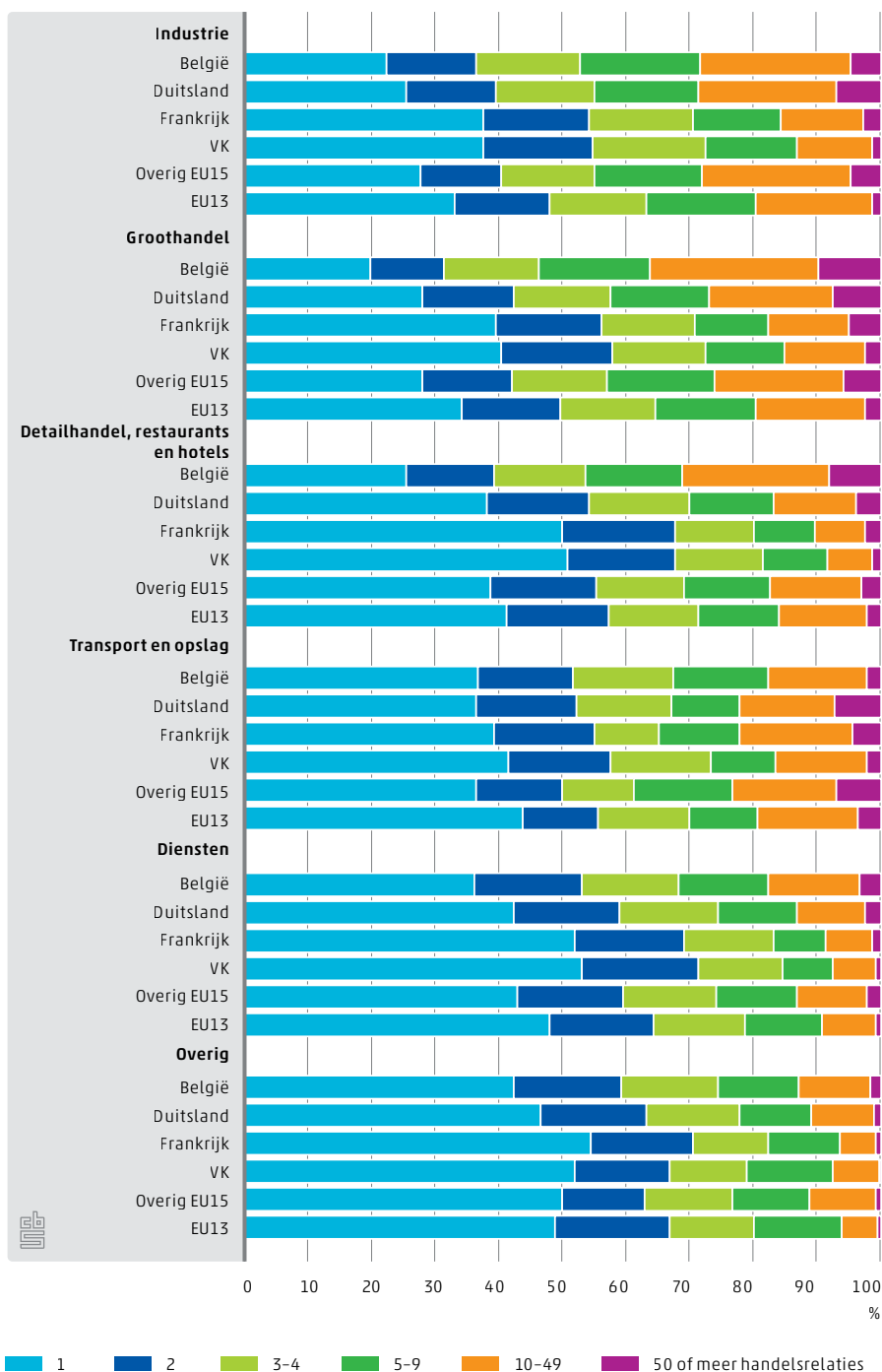
Naast de koppeling tussen het BDK en de ICP, is er ook een koppeling gemaakt met de IHG- en de IHD-statistieken. Op basis van de IHG en de IHD wordt namelijk beslist of een bedrijf een startende exporteur is. Daarnaast is vanuit de IHG ook een grens getrokken wat betreft de exportwaarde van een bedrijf ter waarde van 5 duizend euro. Dit is gedaan om alleen bedrijven mee te nemen met een substantiële exportwaarde. Omdat de IHD echter nog niet voor 2017 gepubliceerd is, is deze grens voor de diensten op basis van de ICP gemaakt, waardoor deze alleen voor de EU-landen bekend is. Er wordt gebruik gemaakt van de IHG-gegevens omdat de ICP-data slechts een van de vele bronnen is om de waarde van goederenexporteurs te bepalen. De dienstenhandel is daarentegen grotendeels op de ICP-data gebaseerd. De IHG en IHD worden naast deze afbakeningen niet voor andere doeleinden gebruikt. Alle besproken resultaten in dit hoofdstuk zijn dus louter gebaseerd op data van het gekoppelde bestand tussen het BDK en de ICP.

De cijfers in dit hoofdstuk zijn ook niet vergelijkbaar met de cijfers uit de IHG en IHD, aangezien deze statistieken op meerdere bronnen zijn gebaseerd. De ICP is een subset van deze statistieken. Om die reden kunnen het aantal exporteurs genoemd in dit hoofdstuk afwijken van andere hoofdstukken. De ICP is echter wel een bron van goede kwaliteit en biedt dus vernieuwende inzichten die in dit hoofdstuk verder worden uitgelicht.

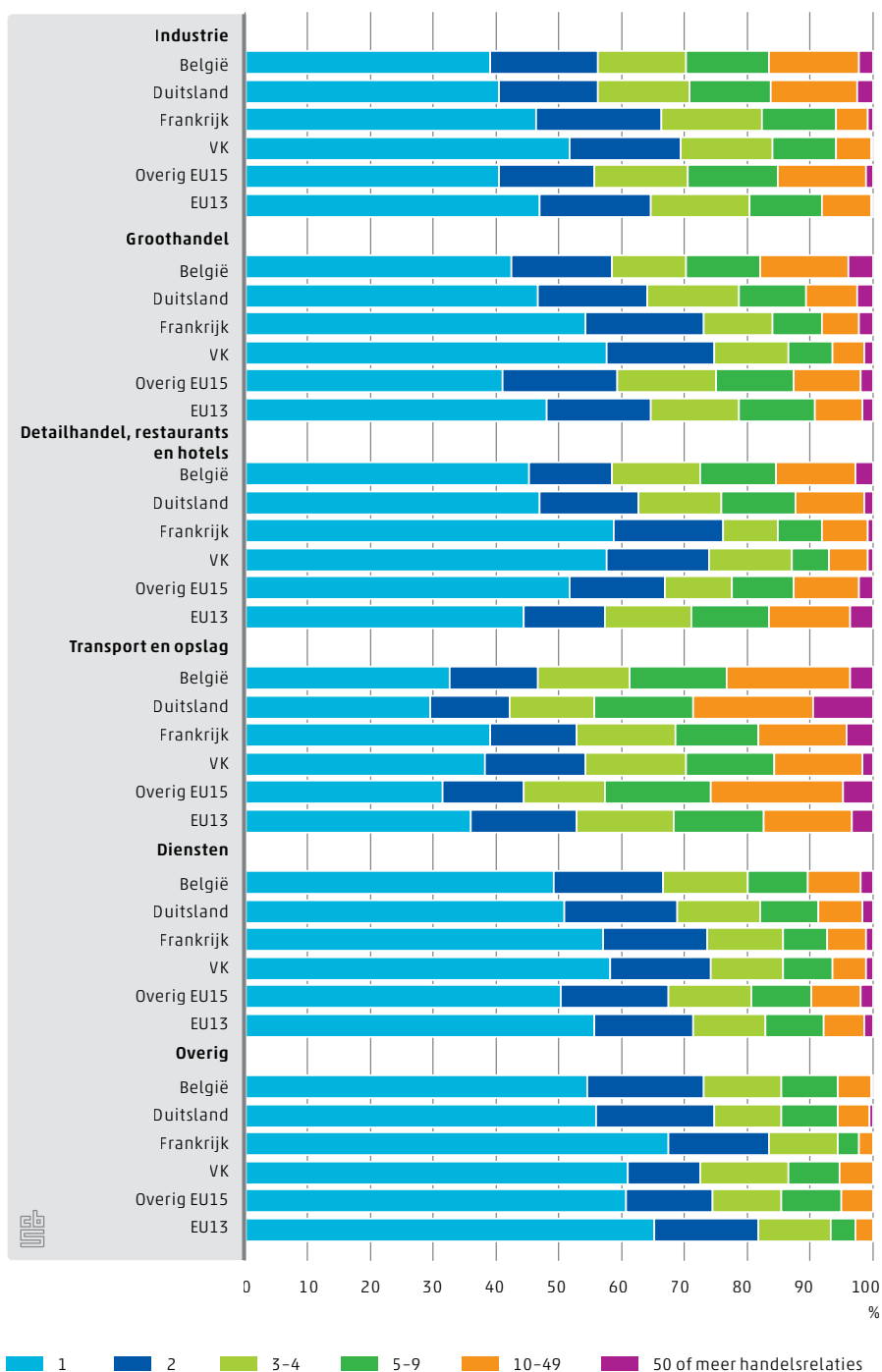
Het is de eerste keer dat het CBS cijfers publiceert over het aantal handelsrelaties van bedrijven in Nederland. Mogelijk dat in vervolgonderzoek met voortschrijdend inzicht voor andere definities en afbakeningen gekozen wordt. Mede om die reden hebben de cijfers in dit hoofdstuk een voorlopig karakter.

4.7 Bijlage

4.7.1 Aantal handelsrelaties van goederenexporteurs naar sector, 2017*



4.7.2 Aantal handelsrelaties van dienstenexporteurs naar sector, 2017*



4.7.3 Aantal goederenexporteurs en handelsrelaties, gestart met exporteren in 2014

Land	Goederenexporteurs				Handelsrelaties			
	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
AT	460	456	462	459	1 245	1 498	1 818	2 053
BE	4 251	2 805	2 410	2 222	24 787	33 755	33 494	36 941
BG	116	147	148	154	185	254	254	310
CY	86	78	89	92	111	109	114	121
CZ	258	271	276	259	436	497	545	597
DE	3 229	2 377	2 052	1 860	15 510	17 717	19 006	18 934
DK	480	499	473	456	1 076	1 287	1 349	1 400
EE	119	124	116	125	155	171	159	202
EL	189	213	206	200	486	556	468	535
ES	582	583	600	548	1 731	2 109	2 387	3 128
FI	254	265	250	240	502	490	561	649
FR	1 001	910	830	826	4 347	5 100	5 585	6 219
GB	1 162	987	882	822	3 448	3 987	3 956	4 030
HR	67	79	109	94	106	115	152	170
HU	201	212	211	199	299	354	376	453
IE	269	290	257	261	507	626	628	698
IT	603	583	561	521	2 306	2 878	3 014	3 641
LT	137	147	129	150	184	205	197	274
LU	296	296	305	279	495	521	577	522
LV	97	84	97	96	117	117	127	158
MT	76	80	69	76	93	108	111	120
PL	515	504	477	479	1 091	1 301	1 365	1 292
PT	250	269	292	265	466	592	680	783
RO	244	239	229	213	419	498	447	522
SE	441	438	409	382	910	1 181	1 236	1 378
SI	93	113	129	115	157	200	233	259
SK	120	141	140	142	167	201	220	277

Legenda: Oostenrijk (AT), België (BE), Bulgarije (BG), Cyprus (CY), Tsjechië (CZ), Duitsland (DE), Denemarken (DK), Estland (EE), Griekenland (EL), Spanje (ES), Finland (FI), Frankrijk (FR), Verenigd Koninkrijk (GB), Kroatië (HR), Hongarije (HU), Ierland (IE), Italië (IT), Litouwen (LT), Luxemburg (LU), Letland (LV), Malta (MT), Polen (PL), Portugal (PT), Roemenië (RO), Zweden (SE), Slovenië (SI), Slowakije (SK).

4.7.4 Aantal dienstenexporteurs en handelsrelaties, gestart met exporteren in 2014*

Land	Dienstenexporteurs				Handelsrelaties			
	2014	2015	2016	2017	2014	2015	2016	2017
AT	281	256	236	230	495	658	746	513
BE	3 188	2 170	1 838	1 576	10 240	9 778	9 764	9 079
BG	71	65	59	54	93	95	115	105
CY	86	69	61	53	99	102	86	84
CZ	119	120	129	113	155	208	230	200
DE	2 708	1 902	1 636	1 434	8 093	8 688	8 784	7 782
DK	334	296	283	275	508	700	722	598
EE	42	37	47	41	51	54	61	64
EL	74	67	65	60	161	124	124	121
ES	479	378	377	331	1 110	994	1 178	1 092
FI	114	123	126	119	197	282	269	233
FR	741	629	608	557	1 873	2 396	2 372	1 900
GB	1 509	1 149	980	814	2 759	3 016	3 133	2 890
HR	45	38	43	33	73	67	92	77
HU	88	86	85	77	217	302	151	161
IE	369	331	280	244	460	496	447	399
IT	463	384	378	328	1 272	1 458	1 347	1 214
LT	46	42	58	44	60	82	103	90
LU	274	242	250	217	378	418	445	395
LV	38	32	27	36	48	41	36	44
MT	82	57	51	47	110	75	85	67
PL	240	228	234	207	451	544	666	600
PT	127	117	115	110	206	214	244	250
RO	92	84	89	97	139	161	166	193
SE	319	278	275	252	467	552	556	549
SI	44	43	49	38	60	74	90	77
SK	49	57	56	55	75	114	95	97

Legenda: Oostenrijk (AT), België (BE), Bulgarije (BG), Cyprus (CY), Tsjechië (CZ), Duitsland (DE), Denemarken (DK), Estland (EE), Griekenland (EL), Spanje (ES), Finland (FI), Frankrijk (FR), Verenigd Koninkrijk (GB), Kroatië (HR), Hongarije (HU), Ierland (IE), Italië (IT), Litouwen (LT), Luxemburg (LU), Letland (LV), Malta (MT), Polen (PL), Portugal (PT), Roemenië (RO), Zweden (SE), Slovenië (SI), Slowakije (SK).

4.8 Literatuur

Amador, J., & Opromolla, L. D. (2013). Product and destination mix in export markets. *Review of World Economics*, 149(1), 23–53.

Belastingdienst (2018a). *Toelichting bij de opgaaf intracommunautaire prestaties 2018*. Geraadpleegd op de website van de Belastingdienst: https://download.belastingdienst.nl/belastingdienst/docs/toelichting_digi8tale_opgaaf_intracommunautaire_pres_ob1291t81fd.pdf, op 19 juli 2018.

Belastingdienst (2018b). *ABC-levering binnen de EU*. Geraadpleegd op de website van de Belastingdienst: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/btw/zakendoen_met_het_buitenland/goederen_en_diensten_naar_andere_eu_landen/export_van_specifieke_goederen_en_in_bijzondere_situaties/abc_levering/, op 16 augustus 2018.

Bernard, A. B., & Jensen, J. B. (1999). Exceptional exporter performance: cause, effect, or both?. *Journal of international economics*, 47(1), 1–25.

Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007). Firms in international trade. *Journal of Economic perspectives*, 21(3), 105–130.

Besedeš, T., & Prusa, T. J. (2011). The role of extensive and intensive margins and export growth. *Journal of Development Economics*, 96(2), 371–379.

CBS (2016a). *CBS Internationaliseringsmonitor 2016, vierde kwartaal: Zelfstandig MKB*.

Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

CBS (2016b). *Documentatierapport Inward FATS*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

CBS (2016c). *Documentatierapport Internationale Handel in Goederen (IHG)*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

CBS (2018). De positie van Nederland. *Internationaliseringsmonitor 2018, eerste kwartaal*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Creusen, H., Kox, H., Lejour, A., & Smeets, R. (2011). Exploring the margins of Dutch exports: A firm-level analysis. *De Economist*, 159(4), 413.

Creusen, H. & Lejour, A. (2011). *Uncertainty and the export decisions of Dutch firms*. CPB Discussion Paper No. 183. Centraal Planbureau: Den Haag.

Groot, S. & Weterings, A. (2013). Internationalisation and firm and regional and firm productivity: level effects. In *CBS Internationalisation Monitor 2013*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Iacovone, L., & Javorcik, B. S. (2010). Multi-product exporters: Product churning, uncertainty and export discoveries. *The Economic Journal*, 120(544), 481–499.

Jaarsma, M. (2012). Enterprise dynamics and international trade. In *Internationalisation monitor 2012*, Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Kaag, S. (2018). *Beleidsnota Investeren in perspectief. Goed voor de wereld, goed voor Nederland*. Ministerie van Buitenlandse Zaken: Den Haag.

Mion, G., & Muûls, M. (2014). *Investigation into the extensive and intensive margins of growth in the value of UK exports and the role of SME exporters*. Project Report. United Kingdom Trade and Investment.

Muûls, M., & Pisu, M. (2009). Imports and Exports at the Level of the Firm: Evidence from Belgium. *World Economy*, 32(5), 692–734.

Pouwels-Urlings, N. & Wijnen, R. (2012). Enterprise demography of international and domestic firms. In *Internationalisation monitor 2012*, Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Smeets, R., Creusen, H., Lejour, A., & Kox, H. (2010). Export margins and export barriers: Uncovering market entry costs of exporters in the Netherlands. *CPB Document*, 208(1).

Smit, R. & Wong, K. F. (2016). *Eerste stappen op een nieuwe weg: microdata over de internationale handel in diensten*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Smit, R. & Wong, K. F. (2017). *Ontwikkeling microdata 2012–2016 Internationale handel in diensten*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Voncken, R. & Cremers, D. (2018). Welke bedrijven exporteren waarheen? In *Internationaliseringsmonitor 2018, eerste kwartaal: de positie van Nederland*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen/Bonaire.

Wagner, J. (2007). Exports and productivity: A survey of the evidence from firm-level data. *World Economy*, 30(1), 60–82.

Wagner, J. (2013). Exports, imports and firm survival: first evidence for manufacturing enterprises in Germany. *Review of World Economics*, 149(1), 113–130.

Begrippen

DGGF landen

Het Dutch Good Growth Fund (DGGF) richt zich op de volgende ontwikkelingslanden en opkomende markten <http://www.dggf.nl/landenlijst>:

- **In Afrika:** Algerije, Angola, Benin, Burkina Faso, Burundi, Democratische Republiek Congo, Djibouti, Egypte, Eritrea, Ethiopië, Gambia, Ghana, Guinee, Ivoorkust, Kaapverdië, Kenia, Liberia, Libië, Madagaskar, Malawi, Mali, Marokko, Mozambique, Niger, Nigeria, Oeganda, Rwanda, Soa Tomé en Príncipe, Senegal, Sierra Leone, Soedan, Somalië, Tanzania, Togo, Tsjaad, Tunesië, Zambia, Zimbabwe, Zuid-Afrika, Zuid-Soedan.
- **In Azië:** Afghanistan, Armenië, Bangladesh, Bhutan, Cambodja, Filipijnen, Georgië, India, Indonesië, Jemen, Jordanië, Laos, Libanon, Mongolië, Myanmar, Nepal, Pakistan, Palestijnse Gebieden, Sri Lanka, Vietnam
- **In Europa:** Kosovo, Moldavië
- **In Midden-Amerika:** Guatemala, Haïti, Nicaragua
- **In Zuid-Amerika:** Bolivia, Colombia, Peru, Suriname

EU13

Lidstaten die op 1 mei 2004, of later, toegetreden zijn tot de Europese Unie. Het betreft de volgende landen: Bulgarije, Cyprus, Estland, Hongarije, Kroatië, Letland, Litouwen, Malta, Polen, Roemenië, Slovenië, Slowakije en Tsjechië.

EU15

De samenstelling van de Europese Unie per 1 januari 1995: België, Duitsland, Denemarken, Finland, Frankrijk, Griekenland, Ierland, Italië, Luxemburg, Nederland, Oostenrijk, Portugal, Spanje, Verenigd Koninkrijk en Zweden.

Extensieve marge

De extensieve marge heeft betrekking op veranderingen in de omvang van de export bijvoorbeeld doordat het aantal exporterende bedrijven toeneemt of het aantal geëxporteerde producten of exportbestemmingen.

Grootbedrijf

Hiertoe behoren alle bedrijven die gevestigd zijn in Nederland en onderdeel uitmaken van een concern met minstens 250 werkzame personen en/of een onderdeel zijn van een concern dat in buitenlandse handen is (zie ook; zeggenschap).

Handelsrelatie

Een relatie van een bedrijf met een Nederlands btw-nummer dat diensten of goederen inkoopt of levert aan een bedrijf met een buitenlands btw-nummer uit het buitenland. Het goed of de dienst is dan ook daadwerkelijk de grens over gegaan. Deze informatie is afkomstig van de Intracommunautaire Prestaties (ICP) van de Belastingdienst.

Intensieve marge

De intensieve marge heeft betrekking op veranderingen in de export doordat de gemiddelde exportwaarde per bedrijf, product of bestemming toeneemt.

Intracommunautaire Prestaties (ICP)

Informatie over het aantal handelsrelaties in EU-landen van goederen- en dienstenexporteurs is afkomstig van de Intracommunautaire Prestaties (ICP) van de Belastingdienst. Wanneer een bedrijf goederen of diensten levert aan het buitenland, dient het bedrijf naast de btw-aangifte ook een zogenaamde ICP-aangifte te doen. In deze aangifte worden alle intracommunautaire leveringen en diensten opgegeven, die geleverd zijn aan ondernemers die in andere EU-landen btw-aangifte moeten doen.

Land*product combinatie

Land*product combinatie is een kengetal en telt voor een industrie het aantal combinaties van een land (exportbestemming) en de producten die daarnaar toe gaan. In een voorbeeld: in een jaar exporteert een industrie x met 100 bedrijven, 5 producten naar 50 bestemmingen; dit geeft dan een land*product combinatie van $100 * 50 * 5 = 2\ 500$.

Mediaan

De mediaan verwijst naar het midden van een verdeling of gegevensverzameling; de mediaan is een centrummaat. Een mediaan is dus de middelste waarde van een verdeling van cijfers, geordend van laag naar hoog.

Multinational

Onderneming die de uiteindelijke zeggenschap heeft over bedrijven in twee of meer landen. Door CBS kan er onderscheid worden gemaakt tussen Nederlandse en buitenlandse multinationals. Een Nederlandse multinational is een bedrijf onder Nederlandse zeggenschap met dochters in het buitenland. Een buitenlandse multinational is een bedrijf waarover de uiteindelijke zeggenschap in het buitenland ligt (zie ook: Zeggenschap).

Nederlandse bedrijfsleven

Het Algemeen Bedrijvenregister (ABR) maakt gebruik van de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) om bedrijfseenheden in te delen naar hoofdactiviteit. Het Nederlandse bedrijfsleven omvat alle bedrijven uit de SBI secties B tot en met N, exclusief K plus S95. Deze afbakening wordt internationaal aangeduid als de *'non-financial business economy'*.

Deze categorie is een samenstelling van de volgende bedrijfstakken:

B Delfstoffenwinning

C Industrie

D Productie en distributie van en handel in elektriciteit, aardgas, stoom en gekoelde lucht

E Winning en distributie van water; afval- en afvalwaterbeheer en sanering

F Bouwnijverheid

G Groot- en detailhandel; reparatie van auto's

H Vervoer en opslag

I Logies-, maaltijd- en drankverstrekking

J Informatie en communicatie

L Verhuur van en handel in onroerend goed

M Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening

N Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening

S95 Reparatie van consumentenartikelen.

Niet-multinationals

Bedrijven zonder moeder- of dochterbedrijf in het buitenland.

Non-EU top 5 landen

De top-5 landen buiten de Europese Unie is gebaseerd op de omvang van de exportwaarde van goederen van de gehele industrie in 2015. Het zijn in alfabetische volgorde: China, Japan, Turkije, Verenigde Staten en Zuid-Korea.

One-way trader

Een bedrijf dat enkel goederen of diensten importeert dan wel enkel exporteert. Dit in tegenstelling tot de two-way trader (zie begrip), die zowel import en export heeft.

Quasi-doorvoer

Quasi-doorvoer betreft invoer van goederen van buitenlandse makelij die na aankomst in Nederland niet of nauwelijks een bewerking ondergaan en daarna weer worden doorgevoerd naar het buitenland. De goederen zijn tijdens het gehele verblijf in Nederland eigendom van een buitenlands bedrijf (dit in tegenstelling tot wederuitvoer). De quasi-doorvoer is géén onderdeel van de CBS cijfers

over de Nederlandse handel, wel bij de Europese cijfers over de Nederlandse handel (Eurostat).

SBI

Bedrijfstakken worden afgebakend volgens de hiërarchische indeling van economische activiteiten van de Europese Unie (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté Européenne, afgekort: NACE), de Nederlandse variant hiervan is de Standaard Bedrijfsindeling (SBI).

Toegevoegde waarde

Het verschil tussen de productie (basisprijzen) en het intermediair verbruik (exclusief aftrekbare btw).

Two-way trader

Een bedrijf of bedrijfsvestiging met zowel import- als export van goederen of diensten. Dit in tegenstelling tot de zgn. one-way trader, die enkel importeert ofwel enkel exporteert.

Wederuitvoer

Wederuitvoer betreft invoer van goederen van buitenlandse makelij die na aankomst in Nederland niet of nauwelijks een bewerking ondergaan en daarna weer worden doorgevoerd naar het buitenland. De goederen zijn tijdens het verblijf in Nederland (tijdelijk) eigendom van een Nederlands bedrijf (in tegenstelling tot de quasi-doorvoer). Wederuitvoer en uitvoer van eigen makelij vormen samen de totale Nederlandse uitvoercijfers.

Werkzame persoon

Persoon die een baan heeft bij een in Nederland gevestigd bedrijf of bij een particulier huishouden in Nederland of als zelfstandige actief is. Werkzame personen kunnen dus worden onderscheiden in werknemers en zelfstandigen. Ze kunnen woonachtig zijn in Nederland, maar ook in het buitenland. Tot de werkzame personen behoren alle personen die betaalde arbeid verrichten, ook al is het maar voor één of enkele uren per week, ook als zij:

- arbeid verrichten die op zichzelf genomen legaal is, maar waarvan de beloning aan de registratie door fiscus of sociale zekerheidsautoriteiten wordt onttrokken ('zwarte arbeid');
- tijdelijk geen arbeid verrichten, maar wel doorbetaald krijgen (bijvoorbeeld bij ziekte of vorstverlet);
- tijdelijk onbetaald verlof hebben opgenomen.

Zeggenschap

De zeggenschap van bedrijven wordt bepaald aan de hand van het land waar de strategische besluitvorming plaatsvindt. Deze zeggenschap ligt bij de Ultimate Controlling Institutional Unit (UCI). Buitenlandse zeggenschap betekent dat het land van vestiging van de UCI een ander land is dan Nederland.

Zelfstandig MKB

Het zelfstandig midden- en kleinbedrijf omvat alle bedrijven in Nederland, die in Nederlandse handen zijn met minder dan 250 werkzame personen bij het gehele concern.

Reeds eerder verschenen kwartaaledities

2014

- Tweede kwartaal, thema Internationale handel
- Derde kwartaal, thema Bedrijfsprestaties
- Vierde kwartaal, thema Werkgelegenheid

2015

- Eerste kwartaal, thema Waardeketens
- Tweede kwartaal, thema Innovatie
- Derde kwartaal, thema Multinationals
- Vierde kwartaal, thema Duurzaamheid

2016

- Eerste kwartaal, thema Bedrijvendynamiek
- Tweede kwartaal, thema Agribusiness
- Derde kwartaal, thema Duitsland
- Vierde kwartaal, thema Zelfstandig MKB

2017

- Eerste kwartaal, thema Verenigd Koninkrijk
- Tweede kwartaal, thema Internationale handel in diensten
- Derde kwartaal, thema Innovatie
- Vierde kwartaal, thema Waardeketens

2018

- Eerste kwartaal, thema De positie van Nederland
- Tweede kwartaal, thema Werkgelegenheid

Dankwoord

We danken de volgende collega's voor hun constructieve bijdrage aan deze editie van de Internationaliseringsmonitor:

Anne Blaak
Annelies Boerdam
Loe Franssen
Michel van Kooten
Irene van Kuik
Alex Lammertsma
Bart Loog
Tom Notten
Gabriëlle Salazar-de Vet
Carla Sebo-Ros
Sidney Vergouw

Medewerkers

Auteurs

Anne-Peter Alberda
Marcel van den Berg
Ahmed Boutorat
Dennis Cremers
Marjolijn Jaarsma
Martin Luppès
Roger Voncken

Redactie

Marjolijn Jaarsma
Pascal Ramaekers
Roger Voncken
Sjoertje Vos

Eindredactie

Marjolijn Jaarsma
Sjoertje Vos