

Begrotingsbehandeling EZK

ONL voor Ondernemers, [...] november 2020

ONL: Versnel de internationalisering van het MKB, zeker nu!**MKB in Nederland heeft nog steeds moeite om de internationale markt te vinden**

Het Nederlandse MKB heeft over het algemeen nog veel moeite om de internationale markt op te gaan. Ongeveer 9% van de MKB-bedrijven in Nederland is internationaal actief, terwijl 32% van het Nederlandse BNP in het buitenland verdiend wordt. De reputatie van Nederland als exportland wordt vooral gecreëerd door een klein aantal grote bedrijven die de hele wereld over gaan. Kleinere bedrijven en start-ups kunnen hun weg op Europese en mondiale markt nog niet voldoende vinden. Zeker nu, in tijden waarin het cruciaal is om zo breed mogelijk markten aan te boren en nieuwe afzetmarkten te vinden, verdient het MKB een grotere rol in het Nederlandse handelsbeleid. ONL draagt hiertoe een aantal punten aan:

- ❖ **Blijf sterk inzetten op digitale en inkomende handelsmissies**
- ❖ **Versterk het instrumentarium en de toegang tot financiering voor het MKB**
- ❖ **Werk aan een eerlijk speelveld op de internationale markt**
- ❖ **Maak kickstartvouchers breder en beter toegankelijk**
- ❖ **Maak ketens transparant, maar op een proportionele manier**
- ❖ **Zet in op vrouwelijk ondernemerschap**

Er liggen veel kansen voor het MKB over de grens, maar deze kunnen alleen ten volle benut worden als er voldoende informatievoorziening is en er voldoende middelen beschikbaar gesteld worden voor ondernemers om internationaal actief te worden. ONL ziet hier mogelijkheden en gaat graag in gesprek over de manieren waarop we de internationalisatie van het MKB het beste vorm kunnen geven.

- ❖ **Blijf sterk inzetten op digitale en inkomende handelsmissies**

Veel handelsmissies, die in de zomer weer enigszins gepland werden, zijn inmiddels weer uitgesteld of geannuleerd. Het coronavirus roept juist veel vragen op bij ondernemers die internationaal zakendoen of willen gaan doen. Meer dan in andere sectoren is het juist nu van belang om wel in te zetten op goede en aanvullende ondersteunende diensten. Ambassades en een speciale corona taskforce kunnen hierin een rol spelen, maar zeker ook digitale handelsmissies en beurzen. Betrek ook het MKB bij deze handelsmissies, dit kan, omdat de kosten voor digitale handelsmissies beduidend lager zijn. ONL is staat daarnaast voor een sterkere focus op inkomende handelsmissies. Hiervoor moet voor MKB-ondernemers één centraal loket zijn waar zij terecht kunnen voor informatie en eventuele deelname.

- ❖ **Versterk het instrumentarium en de toegang tot financiering voor het MKB**

Bij ongeveer 95% is minder dan 10 man personeel fulltime in dienst. Het gaat om kleine bedrijven, die flexibel, innovatief, vaak specialistisch en creatief zijn en veel waarde toevoegen. De behoefte van deze bedrijven verschilt enorm van de huidige aanpak binnen het handelsbeleid. Bij deze bedrijven ontbreken de kennis en middelen om (international) markt en business development structureel in te vullen.

Het aanleveren van landeninformatie biedt mkb-bedrijven doorgaans weinig hulp. Er is meer behoefte aan een procesgerichte benadering van structuren en systemen waarmee ondernemers de internationale markt op kunnen. Ondernemers hebben behoefte aan een sectorspecifieke benadering en het tot stand brengen van directe contacten met ondernemers in betreffende landen. Hierbij

moeten Nederlandse ondernemers worden ingebed in lokale en internationale waardeketens op basis van hun specifieke expertise.

De focus voor handelsbevordering kan het beste gelegd worden op een procesgerichte facilitering én gemakkelijke toegang tot financiering, bij voorkeur via één loket per categorie bedrijven. Ondernemers ervaren de huidige financieringsinstrumenten als verwarrend, complex en ontmoedigend. Het instrumentarium is momenteel ingericht op de export van producten, terwijl het accent van de nieuwe generatie ondernemers ligt op kennis en diensten. Per categorie ondernemers zijn er verschillende instrumenten nodig. ONL pleit bijvoorbeeld voor een loket voor startende ondernemers, een loket voor scale-ups, en een loket voor innovatie.

Samengevat moet het beleid buitenlandse handel meer stimulans en ondersteuning bieden aan mkb-ondernemers die willen exporteren of buitenlandse markten willen betreden. Dit kan bijvoorbeeld door ondernemende ecosystemen op te zetten of te faciliteren, directe toegang tot potentiële opdrachtgevers te realiseren, en de financieringsmogelijkheden en exportinstrumenten af te stemmen op de behoefte van ondernemers.

Op het gebied van financiering van internationale projecten van MKB-bedrijven zijn er steeds minder faciliteiten beschikbaar. Hierdoor krijgen MKB-bedrijven die internationaal uit willen breiden, hier steeds moeilijker de juiste financiering voor. Nederlandse bancaire financiers trekken zich terug uit het buitenland vanwege relatief lage rendementen en hoge kosten om op locatie actief te zijn. Uit onderzoek van het Financieel Dagblad kwam naar voren dat steeds meer Nederlandse ondernemers in het buitenland niet meer bij een Nederlandse bank terecht kunnen.¹ Het is ontzettend belangrijk dat Nederlandse banken een aanspreekpunt voor het Nederlandse MKB in het buitenland blijven, zij hebben affiniteit met het Nederlandse MKB. Ondernemers moeten een aanspreekpunt in het buitenland hebben om kennis over de lokale markten op te doen en om contact te leggen met lokale partners. Daarnaast is het significant gecompliceerder om krediet aan te vragen bij buitenlandse banken waar nog niet eerder contact mee is geweest. Dit zijn onnodige belemmeringen voor het MKB om internationaal zaken te gaan doen.

ONL maakt zich daarom sterk voor een oplossing voor het gebrek aan financiering voor het internationaal opererende MKB. Een gedegen onderzoek naar mogelijke oplossingen voor het financieringsprobleem is nodig om te kijken hoe financiering internationaal beter toegankelijk kan worden gemaakt voor het MKB.

Voor kleine bedrijven is het echt een weloverwogen keuze om wel of niet te investeren in een handelsmissie. Het aanbod sluit niet aan op kleine en startende bedrijven die internationaal zaken willen gaan doen. Zo zijn er (te) weinig handelsmissies naar near-by-markets, zoals Duitsland of België. Dit zijn nou juist de afzetmarkten waar met name de kleinere bedrijven in geïnteresseerd zijn. Verder zou er gekeken moeten worden naar doelgroep specifieke handelsmissies, bijvoorbeeld een missie toegespitst op start-ups.

Door de gevolgen van de coronacrisis is er ook meer specifieke steun nodig. Veel internationaal opererende bedrijven weten door de steeds veranderde situatie in buurlanden niet meer waar ze aan toe zijn. De SIB-vouchers kunnen hierin een belangrijke dienstverlenende rol spelen, mits anders ingericht.

¹ Zie bijlage

Er zijn verschillende vouchers van de SIB-regeling die internationaal opererende bedrijven ondersteunen met een financiële bijdrage. Zet deze slim in om ondernemingen die internationaal zakendoen de benodigde extra steun in de rug te geven.

❖ **Werk aan een eerlijk speelveld op de internationale markt**

ONL maakt zich sterk voor vrije handel, mits dit ook eerlijke handel is. Om op een eerlijke manier op de internationale markt te kunnen concurreren, is het cruciaal voor ondernemers dat alle spelers op de markt zich aan dezelfde regels moeten houden. Door de opkomst van digitale platforms wordt echter pijnlijk duidelijk dat niet alle partijen aan dezelfde regels en eisen gebonden zijn en daardoor een oneerlijk concurrentievoordeel hebben.

Het is in het algemeen belang dat producten die de Europese markt op komen, voldoen aan Europese kwaliteitseisen en voor een eerlijke prijs verhandeld worden. Zowel voor de marktpositie van ondernemers binnen de EU, die eerlijk moeten kunnen concurreren, als voor de consument, die er zeker van moet kunnen zijn dat producten die zij in Nederland kopen, aan bepaalde eisen voldoen. Online platforms die producten uit landen buiten de EU op de Europese markt verkopen, moeten ter verantwoording gehouden kunnen worden met betrekking tot de producten die zij verhandelen. Maak ondernemers uit derde landen daarvoor ook bewust van de Europese regels.

Volgens ONL is het daarbij van groot belang dat de aanbevelingen uit het rapport van SIRA-consulting, waaronder het zo spoedig mogelijk afschaffen van de BTW-vrijstelling voor pakketjes met een waarde van onder de 25 euro, worden overgenomen. Deze vrijstelling maakt het eenvoudig voor bedrijven uit derde landen om producten onder de marktprijs de Europese markt op te brengen. Daarnaast is het belangrijk dat de ACM meer mogelijkheden krijgt om bedrijven uit derde landen die zich niet aan Europese regelgeving met betrekking tot concurrentie houden, te weren van de Europese interne markt. ONL ziet tevens een rol voor de NVWA om te controleren of producten uit derde landen aan Europese kwaliteitseisen voldoen.

Op het gebied van aanbestedingen is het inzetten van een IPI (*Investment Procurement Instrument*) volgens ONL een stap in de juiste richting. Dit instrument voorziet in een beleidsinstrument waarmee oneerlijke concurrentie tegengegaan kan worden door middel van het rekenen van een opslag op biedingen boven een bepaalde drempel. Dit instrument beschermt de interne markt tegen landen waarvan het bekend is dat hun bedrijven staatssteun ontvangen en daardoor een oneerlijk concurrentievoordeel ten opzichte van Europese bedrijven genieten.

ONL maakt zich hard voor meer internationaal zaken doen. Dit moet dan alleen wel op een eerlijk speelveld en volgens de regels gebeuren. Idealiter wordt er ook op Europees niveau een strategie ontwikkeld om het eerlijk speelveld te waarborgen, dit is één van de ambities van de Commissie Von der Leyen en Nederland moet zich hier ook vol voor inzetten.

❖ **Maak de Kickstartvoucher breder en beter toegankelijk**

Op initiatief van ONL zijn er “Kickstartvouchers” beschikbaar gesteld om het MKB te helpen om internationaal te gaan ondernemen. Het is een sterk signaal dat de overheid het belang van een meer internationaal opererend MKB inziet. Ondernemers geven echter aan dat deze nog te weinig toegekend worden. Sinds de lancering van de vouchers in juli zijn er pas enkele tientallen uitgegeven, tegenover een veelvoud aan aanvragen. Daarnaast is het MKB er gebaat bij wanneer de waarde van de vouchers verhoogd wordt, waardoor er meer projecten mee gefinancierd kunnen worden en ze daadwerkelijk een motor van de internationalisering worden. Zet de kickstartvouchers dus breder en sneller in. Ten slotte is zichtbaarheid een probleem. Veel ondernemers weten de vouchers nog niet te

vinden, terwijl hun bedrijven er veel baat bij kunnen hebben. Door de zichtbaarheid van de kickstartvouchers te vergroten worden er meer bedrijven op het juiste moment bereikt en wordt de effectiviteit vergroot.

❖ **Maak ketens transparant, maar op een proportionele manier**

ONL ziet dat ondernemers internationaal maatschappelijk verantwoord ondernemen (IMVO) belangrijk vinden, de doelstellingen van het IMVO-beleid worden breed gedragen. Helaas zien kleine ondernemers de IMVO-verplichtingen vaak als onwerkbaar. Door steeds verdergaande transparantieplichtingen in de handelsketen vragen grote ketens onder het mom van IMVO gedwongen inzage van concurrentiegevoelige bedrijfsinformatie van ketenondernemers. Onder het mom van het MOM, MVO en IMVO worden importeurs en groothandelaren verplicht om concurrentiegevoelige informatie te delen. Nederlandse importeurs hebben vaak jarenlang geïnvesteerd in relaties met fabrikanten en hierbij het kwaliteitsniveau verhoogd. Nu worden ze gedwongen informatie af te geven waardoor klanten direct zaken gaan doen met fabrieken. Informatie betreffende fabrieken in het buitenland is deels het bestaansrecht van importeurs en groothandelaren, deze informatie moeten ze voor zichzelf kunnen houden. ONL bestrijdt deze handelswijze en wijst op de OESO-richtlijnen, waarin expliciet vermeld is dat gevoelige bedrijfsinformatie niet hoeft te worden vrijgegeven.

❖ **Zet in op vrouwelijk ondernemerschap**

Voor ONL is het zeer belangrijk dat het ondernemend talent dat Nederland rijk is, volledig benut wordt. Er liggen kansen om handelsmissies breder toegankelijk te maken. ONL merkt dat het nog steeds erg lastig is voor kleinere bedrijven en organisaties om deel te nemen aan handelsmissies. Het zijn vaak dezelfde partijen die een handelsmissie opzetten en uitvoeren. Organisaties als WomenBizz, dat succesvolle, internationaal actieve vrouwelijke ondernemers samen brengt, bezitten de kennis en het netwerk om een actieve rol binnen handelsmissies op zich te nemen.

Vrouwelijke ondernemers die de ambitie hebben om internationaal uit te breiden, moeten de ruimte krijgen om deel te nemen aan missies en hier een actieve rol in te spelen. Deze ondernemers zijn tevens goede rolmodellen voor andere vrouwelijke ondernemers. Het is cruciaal om de ondernemende kracht en kennis die Nederland bezit ten volle in te zetten.