



# **Vervolgonderzoek economische missies onder leiding van bewindspersonen**

24 April 2024

Loe Franssen  
Tim Peeters  
Leen Prenen  
Marcel van den Berg

# Inhoudsopgave

<b>1. Samenvatting</b>	<b>3</b>
1.1 Managementsamenvatting	3
1.2 Onderzoeksvragen en antwoorden	6
<b>2. Inleiding</b>	<b>11</b>
2.1 Achtergrond	11
2.2 Structuur van dit rapport	13
<b>3. Kenmerken van missiedeelnemers</b>	<b>14</b>
3.1 Over de data	14
3.2 Missiedeelname en geslacht	15
3.3 Missiedeelname en goederenhandel	18
3.4 Leveranciers van diensten	20
<b>4. Effectiviteit van missies</b>	<b>22</b>
4.1 Over de bestaansgrond van handelsmissies	22
4.2 Effectiviteit van economische missies in brede zin	23
4.3 Heterogeniteit in de effectiviteit van economische missies	25
4.4 Geslacht en missie effectiviteit	26
4.5 Bestaande handelaren	36
<b>5. Bestendigheid</b>	<b>37</b>
5.1 De bijdrage van missiedeelname aan de aanwezigheidsduur van structurele handelaren en investeerders	37
5.2 De bijdrage van missiedeelname op de aanwezigheidsduur van startende handelaren en investeerders	42
5.3 De bijdrage van missiedeelname aan de kans dat incidentele buitenlandse aanwezigheid uitgroeit tot structurele aanwezigheid.	46
<b>6. Literatuur</b>	<b>50</b>
<b>7. Bijlage</b>	<b>52</b>
7.1 Methodebeschrijving missie effectiviteit	52
7.2 Technische beschrijving gebruikte duurmodellen	53

# 1. Samenvatting

Dit eerste hoofdstuk biedt meteen de belangrijkste bevindingen uit dit onderzoek in twee vormen aan. De volgende sectie is een beknopte samenvatting die de belangrijkste conclusies over twee verschillende onderzoeken naar het effect van economische missies samenvat. Sectie 1.2 daarentegen geeft op een beknopte manier direct antwoord op de negen onderzoeksvragen die gesteld waren in het meest recente onderzoek naar economische missies.

## 1.1 Managementsamenvatting

Economische missies onder leiding van een bewindspersoon stellen bedrijven in staat kennis te maken met buitenlandse markten en om in contact te komen met potentiële zakenpartners in het buitenland. Op die manier kunnen missies informatiebarrières wegnemen waardoor internationaal ondernemen toegankelijker wordt gemaakt. Een belangrijke vraag daarbij is in hoeverre Nederlandse bedrijven daadwerkelijk de vruchten plukken van dit instrument.

### Eerder onderzoek

Het CBS heeft in de afgelopen jaren meerdere malen onderzoek gedaan naar de effecten van verschillende beleidsinstrumenten, waaronder economische missies, die met name de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) uitvoert in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken. In 2018 is onderzoek gedaan naar de effectiviteit van de inzet van een breed palet aan beleidsinstrumenten, waaronder economische missies (zie van den Berg et al., 2018). In dit onderzoek werden de verschillende instrumenten gebundeld in clusters die gezamenlijk werden onderzocht, waarbij missies geclassificeerd werden als zware interventie in de categorie netwerk en contacten. De resultaten lieten zien dat zware interventies met name op de langere termijn effect sorteerden voor bedrijven die al actief waren op de markt waarvoor zij ondersteuning kregen. In 2019 is er voor het eerst gekeken naar uitgaande economische missies met een bewindspersoon als individueel instrument (Boutorat et al., 2019). De voornaamste conclusies van dit onderzoek waren dat dergelijke missies Nederlandse bedrijven helpen om voor het eerst een buitenlandse markt te betreden, maar dat het bedrijven die al actief zijn op een markt geen extra handel oplevert. De resultaten wezen bovendien uit dat de effectiviteit van missies ook samenhangt met de kenmerken van deelnemende bedrijven, met de focus van de missie en met de bestemmingsmarkt. Zo bleek met name bedrijven die behoren tot het zelfstandig midden- en kleinbedrijf (mkb) na missiedeelname vaker te beginnen met handelen op of investeren in de bestemmingsmarkt. Ook bleek dat missies met een thematische focus effectiever waren dan missies met een bredere oriëntatie en dat missies naar met name OESO- en BRICS-landen meer effect sorteerden dan missies naar andere markten.

### Vervolg vragen

Deze bevindingen sluiten aan bij de resultaten van onderzoek in andere landen en kunnen verklaard worden vanuit het oorspronkelijke doel van economische missies: het

wegnemen van informatiebarrières om zo de toetreding tot de buitenlandse markt te faciliteren. We zien dan ook dat bedrijven die een hogere informatiebarrière ervaren, denk aan kleinere bedrijven of bedrijven die willen exporteren naar complexere markten of markten op grotere afstand, meer profijt hebben van missiedeelname. Bedrijven die al actief zijn op een markt hebben deze complexe eerste stappen al zelfstandig gezet, wat verklaart waarom er voor hun niet direct voordeel te halen valt uit missiedeelname.

Deze eerdere bevindingen roepen echter ook vervolgvragen op. Bijvoorbeeld, trekken bestaande handelaren echt zo weinig profijt van missiedeelname aan economische missies? Maar ook, zorgt missiedeelname ervoor dat bedrijven een *bestendige* handelsrelatie aangaan in het bestemmingsland? Deze overwegingen vormen de basis voor de hoofdvragen van het vervolgonderzoek dat het CBS onlangs heeft afgerond in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken. Daarnaast is er in dit onderzoek ook gekeken of het geslacht van de functionaris die namens een bedrijf meegaat op missie een rol speelt bij de effectiviteit van missiedeelname.

### **Effect missiedeelname op bedrijven die al actief zijn in het bestemmingsland**

Eenzijds kijken we in dit onderzoek naar de vraag of missiedeelname de overlevingskans van bedrijven op de bestemmingsmarkt vergroot. Anderzijds onderzoeken we of bedrijven die al incidenteel exporteren na missiedeelname vaker uitgroeien tot structurele exporteur. Dit zijn vanwege de gehanteerde onderzoeksmethode bewust twee zeer nauw gedefinieerde maatstaven van “succes”. Uiteraard zijn er ook allerhande meer kwalitatieve opbrengsten van missiedeelname te noemen, maar deze zijn niet evident in een kwantitatieve analyse te accommoderen, bijvoorbeeld vanwege het ontbreken van goede data.

#### **Kernresultaat 1**

De resultaten laten overtuigend zien dat bestaande handelaren wel degelijk baat hebben bij missiedeelname. Zo halveert de kans dat een structurele handelaar of investeerder de buitenlandse markt verlaat immers zodra zij op missie gaan.<sup>1</sup> Daarnaast verhoogt missiedeelname de kans dat incidentele exporteurs uitgroeien tot structurele exporteurs met een factor 1,6; deze kans is jaarlijks gemiddeld zo’n 24 procent voor missiedeelnemers tegenover 15 procent voor niet deelnemers.<sup>2</sup> Daarbij wordt er in een econometrische setting rekening gehouden met allerhande factoren die ook van invloed zijn op deze kansverdelingen.

### **Effect missiedeelname op de bestendigheid van nieuwe handelsrelaties**

Ten aanzien van bedrijven die dankzij missiedeelname een nieuwe markt betreden is de vervolgvraag of zij daar vervolgens ook bestendig actief blijven, of dat het effect van

---

<sup>1</sup> Specifiek is de kans dat een structurele exporteur de buitenlandse markt verlaat jaarlijks gemiddeld zo’n 8 procent terwijl die voor een missie-deelnemer gemiddeld 4,5 procent is. Ook bij structurele importeurs (10 om 6 procent) en structurele investeerders (16 om 8 procent) hebben missie deelnemers (bijna) twee keer zo’n hoge overlevingskansen dan niet-deelnemers.

<sup>2</sup> Bij incidentele importeurs gaat het om een factor 2,1 (11 procent voor niet deelnemers tegenover 24 procent voor deelnemers) en bij investeerders om een factor 1,7 (31 procent tegenover 18 procent).

missiedeelname na een tijdje weer snel wegebt. Deze vraag relateert aan een fundamentele kwestie ten aanzien van ondersteuning van bedrijven bij internationale ontplooiing door de overheid: is het afdoende om bedrijven een zetje te geven naar internationale markten waarna zij het vervolgens zelf af kunnen, of moeten bedrijven een bepaalde set vaardigheden bezitten om deze stap geheel zelf succesvol te kunnen zetten? Daar bestaat in de wetenschappelijke literatuur nog geen consensus over.

### **Kernresultaat 2**

De resultaten van dit nieuwste onderzoek wijzen uit dat dit “zetje in de rug” in de vorm van missiedeelname wel degelijk effect sorteert. We zien dat de levensverwachting van nieuwe handelsrelaties met het bestemmingsland vergelijkbaar is voor missiedeelnemers en bedrijven die deze stap op eigen kracht hebben gezet. Dit suggereert dat missiedeelname bij nieuwe handelsrelaties vooral een krachtig instrument is om bedrijven te helpen deze stap überhaupt te zetten en daarin net zo succesvol te zijn als bedrijven die deze stap op eigen kracht hebben gezet. Bij startende investeerders zien we zelfs dat zij langer aanwezig zijn wanneer in de opstartfase aan een missie is deelgenomen.

Tot slot hebben we onderzocht in hoeverre het geslacht van de functionaris die meegaat op missie namens een bedrijf nog een rol speelt in de effectiviteit van economische missies. Aangezien gemiddeld slechts 18 procent van de missiedeelnemers vrouw is, is het bijvoorbeeld mogelijk dat zij tijdens een missie minder op hun plek voelen dan de mannelijke deelnemers.<sup>3</sup> Ook culturele verschillen met het bestemmingsland zouden hier een rol bij kunnen spelen. Aan de andere kant zijn er in de wetenschappelijke literatuur aanwijzingen dat vrouwen meer risico-avers zijn dan mannen, wat kan betekenen dat er meer scope is voor positieve effecten van economische missies bij bedrijven die door vrouwen worden geleid vanwege een hoger ervaren informatiebarrière.

### **Kernresultaat 3**

Dit nieuwe onderzoek toont in eerste instantie aan dat bedrijven die door een man vertegenwoordigd worden vaker een buitenlandse markt betreden als gevolg van missiedeelname dan deelnemers met een vrouwelijke vertegenwoordiger.<sup>4</sup> Verdiepende analyses laten echter zien dat dit verschil niet verklaard wordt door het geslacht van de functionaris, maar door structurele verschillen tussen de bedrijven die vertegenwoordigd worden door mannen en vrouwen. Zo vertegenwoordigen vrouwen relatief vaak kleinere bedrijven, eenmanszaken, verenigingen, stichtingen en bedrijven in dienstensectoren. Dit terwijl mannen juist vaak bv's in de industrie vertegenwoordigen. Deze factoren verklaren primair de geobserveerde verschillen in missie-effectiviteit, niet het geslacht van de missiedeelnemer.

---

<sup>3</sup> Dit cijfer heeft betrekking op 4340 missiedeelnames tijdens de periode 2014-2022.

<sup>4</sup> Zo verhoogt missiedeelname de kans op markttoetreding met gemiddeld 9-10 procent wanneer de vertegenwoordigende missiedeelnemer een man is tegenover 6 procent wanneer dat een vrouw is.

## 1.2 Onderzoeksvragen en antwoorden

In deze paragraaf worden de negen onderzoeksvragen beantwoord die in hoofdstuk 2 worden geïntroduceerd en die het CBS in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken heeft geformuleerd voortbordurend op eerder CBS-onderzoek uit 2019.<sup>5</sup> Eerst worden de onderzoeksvragen beantwoord die betrekking hebben op de samenstelling van de populatie missiedeelnemers. Daarna komen de onderzoeksvragen aan bod die betrekking hebben op de effectiviteit van economische missies.

### 1. *Wat zijn kenmerken van missiedeelnemers?*

#### a. *Wat is het aandeel vrouwen onder de missiedeelnemers, de ondernemers en de CEO's van bedrijven die meegaan op missie?*

Van de functionarissen die namens bedrijven meegaan op handelsmissie is 18 procent vrouw. Daarnaast is 13 procent van de ondernemers achter de bedrijven die meegaan op missie en 6 procent van de CEO's van deze bedrijven vrouw (Tabel 1, paragraaf 2).

#### b. *Hoe is de verdeling van eigen makelij en wederuitvoer in de export van missiedeelnemers?*

Bij de 6950 missiedeelnames in de periode 2010-2020 die voor deze vraag geanalyseerd zijn exporteerde de deelnemende bedrijven in 21 procent van de gevallen al goederen naar het bestemmingsland. Van deze export betrof gemiddeld 84 procent producten van Nederlandse makelij en 16 procent wederuitvoer. Dat is vrijwel gelijk aan het aandeel van wederuitvoer in de totale Nederlandse goederenexport. In termen van de verdeling tussen eigen makelij en wederuitvoer bieden missiedeelnemers dus een representatief beeld van de populatie Nederlandse exporteurs.

#### c. *Hoeveel leveranciers van diensten gaan mee op missie?*

Ruim 70 procent van de bedrijven die meegaan op missie importeert al diensten vanuit het buitenland en de helft exporteert al diensten. Dit zijn veel hoger percentages dan bij bedrijven die niet mee op missie gaan. Van die groep importeert slechts 16 procent van de bedrijven diensten en 4 procent exporteert diensten.

### 2. *Hoe komt het dat de effecten van economische missies bij exporteurs die al actief zijn in het bestemmingsland minder groot zijn dan voor bedrijven die voor het eerst activiteiten ontplooiën in het bestemmingsland? Wat levert missiedeelnames deze groep bedrijven dan wel op?*

Een verklaring hiervoor is gelegen in het doel van economische missies: het wegnemen van informatiebarrières. Deze toetredingsdrempels zijn veel hoger voor bedrijven die nog niet actief zijn op een bestemmingsmarkt. Daar ligt met name het aangrijpingspunt

---

<sup>5</sup> Het onderzoek uit 2019 besloeg de periode in 2008-2017.

van economische missies: bedrijven ondersteunen bij het betreden van nieuwe markten door allerhande ervaren toetredingsdrempels te verlagen. Bestaande handelaren hebben veel van deze complexe en kostbare eerste stappen al zelfstandig gezet, waardoor zij op dat vlak niet direct profijt hebben van missiedeelname.

Niettemin, hoewel eerder onderzoek van CBS (Boutorat en Franssen, 2022, hierna: BF22) geen aanwijzingen vond dat bedrijven die al exporteerden naar het bestemmingsland méér gaan exporteren als gevolg van missiedeelname, wil dat niet zeggen dat deze bedrijven helemaal geen baat hebben bij missiedeelname. Zo toont kwalitatief onderzoek van Blauw Research aan dat bedrijven succes breder definiëren dan alleen het genereren van meer export. Dan gaat het bijvoorbeeld om het uitbreiden van het netwerk, additionele marktkennis vergaren of een betere marktpositie verwerven. Dit zijn meer kwalitatieve baten van missiedeelname voor bestaande exporteurs, die missiedeelname waardevol maakt ook al leidt het niet direct tot meer export. Daarnaast is het mogelijk dat missiedeelname bestaande exporteurs in staat stelt hun aanwezigheid op de bestemmingsmarkt te bestendigen. Eerder onderzoek heeft aangetoond dat bedrijven inderdaad beter in staat zijn om hun positie op een buitenlandse markt te handhaven, bijvoorbeeld in het geval van een economische crisis, wanneer zij in die periode ondersteuning hebben gehad in het kader van bijvoorbeeld economische missies. Onderzoeksvragen 7 tot en met 9 gaan dieper in op deze kwestie.

### 3. *In welke bestemmingslanden zijn economische missies effectiever?*

In bestemmingslanden waar de informatiebehoefte groter is. BF22 lieten zien dat in de meest ontwikkelde economieën, zoals de EU en de VS, economische missies doorgaans een relatief beperkt effect hebben. Dit kan verklaard worden doordat er voor deze bestemmingsmarkten via andere kanalen voldoende informatie kan worden ingewonnen over mogelijke exportkansen en het aanknopen van nieuwe handelsrelaties. Met andere woorden, de toetredingsdrempels tot deze markten zijn relatief laag, waardoor de scope voor economische missies beperkter is. Tegelijkertijd moeten toetredingsdrempels ook weer niet té hoog zijn. Zo lieten BF22 zien dat economische missies naar de minst ontwikkelde economieën doorgaans niet effectief zijn. Mogelijk zijn de ervaren toetredingsdrempels tot deze markten dermate anders van aard, dat missiedeelname niet het juiste instrument is om deze te slechten. Anderzijds is het ook mogelijk dat dit een heel ander soort missies zijn, waarbij het promoten van internationale handel misschien niet het voornaamste doel is.

### 4. *Voor wat voor soort bedrijven zijn economische missies effectiever? Kleine of grote bedrijven, of bijvoorbeeld actief in specifieke bedrijfstakken?*

Ook hier geldt dat voor bedrijven met een relatief grote informatiebehoefte door een hogere ervaren toetredingsdrempel de effecten van economische missies groter zijn. Meerdere onderzoeken hebben aangetoond dat bijvoorbeeld kleine bedrijven die relatief weinig exporteren doorgaans het meeste baat hebben bij exportondersteuning (Volpe Martincus and Carballo, 2010b; Volpe Martincus et al., 2012; Munch en Schaur,

2015). Dit beeld komt eveneens naar voren in onderzoek onder Nederlandse bedrijven (BF22). Deze empirische bevindingen onderstrepen de relevantie van de conclusie die Schminke en van Biesebroeck (2012) trekken, namelijk dat exportervaring een substituuat kan zijn voor exportondersteuning.

Deze heterogeniteit in de informatiebehoefte is ook zichtbaar als we kijken naar verschillen tussen bedrijfstakken en type exportproduct. Volpe Martincus en Carballo (2012) laten bijvoorbeeld zien dat exporteurs van complexere en meer gedifferentieerde producten, waar doorgaans meer en complexere productregelgeving op van toepassing is, meer baat hebben bij ondersteuning.

In algemene wijst bestaand empirisch onderzoek uit dat hoe groter de toetredingsdrempel en de daaruit voortvloeiende informatiebehoefte, hoe meer scope er is voor economische missies om van waarde te zijn bij de ondersteuning van bedrijven.

5. *Is er iets te zeggen over welk type economische missie effectiever is dan andere?*

Economische missies met een specifieke thematische focus hebben doorgaans een grotere effectiviteit. In de wetenschappelijke literatuur is er niet veel onderzoek gedaan naar hoe verschillende typen missies uiteenlopend effecten hebben. Olarreaga et al. (2017) en BF22 zijn twee uitzonderingen. Olarreaga et al. (2017) lieten zien dat missies die zich richten op een select aantal sectoren en markten resulteren in hogere exportverdiensten. BF22 onderzochten de verschillen tussen zogenaamde thematisch brede en smalle economische missies. Smalle missies worden gekenmerkt door een thematische focus, waarbij minimaal 30 procent van de deelnemers afkomstig is uit dezelfde topsector. Bij brede missies is die focus niet aanwezig. De resultaten lieten zien dat brede missies minder effectief zijn dan smalle missies in termen van de waarschijnlijkheid dat missiedeelnemers beginnen met exporteren naar de bestemmingsmarkt dankzij missiedeelname.

6. *In hoeverre worden de resultaten van het voorgaande onderzoek uit 2019 mede bepaald door het geslacht van de missiedeelnemer?*

Het vervolgonderzoek gepresenteerd in voorliggend rapport laat in eerste instantie zien dat het positieve effect van missiedeelname, zoals dat in de voorgaande studie is aangetoond, geheel samenhangt met mannelijke missiedeelname, hetzij in termen van de functionaris die meegaat op missie, hetzij in termen van de ondernemer of CEO van het deelnemende bedrijf. Wanneer deze missiedeelnemer, ondernemer of CEO een vrouw is dan zien we in eerste instantie geen significant effect van missiedeelname.

We zien echter ook duidelijk en overtuigende dat hier sprake is van een selectie-effect: het is niet zozeer dat missiedeelname geen effect heeft omdat de deelnemer, ondernemer of CEO een vrouw is, maar omdat deze groep bedrijven simpelweg heel anders van aard en structuur is. Zo gaat het bij bedrijven die een vrouw op missie meesturen of die geleid worden door vrouwen relatief vaak om kleinere bedrijven die



vaker actief zijn in de dienstensector (waar minder grote effecten in termen van de hier onderzochte goederenexport te verwachten zijn). Daarnaast zijn het ook relatief vaak eenmanszaken, verenigingen en stichtingen, waarbij export minder vaak het hoofddoel zal zijn. Bedrijven met een mannelijke vertegenwoordiging zijn juist veel vaker grotere bedrijven en bv's die actief zijn in de industrie. Dit zijn juist drie belangrijke factoren voor wat betreft de gemeten effectiviteit van economische missies. Wanneer we expliciet rekening houden met deze onderliggende structuurverschillen tussen missiedeelnemers met een mannelijke en een vrouwelijke vertegenwoordiging, dan is er geen zichtbaar verschil meer in de effectiviteit van economische missies in termen van geslacht.

Met betrekking tot de vraag of het type missie nog een rol speelt in de effectiviteit is in het eerdere onderzoek van CBS (BF22) al aangetoond dat missies met een thematische focus een hogere mate van succes hadden dan brede missies. Zo ging 8 procent van de deelnemers aan thematische missies binnen twee jaar handelen met het doelland tegenover 5 procent van de deelnemers aan brede missies.

- 7. Wat is de bijdrage van missiedeelname op de kans dat een bedrijf dat al exporteerde naar de bestemmingsmarkt de duur van zijn aanwezigheid verlengt?*

Missiedeelname verkleint het risico dat bedrijven hun structurele aanwezigheid op de buitenlandse markt beëindigen met een factor 1,7 (voor export en import) tot 1,9 (voor investeringen). Zo stopt jaarlijks gemiddeld zo'n 8 procent van de bedrijven die niet op missie zijn geweest met de structurele export naar een bepaald doelland terwijl dat risico voor missiedeelnemers slechts 4,5 procent is. Dat betekent dus dat missiedeelname óók voor bedrijven die al actief zijn op de bestemmingsmarkt van waarde is. Dit rendement is dus, zoals BF22 lieten zien, geen kwestie van hogere gemiddelde handelswaarden per jaar, maar is gelegen in een relatief langere aanwezigheid op de buitenlandse markt als gevolg van missiedeelname. Met andere woorden: zonder missiedeelname zouden er significant meer bedrijven eerder de bestemmingsmarkt verlaten hebben.

- 8. Hoelang blijft een bedrijf dat begint met handelen na missiedeelname aanwezig op de betreffende buitenlandse markt en hoe verhoudt zich dat tot bedrijven die zonder missiedeelname actief worden op die markt?*

Nieuwe handelsrelaties worden doorgaans gekenmerkt door zeer hoge uitstroomkansen, met name in de eerste jaren. Dat zien we ook bij Nederlandse bedrijven. Grofweg de helft van de bedrijven heeft een nieuwe markt na 2 jaar alweer verlaten. We zien echter geen verschil in de uitstroomkansen tussen bedrijven die ten hoogste twee jaar voordat zij zijn begonnen met exporteren of importeren met het doelland daar nog op handelsmissie zijn geweest, en bedrijven die zonder een missiedeelname dezelfde stap hebben gezet.

De bevinding dat de levensduur van nieuwe handelsrelaties die zijn aangegaan na missiedeelname niet verschilt van de duur van handelsrelaties van bedrijven die zonder

missie deze stap zetten laat zien waar de toegevoegde waarde van economische missies ligt. Deze toegevoegde waarde is gelegen bij de groep bedrijven die een zetje in de rug nodig heeft om de ervaren toetredingsdrempel dusdanig te verlagen dat zij de stap over de grens kunnen zetten en vervolgens vanuit een verbeterde positie competitief kunnen zijn op de internationale markt. Missiedeelname is voor deze groep bedrijven dan vooral een krachtig instrument om hen te helpen deze stap überhaupt te zetten en daarin net zo succesvol te zijn als bedrijven die deze stap op eigen kracht hebben gezet.

Bij investerende bedrijven zien we wél een verschil tussen de groepen die met en zonder missieondersteuning de stap zetten. We zien dat bedrijven die zijn gaan investeren in een buitenlands filiaal binnen twee jaar nadat ze die bestemmingsmarkt hebben bezocht in missieverband beduidend langer aanwezig blijven dan bedrijven die dit deze stap zonder missiedeelname zetten. Dit suggereert dat bedrijven die van plan zijn om te gaan investeren in het buitenland een missie aangrijpen om die start zo goed mogelijk te laten verlopen, terwijl het effect van een missie op internationale handel eerder is dat die stap überhaupt gezet kan worden.

9. *Wat is de kans dat een incidentele exporteur na missiedeelname uitgroeit tot structurele exporteur?*

Bedrijven die slechts incidenteel handelen met of investeren in het buitenland en die daar vervolgens op missie gaan hebben een significant grotere kans dat zij vervolgens uitgroeien tot structurele handelaren of investeerders dan bedrijven die niet op missie gaan, maar wel incidenteel actief zijn op dezelfde buitenlandse markten. Zo groeit jaarlijks ongeveer 15 procent van de incidentele exporteurs uit tot een structurele exporteur. Wanneer een incidentele exporteur echter deelneemt aan een economische missie naar het bestemmingsland dan ligt dit percentage op 24 procent, oftewel een factor 1,6 hoger. Bij importeurs bedraagt deze factor zelfs 2,1, waardoor incidentele importeurs die op missie gaan jaarlijks dus een dubbel zo grote kans om uit te groeien tot structurele importeurs. Aangezien structurele handelaren doorgaans beter presteren dan incidentele handelaren – zo zijn zij gemiddeld genomen bijvoorbeeld productiever – kan missiedeelname dus ook via deze weg bijdragen aan het concurrentie- en verdienvermogen van Nederland.

## 2. Inleiding

### 2.1 Achtergrond

Het CBS heeft in de afgelopen jaren meerdere malen onderzoek gedaan naar de effectiviteit van verschillende beleidsinstrumenten die de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) inzet in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken. Deze instrumenten zijn er op gericht om bedrijven te ondersteunen bij hun internationale activiteiten. In 2018 is er in opdracht van het IOB door het CBS een effectmeting gepubliceerd van een zo breed mogelijke set beleidsinstrumenten (zie onderstaande tekst box met de voornaamste bevindingen uit dat onderzoek). In 2019 is er door het CBS in een vervolgstudie ingezoomd op uitgaande economische missies met een bewindspersoon (Boutorat et al., 2019). De voornaamste conclusies van dit tweede onderzoek waren dat dergelijke missies geen significant effect hebben op de omvang van de handel van bestaande exporteurs, maar wel op de kans dat een bedrijf nieuwe activiteiten ontplooit in het land van bestemming van een missie. Daarbij kan het gaan om de export of import van goederen, maar ook om directe buitenlandse investeringen.

#### **Kernresultaten onderzoek “Effectmeting bedrijfsleveninstrumentarium en posteninzet ter stimulering van internationaal ondernemen” (van den Berg et al., 2018)**

In 2018 heeft het CBS een brede kwantitatieve analyse uitgevoerd naar het effect van het gebruik van het beleidsinstrumentarium ter stimulering van internationaal ondernemen op de internationalisering van bedrijven. Voor dit onderzoek is het instrumentgebruik van 65 verschillende instrumenten gekoppeld aan de registers van het CBS. Daarna is een aantal onderbouwde selecties gemaakt, waarna de uiteindelijke analyses gebaseerd zijn op interventies in het kader van 24 verschillende instrumenten in de jaren 2010-2015, in de bedrijfstakken landbouw, nijverheid en handel. Economische missies waren daarbij het op twee na meest ingezette instrument dat in dit onderzoek is meegenomen.

De belangrijkste bevindingen waren als volgt:

- De meeste bedrijven (ruim 90 procent) benutten 1 instrument per interventie. De meest voorkomende combinaties van instrumenten zijn die van Starters International Business (SIB), Informatie op Maat en Inquiry on trade, technology or investment. Missiedeelname wordt het vaakst gecombineerd met het instrument Matchmaking.
- De belangrijkste bestemmingslanden waarvoor bedrijven gebruik maken van het instrumentarium zijn Duitsland (11 procent van de interventies) en China (10 procent). ‘Moeilijker’ en verder weg gelegen markten zoals China, Rusland en Turkije hebben een relatief groot aandeel in het instrumentgebruik in verhouding tot hun aandeel in de Nederlandse export.
- Ruim 4 procent van de bestaande goederenexporteurs in de onderzoeksperiode wordt bereikt met het beleidsinstrumentarium. Daarnaast behoort een kleine 20 procent van de instrumentgebruikers niet tot de populatie goederenexporteurs in de onderzoeksperiode.
- Ondersteunde bedrijven hebben over meerdere jaren profijt van een interventie, aangezien de resultaten laten zien dat de goederenexport van deze bedrijven in de twee jaar na de interventie significant 50 procent harder groeit dan die van de controlegroep.

- Vooral bestaande exporteurs hebben baat bij een interventie. Bij bedrijven die niet eerder internationaal actief waren is er geen significant effect meetbaar van instrumentgebruik.
- De resultaten met betrekking tot het gewicht van de beleidsinzet laten zien dat het verschil tussen lichte en zware instrumenten vooral in de timing van het effect zit, met name voor bestaande exporteurs. Lichte interventies sorteren direct resultaat, zware interventies, waaronder economische missies, in het jaar volgend op het instrumentgebruik. Dit duidt erop dat zware interventies een langere 'incubatietijd' hebben dan lichtere interventies.
- De resultaten verbijzonderd naar bedrijfsomvang laten zien dat er met name in het zelfstandig mkb (zmkb) een rol is weggelegd voor interventie, maar dat enige schaal wel vereist is om succesvol te kunnen zijn op buitenlandse markten na interventie. In deze groepen zullen zich vooral kleinere exportstarters bevinden voor wie de stap naar buitenlandse markten relatief lastig is.
- Ten aanzien van de geografische dimensie van interventie en export ontstaat het indicatieve beeld dat hoe complexer de markt hoe groter de scope voor het zware instrumentarium.

Belangrijk om op te merken is dat er in dit onderzoek onderzocht is of instrumentgebruik de totale goederenexport van bedrijven verhoogt. Er is dus geen rekening gehouden met de landsdimensie, dat wil zeggen, er is niet onderzocht in hoeverre bijvoorbeeld deelname aan een economische missie naar Duitsland heeft bijgedragen aan de export van het deelnemende bedrijf naar Duitsland.

Op basis van deze bevinding kan echter niet geconcludeerd worden dat economische missies geen zin hebben voor bestaande handelaren. Immers, het kan ook zijn dat deze bedrijven de betreffende buitenlandse markt verlaten hadden als ze niet op missie waren gegaan. Met andere woorden, mogelijk bood missiedeelname deze bedrijven de kans om te overleven op de betreffende markt. Aan de andere kant wil de positieve bevinding dat missies bedrijven stimuleren om te starten met handelen ook niet zeggen dat dit leidt tot activiteiten op de betreffende markt op de langere termijn. Zo hebben bijvoorbeeld Cadot et al. (2015) al eens laten zien dat het effect van missies op de omvang van de handel na drie jaar volledig is verdwenen. In lijn hiermee heeft het CBS eerder laten zien dat het gros van de Nederlandse exporteurs bestaat uit incidentele exporteurs die moeite hebben om de stap te maken naar de status van permanente exporteur (Van den Berg et al., 2022). De vraag is dan ook of bedrijven die starten met handelen naar aanleiding van missiedeelname uitgroeien tot bestendige exporteurs, of dat het doorgaans tot een kortdurende handelsrelatie met de betreffende markt leidt. Ook in het licht van eerder onderzoek van Alvarez (2007), die liet zien dat incidentele exporteurs een ander soort ondersteuning nodig hebben dan permanente exporteurs, is dit een relevante vraag.

In dit rapport worden de bevindingen gepresenteerd van een vervolgonderzoek aan economische missies met bewindspersoon dat het CBS in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken heeft uitgevoerd en dat voortborduurde op de bevindingen uit het eerdere rapport uit 2019. De vraag in hoeverre missiedeelname bijdraagt aan de bestendigheid van handelsrelaties met het bezochte land vormt daarbij analytisch de

meest uitdagende van de vragen die in het hier voorgestelde onderzoek aan bod komen. Deze vraag valt uiteen in drie deelvragen:

1. Wat is de bijdrage van missiedeelname aan de overlevingskans van een bestaande handelaar op de bezochte markt?
2. Hoe lang blijft een bedrijf dat begint met handelen na missiedeelname aanwezig op de betreffende buitenlandse bestemming en hoe verhoudt zich dat tot bedrijven die zonder missie beginnen te handelen met die bestemming?
3. Wat is de kans dat een incidentele exporteur na missiedeelname uitgroeit tot structurele exporteur?

Tijdens de appreciatie van eerder onderzoek aan economische missies zijn er daarnaast verschillende andere aanvullende vragen gerezen bij het ministerie over het gebruik en de effectiviteit van missies. De vragen zullen aan de hand van literatuurstudie en beschrijvende analyse worden beantwoord en betreffen de volgende:

4. Voor welke bestemmingslanden zijn de missies effectiever? Bijvoorbeeld in termen van ontwikkelingsniveau
5. Voor welk type bedrijven zijn de missies effectiever? Bijvoorbeeld in termen van omvang of sector.
6. Hoe komt het dat de effecten van missies bij bestaande exporteurs minder groot zijn dan bij nieuwe bedrijven? Wat levert missiedeelname hen wel op dan?
7. Is er iets te zeggen over welk type missie effectiever is dan andere?
8. Wat zijn de kenmerken van de missiedeelnemers?
  - a. Hoeveel vrouwelijke missiedeelnemers en vrouwelijke ondernemers/CEO's bij deelnemende bedrijven?
  - b. Hoe is de verdeling tussen export van eigen makelij en wederuitvoer?
  - c. Hoeveel exporteurs van diensten gaan mee?

Ten slotte is er, vervolg gevend aan het eerdere onderzoek uit 2019, nog onderzocht of de bevindingen van destijds geduid kunnen worden aan de hand van aanvullende informatie. Dat resulteert in de laatste deelvraag die in dit rapport aan bod komt:

9. In hoeverre worden de resultaten uit de vervolgstudie in 2019 mede bepaald door het geslacht van de missiedeelnemer en het type handelsmissie?

## 2.2 Structuur van dit rapport

De rest van dit rapport volgt is als volgt opgebouwd. In het volgende hoofdstuk (3) worden verschillende beschrijvende statistieken gegeven over missiedeelnemers. Vraag 8 staat hierin centraal. In hoofdstuk 4 staat de effectiviteit van economische missies nogmaals centraal. Hierin worden onderzoeksvragen 4 tot en met 7 beantwoordt op basis van een literatuurstudie. Ook vraag 9 komt hier aan bod, door middel van aanvullend econometrisch onderzoek. Tot slot staat in hoofdstuk 5 de onderzoeksvragen (1-3) met betrekking tot de bestendigheid van handels- en investeringsstromen centraal.

## 3. Kenmerken van missiedeelnemers

### 3.1 Over de data

Om uitspraken te kunnen doen over de kenmerken van bedrijven en personen die deel hebben genomen aan economische missies heeft RVO informatie geleverd in de vorm van een bestand waarin KvK-nummers zijn opgenomen van bedrijven die mee zijn geweest op missie inclusief informatie over de bestemming en het moment van deze missie en het geslacht van de personen die hebben deelgenomen. Deze KvK-nummers zijn vervolgens door het CBS gekoppeld aan de statistische eenheden (lees: bedrijven) uit het Algemeen Bedrijvenregister (ABR), waarin de volledige populatie Nederlandse bedrijven wordt bijgehouden. In 94 procent van de gevallen kon het missiedeelnemende bedrijf worden gekoppeld aan het bedrijvenregister.<sup>6</sup> Deze lijst van succesvol gekoppelde bedrijven is vervolgens verrijkt met allerhande aanvullende gegevens ten behoeve van de beschrijvende en econometrische analyses. Daarbij gaat het om basale bedrijfskenmerken uit het Bedrijfsdemografisch Kader (BDK), informatie over ondernemers en bestuurders, cijfers over internationale handel in goederen en diensten en informatie over buitenlandse directe investeringen.

Om de hoogste bestuurder (CEO) van bedrijven zonder persoonlijke rechtsvorm te identificeren beschikt het CBS over actuele en integrale afslagen van het handelsregister. Ieder bedrijf moet daarin de BSN-nummers van al zijn bestuursleden opgeven. Daarbij moeten ook functietitels en de periode waarin de bestuursleden actief zijn (geweest) voor dat bedrijf worden opgegeven. Veel bedrijven hebben echter een bestuur dat gevormd wordt door meerdere personen waarbij functietitels niet altijd informatief zijn. Voor het voorliggende onderzoek is het echter van belang dat de hoogste baas (de CEO) binnen het bestuur wordt geïdentificeerd. Daartoe is dezelfde strategie gevolgd als in eerder onderzoek waarin deze stap gezet moest worden (Van den Berg et al., 2019). Deze strategie komt er kort gezegd op neer dat op basis van een analyse van functietitels, salarisgegevens en aantal dienstjaren van de bestuursleden wordt bepaald wie (hoogst waarschijnlijk) de CEO is binnen het bestuur van een bedrijf.<sup>7</sup> In een laatste stap is de informatie over ondernemers en CEO's gekoppeld aan de Basisregistratie Personen (BRP) om het geslacht van deze personen te achterhalen.

Voor een deel van de bedrijven is het niet mogelijk om informatie over de hoogste leidinggevende te achterhalen. Dit is bijvoorbeeld het geval bij besloten vennootschappen waarbij hoofdaandeelhouder een andere bv is. Ook is de identificatie van de CEO niet altijd mogelijk als bijvoorbeeld de functietitels onbekend of nietszeggend zijn.

---

<sup>6</sup> Behalve dat het niet altijd lukt om een KvK-nummer aan een bedrijfseenheid te koppelen kan het ook voorkomen dat meerdere KvK-nummers tot eenzelfde bedrijfseenheid horen.

<sup>7</sup> Voor een uitgebreide beschrijving van dit proces verwijzen we naar Van den Berg et al. (2019).

### 3.2 Missiedeelname en geslacht

Gedurende de periode 2008-2022 waren er ongeveer 9400 gevallen waarin een bedrijf (bedrijfseenheid) deelnam aan een missie onder leiding van een bewindspersoon. Deze populatie vormt de basis van de beschrijvende analyses in dit hoofdstuk.

Tabel 1 telt het aantal mannelijke en vrouwelijke missiedeelnemers, ondernemers en CEO's die horen bij de bedrijven die deelnamen aan een handelsmissie. Van belang is op te merken dat de functionaris die namens een bedrijf meegaat op missie (de missiedeelnemer) niet de hoogste leidinggevende van het bedrijf hoeft te zijn. Vandaar dat we hier onderscheid maken tussen missiedeelnemers en ondernemers/CEO's. Het onderscheid tussen ondernemers en CEO's komt voort uit de onderliggende bedrijfsstructuur; ondernemers betreffen de eigenaren van bedrijven met een persoonlijke rechtsvorm, CEO's betreffen de hoogste leidinggevende van bedrijven zonder persoonlijke rechtsvorm zoals bv's en nv's. Door databeperkingen zijn de jaren waarop de kolommen betrekking hebben niet gelijk, waardoor het vergelijken van absolute aantallen tussen kolommen niet mogelijk is. Ook kan het zijn dat eenzelfde bedrijf meerdere keren op handelsmissie is geweest. Dergelijke bedrijven zijn in die gevallen meer dan eens meegeteld. De tabel geeft ook aan op hoeveel unieke bedrijven de tellingen betrekking hebben.

Ondanks deze kanttekeningen komt er een duidelijk beeld naar voren, namelijk dat vrouwen fors ondervertegenwoordigd zijn. Van de deelnemers aan economische missies in de periode 2014-2022 was slechts 18 procent vrouw. Dit aandeel ligt nog lager wanneer we kijken naar vrouwelijke ondernemers (13 procent) en vrouwelijke CEO's (6 procent) bij missiedeelnemende bedrijven. Het lijkt er dus op dat in een niet verwaarloosbaar deel van de gevallen een vrouw meegaat op missie namens bedrijven die door een man worden geleid.

**Tabel 1 Missiebedrijven en hun deelnemers, ondernemers en CEO's naar geslacht**

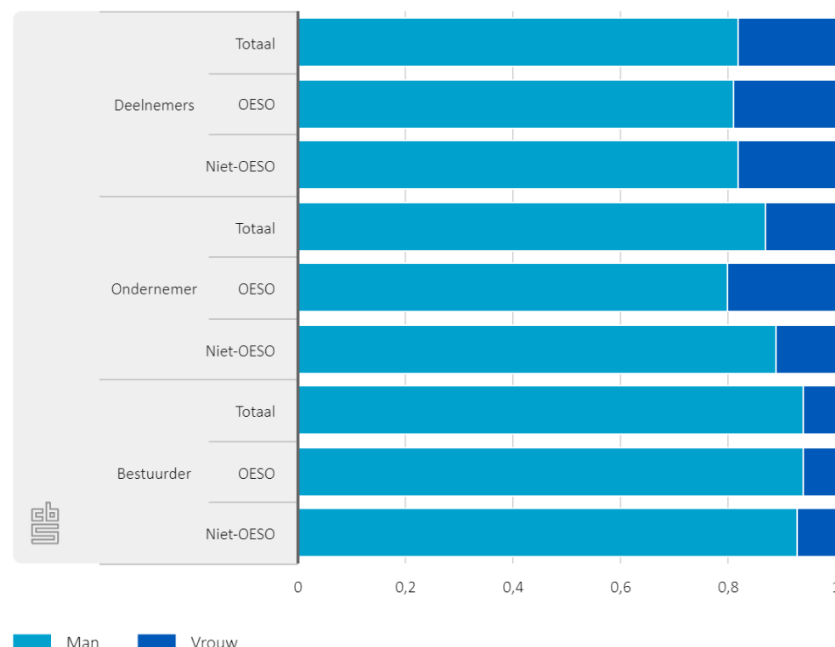
	Deelnemers	Ondernemers	CEO's
Man	3750	5685	5410
Vrouw	840	825	370
Aandeel vrouw	18%	13%	6%
Aantal missiedeelnames	4340	2175	5780
Aantal unieke deelnemende bedrijven	2370	1125	2205
Betreffende jaren	2014-2022	2010-2022	2008-2022

**Noot:** Terwijl een bedrijf doorgaans slechts 1 deelnemer op missie stuurt of geleid wordt door 1 CEO, kunnen er meerdere ondernemers geregistreerd staan per bedrijf. Verder wordt het geslacht van de deelnemer pas sinds 2014 bijgehouden door RVO en begint de data van het CBS over het geslacht van de ondernemer pas in 2010.

Dat bedrijven relatief zelden worden geleid door vrouwen is uiteraard al langer bekend (zie b.v. Vos, 2020)<sup>8</sup>. De resultaten voor bedrijven die meegaan op missie zijn nieuw. Op zoek naar mogelijke onderliggende patronen kijken we of vrouwen relatief meer of minder ondervertegenwoordigd zijn als we onderscheid maken naar de bestemming van de missie. Figuur 1 laat zien dat er geen wezenlijk verschil zit in het aandeel vrouwelijke missiedeelnemers en bestuurders bij missies naar OECD- en niet-OECD landen. Wel is zichtbaar dat er relatief veel bedrijven van vrouwelijke ondernemers meegaan op missies naar OECD-landen. In twintig procent van de gevallen gaat het bij missies naar OECD-landen om bedrijven waar een vrouwelijke ondernemer aan het roer staat, terwijl dit bij niet-OECD bestemmingen slechts 11 procent is. Dit suggereert dat vrouwelijke ondernemers meer geneigd zijn om op missie te gaan naar OECD-landen dan naar niet-OECD landen.

In Figuur 2 delen we de doellanden naar iets specifiekere categorieën in, namelijk naar de zeven wereldregio's van de Wereldbank. Dan zien we bijvoorbeeld dat vrouwen relatief vaker naar Zuid-Azië, Europa en Centraal Azië of Oost Azië op missie gaan. Afrika, het Midden-Oosten of Latijns Amerika zijn juist minder populair onder vrouwelijke deelnemers. Bij de ondernemers en bestuurders zien we grofweg dezelfde patronen. Dit correleert tot op zekere hoogte met het ontwikkelingsniveau van de bestemming. Dit alles suggereert dat vrouwelijke ondernemers meer geneigd zijn om op missie te gaan naar OECD-landen dan naar niet-OECD landen. Mogelijk spelen cultuurverschillen tussen deze doellanden en Nederland hier een rol in.

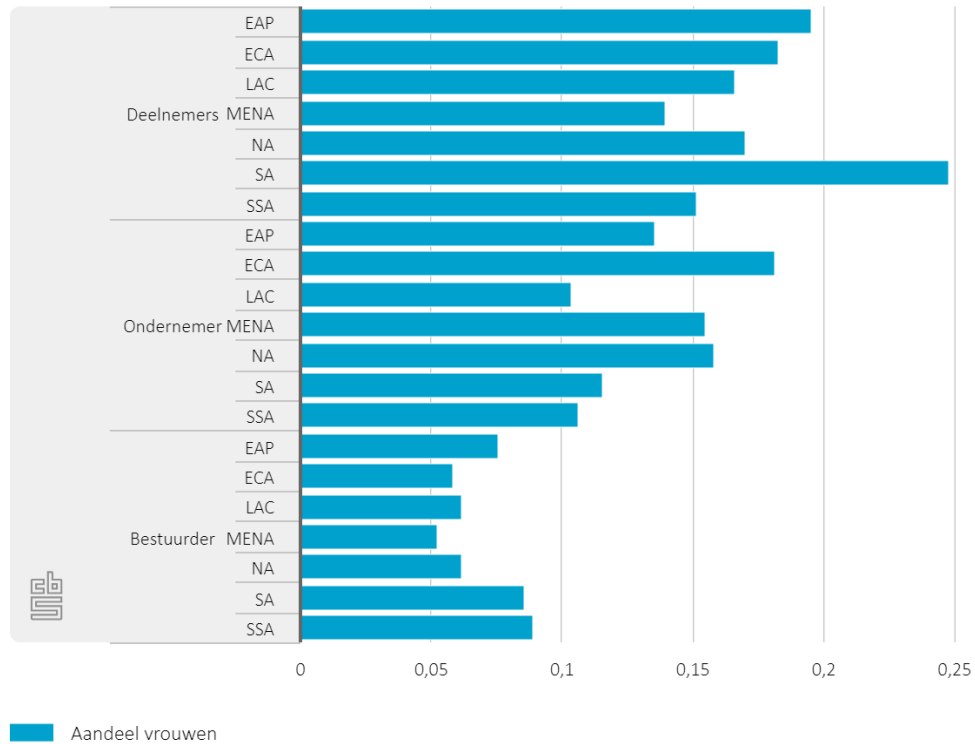
**Figuur 1 Aandeel vrouwen onder missiedeelnemers, ondernemers en CEOs**



<sup>8</sup> Zie daarnaast deze statistieken op Statline over persoonskenmerken van ondernemers: <https://mkbstatline.cbs.nl/#/MKB/nl/dataset/48001NED/table?dl=70634>

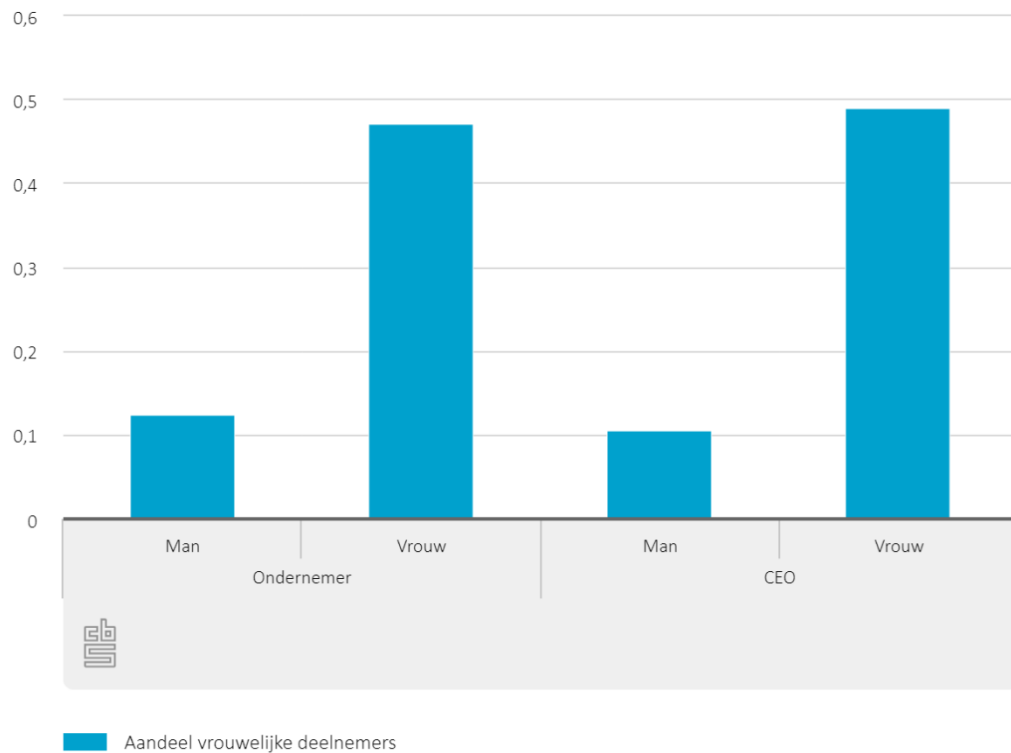


**Figuur 2 Aandeel vrouwen onder missiedeelnemers, ondernemers en CEOs. EAP: Oost-Azië en Pacific gebied, ECA: Europa en Centraal Azië, LAC: Latijns Amerika en Caribisch gebied, MENA: Midden-Oosten en Noord Afrika, NA: Noord Amerika, SA: Zuid Azië en SSA: Sub Sahara Afrika**



Tot slot kijken we in Figuur 3, voortbordurend op het beeld van Tabel 1, naar het verband tussen het geslacht van missiedeelnemers aan de ene kant en het geslacht van de ondernemer en de CEO aan de andere kant. Dan zien we een duidelijk patroon, namelijk dat bedrijven met een vrouw aan het roer veel vaker een vrouw meesturen op missie dan bedrijven waar een man aan het roer staat. Zo is 48 procent van de missiedeelnemers vrouw wanneer het bedrijf door een vrouwelijke ondernemer gerund wordt, tegenover slechts 11 procent als het bedrijf door een man geleid wordt. Bij bedrijven zonder persoonlijke rechtsvorm is dit beeld nog iets schever. Daarbij moet aangetekend worden dat de vrouwelijke missiedeelnemer mogelijk de vrouwelijke ondernemer of CEO zelf betreft, maar dat kan op basis van onze data niet met zekerheid gezegd worden.

**Figuur 3 Aandeel vrouwelijke missiedeelnemers, per bedrijfsstructuur**



### 3.3 Missiedeelname en goederenhandel

In deze en de volgende paragraaf kijken we naar verschillende dimensies van internationale handel in het licht van missiedeelname. In Tabel 2 is zichtbaar dat bij de bijna 7000 missiedeelnames in de periode 2010-2020 in ruim 20 procent van de gevallen het deelnemende bedrijf al goederen handelde (dat wil zeggen ofwel import, ofwel export, ofwel beiden) met het land van de missie.<sup>9</sup> Een kleine 80 procent deed dit dus nog niet. In het licht van de beschikbare academische onderzoeksliteratuur, die over het algemeen concludeert dat het effect van economische missies met name zichtbaar is bij bedrijven die nog niet eerder met het doeland handelden, is dit goed nieuws.

**Tabel 2 missies en handel met partnerland, 2010-2020**

Aantal missies 2010-2020	Bedrijf handelt met missieland	Bedrijf handelt nog niet met missieland
6950	1490 (21%)	5460 (79%)

**Noot:** Bij de missies naar EU-landen is wegens databeperkingen gekeken naar de wederuitvoer naar de hele EU. Aangezien de Brexit in 2021 een breuk oplevert in deze populatie is ervoor gekozen om de onderzoeksperiode slechts tot 2020 te laten lopen.

<sup>9</sup> Hierbij dient opgemerkt te worden dat bij missielanden binnen de Europese Unie (EU) de handel van bedrijven binnen de EU noodgedwongen per bedrijf is geaggregeerd. Het is namelijk niet voor alle bedrijven en alle jaren in de onderzoekspopulatie bekend naar welk specifiek EU land zij exporteren. Voor de missies van deze bedrijven betreft het bijgevolg dus niet per se de handel met het individuele missieland.

Van de bijna 1500 missiedeelnames waarbij het deelnemende bedrijf wel al goederen handelde met het land van bestemming bestond de export naar dit land gemiddeld voor 15 procent uit wederuitvoer.<sup>10</sup> Wederuitvoer zijn goederen die eerst door het Nederlandse bedrijf zijn geïmporteerd en die daarna het land in (vrijwel) onbewerkte staat weer verlaten. Dit aandeel wederuitvoer is nagenoeg gelijk aan het aandeel wederuitvoer in de totale Nederlandse goederenexport (16 procent). Missiedeelnemers zijn dus niet relatief veel of weinig actief in de wederuitvoer van goederen.

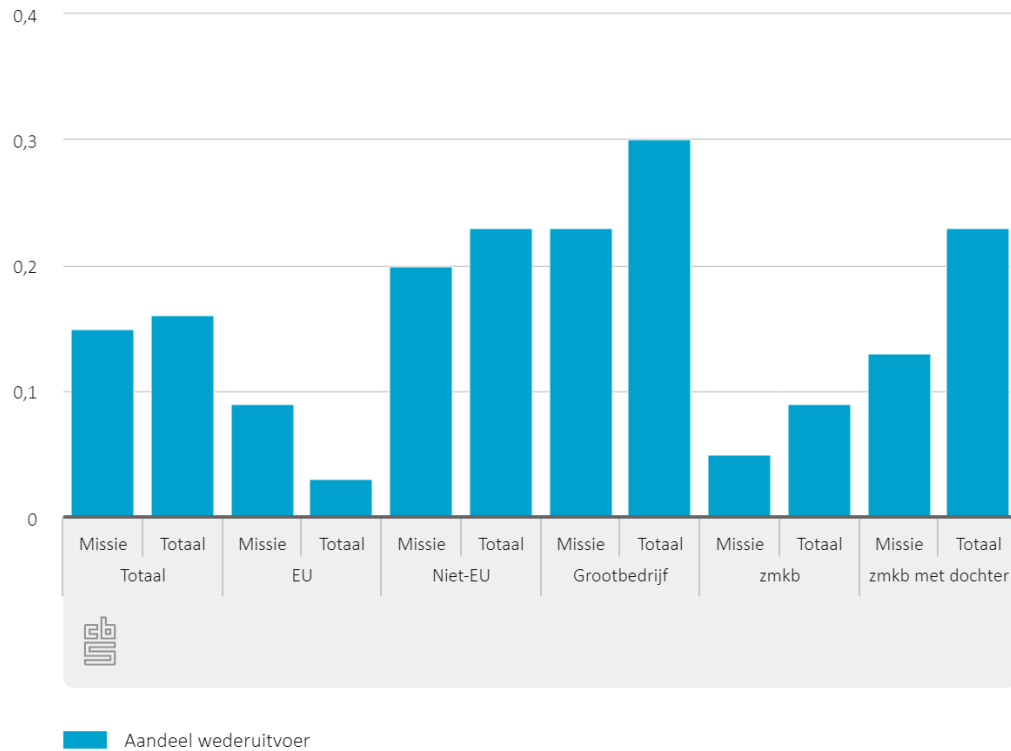
In Figuur 4 splitsen we deze cijfers verder uit naar bestemming (EU versus niet-EU) en naar type bedrijf (zelfstandig mkb versus grootbedrijf). Dan zien we allereerst dat het aandeel van wederuitvoer in de export naar niet-EU landen gemiddeld hoger ligt, zowel in de totale handel als in die van missiedeelnemers. Daarnaast is duidelijk dat grote bedrijven actiever zijn in de wederuitvoer dan kleine bedrijven, opnieuw zowel onder missiedeelnemers als in de totale Nederlandse handel. Wel zien we dat missiedeelnemers wat minder sterk leunen op wederuitvoer dan de gemiddelde Nederlandse exporteur, behalve voor missies naar de EU. Daar zien we juist dat het aandeel van wederuitvoer aanzienlijk hoger is bij missiedeelnemers, alhoewel dit met ongeveer 9 procent nog steeds relatief bescheiden is.

Over het algemeen zijn er dus geen duidelijke verschillen zichtbaar in het belang van wederuitvoer voor missiedeelnemers en andere Nederlandse exporteurs. Ook door de jaren heen zien we daarin geen duidelijke trend. Er kan daarom geconcludeerd worden dat missiedeelnemers een representatieve deelpopulatie vormen van de volledige populatie Nederlandse goederenexporteurs, wanneer we kijken naar de samenstelling van de handel.

---

<sup>10</sup> De doorvoer is hierin niet meegenomen.

**Figuur 4** aandeel wederuitvoer naar verschillende categorieën

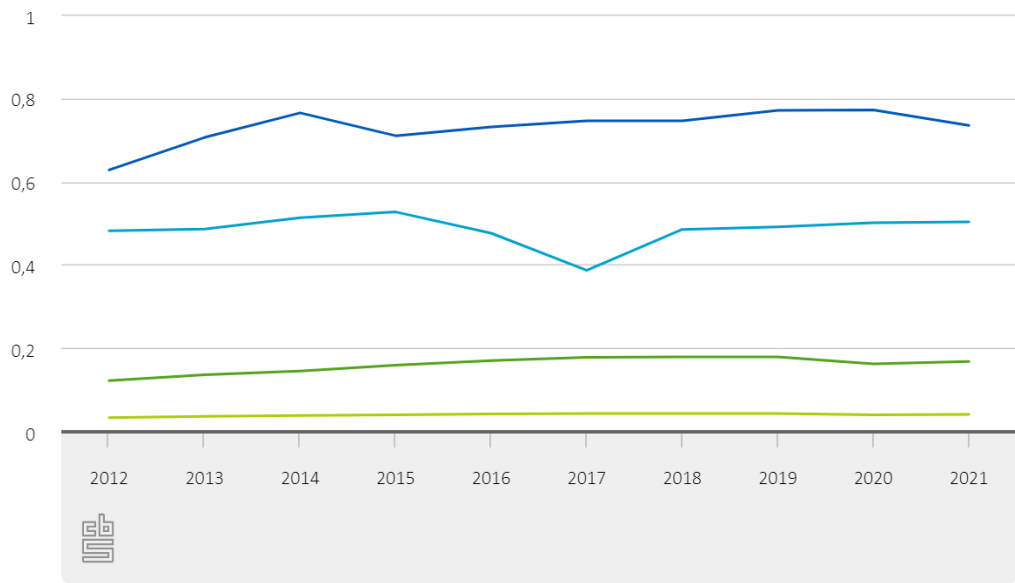


### 3.4 Leveranciers van diensten

Tot slot bekijken we of de missiedeelnemers naast goederenhandel ook diensten verhandelen in het missieland. Figuur 5 toont jaarlijks het aandeel van de missiedeelnemende bedrijven dat in het jaar van missiedeelname ook actief was in de dienstenhandel. Let wel, we kunnen hier vanwege databeperkingen niet precies vaststellen of die diensten verhandeld worden met het land van bestemming van de missie. Het gaat in Figuur 5 dus enkel over de vraag of het missiedeelnemende bedrijf überhaupt diensten importeert of exporteert.

Dan zien we dat ruim 70 procent van de missiedeelnemers diensten importeert en zo'n 50 procent diensten exporteert. Dit is veel hoger dan het gemiddelde onder bedrijven die niet op missie meegaan. Daarvan importeert slechts 16 procent en exporteert 4 procent van alle bedrijven diensten. Dit komt vooral door een verschil in het soort bedrijven dat wel en niet op missie gaan. Onder de niet-deelnemers zitten veel eenmanszaken (66 procent van alle bedrijven in Nederland zijn immers een eenmanszaak) die slechts zeer beperkt actief zijn in de dienstenhandel. Onder de missiedeelnemers zitten vaak grotere bedrijven die juist wel vaak handelen. Kortom, er gaan dus relatief veel dienstenhandelaren mee op handelsmissie.

**Figuur 5 Aandeel van de bedrijven dat ook diensten verhandeld**



- Aandeel missie bedrijven met diensten export
- Aandeel missie bedrijven met diensten import
- Aandeel NL bedrijven met diensten export
- Aandeel NL bedrijven met diensten import

## 4. Effectiviteit van missies

De effectiviteit van economische missies en andere vormen van exportpromotie zijn veelvuldig onderzocht. Ook het CBS heeft recentelijk onderzoek gepubliceerd over de effectiviteit van Nederlandse missies (Boutorat en Franssen, 2022, vanaf hier BF22). In dit hoofdstuk geven we een synthese van de onderzoeksliteratuur op het gebied van economische missies, met daarbij een focus op de in hoofdstuk 2 gepresenteerde onderzoeksvragen:

1. Voor welke bestemmingslanden zijn de missies effectiever? Bijvoorbeeld in termen van ontwikkelingsniveau
2. Voor welk type bedrijven zijn de missies effectiever? Bijvoorbeeld in termen van omvang of sector.
3. Hoe komt het dat de effecten van missies bij bestaande exporteurs minder groot zijn dan bij nieuwe bedrijven? Wat levert missiedeelname hen wel op dan?
4. Is er iets te zeggen over welk type missie effectiever is dan andere?
5. In hoeverre worden de resultaten uit de vervolgstudie in 2019 mede bepaald door het geslacht van de missiedeelnemer en het type handelsmissie?

### 4.1 Over de bestaansgrond van handelsmissies

Een handelsmissie gaat simpelweg om een groep ondernemers die in georganiseerd verband op bezoek gaat bij een ander land. Tijdens zo'n bezoek vinden er bijvoorbeeld netwerkbijeenkomsten plaats om lokale businesspartners te leren kennen en kennismakingsgesprekken met mogelijke zakenpartners en overheden. Deelnemende bedrijven betalen doorgaans een kostenvergoeding maar daar staat tegenover dat zij veel informatie kunnen ophalen over een potentiële buitenlandse markt en dat zij profiteren van het feit dat ze in het kader van een onder Nederlandse vlag georganiseerde handelsmissie een markt binnenkomen.

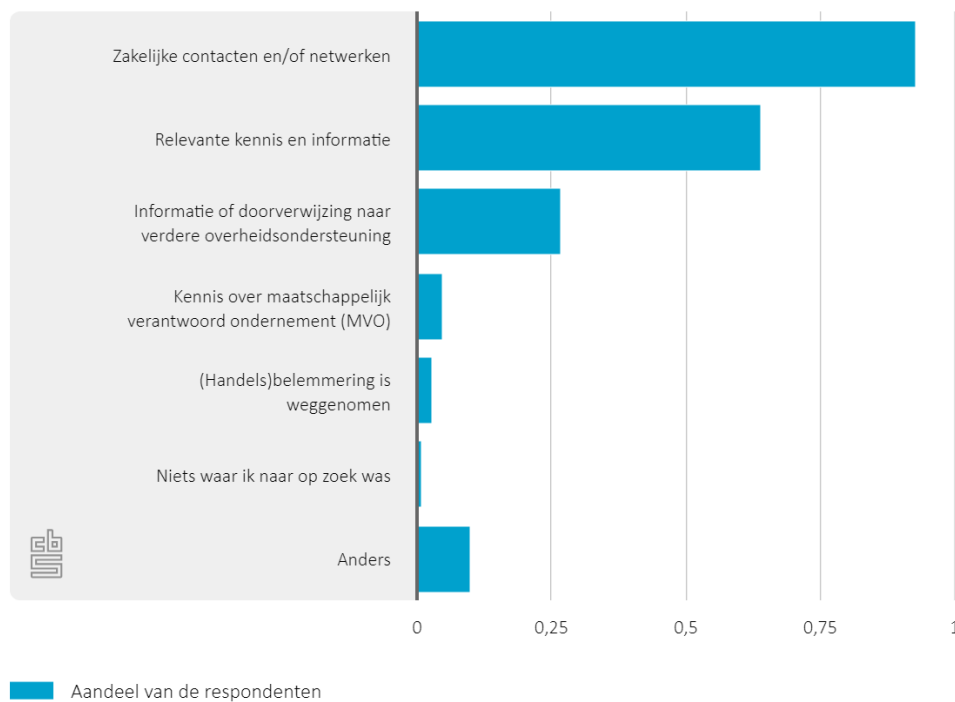
De economische bestaansgrond van het fenomeen handelsmissies komt in de kern neer op het wegnemen van een informatieasymmetrie tussen bestaande en potentiële exporteurs (Hausmann en Rodrik, 2003). Bedrijven die al actief zijn op een bepaalde markt hebben niet direct een prikkel om hun kennis van deze markt te delen met partijen die de ambitie hebben toe te treden, terwijl het voor hun juist een kostbare aangelegenheid is om het hele proces van een exportstart te doorlopen. Er moeten veel stappen worden gezet, waar een aanzienlijke investering mee gemoeid is. Denk bijvoorbeeld aan de kosten van marktonderzoek, het vinden van afnemers, marktpositionering en eventuele productaanpassingen die nodig zijn om te voldoen aan afwijkende regelgeving die geldt op de betreffende buitenlandse markt. Het is voor nieuwe toetreders een complex proces om te doorlopen, terwijl er hieromtrent bij bestaande exporteurs relevante kennis en ervaring bestaat. Deze informatieasymmetrie, een gebrek aan kennisoverdracht tussen de bestaande handelaren en de nog niet handelaren, is een vorm van marktfalen die een aangrijpingspunt biedt voor

beleidsinterventie door de overheid. Door potentiële toetreders mee op handelsmissie te nemen en kennisuitwisseling met al exporterende missiedeelnemers daarbij te stimuleren kunnen toetredingsbarrières worden verlaagd, waardoor de benodigde investering voor een exportstart beperkt kan worden. Op deze wijze neemt de overheid derhalve een knelpunt weg dat de markt uit zichzelf niet zou oplossen, wat de economie in brede zin ten bate komt.

## 4.2 Effectiviteit van economische missies in brede zin

De cruciale vervolgvraag is dan natuurlijk of de overheid dit knelpunt ook daadwerkelijk wegneemt met zijn ingrijpen? Met andere woorden, wat is de effectiviteit van deze economische missies? Daar is in allerlei landen, waaronder Nederland, al veel onderzoek naar gedaan. Een eenduidig antwoord op deze vraag destilleren uit het bestaande onderzoek is echter niet evident. Allereerst rijst de vraag wat een “succesvolle handelsmissie” precies inhoudt? Terwijl de focus in de econometrische onderzoeksliteratuur doorgaans gelegd wordt op duidelijke kwantificeerbare resultaten (gerealiseerde export) blijkt uit kwalitatief onderzoek dat bedrijven een bredere blik hebben. Een recente enquête van Blauw Research onder deelnemers aan Nederlandse economische missies in 2022 laat bijvoorbeeld zien dat de opbrengst van een missie doorgaans zit in het opdoen van nieuwe zakelijke contacten en netwerken of het ophalen van relevante kennis en informatie (Figuur 6, uit Bogers en Postel, 2023), en veel minder in het realiseren van een daadwerkelijk zakelijke transactie.

**Figuur 6 Opbrengst missie voor missiedeelnemers 2021 (Bogers en Postel, 2023)**



Bron: Bogers en Postel, 2023

In het onderzoek van CBS wordt er bewust (zie tekstbox) een strakkere definitie van succes gehanteerd, waarbij het uitgangspunt is om een mogelijke relatie te identificeren tussen missiedeelname en de daadwerkelijke handel van het deelnemende bedrijf. Gaat een bedrijf kortgezegd meer handelen doordat hij op missie is geweest of niet? Daarbij kan nog een niveau dieper worden gekeken door te onderzoeken of een reeds actieve handelaar méér gaat handelen nadat hij op missie is geweest – dit noemen we de intensieve handelsmarge – of door te kijken of de kans groter is dat nog niet actieve handelaren beginnen met handelen nadat ze op missie zijn geweest – dit is de extensieve handelsmarge.

### Over de onderzoeksmethode

Bij een econometrische effectmeting ligt de grootste uitdaging doorgaans in het uitsluiten van mogelijke andere oorzaken voor een bepaald geobserveerd verband. Neem het voorbeeld van economische missies waarbij het effect van missiedeelname op de omvang van de handel wordt gemeten. In een dergelijk onderzoek worden idealiter twee situaties met elkaar vergeleken: één waarbij het bedrijf op missie gaat, en één waarbij exact datzelfde bedrijf niet op missie gaat. Het verschil in de gerealiseerde handel in beide scenario's is in dat geval het effect van missiedeelname. Aangezien beide situaties natuurlijk niet geobserveerd worden richt de econometrie zich op het nabootsen van de *counterfactual*, de niet-geobserveerde situatie waarin de missiedeelnemer niet op missie zou gaan. Dit wordt gedaan door in de groep bedrijven die niet op missie gaat op zoek te gaan naar een bedrijf dat zo exact mogelijk lijkt op de missiedeelnemer. Dit gebeurt op basis van observeerbare kenmerken, zoals bedrijfsgrootte, internationale ervaring, leeftijd, sector, etc., maar ook op minder goed observeerbare kenmerken zoals hun interesse in internationaal ondernemen. De aanname is vervolgens dat het waargenomen verschil in gerealiseerde handel tussen de missiedeelnemer en het daarop lijkende bedrijf uit de groep niet-deelnemers, volledig en causaal toe te kennen is aan het feit dat het ene bedrijf op missie is gegaan en het andere niet. Door deze strikte modelopzet worden "effecten" op de handel die ook zónder missiedeelname zouden hebben plaatsgevonden niet ten onrechte toegekend aan die missie.

Eén nadeel van deze methode is dat het vraagt om een heel specifieke definitie van de uitkomstvariabele, zoals het betreden van een nieuwe exportmarkt of het realiseren van een X bedrag aan exportwaarde. Dit terwijl het nut van een missie veel breder kan zijn dan dit. Denk hierbij aan Figuur 6, waarin deelnemers aangeven dat het opdoen van kennis en een netwerk opbouwen een belangrijke opbrengst van een missie is. Deze additionele en veelal kwalitatieve voordelen zijn lastiger te kwalificeren en daardoor moeilijker te accommoderen in dit soort onderzoek.

Door deze engere definitie van "succes" te hanteren wordt het mogelijk om een beeld te vormen op basis van de academische onderzoeksliteratuur van de effectiviteit van



economische missies. Zo is er meer empirisch bewijs voor een effect van missiedeelname op de extensieve handelsmarge dan op de intensieve handelsmarge. Met andere woorden, missiedeelname leidt er vaker toe dat bedrijven daarna beginnen met exporteren naar een land dan dat reeds actieve exporteurs dankzij de missie meer gaan exporteren. Ook in Nederland zien we zoals eerder besproken wél een effect van missiedeelname op de extensieve marge, maar niet op de intensieve marge. Dit is intuïtief verklaarbaar aan de hand van de in paragraaf 4.1 besproken bestaansgrond van economische missies, namelijk het oplossen van de informatie-asymmetrie tussen bestaande handelaren en potentiële nieuwkomers. Dat sluit ook aan bij de bevinding van Volpe Martincus en Carballo (2010) dat bedrijven die een grotere informatieachterstand hebben het meeste baat hebben bij deze vorm van exportpromotie.

### **4.3 Heterogeniteit in de effectiviteit van economische missies**

De literatuur is uiteraard niet dermate eenvoudig dat het altijd aantoonde dat er geen effect is of de intensieve marge maar wel – altijd – op de extensieve marge. In deze paragraaf bespreken we de heterogeniteit in effecten langs de extensieve marge. Verschillen in de samenstelling van de onderzoekspopulatie, met betrekking tot bijvoorbeeld de bestemmingslanden, de opzet van economische missies en deelnemende bedrijven kunnen leiden tot schijnbare tegenstellingen.

#### *Verschillen tussen doellanden*

Moons & Van Bergeijk (2017) hebben laten zien dat de effectiviteit van ambassades, consulaten en exportpromotieagentschappen samenhangt met het ontwikkelingsniveau van de handelspartner, waarbij exportpromotie-inspanningen tussen de meest ontwikkelde landen het minste effect had. Dit zien we ook terug in BF22, die aantoonde dat het effect van een handelsmissie afneemt met een toenemend ontwikkelingsniveau van het bestemmingsland. De resultaten van BF22 laten echter ook zien dat van economische missies naar de minst ontwikkelde landen ook geen significant effect meetbaar was.

#### *Verschillen tussen typen missies*

Missies die een bepaalde thematische focus hebben, laten doorgaans een groter effect zien. In de literatuur is er niet veel onderzoek beschikbaar naar hoe verschillende typen missies een verschillende mate van effectiviteit hebben. Olarreaga et al. (2016) en BF22 zijn twee uitzonderingen. Olarreaga (2016) liet zien dat missies die zich richten op een select aantal sectoren en markten tot hogere exportverdiensten leiden. BF22 maakte onderscheid tussen zogenaamde brede en smalle Nederlandse missies. Smalle missies hebben daarbij een thematische focus, waarbij minimaal 30 procent van de deelnemers afkomstig is uit dezelfde top-sector. Bij brede missies is er geen thematische focus. Deze brede missies bleken minder effectief dan de smalle missies in het vergroten van de kans op een exportstart.

#### *Verschillen tussen deelnemende bedrijven*

Ook hier geldt dat voor bedrijven met een grotere informatiekloof de effecten van missies groter zijn. Meerdere onderzoeken hebben dit inmiddels aangetoond dat bijvoorbeeld kleine bedrijven die sowieso weinig exporteren (Volpe Martincus en Carballo, 2010; Volpe Martincus et al., 2012; Munch en Schaur, 2015) doorgaans de grootste effecten ervaren. Dit was ook zo in het onderzoek voor de Nederlandse bedrijven (BF22). Dat sluit tevens aan op de conclusie van Schminke en van Biesebroeck (2013) dat export ervaring als substituuat kan gelden voor export ondersteuning.

Het belang van de informatiekloof wordt verder versterkt als we kijken naar verschillen tussen sectoren en producten. Zo hebben Volpe Martincus en Carballo (2012) laten zien dat complexere of meer gedifferentieerde producten, waar doorgaans meer en complexere regels en dus grotere informatiebehoefte bestaan, meer baat hebben bij ondersteuning.

Hier is een intuïtief logische verklaring voor, immers, daar waar de informatiebehoefte het grootste is, valt de grootste winst te behalen met exportondersteuning zoals het organiseren van economische missies. Kleinere bedrijven hebben minder middelen ter beschikking dan grote bedrijven om aan te wenden voor het kostbare ontplooiën van een exportstrategie. Dan is exportondersteuning in de vorm van bijvoorbeeld het organiseren van economische missies relatief gezien waardevoller voor, en effectiever bij kleinere bedrijven met weinig exportervaring dan voor grotere bedrijven.

#### **4.4 Geslacht en missie effectiviteit**

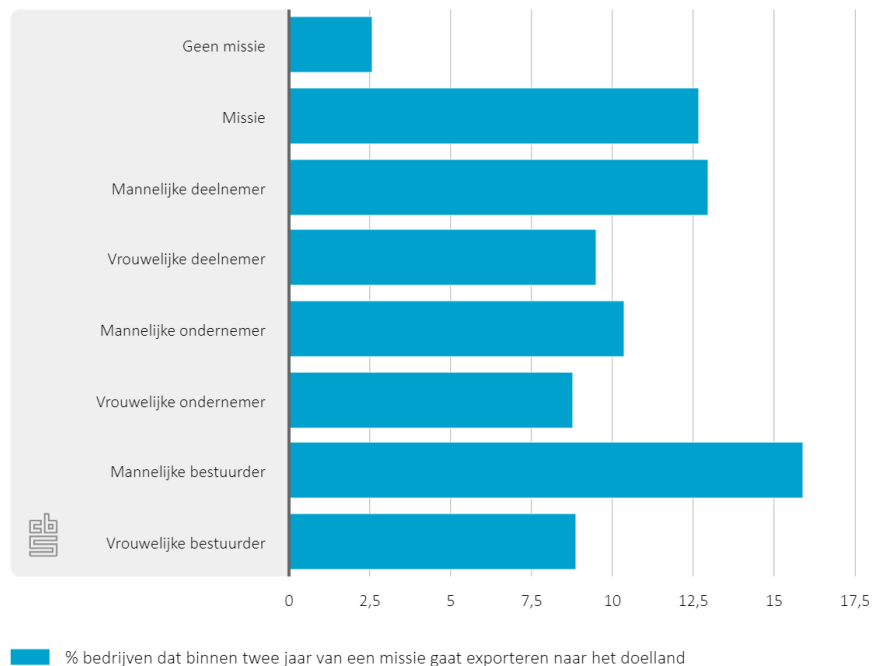
Naast verschillen tussen bestemmingslanden, typen missies en deelnemende bedrijven is het aannemelijk dat de karakteristieken van de functionaris die daadwerkelijk mee gaat op missie ook een rol speelt bij de effectiviteit van missiedeelname. Ook is bekend dat mannen en vrouwen bedrijven op verschillende wijze leiden (e.g. Shropshire et al. 2021). Het ligt voor de hand dat dit ook een uitwerking heeft op de effectiviteit van economische missies. Zo kan het bijvoorbeeld zo zijn dat topmannen op een ander punt in het internationaliseringsproces besluiten om mee te gaan op handelsmissie dan topvrouwen, waardoor dit instrument meer of juist minder geschikt kan blijken ter ondersteuning van de eerste stap naar een nieuwe markt. Daarom onderzoeken we hier in welke mate het geslacht van de deelnemer of van de ondernemer of topbestuurder achter het deelnemende bedrijf samenhangt met de effectiviteit van economische missies. Naar beide is in de literatuur, voor zover wij weten, tot op heden geen onderzoek naar gedaan.

Aan de hand van aanvullende informatie onderzoeken we of en in welke mate de resultaten van BF22 samenhangen met het geslacht van de missiedeelnemer en het geslacht van de ondernemer of hoogste bestuurder van het bedrijf dat meegaat op missie. Dat doen we op basis van 2965 economische missies in de periode 2014-2021

waarvan we het geslacht van de missiedeelnemer kennen, en 2690<sup>11</sup> missies in de periode 2011-2021 waarvan we het geslacht van de ondernemer en/of de bestuurder van bedrijven die meegaan op missie kennen. In wat volgt refereren we bij de discussies over deelnemers aan een mannelijke missie als de deelnemer een man is. Bij de discussie over bestuurders of ondernemers is een mannelijke missie juist waar de bestuurder en de ondernemer achter het bedrijf een man is.

Figuur 7 geeft een eerste beschrijvend beeld van de mate waarin beginnen met exporteren samenhangt met verschillen tussen mannelijke en vrouwelijke missies. We zien hier dat missies met een mannelijke component vaker tot export lijken te leiden dan missies met een vrouwelijke component. Zo begint van de bedrijven die een man op missie sturen gemiddeld 13 procent binnen twee jaar met exporteren naar het betreffende bestemmingsland. Bij bedrijven die een vrouw op missie sturen is dat met 9 procent aanzienlijk minder. Bedrijven die geleid worden door mannelijke ondernemers of bestuurders beginnen in de twee jaar na missiedeelname ook vaker met exporteren dan bedrijven die door vrouwen worden geleid. Dit geldt met name voor mannelijke bestuurders, die in 16 procent van de missie gevallen binnen 2 jaar gaan exporteren naar het doelland, tegenover 9 procent van de missie deelnemers waarbij een vrouw de hoogste bestuurder is.

**Figuur 7 Percentage van de bedrijven dat binnen twee jaar na missiedeelname begint met exporteren naar het land van de missie**



<sup>11</sup> Zoals uitgelegd in paragraaf 3.1 bestaan er grote verschillen in het aantal missies waar we een deelnemer, bestuurder of ondernemer aan kunnen koppelen. Dat verklaart waarom we aan *slechts* 2690 missies een ondernemer en/of bestuurder kunnen koppelen, ondanks dat we daar een langere tijdsperiode observeren dan voor de 2965 missies waar we het geslacht van de deelnemer weten.

De statistieken in figuur 7 geven puur een beschrijvend beeld van het deel van de bedrijven per groep dat binnen twee jaar begint met exporteren. Daarbij wordt dus geen rekening gehouden met andere verschillen tussen deze groepen bedrijven. terwijl die verschillen wel een effect kunnen hebben op de effectiviteit van economische missies. We passen daarom het econometrische model van BF22 opnieuw toe, zodat we rekening kunnen houden met allerhande observeerbare en niet observeerbare verschillen tussen economische missies met en zonder een vrouwelijke component. Zie de bijlage (7.1) voor een uitgebreidere methodebeschrijving.

De resultaten van deze analyse (Tabel 3) laten zien dat het geschatte effect van missiedeelname op de kans dat een bedrijf naar het bestemmingsland gaat exporteren (kolom 1) significant en positief is. Bedrijven die meegaan op handelsmissie hebben een ongeveer 8,8 procent grotere kans om in de twee jaar daarna te beginnen met exporteren naar het bestemmingsland dan bedrijven die niet meegaan op handelsmissie maar wel een gebleken interesse voor internationaal ondernemen hebben. Kolommen 2 en 3 laten zien dat dit resultaat voor een belangrijk deel gedreven wordt door bedrijven die een mannelijke vertegenwoordiger meesturen op handelsmissie (kolom 2) of door bedrijven die geleid worden door een man (kolom 3). De geschatte effecten zijn zowel voor mannelijke als voor vrouwelijke missies significant en positief, maar de coëfficiënten zijn ongeveer 1,5 keer groter bij mannelijke missies.

**Tabel 3 Effect van economische missies (kolom 1), met onderscheid naar het geslacht van de missiedeelnemer (kolom 2) of de bestuurder/ondernemer achter het bedrijf (kolom 3).**

	(1)	(2)	(3)
Missie effect	0.08789*** (10.75)		
Missie met mannelijke deelnemer		0.09235*** (9.17)	
Missie met vrouwelijke deelnemer		0.06248*** (2.75)	
Missie met zowel mannelijke als vrouwelijke deelnemer		0.07331 (1.63)	
Door man geleid bedrijf			0.10187*** (9.45)
Door vrouw geleid bedrijf			0.06461** (2.03)
_cons	0.01287*** (390.27)	0.01287*** (390.26)	0.01287*** (390.27)
N	18908419	18907961	18907757
adj. R2	0.1676	0.1676	0.1676

*t* statistics in parentheses

\*  $p < 0.1$ , \*\*  $p < 0.05$ , \*\*\*  $p < 0.01$

Bovenstaande resultaten zijn op basis van een lineair kans model met bedrijf\*jaar en land\*jaar dummies en op bedrijf\*land geclusterde standaardfouten.

Deze resultaten roepen in eerste instantie vanzelfsprekend allerlei vragen op. Vooraleerst: waarom zouden economische missies met een vrouwelijke component minder effectief zijn dan mannelijke missies? Zeker ook omdat hierbij nu wel rekening gehouden wordt met structurele verschillen tussen bestemmingslanden, bedrijven en verslagjaren. Toch zijn er nog ten minste twee mogelijke redenen te bedenken waarom mannelijke missies vaker tot export zouden kunnen leiden dan vrouwelijke missies:

1. Er zijn inherente verschillen tussen mannen en vrouwen die meegaan op missie; of in de wijze waarop mannen en vrouwen bedrijven leiden.
2. Er zijn verschillen tussen de bedrijven die mannen, en bedrijven die vrouwen op missie sturen, of tussen de bedrijven die geleid worden door mannen versus bedrijven die geleid worden door vrouwen.

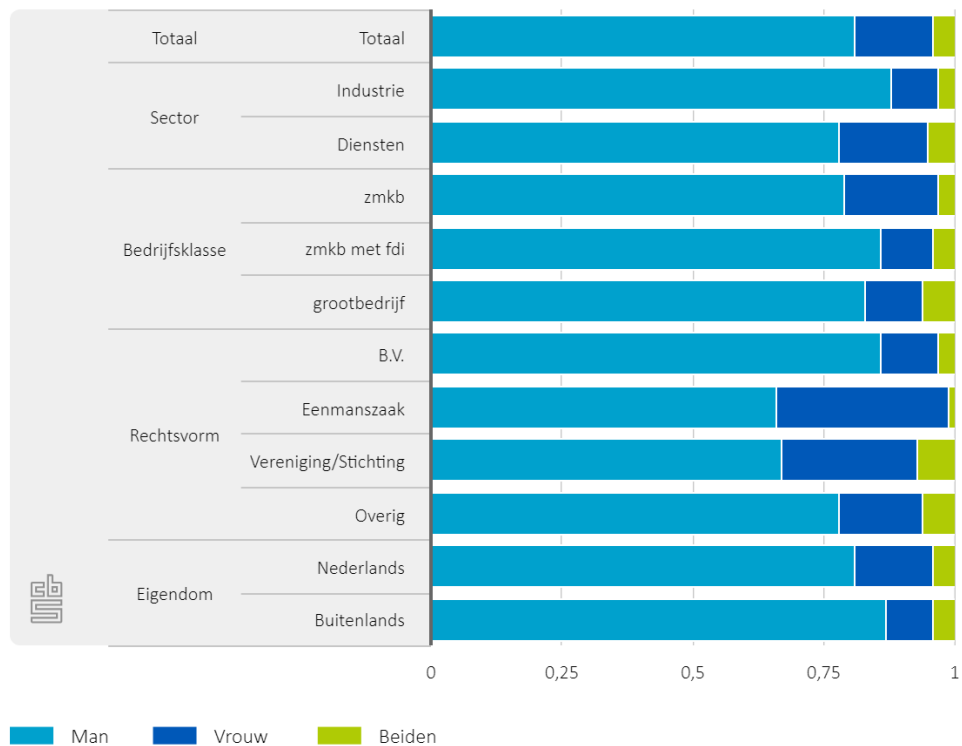
De eerste mogelijke verklaring zou impliceren dat er inherente verschillen zijn tussen mannen en vrouwen die maken dat missiedeelname minder vaak resulteert in nieuwe exportrelaties. Dat is echter bijzonder moeilijk meetbaar. De beperkte hoeveelheid beschikbare literatuur dienaangaande wijst wel op het bestaan van structurele verschillen in bijvoorbeeld risico aversie tussen mannen en vrouwen, wat mogelijk zou kunnen leiden tot een hogere toetredingsbarrière tot buitenlandse markten voor vrouwelijke ondernemers. (b.v. Farooq et al., 2022; Shropshire et al., 2021).

Voor de tweede hypothese is het van belang dat we een beter beeld krijgen van de bedrijven die op missie gaan. Dit doen we aan de hand van vier belangrijke bedrijfskenmerken, namelijk de sector waarin ze actief zijn (industrie of de diensten sector), of ze behoren tot het zelfstandig mkb (zmkb) of een multinational, en wat hun juridische rechtsvorm is. De sector is gekozen omdat het hier specifiek gaat om het exporteren van goederen, waardoor we een beter onderscheid willen maken tussen sectoren die zelf ook goederen produceren of juist niet. Verder is uit velerlei onderzoek gebleken dat zmkb en multinational status zeer belangrijke factoren zijn die het algemene prestatieniveau van bedrijven beïnvloeden. Tot slot kijken we naar de juridische rechtsvorm van de deelnemende bedrijven. Het is immers aannemelijk dat er bedrijven zijn, zoals bv's en nv's, die vanuit hun winstogmerk mogelijk meer gericht zijn om te gaan exporteren dan bijvoorbeeld verenigingen, stichtingen, of eenmanszaken. Omdat onze deelnemers erg verschillen op deze vier belangrijke kenmerken, gaan daar in deze analyses sterker voor controleren.

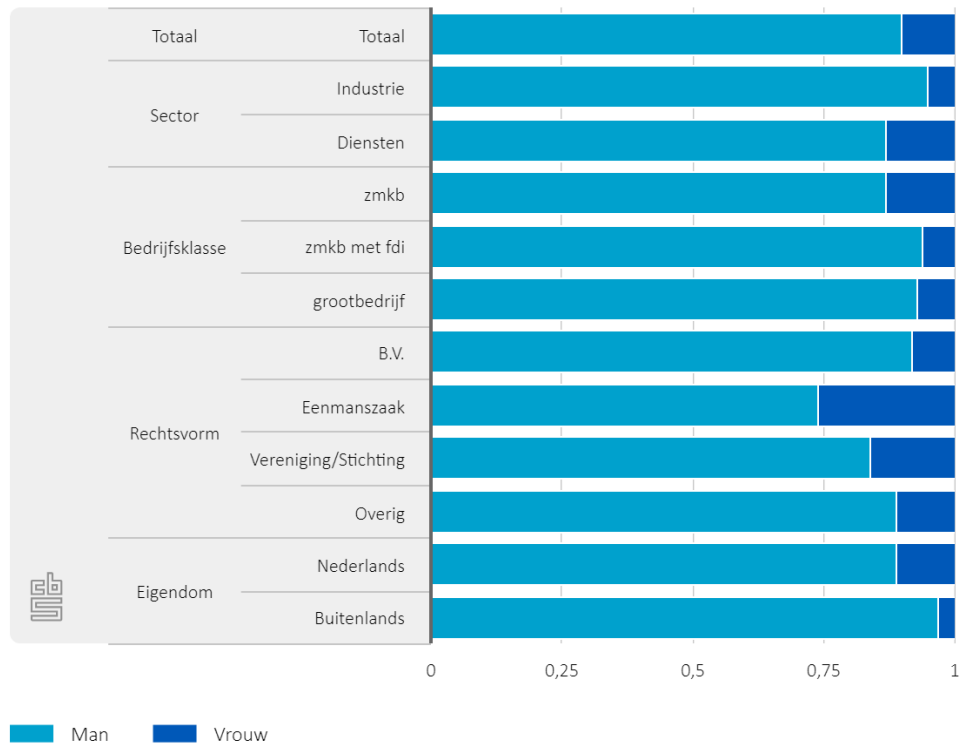
We beginnen echter eerst met een beschrijvende analyse van de deelnemers. Figuren 8 en 9 laten de genderverdeling zien van de deelnemers en het leiderschap achter de missiedeelnemende bedrijven. Beide figuren laten zien dat de genderverdeling sterk afhangt van de zojuist genoemde bedrijfskenmerken. Zo toont Figuur 8 dat terwijl de deelnemer in 80 procent van alle gevallen een man is, dit percentage een stuk hoger is wanneer het gaat om een bedrijf uit de industrie (88 procent), een grootbedrijf (83 procent), een besloten vennootschap (bv) (86 procent) of een bedrijf dat in buitenlandse

handen is (87 procent). Eenzelfde patroon zien we bij de door mannen geleide bedrijven (Figuur 9). Terwijl dit gemiddeld al in 90 procent van de gevallen om mannen gaat, is dit nog hoger in de industrie (95 procent), het grootbedrijf (93 procent), bv's (92 procent) en buitenlandse bedrijven (97 procent). Vrouwelijke deelnemers of leiders zijn juist relatief oververtegenwoordigd bij bedrijven in de dienstensector (17 resp. 13 procent), het zmkb (18 en 13 procent), eenmanszaken (33 en 26 procent), bij verenigingen en stichtingen (26 en 16 procent) en bedrijven in Nederlandse handen (15 en 11 procent).

**Figuur 8: Genderverdeling van missiedeelname naar type bedrijf per bedrijfscategorie.**



**Figuur 9: Genderverdeling van leiderschap van missiedeelnemers, naar bedrijfscategorie.**



Er is dus een grote verscheidenheid in de genderverdeling van bedrijven uit deze verschillende categorieën, maar wat is hun effect op de missie effectiviteit? Dat bekijken we in Tabel 4. Die laat ten eerste zien dat missies door bedrijven uit de industrie een drie keer grotere succeskans hebben dan missies van bedrijven uit dienstensectoren om binnen twee jaar goederen te gaan exporteren<sup>12</sup>: zo'n 15 procent tegenover 5 procent (kolom 1). Ook de rechtsvorm blijkt cruciaal, aangezien alleen bv's hun missies blijken te kunnen vertalen naar een exportstart, in tegenstelling tot de eenmanszaken en verenigingen of stichtingen (kolom 2). Voor wat betreft de bedrijfsstructuur in termen van eigendom of grootte zien we geen noemenswaardige verschillen in missie-effectiviteit (kolom 3 en 4), al hebben zmkb'ers en bedrijven in buitenlands eigendom wel een iets hogere succeskans.

<sup>12</sup> Het is belangrijk om hierbij in het achterhoofd te houden dat bedrijven uit de dienstensector *ook* goederen (kunnen) exporteren, en dat de vergelijking die we maken tussen missiedeelnemers en niet-deelnemers in dit geval binnen de dienstensector of binnen de industrie is.

**Tabel 4 Cruciale succesfactoren bij economische missies**

	(1)	(2)	(3)	(4)
Missie effect bij:				
Bedrijven in dienstensector	0.0542*** (6.21)			
Bedrijven in industrie	0.151*** (9.14)			
B.V.s		0.105*** (10.64)		
Eenmanszaken		0.0159 (0.37)		
Verenigingen/Stichtingen		0.0320 (1.77)		
Overige rechtsvormen		0.0483* (2.20)		
Grootbedrijven			0.0852*** (5.87)	
Zmkb, zonder buitenlandse dochters			0.0937*** (8.16)	
Zmkb, met buitenlandse dochter			0.0822*** (4.41)	
Nederlands eigendom				0.0867*** (10.06)
Buitenlands eigendom				0.1007*** (3.96)
_cons	0.0129*** (390.27)	0.0129*** (390.27)	0.0129*** (389.93)	0.0128*** (390.72)
<i>N</i>	18908419	18908419	18893882	18908419

*t* statistics in parentheses

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Bovenstaande resultaten zijn op basis van een lineair kans model met bedrijf\*jaar en land\*jaar dummies en op bedrijf\*land geclusterde standaardfouten.

De resultaten in Tabel 4 laten dus zien dat met name de rechtsvorm en de sector waarin het bedrijf actief is cruciale determinanten van een succesvolle missie zijn. Dit plaatst het beeld dat spreekt uit Figuren 8 en 9, dat mannelijke deelnemers of door mannen geleide bedrijven nu juist vaak bedrijven in de industrie en bv's zijn, in een relevante context. Om onze tweede hypothese vervolgens te bevestigen of te ontkrachten, moeten we dan alleen nog onderzoeken hoe de effectiviteit van missies verschilt *binnen* deze specifieke groepen bedrijven. De resultaten daarvan worden gepresenteerd in Tabel 5 en 6, waarbij we missiedeelname kruisen met de geïdentificeerde succesfactoren rekening houdend met het geslacht van de deelnemer (Tabel 5) en de topbestuurder of ondernemer (Tabel 6).

Tabel 5 bevestigt dat er cruciale succesfactoren zijn waarvoor expliciet gecontroleerd moet worden voordat we verschillen in de effectiviteit van economische missies met een mannelijke of vrouwelijke deelnemer toewijzen aan het geslacht van de



missiedeelnemer. Deze factoren zijn specifiek de sector waarin het bedrijf actief is en de rechtsvorm van het bedrijf. Dan zien we dat het voor bedrijven in de industrie niet uit blijkt te maken of een man of een vrouw mee op missie gaat. Missies met vrouwelijke deelnemers hebben zelfs een iets hogere kans om tot een exportstart te leiden dan missies met een mannelijke deelnemer (17 procent om 13 procent, kolom 1). Hetzelfde beeld zien we als we kijken naar missiedeelnames door bedrijven die als bv gerund worden, ook daar zien we geen verschil tussen mannelijke en vrouwelijke missies. Voor de andere twee succesfactoren zien we binnen bepaalde groepen (bijvoorbeeld zmkb'ers of buitenlandse bedrijven) wel nog dat mannelijke missies effectiever zijn. Dit kan echter verklaard worden door dat binnen die groepen ook weer bedrijven uit verschillende sectoren en met verschillende rechtsvormen worden gegroepeerd. In Tabel 6 zien we nagenoeg hetzelfde patroon. Missiedeelname door bedrijven geleid door een vrouw geven binnen de industrie of door bv's wel minder significante resultaten, maar dit heeft vooral te maken met het feit dat er simpelweg te weinig door vrouwen geleide bedrijven zijn, waardoor het lastig is om een statistisch significant resultaat te genereren.

Resumerend wijzen de resultaten dus uit dat het op het eerste oog lijkt alsof mannelijke missies veel succesvoller zijn dan vrouwelijke missies. Echter, nader onderzoek toont aan dat dit verschil in belangrijke mate gedreven wordt door andere factoren, in het bijzonder door het type bedrijven dat vrouwen of mannen op handelsmissie sturen. Dat wil zeggen, de resultaten wijzen er op dat een sterk vergelijkbare set karakteristieken van bedrijven tegelijkertijd de effectiviteit van economische missies drijft en correleert met het geslacht van missiedeelnemers en leiderschap. Dit leidt er daarom toe dat het in eerste instantie lijkt alsof vrouwelijke missies minder vaak tot export leiden, terwijl dit niet zo blijkt te zijn als de karakteristieken van het bedrijf in de analyses worden afgesplitst van het geslacht van de missiedeelnemers of het leiderschap van bedrijven. Dan zien we dat vrouwelijke missies net zo effectief zijn in het creëren van nieuwe exportrelaties als mannelijke missies. Economische missies blijken daarbij met name effectief voor bv's in de industrie, en die worden simpelweg relatief vaak geleid door mannen, die bovendien relatief vaak mannen op handelsmissie sturen.

**Tabel 5 Missie effectiviteit conditioneel op geslacht van de deelnemer binnen cruciale succesfactoren**

	(1)	(2)	(3)	(4)
Diensten, man	0.0695*** (6.33)			
Diensten, vrouw	0.0285 (1.33)			
Industrie, man	0.133*** (6.68)			
Industrie, vrouw	0.168** (2.65)			
B.V., man		0.107*** (8.88)		
B.V., vrouw		0.118** (3.21)		
Eenmanszaak, man		-0.00770 (-0.17)		
Eenmanszaak, vrouw		-0.0738 (-1.64)		
Vereniging/stichting, man		0.0582* (2.42)		
Vereniging/stichting, vrouw		-0.0435** (-2.63)		
Overig, man		0.0423 (1.53)		
Overig, vrouw		0.0589 (1.17)		
Grootbedrijf, man			0.0873*** (4.97)	
Grootbedrijf, vrouw			0.123** (2.78)	
Zmkb zonder dochters, man			0.0947*** (6.54)	
Zmkb zonder dochters, vrouw			0.0341 (1.25)	
Zmkb met dochters, man			0.0981*** (4.27)	
Zmkb met dochters, vrouw			0.0152 (0.26)	
Nederlands eigendom, man				0.0918*** (8.61)
Nederlands eigendom, vrouw				0.0579* (2.50)
Buitenlands eigendom, man				0.0977** (3.22)
Buitenlands eigendom, vrouw				0.141 (1.28)
_cons	0.0129*** (390.26)	0.0129*** (390.26)	0.0129*** (389.92)	0.0129*** (390.26)
<i>N</i>	18907961	18907961	18893424	18907961

*t* statistics in parentheses \*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Bovenstaande resultaten zijn op basis van een lineair kans model met bedrijf\*jaar en land\*jaar dummies en op bedrijf\*land geclusterde standaardfouten.

**Tabel 6 Missie effectiviteit conditioneel op geslacht van de bedrijfsleider binnen cruciale succesfactoren**

	(1)	(2)	(3)	(4)
Diensten, man	0.0613*** (5.20)			
Diensten, vrouw	0.0328 (1.14)			
Industrie, man	0.160*** (8.13)			
Industrie, vrouw	0.165 <sup>+</sup> (1.75)			
B.V., man		0.113*** (9.49)		
B.V., vrouw		0.0729 <sup>+</sup> (1.96)		
Eenmanszaak, man		0.0296 (0.61)		
Eenmanszaak, vrouw		-0.0738 (-1.64)		
Vereniging/stichting, man		0.0418 (0.91)		
Vereniging/stichting, vrouw		-0.0256 (-1.05)		
Overig, man		0.0389 (1.17)		
Overig, vrouw		0.103 (1.00)		
Grootbedrijf, man			0.0929*** (4.35)	
Grootbedrijf, vrouw			0.0618 (1.07)	
Zmkb zonder dochters, man			0.117*** (7.82)	
Zmkb zonder dochters, vrouw			0.0746 (1.62)	
Zmkb met dochters, man			0.0855*** (3.90)	
Zmkb met dochters, vrouw			0.0518 (0.72)	
Nederlands eigendom, man				0.102*** (9.07)
Nederlands eigendom, vrouw				0.0585 <sup>+</sup> (1.81)
Buitenlands eigendom, man				0.0984** (2.71)
Buitenlands eigendom, vrouw				0.218 (1.23)
_cons	0.0129*** (390.27)	0.0129*** (390.28)	0.0129*** (389.94)	0.0129*** (390.27)
<i>N</i>	18907757	18907757	18893221	18907757

t statistics in parentheses <sup>+</sup> p<0.1 \* p < 0.05, \*\* p < 0.01, \*\*\* p < 0.001

Bovenstaande resultaten zijn op basis van een lineair kans model met bedrijf\*jaar en land\*jaar dummies en op bedrijf\*land geclusterde standaardfouten.

## 4.5 Bestaande handelaren

Tot dusver is de effectiviteit van missies via de extensieve marge besproken, dat wil zeggen, de effectiviteit van het creëren van nieuwe handelsrelaties. In BF22 werd echter ook onderzocht in hoeverre economische missies het handelsvolume kunnen vergoten van handelaren die meegaan op handelsmissie terwijl zij al actief zijn op de betreffende bestemmingsmarkt. De analyse liet destijds geen significante resultaten zien, wat de vraag bij het ministerie heeft doen rijzen of bestaande exporteurs dan helemaal geen profijt trekken van missiedeelname. Onderzoek in vergelijkbare landen heeft echter wel aangetoond dat bestaande handelaren wel degelijk meer kunnen gaan handelen als gevolg van missiedeelname (zie bijvoorbeeld Van Biesebroeck en Chen, 2015) . Daarnaast toont kwalitatief onderzoek van Blauw Research aan dat bedrijven die meegaan op missie een bredere definitie van succes hanteren dan uitsluitend meer handel. Voor hun gaat het bijvoorbeeld ook om het uitbreiden van het netwerk, additionele marktkennis vergaren, of het verbeteren van de eigen marktpositie. Ten slotte kan het ook zo zijn dat missiedeelname bedrijven in staat stelt om handelsrelaties te bestendigen, dat wil zeggen, langer actief te blijven dan zonder missie was gelukt. Eerder onderzoek heeft aangetoond dat bedrijven inderdaad beter in staat zijn om zich staande te houden op de buitenlandse markt, bijvoorbeeld in het geval van een zware economische crisis, wanneer zij in die periode gebruik hebben gemaakt van het publieke exportpromotie-instrumentarium. Dit is ook de hoofdvraag van het resterende deel van dit onderzoek, of we deze grotere overlevingskans op buitenlandse markten als gevolg van missiedeelname ook bij Nederlandse exporteurs zien.

## 5. Bestendigheid

In dit hoofdstuk zullen de hoofdvragen van dit onderzoek beantwoord worden, namelijk:

1. Wat is de bijdrage van missiedeelname aan de overlevingskans van een bestaande handelaar op de bestemmingsmarkt?
2. Hoelang blijft een bedrijf dat begint met handelen na missiedeelname aanwezig op de betreffende buitenlandse bestemming en hoe verhoudt zich dat tot bedrijven die zonder missie beginnen te handelen met die bestemming?
3. Wat is de kans dat een incidentele exporteur na missiedeelname uitgroeit tot structurele exporteur?

Hoewel het drie heel verschillende vragen zijn, kunnen we ze alle drie beantwoorden met dezelfde analysemethode, namelijk met zogeheten duurmodellen. Het enige verschil zit in de populatieselecties waar we ons duurmodel op loslaten. Bij vraag 1 doen we dat op bestaande, structurele exporteurs. Bij vraag 2 op startende exporteurs en bij vraag 3 op incidentele exporteurs. Door binnen die groepen een onderscheid te maken tussen bedrijven die op missie zijn geweest en vergelijkbare bedrijven die niet op missie zijn geweest, kunnen we achterhalen in hoeverre een handelsmissie bijdraagt aan de overlevingskansen van bedrijven op een buitenlandse markt. Voor een meer technische bespreking van de duurmodellen die we hier gebruiken, zie hoofdstuk 7.1 in de bijlage.

We zullen nu de drie deelvragen één-voor-één de revue laten passeren en daarbij in meer detail treden over hoe we precies te werk gaan, wat de achtergrond van de vraag is en wat onze bevindingen zijn.

### 5.1 De bijdrage van missiedeelname aan de aanwezigheidsduur van structurele handelaren en investeerders

Zoals eerder besproken hebben BF22 laten zien dat deelname aan een economische missie geen effect heeft op de handelswaarde van bestaande handelaren. In andere woorden, bestaande handelaren gaan niet significant méér verhandelen met het bestemmingsland nadat zij op missie naar dat land zijn geweest. Dit betekent echter niet meteen dat deze bedrijven geen enkel tastbaar voordeel hebben van missiedeelname. Zo houdt de daar gebruikte methode geen rekening met de mogelijkheid dat sommige bedrijven zónder de missie mogelijk gestopt waren met handelen. In de academische literatuur is al eerder aangetoond dat economische missies inderdaad kunnen bijdragen aan de overlevingskansen van bestaande handelaren op de bestemmingsmarkt (van Biesebroeck et al. 2016; Lederman et al. 2016). In deze paragraaf zoeken we uit hoe dit voor Nederlandse continue exporteurs naar, importeurs uit, en investeerders in het bestemmingsland zit.

Voor deze onderzoeksvraag hebben we ten eerste een definitie van continue handelaren en investeerders nodig. Daartoe volgen we de definitie van continue handelaren zoals die is uitgewerkt in van den Berg et al. (2022). Zij definiëren een continue exporteur als een bedrijf dat in de afgelopen vier jaar tenminste drie jaar aanwezig was op de buitenlandse markt. Het is hierbij belangrijk dat een bedrijf in een dergelijke periode maximaal één jaar afwezig kan zijn. Dit is immers goed mogelijk wanneer een bedrijf in dat jaar bijvoorbeeld gebruik maakt van lokale voorraden (zie bijvoorbeeld ook Conconi et al. 2018). Vanaf twee jaar afwezigheid wordt een bedrijf geclassificeerd als incidentele handelaar. Doordat we dus vier jaar aanlooptijd nodig hebben om continue handelaren te identificeren en onze handelsdata van 2010 tot en met 2021 en investeringsdata van 2010 tot en met 2020 loopt, is er een maximale continue handelsduur van negen en investeringsduur van acht jaar waarneembaar.

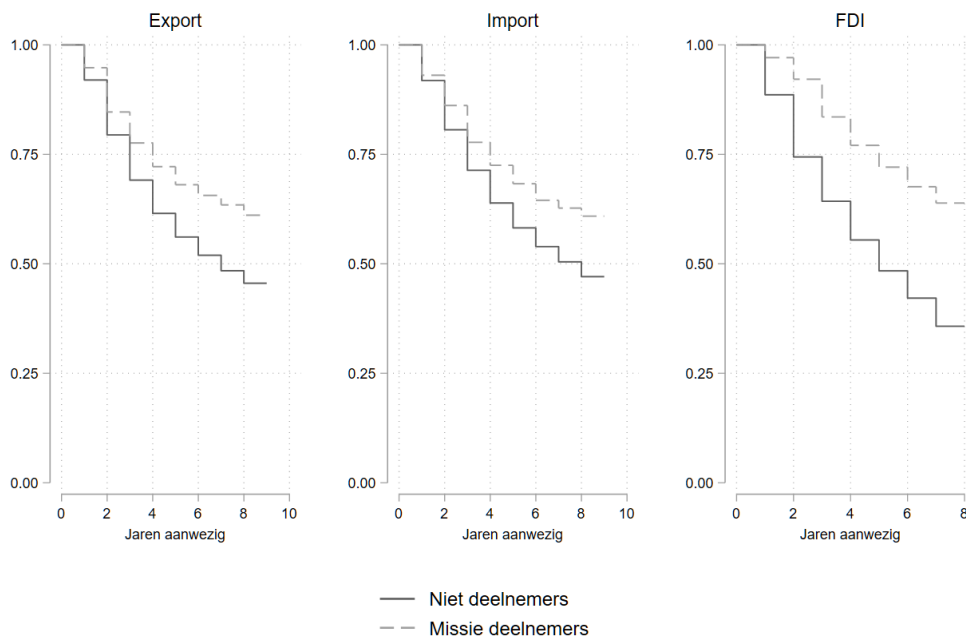
Binnen de onderzoekspopulatie van continue exporteurs kijken we dan in hoeverre de handelsstatus van bedrijven die op missie gaan verschilt ten opzichte van die van continue exporteurs die niet op missie gaan. Wat kunnen we hier verwachten? Het is mogelijk dat een handelsmissie een bestaande handelaar helpt om nieuwe contacten te leggen of om bestaande handelsrelaties te versterken. In dat geval zou een missie moeten bijdragen aan de overlevingskansen. Aan de andere kant kan het ook zo zijn dat met name bedrijven in zwaar weer op missie gaan, waardoor een negatief selectie-effect mogelijk tot een negatieve correlatie tussen missieparticipatie en overlevingskansen leidt. Met andere woorden, als juist bedrijven die al in problemen verkeren op de bestemmingsmarkt missiedeelname als reddingsboei aangrijpen kan het zijn dat er juist een negatief effect zichtbaar is van missiedeelname. Ook is het natuurlijk mogelijk dat een handelsmissie voor bestaande handelaren geen enkel effect heeft, omdat de informatiebarrière voor deze bedrijven al geslecht is en er kennelijk geen additionele voordelen behaald worden door bedrijven.

Om een eerste inzicht te krijgen in hoe ononderbroken handelsperiodes (in het Engels: *spells*) eruitzien tonen we in Figuur 10 zogenaamde *Kaplan-Meier curves* van export, import en FDI. De figuur toont de overlevingskans na een handelsrelatie met een bestemmingsland van x jaren van missiedeelnemers en niet-deelnemers. Dan zien we dat er na negen jaar (de langst mogelijke handelsrelatie) gemiddeld net iets meer dan de helft van de continue exporteurs of importeurs het bestemmingsland hebben verlaten, in die zin dat ze niet langer voldoen aan de definitie van een continue handelaar op een bepaalde markt. Omdat we niet weten wat er met deze bedrijven gebeurt na 9 jaar, blijft de curve daar zweven. De mediane overlevingstijd op de bestemmingsmarkt is 7 jaar. Het deel van de bedrijven dat jaarlijks afhaakt is in de beginjaren hoger dan in latere jaren. Zo haakt in de eerste drie jaar jaarlijks zo'n 10 procent van de continue handelaren af, terwijl dat in latere jaren slechts enkele procenten is. Bij investeringen in het bestemmingsland is het verloop iets gelijkmatiger door de tijd.

De figuur maakt ook onderscheid tussen de overlevingskansen van bedrijven die op missie gaan (de stippellijn) en bedrijven die dat niet doen (de ononderbroken lijn).

Daarbij zien we een zeer duidelijk verschil tussen beide groepen. Na negen jaar is immers nog zo'n 60 procent van de missiedeelnemers die structureel exporteren naar de bestemmingsmarkt daar nog altijd aanwezig, tegenover slechts 48 procent van de niet-deelnemers. Dit geeft een eerste indicatie dat missiedeelname leidt tot een hogere overlevingskans. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat het vooralsnog gaat om een eenzijdige relatie tussen de gemiddelde aanwezigheid van missie deelnemers en niet deelnemers. Er wordt hier geen rekening gehouden met andere verschillen tussen missiedeelnemers en niet-deelnemers, noch met het moment van de missie. Niettemin zijn de verschillen evident.

**Figuur 10: Kaplan-Meier curves van continue aanwezigheid van bedrijven op de bestemmingsmarkt**



Verder onderzoek is nodig om te bekijken in hoeverre een handelsmissie de overlevingskans van continue exporteurs op een buitenlandse markt ook daadwerkelijk vergroot als we rekening houden met andere factoren. Daartoe passen we een zogenaamd complementair log-log model toe (zie hoofdstuk 7.1 in de bijlage) dat de zogeheten *hazard* berekent. De hazard is de kans dat een continue exporteur op een bepaald moment, gegeven het feit dat hij reeds tot aan dat bepaalde moment aanwezig is op de buitenlandse markt, afhaakt als continue handelaar. We kijken daarbij specifiek hoe missiedeelname die hazard beïnvloedt. Tabel 7 geeft de econometrische resultaten van deze analyse.

**Tabel 7 Hazard ratio's. Het effect van een handelsmissie op de hazard dat bedrijven stoppen met hun continue aanwezigheid op de buitenlandse markt.**

	(1) Structurele Export	(2) Structurele Import	(3) Structurele FDI
Missie effect	0.595** (-3.06)	0.587** (-3.10)	0.533*** (-4.29)
Jaar 1	0.849* (-2.00)	0.443*** (-11.42)	0.0421*** (-28.90)
Jaar 2	2.498*** (12.68)	1.515*** (6.92)	0.0761*** (-23.41)
Jaar 3	3.736*** (18.27)	2.663*** (16.76)	0.0696*** (-23.98)
Jaar 4	4.323*** (19.58)	3.147*** (19.11)	0.0663*** (-24.19)
Jaar 5	4.417*** (19.10)	3.142*** (18.40)	0.0660*** (-24.07)
Jaar 6	4.371*** (18.28)	3.316*** (18.59)	0.0664*** (-23.86)
Jaar 7	4.437*** (17.86)	3.532*** (18.99)	0.0736*** (-22.80)
Jaar 8	5.403*** (20.07)	4.543*** (23.83)	
Log handelswaarde elders	0.772*** (-47.48)	0.845*** (-58.79)	
Log import waarde	0.925*** (-35.03)		
Log export waarde		0.933*** (-33.40)	
Log totale handelswaarde			0.995*** (-4.56)
Buitenlandse dochter	0.766*** (-8.00)	1.008 (0.22)	
Log arbeidsproductiviteit	0.941*** (-7.40)	0.903*** (-14.34)	0.883*** (-18.02)
Log leeftijd	1.753*** (9.20)	2.202*** (14.37)	1.745*** (11.12)
Log leeftijd^2	0.920*** (-7.56)	0.909*** (-9.22)	0.912*** (-10.08)
Covid jaar dummy	0.814*** (-9.77)	1.363*** (14.02)	1 (.)
Aantal observaties	439799	446994	220699

Geëxponentieerde coëfficiënten;  $t$  statistieken tussen haakjes

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Noot: De getoonde modellen controleren tevens voor verschillen tussen wereldregio's en bedrijfssectoren en ongeobserveerde verschillen tussen bedrijven en landen middels een normaal verdeelde frailty term.

Tabel 7 toont dat de hazard toeneemt voor elk extra jaar dat een bedrijf ononderbroken aanwezig is geweest op de buitenlandse markt. Dit is gebruikelijk en logisch, aangezien er elk jaar bedrijven afhaken als continue handelaar. Of anders gezegd: het risico dat een



bedrijf op enig moment stopt neemt toe naarmate het langer aanwezig is op een markt. Verder zien we dat bedrijven die elders handelen of een hogere arbeidsproductiviteit hebben hogere overlevingskansen in het doelland hebben. De leeftijd van een bedrijf toont een niet lineaire relatie met het risico op stoppen. Zo hebben oudere bedrijven in eerste instantie een hogere kans om te stoppen, maar dit effect neemt op een gegeven moment af. Tot slot verkleint het hebben van een buitenlandse deelneming in het bestemmingsland de kans op stoppen met structureel exporteren, maar heeft het geen invloed op de kans om te stoppen met structureel importeren.

Wat belangrijker is voor onze analyse is het effect van missiedeelname op de geschatte hazard. De eerste regel in Tabel 7 toont een significant positieve coëfficiënt die kleiner is dan één in al onze modellen. Dit betekent dat missiedeelname de kans op het stoppen als structurele handelaar significant verkleint. Wanneer we bijvoorbeeld kijken naar kolom 1, dan zien we dat missiedeelname het risico op afhaken als structurele handelaar ten opzichte van soortgelijke bedrijven die niet op missie gaan bijna halveert (0.59). Anders gezegd: de overlevingskansen van structurele exporteurs op de buitenlandse markt verdubbelen bijna ( $1/0.59$ ) wanneer zij op missie gaan. Een verdere berekening toont dat niet missie bedrijven jaarlijks gemiddeld een kans van zo'n 8 procent hebben om te stoppen met continue exporteren terwijl deze kans voor bedrijven die op missie gaan slechts 4,5 procent is.

Bij importeren en investeren is het beeld nagenoeg gelijk. Structurele importeurs hebben jaarlijks een gemiddelde kans op stoppen van 10 procent voor niet-deelnemers en 6 procent voor deelnemers. Structurele investeerders hebben jaarlijks een gemiddelde kans van 16 procent om te stoppen met investeren terwijl missie deelname deze kans verkleint tot 8 procent.

Het lijkt wellicht niet intuïtief dat de overlevingskansen van structurele exporteurs groter zijn dan van investeerders, maar belangrijk hierbij is op te merken dat we voor deze analyse op structurele aanwezigheid hebben geselecteerd. Kort gezegd, we kijken niet naar de overlevingskansen van exporteurs, maar van structurele exporteurs. Dit zou er op kunnen wijzen dat de groep structurele exporteurs nog selectiever is dan de groep structurele investeerders, bijvoorbeeld omdat structureel exporteren relatief meer vraagt van een bedrijf in termen van skills en vaardigheden en structureel investeren sterker samenhangt met het karakter van de activiteit zelf.

Deze resultaten zijn van belang omdat ze aantonen dat missiedeelname ook voordelen brengt voor bedrijven die al aanwezig zijn op de buitenlandse markt. Deze bevindingen zijn in die zin een aanvulling op die van BF22, die lieten zien dat bedrijven hun reeds bestaande handelswaarde niet significant verhogen als gevolg van missiedeelname, omdat deze resultaten laten zien dat missies wél bijdragen aan de overlevingskansen van bestaande handelaars op de bestemmingsmarkt. Met andere woorden, als deze bedrijven niet in staat waren geweest om mee te gaan op handelsmissie, dan was een significant groter deel afgehaakt als structurele handelaar dan nu het geval is.

## 5.2 De bijdrage van missiedeelname op de aanwezigheidsduur van startende handelaren en investeerders

BF22 hebben destijds laten zien dat een handelsmissie de kans dat Nederlandse bedrijven een buitenlandse markt betreden significant verhoogt. Er is toen echter niet onderzocht hoe lang deze groep starters vervolgens aanwezig blijft op de bestemmingsmarkt. Er zijn verschillende redenen om aan te nemen dat dit niet per se lang hoeft te zijn. Zo is bekend dat veel bedrijven sowieso slechts incidenteel handelen. Ook heeft eerder onderzoek aangetoond dat het effect van economische missies op bedrijven die daarna beginnen met exporteren na twee jaar alweer uitgewerkt kan zijn (Cadot et al. 2012). Tot slot beschrijft Alvarez (2007) dat andere factoren, zoals de productiviteit van de exporteur, bepalender zijn bij de vraag of een bedrijf internationaal succesvol wordt. Een handelsmissie kan zeker helpen om bedrijven een duwtje te geven naar de internationale markt, maar de inherente kwaliteiten van het bedrijf bepalen vervolgens of ze daar ook structureel aanwezig kunnen blijven. Het is daarom mogelijk dat missiedeelname bedrijven weliswaar de grens over helpt, maar dat ze zich daarna weer snel terugtrekken zodra zij op eigen kracht moeten proberen te overleven. Aan de andere kant kan missiedeelname ook een signaal zijn dat bedrijven zich extra goed hebben voorbereid op de stap over de grens met een missiedeelname als belangrijk onderdeel van dat proces, wat ertoe kan leiden dat zij vervolgens ook langer aanwezig blijven.

De vraag of economische missies een langdurig effect hebben is er effectief eentje over het nut van exportpromotie in algemene zin. Als we zien dat economische missies slechts een kortstondig effect hebben, dan zou de conclusie kunnen zijn dat andersoortige ondersteuning nodig is om bedrijven de grens over helpen. Denk hier bij aan trainingen of andere manieren om de benodigde competenties bij bedrijven te ontwikkelen. Wanneer het bedrijf er klaar voor is kan het dan zelfstandig de stap maken naar het buitenland. Het kan echter ook zo zijn dat er daadwerkelijk een bepaalde toetredingsdrempel bestaat waar bedrijven even overheen moeten en waar een missiedeelname het benodigde duwtje in de rug kan zijn.

Er is echter nog niet eerder onderzocht in hoeverre de effecten van economische missies op *de extensieve marge* blijvend zijn. Daarom vergelijken we in deze onderzoeksvraag de aanwezigheidsduur van bedrijven die zijn begonnen met exporteren naar het bestemmingsland nadat ze maximaal 2 jaar daarvoor op handelsmissie naar dat land geweest zijn, met bedrijven die zonder missiedeelname zijn begonnen met handelen met datzelfde land.

Voor deze onderzoeksvraag hebben we ten eerste een definitie van startende handelaren nodig. Daarbij volgen we wederom Van den Berg et al. (2022) die een starter definieert als een bedrijf dat na drie jaar niet handelen met een bestemmingsland in het vierde jaar begint met handelen met dat land. Deze definitie resulteert in een kleine 400.000 individuele exportstarts. Vervolgens traceren we hoe lang de aanwezigheid op

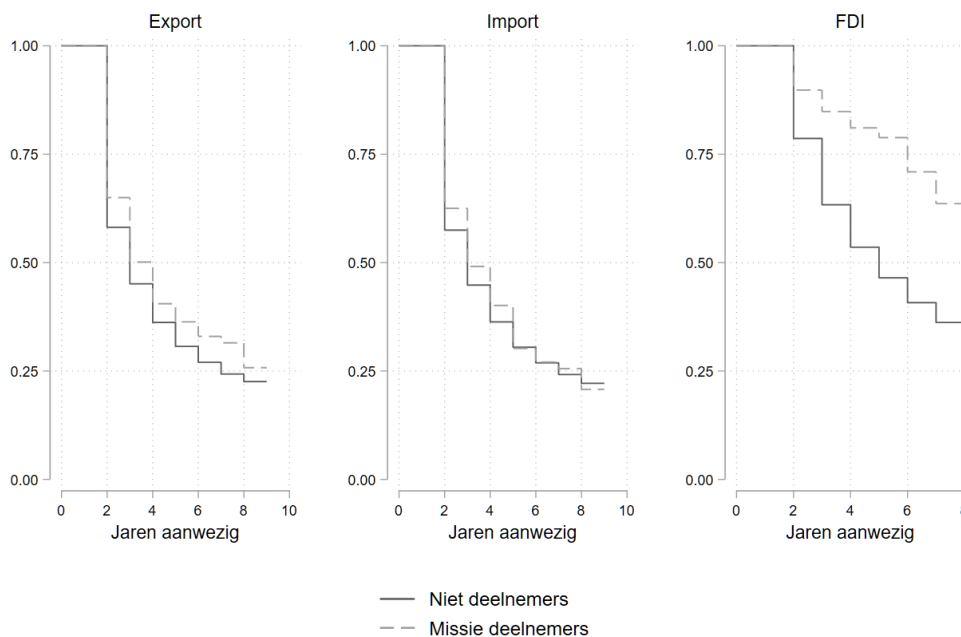
deze nieuwe markt duurt. Zoals eerder besproken kunnen we gezien de dimensies van onze data maximaal een aanwezigheidsduur van 9 jaar bij handel en 8 jaar bij investeringen observeren. Ten slotte maken we een onderscheid tussen bedrijven die zijn gestart naar aanleiding van een handelsmissie - dat wil zeggen dat zij maximaal 2 jaar voor hun exportstart op missie zijn geweest naar dit land - en bedrijven die zonder een missiedeelname zijn begonnen met handelen met dit land. We observeren dan in totaal 404 exportstarts naar aanleiding van een missie en 396.000 exportstarts zonder voorafgaande missiedeelname. In wat volgt gaan we onderzoeken in hoeverre de duur van de aanwezigheid van deze bedrijven op de bestemmingsmarkt na de voorafgaande start vervolgens verschilt.

Analoog aan de aanpak in paragraaf 5.1 in Figuur 10 toont Figuur 11 de overlevingskans na x jaar van bedrijven die starten met exporteren naar, importeren uit of investeren in een buitenlandse bestemmingsmarkt. De figuur links toont dat na negen jaar amper 25 procent van de gestarte exporteurs nog altijd aanwezig is op de buitenlandse markt. Dat is tekenend voor het eerder geobserveerde beeld van de vele incidentele exporteurs, die veelvuldig maar kort actief zijn op buitenlandse markten (Van den Berg et al., 2022). In het linker en middelste paneel van Figuur 11 is te zien dat na 2 jaar bijna de helft van alle starters de markt alweer verlaten heeft. Bij directe buitenlandse investeringen is het verloop kleiner. Dat is logisch, aangezien investeringen gepaard gaan met aanzienlijk hogere opstartkosten dan handel. Niettemin heeft na 7 jaar zo'n twee derde van de startende investeerders de markt weer verlaten.

In het kader van onze onderzoeksvraag is met name het verschil tussen de twee lijntjes in ieder paneel relevant. In het linker paneel bij de export zien we dat de gestippelde lijn, die de overlevingskans van missiedeelnemers weergeeft, net boven die van de niet-deelnemers. Bij directe buitenlandse investeringen is dit verschil aanzienlijk groter: zo'n tweederde van de bedrijven die starten met investeren in het bestemmingsland na deelgenomen te hebben aan een handelsmissie zijn daar 8 jaar later nog steeds actief, tegenover slechts een derde van de niet-deelnemers. Bij bedrijven die beginnen met importeren is er nauwelijks verschil zichtbaar in de overlevingskansen voor missiedeelnemers en niet-deelnemers.

Bij dit beeld moet echter wederom de kanttekening worden geplaatst dat het louter om een simpele vergelijking gaat tussen de gemiddelde aanwezigheidsduur van twee groepen starters. Het kan echter ook hier zo zijn dat bedrijven die starten nadat ze op missie zijn geweest sowieso al sterker zijn. Daarom passen we een multivariaat duurmodel toe op de kans dat starters (export, import, investeringen) weer stoppen. Daarbij maken we uiteraard opnieuw het onderscheid tussen onze treatment groep van bedrijven die mee op handelsmissie zijn geweest en de controlegroep die op eigen kracht is gegaan.

**Figuur 11: Kaplan-Meier curves van duur van de aanwezigheid van starters op de bestemmingsmarkt**



De resultaten zoals getoond in Tabel 8 onderstrepen ten eerste de duurzaamheid van de hazard. De coëfficiënten nemen in omvang af van jaar 1 tot jaar 8. Dat duidt er op dat de hazard daalt met de verstreken aanwezigheidsduur. Dat is in lijn met het beeld dat spreekt uit Figuur 11, waarin duidelijk zichtbaar is dat starters relatief vaak in de beginperiodestoppen, maar wanneer een bedrijf die eerste periode doorkomt, dan wordt het risico op afhaken ieder jaar kleiner. Ook de andere controle variabelen tonen het verwachte teken. Meer handel elders, of een hogere arbeidsproductiviteit verlaagt de kans op het verlaten van de markt. Opmerkelijk is misschien dat het hebben van een buitenlandse deelneming in het land waar een bedrijf start met importeren de kans op het stoppen met die import verhoogt. Dit duidt mogelijk op een vervangende relatie tussen import en FDI, waarbij de markt ofwel via import, ofwel via een investering bereikt kan worden.

Belangrijker: de bijdrage van missiedeelname aan de duur van de aanwezigheid van startende handelaren op de bestemmingsmarkt is insignificant. Dit betekent dat bedrijven die een buitenlandse markt hebben betreden nadat ze deze markt kort daarvoor in het kader van een handelsmissie hebben bezocht, niet langer of korter aanwezig blijven op deze markt dan bedrijven die zonder voorafgaande missiedeelname actief zijn geworden op deze markt.

Bij startende investeerders zien we wel een significant effect. Daar zien we dat een startende investeerder de kans meer dan halveert dat hij de markt weer verlaat als hij kort voor de start de markt nog bezocht heeft in het kader van een economische missie. De jaarlijkse kans dat een startende investeerder de markt immers weer verlaat is gemiddeld zo'n 9 procent wanneer hij niet op missie gaat, tegenover 4 procent als hij dat wel doet.

**Tabel 8 Hazard ratio's. Het effect van een handelsmissie op de hazard dat startende handelaren en investeerders overleven op de buitenlandse markt.**

	(1) Export	(2) Import	(3) FDI
Missie effect	1.058 (0.67)	0.967 (-0.37)	0.470** (-3.01)
Jaar 1	1 (.)	1 (.)	1 (.)
Jaar 2	5.093*** (95.45)	3.074*** (83.20)	14.72*** (75.24)
Jaar 3	2.300*** (44.02)	1.435*** (23.60)	5.229*** (42.38)
Jaar 4	1.455*** (18.45)	0.945*** (-3.36)	3.186*** (27.72)
Jaar 5	0.816*** (-8.43)	0.584*** (-26.02)	1.842*** (12.92)
Jaar 6	0.543*** (-20.82)	0.370*** (-38.77)	1.026 (0.46)
Jaar 7	0.355*** (-28.15)	0.245*** (-43.01)	
Jaar 8	0.145*** (-36.01)	0.130*** (-44.59)	
Log handelswaarde elders	0.945*** (-63.06)	0.970*** (-50.76)	
Log import waarde	0.979*** (-20.07)		
Log export waarde		0.981*** (-20.43)	
Log totale handelswaarde			1.002 (1.30)
Buitenlandse dochter	1.030 (1.42)	1.116*** (5.75)	
Log arbeidsproductiviteit	0.921*** (-26.07)	0.917*** (-38.83)	0.844*** (-23.60)
Log leeftijd	0.976* (-2.14)	1.083*** (9.06)	0.698*** (-12.61)
Log leeftijd <sup>2</sup>	1.014*** (5.42)	0.994** (-3.06)	1.059*** (8.05)
Covid jaar dummy	0.679*** (-46.02)	0.835*** (-27.07)	1 (.)
Aantal observaties	446593	529919	100173

Geëxponentieerde coëfficiënten; *t* statistieken tussen haakjes

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Noot: De getoonde modellen controleren tevens voor verschillen tussen wereldregio's en bedrijfssectoren en ongeobserveerde verschillen tussen bedrijven en landen middels een normaal verdeelde frailty term.

Samengenomen met de eerdere resultaten uit BF22 betekent dit dat missiedeelname niet alleen bedrijven helpt bij het slechten van een bepaalde barrière bij de toetreding tot nieuwe markten, maar dat de hieruit voortkomende handelsrelaties ook nog bestendig zijn. Zodra de toegangsbarrière immers geslecht is, is de duur van resulterende aanwezigheid niet te onderscheiden van bedrijven die deze barrière op eigen kracht hebben weten te slechten. Dat wijst er op dat de handelsmissie als

instrument de toegevoegde waarde heeft die het theoretisch en praktisch doorgaans toegeschreven krijgt. Het geeft bedrijven een zetje in de rug om de buitenlandse markt te betreden van waaruit zij daar vervolgens zelf net zo succesvol kunnen opereren als bedrijven die deze start geheel onafhankelijk hebben gezet.

### **5.3 De bijdrage van missiedeelname aan de kans dat incidentele buitenlandse aanwezigheid uitgroeit tot structurele aanwezigheid.**

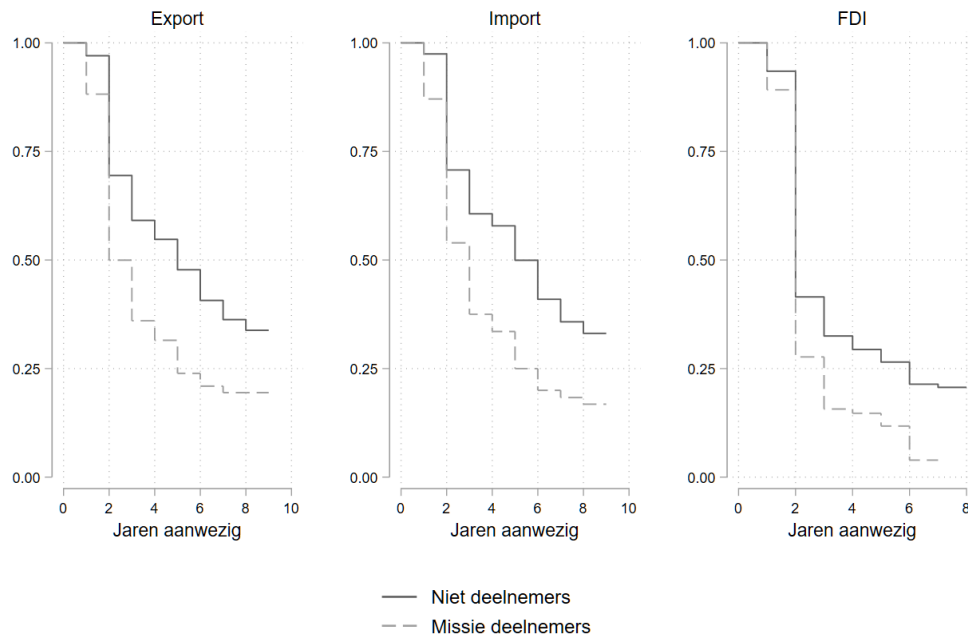
Exporteurs zijn gemiddeld genomen ‘beter’ op allerlei fronten dan niet-exporteurs. Zo zijn zij gemiddeld productiever en groter, betalen zij hogere lonen en hebben zij een hogere overlevingskans. Van den Berg et al. (2022) hebben echter ook aangetoond dat er tussen deze twee groepen nog een derde groep zit, namelijk de groep incidentele exporteurs, oftewel bedrijven die slechts af en toe iets verhandelen op de internationale markt. Deze groep is gemiddeld genomen bijvoorbeeld productiever dan de groep niet-exporteurs, maar niet zo productief als de groep structurele exporteurs. Zoals Alvarez (2007) al aangaf behoeft deze specifieke groep bedrijven een aparte benadering door beleidsmakers. In deze paragraaf onderzoeken we of een handelsmissie incidentele handelaren en investeerders kan helpen om uit te groeien tot structurele handelaren en investeerders. Voor zover bij ons bekend is hier nog niet eerder onderzoek naar gedaan.

In lijn met Van den Berg et al. (2022) definiëren we een bedrijf als een incidentele handelaar of investeerder als hij in de afgelopen 4 jaar 1 of 2 jaar aanwezig was op de buitenlandse markt. Aan de hand van deze afbakening observeren we in de periode 2013-2021 250.000 incidentele handelaren en zo’n 500.000 incidentele exportperiodes door deze groep bedrijven. In tegenstelling tot de vorige twee onderzoeksvragen, waarbij een exportperiode steeds maar op één manier kon eindigen, zijn er bij deze vraag meerdere manieren waarop een incidentele exportperiode (jaarlijks) kan eindigen. Een incidentele exportperiode kan namelijk uitgroeien tot een structurele exportperiode of ten einde komen waarin het bedrijf terugvalt naar de status van niet-exporteur. Omdat we louter geïnteresseerd zijn in de groep incidentele handelaren die structureel worden sluiten we de groep die stopt met handelen even uit van de rest van de analyses. Alhoewel dit wel een effect heeft op de onderliggende kansen dat een bedrijf van incidenteel naar structureel overstapt, is het een valide manier om het onderliggende missie effect te schatten, zoals aangetoond door Jenkins (2004).

Figuur 12 toont daarom een Kaplan-Meier overlevingscurve voor de groep incidentele handelaren en investeerders die ofwel incidenteel blijven, ofwel uitgroeien tot een continue handelaar of investeerder. Hieruit is direct duidelijk dat het lijntje van de missiedeelnemers nu *onder* die van de niet-deelnemers ligt, in tegenstelling tot de voorgaande figuren 10 en 11. In dit geval is exit echter iets positiefs: het bedrijf gaat van incidentele aanwezigheid naar een structurele aanwezigheid. Het feit dat de curve van de missie deelnemers onder die van de niet-deelnemers ligt toont aan dat zij eerder deze stap zetten. Verder is er bij alle vormen van internationalisering een grote overgang

zichtbaar na 2 jaar. Dit komt grotendeels door hoe incidentele en structurele aanwezigheid is gedefinieerd. Een bedrijf dat vanuit het niets direct constant (elk jaar) begint te handelen wordt desalniettemin voor 2 jaar als incidentele handelaar of investeerder gekenmerkt. Dit maakt voor het toegepaste econometrische model echter verder niet uit.

**Figuur 12: Kaplan-Meier curve waarbij het moment dat incidentele aanwezigheid op de markt overgaat tot continue aanwezigheid wordt weergegeven.**



Ook bij Figuur 12 geldt weer dat dit slechts een beschrijvende weergave van de ontwikkeling van de handels- en investeringsstatus is. Er wordt hier geen rekening gehouden met de timing van de missie, noch met andere verschillen tussen missiedeelnemers en niet-deelnemers. Daarom zetten we hier wederom een extra stap naar een survivalmodel dat wel de mogelijkheid biedt rekening te houden met dergelijke factoren.

Tabel 9 toont de resultaten van onze econometrische exercitie. Kijkend naar de controle variabelen tonen de jaardummies ten eerste een dalende trend, wat in dit geval betekent dat de kans dat een incidentele exporteur uitgroeit tot een continue exporteur jaarlijks daalt. Dit is in lijn met het beeld dat geschetst wordt in Van den Berg et al. (2022), namelijk dat er een selecte groep bedrijven zijn die continue incidenteel exporteren. Voor deze bedrijven, zoals kunsthandelaren, is dit hun businessmodel. Wanneer we dus inzoomen op incidentele exporteurs die dit voor langere periode doen wordt de kans steeds kleiner dat deze op enig moment de stap zetten naar een structurele, jaarlijks, aanwezigheid op de buitenlandse markt.

Ook de andere controle variabelen tonen over het algemeen het verwachte resultaat: bedrijven die over het algemeen meer handelen of een buitenlandse

dochteronderneming hebben hebben sowieso al een hogere kans om hun incidentele aanwezigheid op de buitenlandse markt om te zetten tot een structurele aanwezigheid, los van het missie effect.

Het voornaamste resultaat is echter natuurlijk het effect van de handelsmissie, dat gevangen wordt middels de coëfficiënt in de eerste rij van Tabel 9. De factor 1,6 in kolom 1 betekent dat missie deelname de kans met een factor 1,6 verhoogt dat een incidentele exporteur in enig jaar uitgroeit tot een continue exporteur. De achterliggende kansen zijn hierbij zo'n 15 procent voor de niet-deelnemers en 24 procent voor de missie-deelnemers. Hierbij moet echter de kanttekening geplaatst worden dat deze kansen geflatteerd zijn omdat we de optie dat een incidentele exporteur juist stopt met exporteren buiten deze sample is gelaten.

Bij de buitenlandse investeringen in kolom 3 zien we een soortgelijk treatment effect van 1,7. De kans dat een incidentele investeerder uitgroeit tot een structurele investeerder is jaarlijks gemiddeld 18 procent, wat kan oplopen tot 31 procent als zij op missie gaan. Bij importeren zien we een nog hoger treatment effect. Daar is de kans dat een incidentele importeur uitgroeit tot een structurele importeur ongeveer 24 in plaats van 11 procent als zij op missie gaan wat neerkomt op een treatment effect van 2,1.

Deze resultaten tonen aan dat economische missies dus niet alleen strikt voor niet handelaren of juist structurele handelaren van nut kan zijn, maar ook voor die groep daar tussenin. Zoals Alvarez (2007) al stelde heeft deze groep mogelijk andersoortig ondersteuning nodig om de volgende stap te zetten naar een structurele aanwezigheid, die gepaard kan gaan met mogelijke additionele leereffecten. Deze analyse toont aan dat een handelsmissie zo'n instrument blijkt te zijn om die stap te vergemakkelijken.



**Tabel 9 Hazard ratio's. De bijdrage van een handelsmissie aan de hazard dat incidentele handelaren en investeerders uitgroeien tot continue handelaren en investeerders.**

	(1) Export	(2) Import	(3) FDI
Missie effect	1.599*** (5.28)	2.096*** (7.16)	1.706*** (4.52)
Jaar 1	10.23*** (78.86)	9.586*** (79.08)	1 (.)
Jaar 2	6.178*** (80.15)	6.706*** (91.61)	2.373*** (14.94)
Jaar 3	2.118*** (31.35)	1.727*** (24.37)	0.817** (-3.17)
Jaar 4	0.648*** (-15.07)	0.462*** (-26.87)	0.263*** (-16.93)
Jaar 5	0.818*** (-6.80)	0.756*** (-9.59)	0.162*** (-19.40)
Jaar 6	0.741*** (-9.09)	0.623*** (-13.89)	0.286*** (-11.28)
Jaar 7	0.474*** (-16.76)	0.387*** (-20.86)	0.0383*** (-8.52)
Jaar 8	0.230*** (-21.10)	0.216*** (-23.00)	
Log handelswaarde elders	1.008*** (4.98)	1.027*** (21.08)	
Log import waarde	1.021*** (18.18)		
Log export waarde		1.022*** (18.26)	
Log totale handelswaarde			1.005*** (3.85)
Buitenlandse dochter	1.383*** (16.68)	1.284*** (10.85)	
Log arbeidsproductiviteit	0.888*** (-24.75)	0.902*** (-24.28)	0.992 (-1.31)
Log leeftijd	0.594*** (-38.92)	0.602*** (-39.71)	0.527*** (-33.95)
Log leeftijd^2	1.099*** (30.05)	1.089*** (26.19)	1.111*** (21.99)
Covid jaar dummy	0.161*** (-126.65)	0.129*** (-140.07)	1 (.)
Aantal observaties	336875	395491	56293

Geëxponentieerde coëfficiënten; *t* statistieken tussen haakjes

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$

Noot: De getoonde modellen controleren tevens voor verschillen tussen wereldregio's en bedrijfssectoren en ongeobserveerde verschillen tussen bedrijven en landen middels een normaal verdeelde frailty term.

## 6. Literatuur

Alvarez, R. (2007). Explaining export success: firm characteristics and spillover effects. *World development*, 35(3), 377-393.

Bogers, C. & Postel, J. (2023) Effectmonitoring internationale handelsmissies 2022. *Blauw research*.

Boutorot, A., & Franssen, L. (2022). Economic missions and firm internationalization: evidence from the Netherlands. *Review of World Economics*, 1-40.

Boutorot, A., Franssen, L., Span, T. & Walker, A. (2019). [Effectmeting naar de gevolgen voor de internationale activiteiten van deelnemers aan economische missies](#). Den Haag/Heerlen/Bonaire: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Cadot, O., Fernandes, A. M., Gourdon, J., & Mattoo, A. (2015). Are the benefits of export support durable? Evidence from Tunisia. *Journal of International Economics*, 97(2), 310-324.

Cox, D., & Hinkley, D. (1974). *Theoretical statistics*. Chapman and Hall.

Farooq, M. U., Su, K., Boubaker, S., & Gull, A. A. (2022). Does gender promote ethical and risk-averse behavior among CEOs? An illustration through related-party transactions. *Finance Research Letters*, 47, 102730.

Hausmann, R., & Rodrik, D. (2003). Economic development as self-discovery. *Journal of development Economics*, 72(2), 603-633.

Jenkins, S. (2004). PGMHAZ8: Stata module to estimate discrete time (grouped data) proportional hazards models.

Lancaster, T. (1990). The econometric analysis of transition data. *Econometric Society Monograph (17)*, Cambridge University Press.

Moons, S. J., & van Bergeijk, P. A. (2017). Does economic diplomacy work? A meta-analysis of its impact on trade and investment. *The World Economy*, 40(2), 336-368.

Munch, J., & Schaur, G. (2018). The effect of export promotion on firm-level performance. *American Economic Journal: Economic Policy*, 10(1), 357-387.

Olarreaga, M., Sperlich, S., & Trachsel, V. (2017). Export Promotion: what works? *Development Policies Working Paper 184*

Shropshire, C., Peterson, S., Bartels, A. L., Amanatullah, E. T., & Lee, P. M. (2021). Are Female CEOs Really More Risk Averse? Examining Economic Downturn and Other-Orientation. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 28(2), 185–206.

Van Biesebroeck, J., Yu, E., & Chen, S. (2015). The impact of trade promotion services on Canadian exporter performance. *Canadian Journal of Economics/Revue canadienne d'économique*, 48(4), 1481-1512.

Van den Berg, M., Boutorat, A., Franssen, L., & Mounir, A. (2022). Intermittent exporting: unusual business or business as usual?. *Review of World Economics*, 158(4), 1173-1198.

Van den Berg, M., Bollineni-Balabay, O., Boutorat, A., Duijsings, F., Slootbeek-van Laar, M. & Span, T. (2018). [Effectmeting bedrijfsleveninstrumentarium en posteninzet ter stimulering van internationaal ondernemen](#). Den Haag/Heerlen/Bonaire: Centraal Bureau voor de Statistiek.

Volpe Martincus, C., & Carballo, J. (2010). Beyond the average effects: The distributional impacts of export promotion programs in developing countries. *Journal of Development Economics*, 92(2), 201-214.

Volpe Martincus, C., & Carballo, J. (2012). Export promotion activities in developing countries: What kind of trade do they promote?. *The Journal of International Trade & Economic Development*, 21(4), 539-578.

Voss, D. (2020), Er zijn meer Nederlandse ceo's die Peter heten dan directeuren die vrouw zijn. *Algemeen Dagblad*.

Schminke, A., & Van Biesebroeck, J. (2013). Using export market performance to evaluate regional preferential policies in China. *Review of World Economics*, 149, 343-367.

## 7. Bijlage

### 7.1 Methodebeschrijving missie effectiviteit

Deze bijlage beschrijft kort de gebruikte methode waarmee in paragraaf 4.4 de effectiviteit van economische missies conditioneel op het geslacht van de deelnemer, ondernemer of bestuurder wordt geschat. De methode volgt die zoals gebruikt in Boutorat en Franssen (2022), maar wordt hier nogmaals kort samengevat.

De voornaamste uitdaging bij het meten van een mogelijk effect van missiedeelname op het starten met exporteren, importeren of investeren betreft het construeren van een valide controlegroep. In tegenstelling tot het meten van enig effect op de zogenaamde intensieve marge, waarbij zowel treatment als controle bedrijven al handelen en daar dus interesse in hebben, is dat bij de extensieve marge niet zo. Deze groep bedrijven handelt nog niet maar het is duidelijk dat de treatment groep daar wel enige interesse in heeft, gezien hun missiedeelname. Bij de controle groep weten we niet *a priori* of die dezelfde interesse hebben om te gaan exporteren. De eerste uitdaging betreft dus een afbakening van de onderzoekspopulatie waarbij de gekozen bedrijven tot op zekere hoogte eenzelfde interesse hebben om te internationaliseren op een nieuwe buitenlandse markt.

We stellen dat een bedrijf dat nog niet handelt op een specifieke markt daar mogelijk wel interesse in zou kunnen hebben als die al eerder ergens anders ter wereld gehandeld heeft. In een tweede afbakening specificeren we dat die handel met de wereldregio waar dat land toe behoort moet zijn geweest (maar nogmaals, niet met het specifieke doelland uiteraard). Deze voorwaarde stellen we vervolgens aan zowel de controle als de treatment groep. Dat betekent dat we enkele missie observaties (zo'n 20 procent) verliezen op het moment van de missie nog nooit ergens internationaal actief waren geweest. Alhoewel we daarmee een mogelijk belangrijke groep missen is deze voorwaarde noodzakelijk omdat er anders een selectie effect optreedt waarbij de treatment groep *by design* minder actief is internationaal dan de controle groep. Met name in de EU zou dit voor een sterk vertekend beeld zorgen. Dit heeft mogelijk wel een inflatoir effect op de missie variabele. Onderzoek heeft echter ook aangetoond dat het geen gevolgen heeft voor de differentiële effecten tussen de mannelijke en vrouwelijke missies.

Op deze populatie passen we vervolgens net zoals in Boutorat en Franssen (2022) een lineair probabiliteitsmodel toe, waarbij we controleren voor ongeobserveerde verschillen tussen bedrijven, jaren en landen. Specifiek schatten we het volgende model:

$$Int_{ijt} = Missie_{ijt} + \gamma_{it} + \delta_{jt} + \varepsilon_{ijt}$$

Waarbij *int* een dummy variabele is die aangeeft of een bedrijf *i* binnen 2 jaar (dat wil zeggen in het jaar *t* van de missie, jaar *t+1* of jaar *t+2*) begint met internationaliseren (*Int*) op doelland *j*. Voor internationaliseren kijken we apart naar export, import of een buitenlandse deelneming in land *j*.  $\gamma_{it}$  en  $\delta_{jt}$  zijn bedrijf\*jaar en land\*jaar dummies. Naast deze hoofdspecificatie passen we verschillende robuustheidscontroles toe waarbij we spelen met de controlevariabelen of de manier waarop we interesse in internationaliseren specificeren, zoals boven aangegeven. Deze resultaten worden niet expliciet getoond in dit rapport maar zijn op te vragen bij de auteurs.

## 7.2 Technische beschrijving gebruikte duurmodellen

In de overlevingsanalyse is de hazard een maatstaf voor het “gevaar” dat een individu op dat moment loopt. Het is de kans dat een gebeurtenis zich voordoet, gegeven dat het individu de gebeurtenis tot op dat moment nog niet heeft meegemaakt. Modellen zoals het Cox’ proportional hazards model (Cox, 1974), of de discrete variant die wij hier gebruiken, proberen de hazardfunctie te modelleren in termen van covariaten om inzicht te krijgen in de factoren die het risico op de gebeurtenis beïnvloeden. Het verband tussen de survival functie  $S(t) = P(T > t) = \sum_{t_i > t} P(T = t_i)$  en de hazardfunctie  $h(t_i) = P(T = t_i | T \geq t_i) = \frac{P(T=t_i)}{S(t_{i-1})}$  wordt in het geval van discrete tijdstippen gegeven door  $S(t) = \prod_{t_i < t} (1 - h(t_i))$ .

Een complementair log-log model is een specifiek type regressiemodel dat gebruikt wordt wanneer de tijdstippen waarop de gebeurtenissen die zich kunnen voordoen, discreet zijn. Net zoals het meer bekende Cox model, gebruikt het de aanname dat de hazard van twee individuen op een factor na verschilt. Die factor hangt af van de eigenschappen van de individuen.

$$\log(-\log(1 - h_{ik})) = \beta' x_i + \gamma_k$$

De effecten van covariaten worden samengevat door de vector  $\beta$  en  $\gamma_k$  geeft de duurzaamheidsafhankelijkheid weer van de hazard. Het model kan uitgebreid worden met een random effect  $\nu_i$  om niet-geobserveerde heterogeniteit tussen bedrijven te incorporeren.

$$\log(-\log(1 - h_{ik})) = \beta' x_i + \gamma_k + \nu_i$$

Als er geen rekening wordt gehouden met niet-geobserveerde heterogeniteit, ontstaat er een onderschatting van de mate waarin het risico toe-of afneemt met de duur, en wordt de omvang van de impact van covariaten op het risico verminderd (Lancaster 1990, hoofdstuk 4).

Voor het random effect kunnen we verschillende verdelingen veronderstellen. Gangbare keuzes zijn de standaard normale verdeling en de Gamma verdeling. Beide opties werden gefit en vertoonden grote gelijkenissen. Vanwege een hogere flexibiliteit van het model met een normaal verdeelde frailty waardoor er tegelijkertijd meer geobserveerde bedrijfs- en landverschillen mee kunnen in de schatting, zijn we daar vanuit gegaan in de getoonde basismodellen.

We passen deze vergelijking toe op in totaal negen groepen bedrijven, zij het met telkens een andere afhankelijke variabele (continue, starter of incidentele exporteurs, importeurs of investeerders), gebruikmakend van het Stata commando *xtcloglog*.