



Onderzoeksreeks

Internationalisering van Diensten Positie en Perspectieven van Nederland

Internationalisering van Diensten: Positie en Perspectieven van Nederland

Maart 2007
Den Haag
Ministerie van Economische Zaken

Colofon

Uitgave

Dit is een publicatie van het Ministerie van Economische Zaken.

16 maart 2007

Aan deze publicatie kunnen geen rechten worden ontleend.

De publicatie is te downloaden via de website www.ez.nl van het Ministerie van Economische Zaken

Publicatienummer: 07BEB01

Informatie:

Ministerie van Economische Zaken

DG Buitenlandse Economische Betrekkingen

Postbus 20101

2500 EC Den Haag

Nicolette Tiggeloove/ N.Tiggeloove@minez.nl

Projectgroep: Selma Blank, Jan Oosterhout, René Strik, Jasmijn Thissen en Nicolette Tiggeloove
(projectleider)

EZ onderzoeksreeks

De EZ onderzoeksreeks bevat publicaties die beogen een bijdrage te leveren aan het wetenschappelijke en maatschappelijke debat op beleidsrelevante onderwerpen. Een redactieraad bewaakt de kwaliteit van de studies. De EZ onderzoeksreeks is begin 2003 van start gegaan als EZ-brede reeks.

EZ beleidsstudies

EZ beleidsstudies presenteren beleidsonderbouwend en -evaluerend onderzoek dat toegankelijk is voor een breed publiek. Met de studies wordt beoogd de 'stakeholders' van EZ te informeren: het bedrijfsleven, kennisinstellingen en universiteiten, collegedepartementen en intermediaire instellingen. EZ beleidsstudies is begin 2003 van start gegaan als een EZ-brede reeks.

Inhoud

Samenvatting.....	4
1. Inleiding.....	6
1.1. Aanleiding.....	6
1.2. Doelstelling, reikwijdte en aanpak.....	6
1.3. Definitie en afbakening.....	6
1.4. Leeswijzer.....	7
2. Nederland internationaal dienstenland.....	9
2.1. Nederlandse dienstensector.....	9
2.2. Nederlandse dienstenhandel.....	10
2.3. Nederlandse investeringen in het buitenland.....	14
2.4. Internationale positie van Nederland in de dienstenhandel.....	15
3. Trends en ontwikkelingen.....	17
3.1. Toenemende verwevenheid industrie en diensten.....	17
3.2. Ontwikkelingen op het gebied van ICT.....	17
3.3. Globalisering en verplaatsing van bedrijfsactiviteiten.....	18
3.4. Liberalisering van diensten.....	19
4. Potentieel voor internationalisering.....	22
4.1. Inleiding.....	22
4.2. Kansen voor internationalisering.....	23
4.3. Belemmeringen voor internationalisering.....	27
4.4. Mogelijke rol voor de overheid.....	30
5. Conclusies en aanbevelingen.....	33
5.1. Belangrijkste conclusies.....	33
5.2. Aanbevelingen.....	35
Literatuurlijst.....	38

Samenvatting

Diensten spelen een sleutelrol in de economie. Er bestaat echter onvoldoende zicht op het belang en potentieel van de diensten waar het internationale handel en buitenlandse investeringen betreft. Diensten zijn niet tastbaar en onttrekken zich vaak letterlijk aan de aandacht. Dit was voor de Dutch Trade Board (DTB) en het ministerie van Economische Zaken aanleiding om diensten “uit de mist te halen”. Dit rapport schetst de ontwikkelingen in de Nederlandse internationale dienstenhandel, geeft een inventarisatie van kansen en belemmeringen voor internationalisering en geeft aanbevelingen om het internationale potentieel van de Nederlandse dienstensectoren beter te benutten.

De dienstensector is zeer breed, omvangrijk en divers en de sector is in de afgelopen jaren sterk gegroeid. Het groeiende belang van de dienstensector in de economie komt echter niet duidelijk naar voren in de cijfers voor de buitenlandse handel. Het aandeel van diensten ligt al geruime tijd rond de 20% van de totale buitenlandse handel van Nederland. Een belangrijke verklaring hiervoor is dat diensten door hun immateriële karakter niet goed verhandelbaar zijn. Het betreft vaak vertrouwensproducten en het leveren van service en maatwerk is dikwijls een vereiste. Nabijheid bij de klant en spreken van de juiste ‘taal’ is noodzakelijk. Dit is een kenmerkend verschil met de industriector, waarbij goederen makkelijker vanuit het thuisland te verhandelen zijn. De belangrijkste wijze van aanbieden van diensten op buitenlandse markten is dan ook de verkoop via buitenlandse vestigingen, in de vorm van directe buitenlandse investeringen. Ook het kleinschalige karakter van veel dienstverlenende bedrijven vormt een belangrijke belemmering voor het starten van internationale activiteiten. Kleine bedrijven ontberen vaak de capaciteit en middelen om hun activiteiten uit te breiden naar het buitenland, zeker wanneer hiervoor het oprichten van een vestiging vereist is.

Ook voor kleine en middelgrote dienstverleners liggen er veel kansen op het vlak van internationalisering. Vooral het opereren in samenwerkingsverbanden binnen de dienstensector biedt goede mogelijkheden om een buitenlandse markt sneller en effectiever te bewerken. Dit komt doordat samenwerken veel minder complex en kapitaal intensief is dan het starten van een eigen vestiging. Verder maken ICT-ontwikkelingen het aanbieden van diensten op afstand steeds meer mogelijk. Voor de veelal kleinschalige dienstverleners in Nederland biedt de verkoop van licenties (milieusector) of concepten (Big Brother) een goede oplossing. De toenemende verwevenheid van industrie en diensten maakt de markt voor diensten groter en ook het kennisniveau van de Nederlandse dienstensector biedt de sector groeimogelijkheden.

Het rapport doet de volgende aanbevelingen om het internationale potentieel van de dienstensectoren beter te benutten.

1. Meer aandacht voor de kansen voor internationalisering

Bedrijven in de dienstensector moeten zich bewuster worden van de kansen voor internationalisering. Bij verschillende brancheverenigingen binnen de dienstensector is er nog weinig aandacht voor internationalisering. Voor de DTB en de overheid is een rol weggelegd om samen met VNO-NCW, MKB-Nederland, de Kamers van Koophandel en andere koepel- en brancheverenigingen de bedrijven binnen de dienstensector bewust te maken van de kansen voor internationalisering.

2. Samenwerking en krachtenbundeling

De slagkracht op internationale markten kan worden vergroot d.m.v. samenwerking tussen bedrijven onderling én met de overheid. Het bundelen van de krachten in Nederland via clusters, platforms, etc.

vormt een belangrijke aanpak om de problemen die samenhangen met kleinschaligheid op te lossen. Tevens kunnen door een gezamenlijke inzet en een beter zicht over de hele keten totaaloplossingen worden geboden voor omvangrijke, complexe projecten. Van belang is te onderzoeken hoe de partijen die in Nederland niet samenwerken, maar die in het buitenland het verschil zouden kunnen maken, bij elkaar kunnen worden gebracht. Naast de overheid hebben koepel- en brancheverenigingen een rol bij het tot stand brengen van samenwerking tussen hun leden, met name voor het MKB. Daarbij moet ook worden bekeken of in bepaalde markten kleinere spelers kunnen meeliften met grotere spelers binnen de sector. Voorts kunnen zij in contacten met andere aanverwante koepel- en brancheverenigingen mogelijkheden tot (interdisciplinaire) samenwerking verkennen. Uiteraard moeten ook de kansen voor individuele ondernemingen hierbij niet uit het oog worden verloren. Naast de overheid en de brancheorganisaties heeft de DTB een duidelijke voortrekkersrol ten aanzien van stimulering van krachtenbundeling binnen de dienstensectoren.

Ook meer samenwerking tussen bedrijven, overheid en kennisinstellingen is noodzakelijk. Nederland heeft veel expertise en hoogwaardige diensten en producten in huis. Belangrijk is dat we deze expertise kunnen mobiliseren en op de buitenlandse markten op een samenhangende en gerichte manier kunnen inzetten. Samenwerking biedt de mogelijkheid een breder en hoogwaardiger dienstenpakket aan te bieden, waardoor het MKB internationaal een betere concurrentiepositie krijgt. Het vormen van ad hoc coalities neemt echter veel tijd in beslag. Duurzame samenwerkingsverbanden tussen bedrijven maar ook overheden en kennisinstellingen zijn daarom van belang.

3. Focus en profilering

Essentieel is dat het Nederlandse bedrijfsleven eenduidiger en krachtiger gepresenteerd wordt in het buitenland. In dit verband zou de Nederlandse overheid (pro-)actiever steun moeten organiseren voor het eigen bedrijfsleven (bijv. in de vorm van een gerichte inzet van economische diplomatie, gezamenlijke missies onder het logo van de DTB, etc.). Meer focus op de sterke punten van de Nederlandse dienstensector versterkt het imago van de sector. Bedrijven blijken niet voldoende op de hoogte te zijn van vele initiatieven van overheid en bedrijfsleven op terrein van betere profilering van het Nederlandse bedrijfsleven. Van belang is dan ook om te kijken hoe deze bedrijven, bijvoorbeeld door meer samenwerking met koepel- en brancheorganisaties, beter bereikt kunnen worden. Hier ligt een rol voor de DTB en EZ/EVD.

4. Versterking van onderwijs

Van groot belang voor internationalisering van de Nederlandse dienstensector is de verbetering van de kwaliteit van het Nederlandse onderwijs. Met name de Nederlandse technische opleidingen moeten verbeteren, maar ook meer aandacht voor taal en (internationaal) ondernemen in de opleidingen is gewenst.

5. Verbetering van regelgeving

Regelgeving blijkt op een aantal punten niet goed aan te sluiten op de wensen van het bedrijfsleven. Om te voorkomen dat voor het bedrijfsleven moeilijk uitvoerbare regelgeving wordt ontwikkeld, is meer betrokkenheid van het bedrijfsleven bij de totstandkoming van regelgeving gewenst. De Regeling Buitenlandse Kenniswerkers is, ondanks de aanpassingen, nog onvoldoende flexibel. De procedure blijkt te tijdrovend te zijn en de wachttijden te lang. Juist in de dienstverlening wordt veel gebruik gemaakt van buitenlandse kenniswerkers en verbetering in deze regeling is dan ook noodzakelijk.

1. Inleiding

1.1. Aanleiding

Diensten spelen een sleutelrol in de Nederlandse economie. Er is echter onvoldoende zicht op het belang van diensten als we het hebben over internationale handel. Met betrekking tot internationale handel gaat de aandacht in de regel uit naar de goederenhandel en veel minder naar de dienstenhandel. Diensten zijn niet tastbaar en onttrekken zich vaak letterlijk aan de aandacht. Hierdoor bestaat er onvoldoende duidelijkheid over het belang van de internationale dienstenhandel voor de Nederlandse economie. Mede op grond van technologische ontwikkelingen en handelsliberalisering is toenemende aandacht voor internationalisering van diensten gerechtvaardigd. Het onderwerp internationale dienstenhandel is opgenomen in het werkprogramma van de Dutch Trade Board (DTB), om zicht te krijgen op het internationale potentieel van de Nederlandse dienstensectoren en de mogelijkheden van publiek-private samenwerking gericht op een betere benutting van dit potentieel.

1.2. Doelstelling, reikwijdte en aanpak

Doel van dit inventariserende onderzoek is meer inzicht te verkrijgen in de ontwikkelingen in de Nederlandse internationale dienstenhandel en het potentieel van de Nederlandse dienstensectoren voor internationalisering.

De volgende vragen staan centraal in het onderzoek:

1. Wat is de aard, samenstelling, betekenis en positie van de Nederlandse internationale dienstenhandel?;
2. Wat is het potentieel van de Nederlandse commerciële dienstensectoren¹ voor internationalisering en welke kansen en belemmeringen doen zich voor?

Voor de beschrijving en analyse van de ontwikkeling, samenstelling en positie van de Nederlandse internationale dienstenhandel is literatuuronderzoek gedaan en zijn enkele gesprekken gevoerd met experts. Om zicht te krijgen op het potentieel van de dienstensectoren voor internationalisering is grotendeels een kwalitatieve benadering gekozen. Dertig diepte-interviews met bedrijven en organisaties zijn gevoerd om kansen en belemmeringen inzake internationalisering in beeld te brengen. Op 22 februari 2007 vond op het ministerie van Economische Zaken een besloten ronde tafel bijeenkomst “Internationalisering van diensten” plaats met organisaties en bedrijven. Op basis van de uitkomsten van literatuuronderzoek, diepte-interviews en de ronde tafel bijeenkomst worden aanbevelingen gedaan gericht op een betere benutting van het internationale potentieel van de Nederlandse dienstensectoren.

1.3. Definitie en afbakening

Vormen van internationale dienstenhandel

De karakteristieken van diensten hebben implicaties voor de manier waarop handel in diensten kan plaatsvinden. Een belangrijk kenmerk van diensten is dat de productie van diensten vaak een directe interactie tussen producent en consument vereist. Productie en consumptie vinden meestal gelijktijdig

¹ Dit onderzoek richt zich uitsluitend op de commerciële diensten.

plaats en dan kunnen geen voorraden worden aangehouden. Een andere belangrijke eigenschap van diensten is dat diensten ervaringsproducten zijn en soms zelfs pure vertrouwensproducten (bijvoorbeeld advocatuur). Een en ander betekent dat de verkoop van een dienstenproduct aan de klant in het algemeen meer maatwerk en service vereist en dat de export van diensten vaak lastiger is dan die van goederen.

Kader 1: Diensten zijn ervaringsproducten

“Neem kaas: dat kun je proeven, zien, voelen en ruiken. Bij dienstgerichte producten als software en multimedia is dat zintuiglijk waarnemen lastig. Het abstractieniveau ligt hoger en daardoor is het moeilijker om potentiële klanten in het buitenland te overtuigen om zo ’n product aan te schaffen.”

Rien Hazeleger van de Kamer van Koophandel Gooi- en Eemland

Het feit dat diensten immaterieel zijn en niet in voorraad kunnen worden aangehouden betekent dat om verhandelbaar te worden, diensten moeten worden toegepast of ingesloten in objecten, informatie-stromen of personen. Dus om handel te kunnen drijven moet de verlener of afnemer van diensten vaak de grens overschrijden. Door ICT-ontwikkelingen kunnen echter steeds meer diensten in producten worden ingebouwd (bijvoorbeeld software op een Cd-rom), waardoor ze wel fysiek kunnen worden opgeslagen, vervoerd en verhandeld (zie hoofdstuk 3). Een andere belangrijke vorm van het aanbieden van diensten op buitenlandse markten is de verkoop via buitenlandse vestigingen (zie kader 2).

Kader 2: Vier vormen van internationale dienstenhandel

Vanwege de bovengenoemde speciale eigenschappen van diensten omvat de handel in diensten meer dan de grensoverschrijdende handel. De Wereldhandelsorganisatie WTO onderscheidt vier wijzen van het aanbieden van diensten:

- 1) *Grensoverschrijdende leveringen*: diensten die naar het buitenland worden verhandeld.
Voorbeelden: ontwerpen via de post of telecommunicatie.
- 2) *Consumptie in het buitenland*: consument reist naar het buitenland om daar diensten af te nemen.
Voorbeelden: toerisme en reparatie.
- 3) *Commerciële aanwezigheid*: een dienstenproducent vestigt zich in het buitenland om diensten te verschaffen. Voorbeelden: vestiging van een bank of een supermarktketen.
- 4) *Aanwezigheid van natuurlijke personen*: personen die tijdelijk naar het buitenland gaan om een dienst te verlenen. Voorbeelden: accountants en ingenieurs.

Brede definitie dienstenhandel

In veel literatuur over de internationale dienstenhandel wordt alleen de grensoverschrijdende handel behandeld. In dit onderzoek hanteren we een brede definitie van dienstenhandel en wordt de nadruk gelegd op zowel de grensoverschrijdende handel als de commerciële aanwezigheid op buitenlandse markten. Commerciële aanwezigheid via buitenlandse vestigingen is de belangrijkste vorm van aanbieden. Dit uit zich in hoge directe buitenlandse investeringen in diensten (zie verder hoofdstuk 2).

1.4. Leeswijzer

Dit rapport start in hoofdstuk 2 met een algemene beschrijving van de Nederlandse dienstensector en de aard en samenstelling van de Nederlandse dienstenhandel en buitenlandse investeringen. Het hoofdstuk sluit af met de internationale (concurrentie)positie van Nederland. Daarna volgt in hoofdstuk 3 een beschrijving van trends en ontwikkelingen die van bijzonder belang zijn voor internationalisering van de diensten. Het gaat hier om de toenemende verwevenheid tussen industrie

en dienstverlening, de betekenis voor Nederland van handelsliberalisering, internationale verplaatsing van bedrijfsactiviteiten en globalisering. Vervolgens wordt in hoofdstuk 4, voornamelijk op basis van diepte-interviews met bedrijven en organisaties, een beeld geschetst van de kansen en belemmeringen. De interviews zijn gehouden met bedrijven en organisaties in sectoren die al breed internationaal actief zijn en sectoren met een nog beperkte internationale oriëntatie.² Daarnaast geeft dit hoofdstuk een nadere analyse van het internationale potentieel van de dienstensector. Het rapport sluit af met aanbevelingen gericht op een betere benutting van het internationale potentieel van de Nederlandse dienstensectoren.

² Ongeveer 30 diepte-interviews zijn gehouden met bedrijven en organisaties in de volgende acht subsectoren: Zakelijke dienstverlening; Water en milieu; Banken en verzekeringen; Transport, logistiek en distributie; Post en telecom; Bouw en infrastructuur; ICT-dienstverlening; Media, cultuur en entertainment.

2. Nederland internationaal dienstenland

Dit hoofdstuk start met een algemene beschrijving van de Nederlandse dienstensector. Vervolgens wordt in paragraaf 2.2 de ontwikkeling en samenstelling van de Nederlandse dienstenhandel besproken. Paragraaf 2.3 geeft een beschrijving van de ontwikkeling en samenstelling van de Nederlandse directe buitenlandse investeringen in de dienstverlening. Het hoofdstuk sluit af met de internationale positie van Nederland.

2.1. Nederlandse dienstensector

Diensten spelen een steeds grotere rol in de productiestructuur van Westerse economieën, zo ook in de economie van Nederland. De dienstensector creëert circa driekwart van de bruto toegevoegde waarde van de Nederlandse economie. Commerciële dienstverleners nemen ongeveer de helft van de toegevoegde waarde voor hun rekening. Ruim 80% van de Nederlandse beroepsbevolking heeft een baan in de dienstensector.

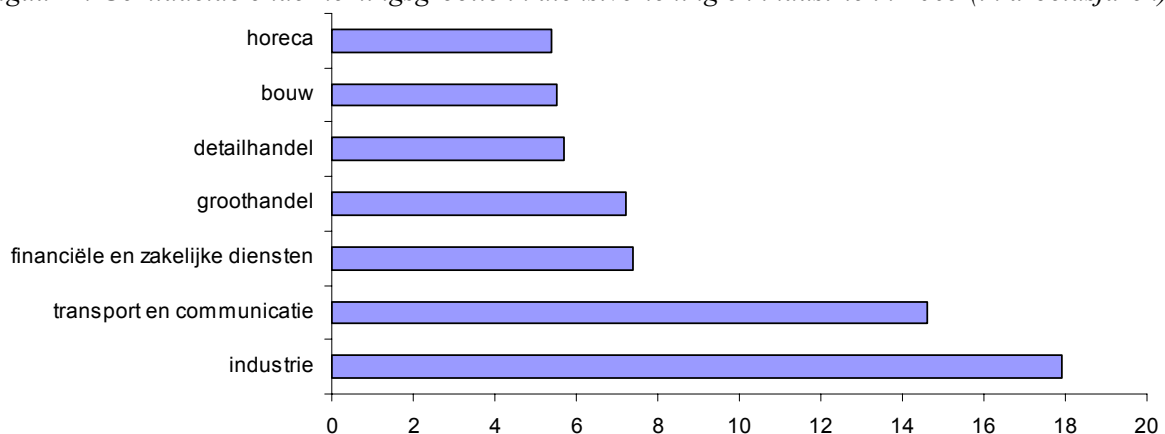
Diensten spelen een sleutelrol in de economie. Het toenemende gebruik van diensten door de industrie is van invloed op de kosten, prijzen en kwaliteit van industrieproducten. Zo zullen producenten van machines, tomaten en andere producten niet competitief kunnen zijn zonder toegang tot efficiënte bank-, verzekerings-, accountancy-, telecommunicatie- en transportdiensten.

Kader 3: Diversiteit zakelijke dienstverlening

Tot de zakelijke dienstverlening behoren makelaars, verhuur van transportmiddelen en machines, assurantie-tussenpersonen, advocaten, notarissen, accountants, belastingadviseurs, administratiekantoren, uitzendbureaus, arbeidsbemiddeling, economische adviesbureaus, ingenieurs, architecten, reclame- en communicatiebureaus, ICT-diensten, schoonmaakbedrijven, bewakings- en beveiligingsbedrijven, fotografie etc.

De Nederlandse commerciële dienstensector is een brede, omvangrijke sector en de activiteiten zijn zeer divers van aard. De grootste subsectoren wat betreft aantallen bedrijven zijn de zakelijke dienstverlening (zie kader 3), de detailhandel, de bouw, de groothandel en de horeca. Binnen de zakelijke dienstverlening De bedrijven in de dienstverlening zijn relatief kleinschalig. De gemiddelde ondernemingsgrootte in de dienstverlening is veel kleiner dan in de industrie, zie figuur 1.

Figuur 1: Gemiddelde ondernemingsgrootte in dienstverlening en industrie in 2005 (in arbeidsjaren)



Bron: EIM, Kleinschalig Ondernemen 2006

De Nederlandse dienstensector behoort tot de meest open dienstensectoren van alle OESO-landen.³ Toch ligt het aandeel van diensten in de handel aanzienlijk lager dan het aandeel van diensten in het nationaal product. Het aandeel van diensten ligt al geruime tijd rond 20% van de totale buitenlandse handel. Dat is dus aanzienlijk minder dan het aandeel van de dienstensector in de nationale economie. Een belangrijke verklaring hiervoor is dat veel diensten, met name de persoonlijke dienstverlening zoals de kapper, in hoofdzaak worden verleend in de nabije omgeving. Het grootste deel van de Nederlandse diensteneconomie exporteert niet of nauwelijks.⁴ Hieronder vallen sectoren als de detailhandel en horeca. Daarnaast is van belang dat de verkoop via buitenlandse vestigingen niet in de cijfers voor de buitenlandse handel is opgenomen. Dit is de belangrijkste vorm van het aanbieden van diensten over de grens en vindt plaats via directe buitenlandse investeringen (zie paragraaf 2.3).

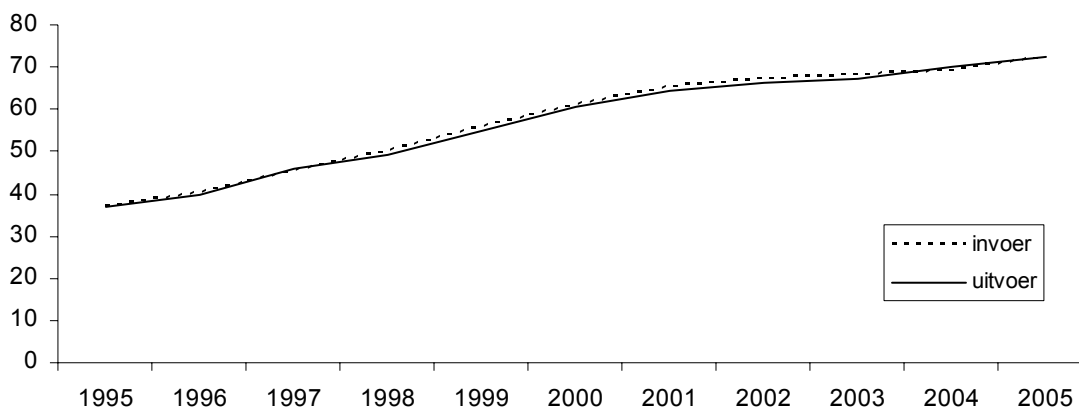
Nederland is vanuit diverse invalshoeken ook een aantrekkelijk land voor buitenlandse dienstverleners. In de eerste plaats als vestigingsland; te denken is aan de vele hoofdkantoren van multinationale ondernemingen in Nederland en aan de rol van Amsterdam als financieel centrum.⁵ Ook vervult Nederland een belangrijke gateway-functie voor transport en distributiedoelinden. Andere aspecten van internationalisering zijn de rol van Nederland als congresland, het inkomende toerisme en het aantrekken van buitenlandse kenniswerkers.

2.2. Nederlandse dienstenhandel

Ontwikkeling Nederlandse dienstenhandel

De Nederlandse internationale handel in diensten is in de afgelopen 10 jaar sterk gegroeid. De exportwaarde is verdubbeld van 37 miljard euro in 1995 tot 74 miljard euro in 2005. De waarde van de invoer van diensten wijkt daar nauwelijks van af (zie figuur 2).

Figuur 2: Ontwikkeling waarde Nederlandse dienstenhandel 1995-2005 (miljarden euro's)



Bron: CBS Statline, Nationale rekeningen

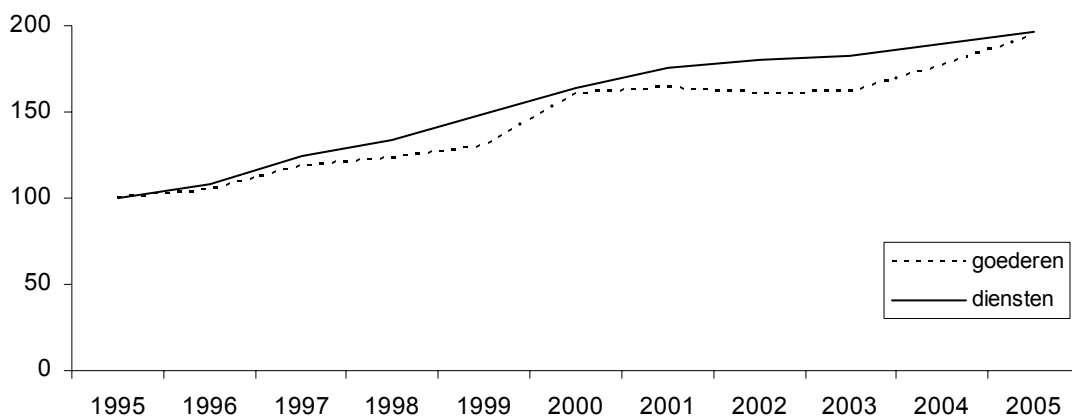
³ OESO, Measuring the interaction between manufacturing and services, STI Working Paper 2005/5. Tot de meest open dienstensectoren behoren tevens de dienstensectoren van Finland, België, Luxemburg en Oostenrijk.

⁴ Lejour en Linders, 'Globalisering van de diensteneconomie', *Maandschrift Economie* 2002.

⁵ Zie voor nadere informatie over Nederland als vestigingsland voor buitenlandse bedrijven *In actie voor acquisitie: Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen*, Ministerie van EZ, augustus 2006.

De groei van de handel in diensten gaat min of meer gelijk op met de groei van de goederenhandel, zie figuur 3. Dat betekent dat het aandeel van de dienstenhandel in de totale buitenlandse handel al geruime tijd constant is: het schommelt rond de 20%.

Figuur 3: Ontwikkeling van de Nederlandse uitvoer van goederen en diensten (Indexcijfers 1995=100)

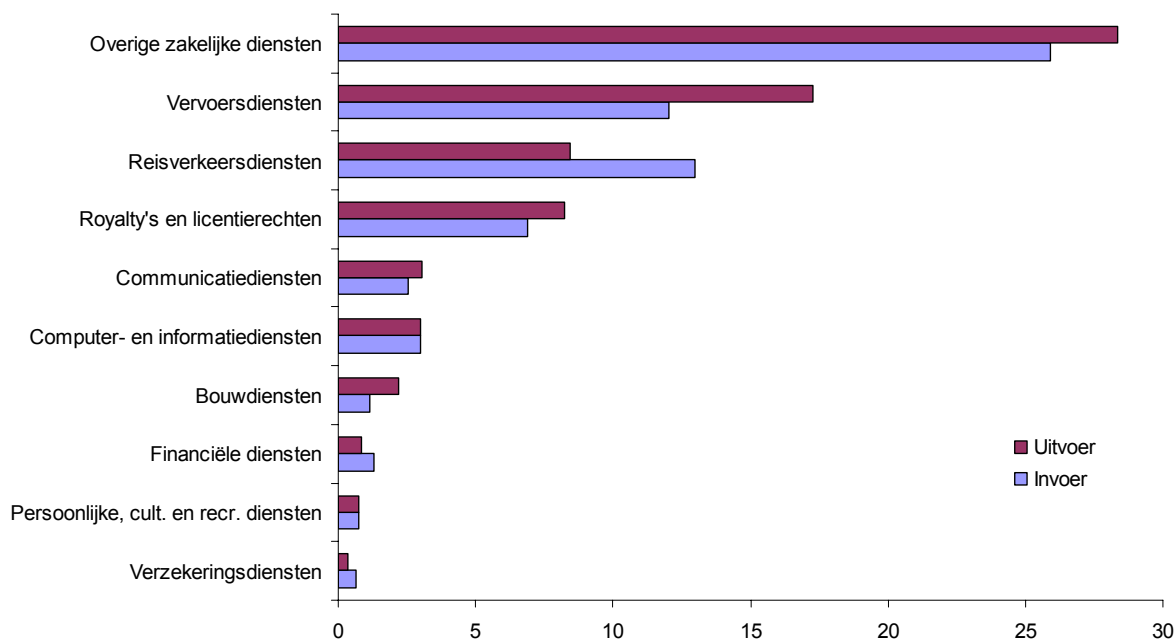


Bron: CBS Statline, Nationale rekeningen

Samenstelling van de Nederlandse dienstenhandel

De samenstelling van de Nederlandse internationale dienstenhandel is al jaren ongeveer gelijk. De categorie 'overige zakelijke dienstverlening' is in zowel de uitvoer als invoer van diensten veruit het grootst (zie figuur 4). De groep is uiterst divers en bestaat uit onder andere handelsdiensten, intra-concerndiensten, operationele leasing, juridische diensten, accountancy en belastingadvies, research en ontwikkeling, architecten-, ingenieurs- en andere technische diensten. In de groep overige zakelijke dienstverlening spelen de 'intra-concern diensten' een belangrijke rol. Dit hangt samen met het grote aantal multinationals in de Nederlandse economie en de vele moeder-dochter relaties. Andere belangrijke categorieën binnen de Nederlandse dienstenhandel zijn 'vervoer', 'reizen' en 'royalty's en licentierechten'.

Figuur 4: Samenstelling Nederlandse internationale dienstenhandel 2005 (miljarden euro's)



Bron: CBS Statline, Statistiek internationale handel in diensten

Gezien de rol van Nederland als distributieland is het niet verwonderlijk dat, na de ‘overige zakelijke diensten’, de ‘vervoersdiensten’ het grootste deel van de handel in diensten voor hun rekening nemen. Nederland is sinds jaar en dag een belangrijk doorvoerland gegeven de belangrijke mainports; de Rotterdamse haven en de luchthaven Schiphol. Nederland heeft een positief handelssaldo in de groep ‘vervoersdiensten’. Het handelssaldo in de categorie ‘reisverkeersdiensten’ is sterk negatief omdat Nederlanders relatief veel reizen naar het buitenland. Overigens omvat deze statistiek de goederen en diensten die reizigers gedurende een verblijf in het buitenland aanschaffen. Er worden hier dus niet alleen diensten gemeten. Opvallend is het aandeel van de handel in royalty’s en licenties. Nederland voert op dit terrein meer uit dan dat zij invoert.

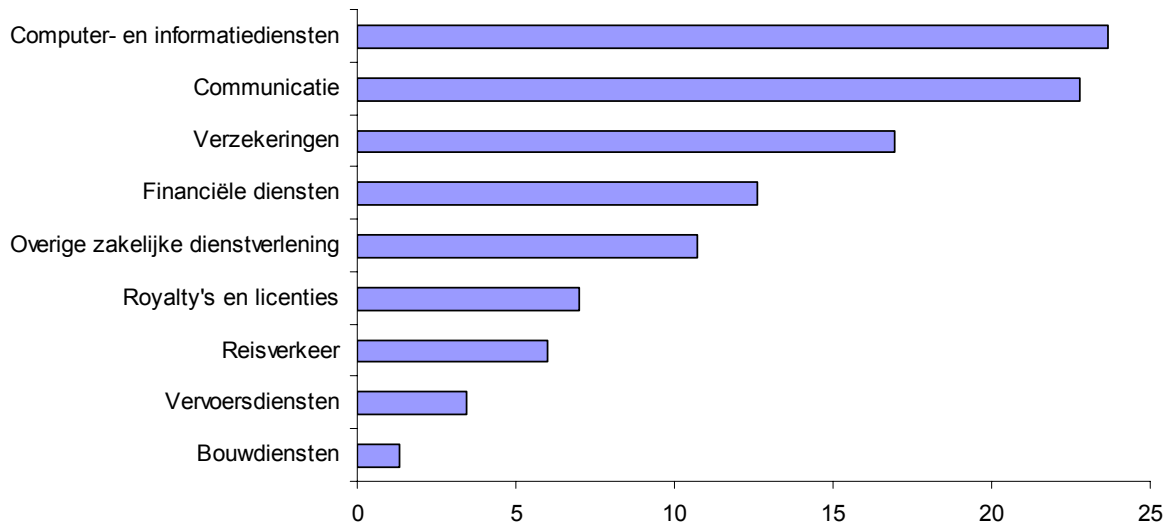
Ondanks de aanwezigheid van grote banken in de Nederlandse economie komt de financiële sector niet sterk naar voren uit de buitenlandse handelscijfers. Dit heeft alles te maken met de belangrijkste wijze van het aanbieden van diensten in deze sector, commerciële aanwezigheid. In paragraaf 2.3 zal worden toegelicht dat de financiële sector voornamelijk via buitenlandse investeringen haar diensten aanbiedt op buitenlandse markten.

Kader 4: Statistieken

Sinds het eerste kwartaal van 2003 publiceert het CBS de nieuwe statistiek Internationale handel in diensten. Voorheen werden deze cijfers door De Nederlandsche Bank samengesteld. De nieuwe statistiek bestaat uit cijfers over de Nederlandse in- en uitvoer van diensten, verbijzonderd naar dienstesoorten en belangrijkste landen. De statistiek voor de internationale handel in diensten geeft geen volledig beeld van de internationalisering van diensten. Veel handel in diensten vindt plaats via de verkoop van buitenlandse vestigingen. Naar schatting is de verkoop via buitenlandse vestigingen drie keer zo groot als de grensoverschrijdende handel. Verder zijn er veel problemen met het vaststellen van de zogenaamde intraconcern (of *intra-company*) dienstenhandel. Hiermee worden bijvoorbeeld de diensten bedoeld die Philips intern verricht ten behoeve van een andere vestiging van Philips in het buitenland. Dit is zeer moeilijk mee te nemen in de statistieken.

In de aandelen van de diverse dienstesoorten in de totale dienstenhandel zijn de laatste jaren geen grote verschuivingen opgetreden. Gezien de toenemende betekenis van ICT in de economie, is een groeiend belang van de internationale handel in ICT-diensten te verwachten. Dergelijke diensten zijn met name vertegenwoordigd in de rubriek ‘communicatiediensten’ en de rubriek ‘computer- en informatiediensten’. De handel in ICT-diensten laat inderdaad een sterke groei zien (zie figuur 5). Het aandeel van ‘communicatiediensten’ en ‘computer- en informatiediensten’ in de totale dienstenhandel is echter nog altijd bescheiden.

Figuur 5: Groei Nederlandse dienstenuitvoer 1995-2005 (gemiddelde groei per jaar in procenten)

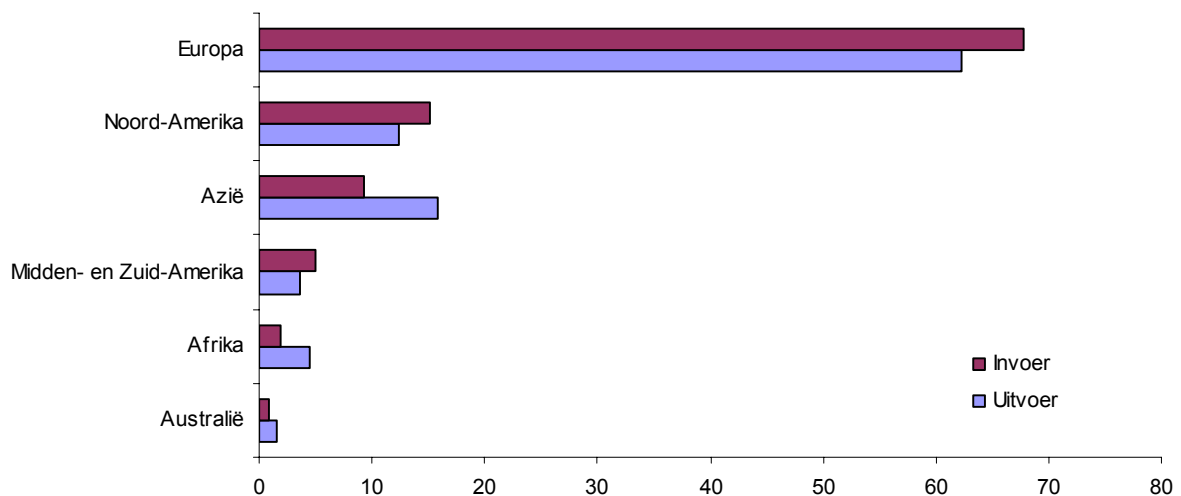


Bron: De Nederlandsche Bank, Betalingsbalansstatistieken, Dienstenrekening

Handelspartners

Europa is veruit de belangrijkste regio voor Nederland in de handel in diensten (zie figuur 6). Aan de invoerzijde zien we Noord-Amerika (met een aandeel van 15%) en Azië (aandeel van 9%) als belangrijke leveranciers van diensten. Opvallend is het relatief grote aandeel van Azië (16%) in de Nederlandse uitvoer van diensten.

Figuur 6: Geografische spreiding dienstenhandel in 2005, aandelen in %



Bron: CBS Statline, Statistiek internationale handel in diensten

In de uitvoer van diensten is het aandeel van Europa minder groot dan bij de internationale goederenhandel. In 2005 werd 62 procent van de dienstenuitvoer naar Europese landen geëxporteerd. Bij de uitvoer van goederen is het aandeel van Europa 83 procent. Aan de invoerzijde is het beeld andersom. Vergeleken met de goedereninvoer komt de invoer van diensten voor een groter deel uit Europa. Het aandeel van Europa bij de invoer van diensten is 68 procent, tegen 62 procent bij de goedereninvoer.

In 2005 bedroeg de totale uitvoer van diensten 74 miljard euro. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten zijn de belangrijkste bestemmingen voor de Nederlandse dienstenuitvoer, zie tabel 1.

Tabel 1: Top-10 afzetmarkten Nederlandse diensten 2005
(miljoenen euro's en aandelen in % van totale uitvoer)

Duitsland	9.278	12,5
Verenigd Koninkrijk	9.217	12,5
Verenigde Staten	8.547	11,6
België	3.806	5,1
Frankrijk	3.763	5,1
Hongkong	2.621	3,5
Zwitserland	2.518	3,4
Ierland	2.504	3,4
Italië	2.339	3,2
Spanje	1.780	2,4

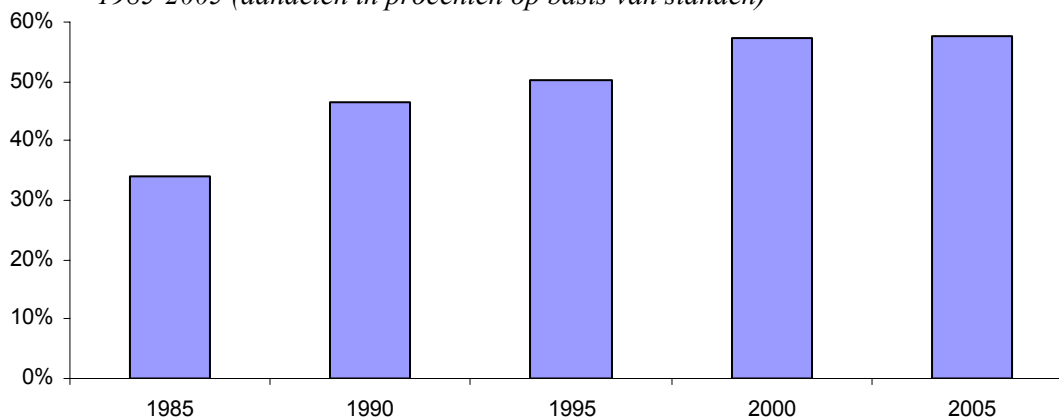
Bron: CBS Statline, Statistiek internationale handel in diensten

2.3. Nederlandse investeringen in het buitenland

Zoals eerder gezegd omvat de handel in diensten meer dan alleen de grensoverschrijdende handel. De belangrijkste wijze van aanbieden is de verkoop via buitenlandse vestigingen, in de vorm van directe buitenlandse investeringen. Nederlandse bedrijven uit de dienstensectoren hadden eind 2005 voor ruim 300 miljard euro aan directe investeringen in het buitenland uitstaan.

Het aandeel van de dienstverlening in de directe buitenlandse investeringen van en naar Nederland is in de afgelopen jaren fors toegenomen. De dienstensector is verantwoordelijk voor bijna 60% van de totale directe investeringen van Nederland in het buitenland. Ter vergelijking: in 1985 bedroeg het aandeel van de dienstensector 34% (zie figuur 7).

Figuur 7: Aandelen dienstensectoren in de totale Nederlandse directe investeringen in het buitenland 1985-2005 (aandelen in procenten op basis van standen)

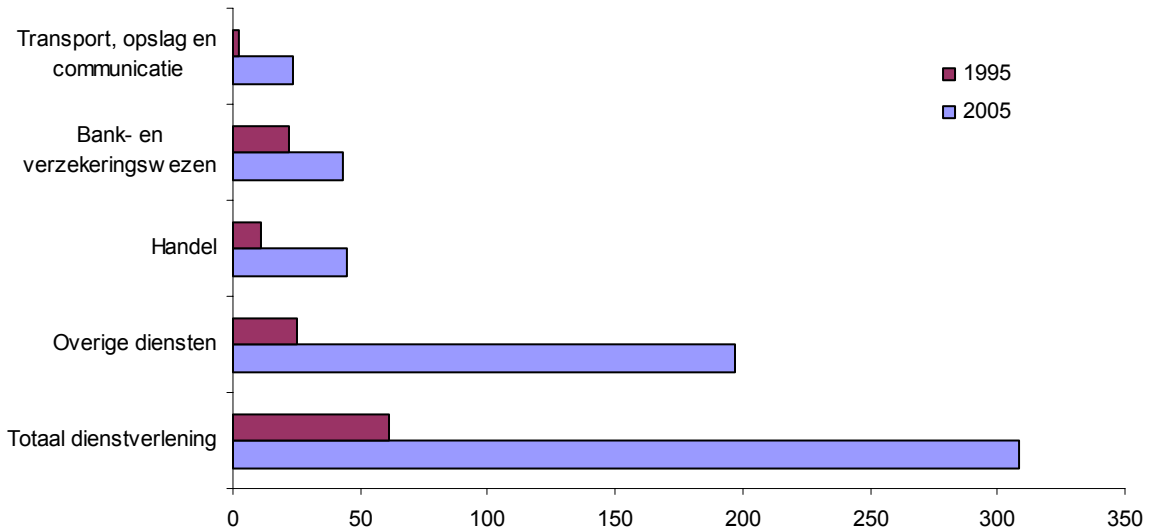


Bron: De Nederlandsche Bank

Met name de buitenlandse investeringen van bedrijven uit de categorie 'overige diensten' zijn in de afgelopen jaren fors gegroeid. In 2005 hadden Nederlandse bedrijven uit de 'overige diensten' voor bijna 200 miljard euro aan investeringen in het buitenland uitstaan tegen 25 miljard euro in 1995. De groei van de buitenlandse investeringen van bedrijven uit de sectoren 'transport en communicatie', 'bank- en verzekeringswezen' en 'handel' bleef hier sterk bij achter (zie figuur 8). Een verdere

uitsplitsing van de cijfers voor de directe buitenlandse investeringen naar subsectoren is niet beschikbaar.

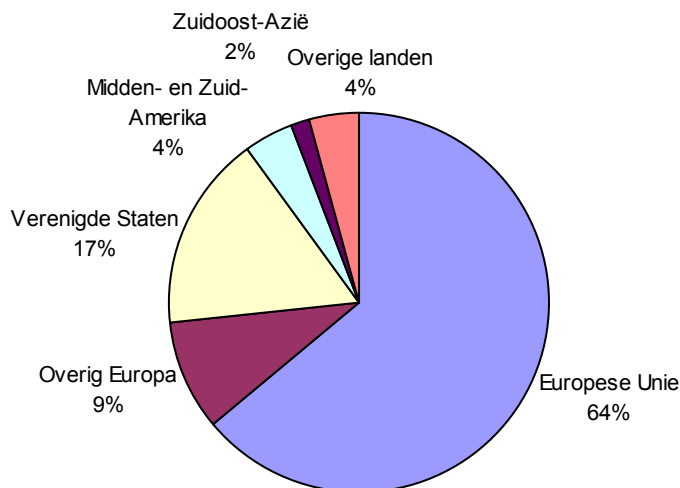
Figuur 8: Groei Nederlandse directe buitenlandse investeringen diensten 2005 t.o.v. 1995 (standen in miljarden euro's)



Bron: De Nederlandsche Bank

De Nederlandse directe investeringen van de dienstensectoren zijn, evenals de buitenlandse handel, voornamelijk op Europa gericht. Ook de Verenigde Staten zijn een belangrijke ontvanger van Nederlandse investeringen (zie figuur 9).

Figuur 9: Geografische spreiding directe buitenlandse investeringen dienstensectoren in 2005 (aandelen in procenten op basis van standen)



Bron: De Nederlandsche Bank

2.4. Internationale positie van Nederland in de dienstenhandel

Nederland neemt een sterke positie in in de internationale dienstenhandel. Nederland is de achtste exporteur en importeur van diensten in de wereld (zie tabel 2). De Verenigde Staten zijn veruit de

belangrijkste exporteur en importeur met een aandeel van respectievelijk 18 en 23 procent van de totale mondiale handel in diensten.

Tabel 2: Top-10 landen internationale commerciële dienstenhandel 2005 (miljarden US dollars)

	<i>Export</i>		<i>Import</i>
1. Verenigde Staten	354	1. Verenigde Staten	281
2. Verenigd Koninkrijk	189	2. Duitsland	201
3. Duitsland	149	3. Verenigd Koninkrijk	154
4. Frankrijk	115	4. Japan	133
5. Japan	108	5. Frankrijk	105
6. Italië	94	6. Italië	92
7. Spanje	93	7. China	83
8. Nederland	77	8. Nederland	71
9. China	74	9. Ierland	66
10. Hong Kong, China	62	10. Spanje	65

Bron: WTO, International Trade Statistics database oktober 2006

Een veelgebruikte manier om posities van landen in de internationale handel met elkaar te vergelijken is de Balassa index. De Balassa index wordt als indicator voor de mate van exportspecialisatie gebruikt. Deze index geeft het ‘klaarblijkelijk’ comparatieve voordeel weer door middel van berekening van het relatieve exportaandeel van een sector ten opzichte van een groep referentielanden. Een indexwaarde groter dan 100 geeft aan dat het land relatief gespecialiseerd is in de betreffende sector binnen haar exportpakket.

Tabel 3: Specialisatie in de dienstenhandel: Balassa indices 2004

	<i>Nederland</i>	<i>Frankrijk</i>	<i>Duitsland</i>	<i>VK</i>	<i>Spanje</i>	<i>EU-15</i>	<i>VS</i>
<i>Totaal diensten</i>	86	94	61	156	143	106	133
Communicatie	217	133	108	98	69	115	67
Overige zakelijke dienstverlening	165	104	129	127	84	113	77
Bouwdiensten	162	163	269	13	72	117	7
Computer- en informatiediensten	123	33	136	141	84	134	62
Transport	120	106	107	75	75	97	76
Royalty's en licentierechten	84	67	53	97	8	60	231
Persoonlijke, culturele en recreatieve diensten	62	123	39	110	68	71	190
Reizen	53	140	74	58	201	95	106
Verzekeringen	18	45	83	213	21	115	60
Financieel	17	19	57	570	36	102	120

Bron: Van Honk, 2007. Berekeningen op basis van cijfers OESO; referentiegroep bestaat uit de OESO landen

Uit tabel 3 kan worden afgelezen dat Nederland een relatief sterke positie heeft in de sectoren ‘transport’, ‘communicatie’, ‘bouwdiensten’, ‘computer- en informatiediensten, en ‘overige zakelijke dienstverlening’. Nederland is relatief minder gespecialiseerd in ‘reizen’, ‘financiële diensten’, ‘verzekeringen’, ‘royalty's en licentierechten’ en ‘persoonlijke, culturele en recreatieve diensten’. Het Verenigd Koninkrijk, Spanje en de Verenigde Staten zijn relatief het meest gespecialiseerd in diensten.

3. Trends en ontwikkelingen

Verskillende grote wereldwijde ontwikkelingen, zoals de globalisering, technologische ontwikkelingen en handelsliberalisering dragen bij aan het toenemende belang van de dienstensector in de economie. Ook is er sprake van toenemende verwevenheid tussen industrie en dienstverlening. Deze ontwikkelingen maken de markt voor diensten groter en bieden het dienstverlenende bedrijfsleven groeimogelijkheden. Het is dan ook essentieel dat het Nederlandse bedrijfsleven voldoende met deze ontwikkelingen meebeweegt en de gecreëerde kansen daadwerkelijk benut. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op deze belangrijke trends en ontwikkelingen voor de dienstensector.

3.1. Toenemende verwevenheid industrie en diensten

De verwevenheid tussen industrie en diensten neemt steeds sterker toe. Een groeiend aantal bedrijven biedt diensten aan bij hun producten en past de organisatiestructuur hierop aan. Het verlenen van extra diensten levert bedrijven groeimogelijkheden op en versterkt de concurrentiepositie. Zo heeft Douwe Egberts zijn activiteiten uitgebreid van het produceren van ingrediënten en de installatie van koffieapparatuur tot het bieden van totale serviceconcepten, waaronder complete koffievoorziening, technische ondersteuning en onderhoud van apparatuur en service op maat. Ook Océ biedt naast software, kopieer- en printsystemen en materialen steeds meer innovatieve diensten aan op het gebied van consultancy, uitbesteding en financiering. Verder vervult vooral de technische groothandel ook steeds meer de functie van co-maker door wensen van afnemers te vertalen naar producteisen voor de producent. Deze bedrijven hebben hun concurrentiepositie kunnen versterken door totaalpakketten – zowel producten als diensten - aan te bieden. Een bedrijf als IBM haalt bijvoorbeeld op dit moment het grootste deel van zijn inkomsten uit IBM global services, een eenheid die voor de jaren 90 niet eens bestond. De OESO heeft uitgerekend dat circa 25%-30% van de omzet van industriële bedrijven komt van productgerelateerde diensten. Daarbij is bijna 50% van de werknemers in de industrie werkzaam in een dergelijke dienstgerelateerde functie.⁶

3.2. Ontwikkelingen op het gebied van ICT

In het predigitale tijdperk moesten diensten worden geproduceerd en geconsumeerd op dezelfde plaats en hetzelfde tijdstip; deze diensten waren ‘onverhandelbaar’. Door ICT-ontwikkelingen is de verhandelbaarheid van diensten enorm toegenomen.⁷ Zo kan informatie gecodificeerd en verstuurd worden via communicatienetwerken waardoor diensten over grote afstanden kunnen worden uitgewisseld. Omdat de kosten van dit proces drastisch afnemen, stijgt de mate van verhandelbaarheid automatisch sterk. Informatiegoederen die gedigitaliseerd kunnen worden, kunnen zo globaal gedistribueerd worden. Te denken valt aan het werk van kantoorpersoneel. Dit werk kan nu makkelijk digitaal worden opgeslagen, gekopieerd, verhandeld en gedistribueerd.

Natuurlijk zijn er nog steeds veel diensten waarbij de consument naar de producent moet gaan (bijvoorbeeld toerisme) of de producent zich naar de consument moet begeven (reparaties, persoonlijke diensten). Zo zal de kapper nog steeds op de hoek van de straat nodig zijn, evenals de

⁶ OESO, Measuring the interaction between manufacturing and services, STI Working Paper 2005/5, p.5.

⁷ Freund, C. en D. Weinhold, The Internet and international trade in services, *The American Economic Review*, Vol. 92, No.2. 2002.

schoonmaker, de schoenmaker etc.. Echter een steeds groter aantal diensten vereist niet langer een persoonlijk contact tussen de leverancier en de consument. Dit heeft tot veel nieuwe handel in diensten geleid. Bekende voorbeelden zijn de activiteiten van incassobureaus in India die openstaande vorderingen innen in opdracht van Amerikaanse bedrijven. De verwachting is dat de handel in diensten verder zal toenemen als gevolg van nieuwe technologische ontwikkelingen, waardoor de kosten van transport, informatietransmissie en -verwerking zullen dalen.

3.3. Globalisering en verplaatsing van bedrijfsactiviteiten

De huidige tijd wordt vaak ‘het tijdperk van globalisering’ genoemd. Als gevolg van technologische innovaties, afnemende transportkosten en toenemende vrijhandel hebben economieën en culturen steeds meer invloed op elkaar. Steeds meer landen en regio’s worden betrokken in de internationale handel. Landsgrenzen vervagen en handelswaar vindt makkelijker zijn weg over de wereldbol. De hoeveelheid goederen en diensten die de wereld overgaat, is nog nooit zo groot geweest als in deze tijd.

ICT-ontwikkelingen hebben voor veel diensten mogelijkheden gecreëerd om de productie hiervan uit te besteden aan bedrijven in het buitenland. Naast het behalen van kostenbesparingen spelen ook strategische overwegingen, zoals het volgen van klanten en/of leveranciers, toegang tot nieuwe markten en grotere flexibiliteit, een belangrijke rol voor het verplaatsen van bedrijfsactiviteiten.⁸ Niet alleen ondersteunende ICT -en administratieve activiteiten worden verplaatst naar het buitenland, maar ook de kernactiviteiten van dienstverleners.

Uit verschillende onderzoeken blijkt echter dat er geen sprake is van massale verplaatsing van activiteiten door in Nederland gevestigde bedrijven naar het buitenland.⁹ Wel is er een toename in het aantal bedrijven dat activiteiten verplaatst.¹⁰ Daarnaast is het aantal sectoren waarin bedrijven activiteiten verplaatsen gestegen. Vooral de ICT en de financiële sector zijn hier voorbeelden van. Verplaatsing van bedrijfsactiviteiten leidt tot een verschuiving in de dienstensector. Constante verbeteringen in technologie en communicatie leiden meer en meer tot het uitbesteden van *onpersoonlijke diensten*.¹¹ Het gaat hierbij om diensten die digitaal over lange afstand kunnen worden geleverd met weinig of geen afbreuk aan de kwaliteit. Hierdoor zal in westerse economieën een verschuiving plaatsvinden naar de productie en levering van persoonlijke diensten. Verder zijn nieuwe dienstenbanen veel sneller gecreëerd dan oude banen zijn verdwenen. Net als tijdens de eerste en tweede industriële revolutie zal ook de huidige ontwikkeling niet leiden tot massale werkloosheid.

Ook de opkomst van nieuwe markten zoals China en India in de internationale wereldhandel biedt voordelen voor Nederland. Zo worden Chinese producten massaal via de Nederlandse havens en Schiphol over het Europese vasteland verspreid. Deze ontwikkeling leidt tot een stevige groei van de vraag naar logistieke dienstverlening, die onder andere tot uitdrukking komt in een toename van de uitvoer van transportdiensten. Ook de toetreding van China tot de WTO heeft door openstelling van dienstensectoren meer kansen gecreëerd voor Nederlandse bedrijven.¹²

⁸ Nyenrode Research Group, *Offshoring in the Service Sector; A European Perspective*, NRG Working Paper no. 06-06.

⁹ Ministerie van Economische Zaken, *Visie op verplaatsing*, 2005.

¹⁰ Berenschot, *Aard, omvang en effecten van verplaatsen van bedrijfsactiviteiten naar het buitenland*, Utrecht, 2004.

¹¹ Blinder, A.S., *Offshoring: The Next Industrial Revolution?*, Foreign Affairs 2006.

¹² CPB, *China and the Dutch economy: Stylised facts and prospects*, CPB Document 127, 13 september 2006, Suyker en de Groot (red).

Kader 5: “China opent de deur verder”

11 December is het zover, dan openen de Chinezen eindelijk echt hun markt voor internationale banken. Want waar de banken eerder alleen zaken mochten doen in vreemde valuta's, mogen ze – volgens de in 2001 gemaakte afspraken tussen China en de Wereldhandelsorganisatie WTO – vanaf 11 december ook hun diensten aanbieden aan Chinese particulieren in de lokale munteenheid yuan. Dit betekent dat de buitenlandse banken toegang krijgen tot de 1.500 miljard euro aan Chinese spaartegoeden, op Japan na de grootste spaarpot ter wereld. Om te participeren in de snelst groeiende economie ter wereld, hebben zich inmiddels 73 buitenlandse banken in China gevestigd, waaronder de giganten. Deze buitenlandse banken hebben, vooruitlopend op de financiële openstelling, in de afgelopen paar jaar voor miljarden belangen genomen in Chinese banken, die haast allemaal nog staatsbanken zijn.

Bron: NRC Handelsblad, China opent de deur verder, Bettina Vriesekoop, 9 december 2006

3.4. Liberalisering van diensten

De verwachting is dat door verdergaande liberalisering de handel in diensten zal toenemen. Dienstenliberalisering vindt plaats in verschillende kaders, het EU kader, het WTO kader en via het sluiten van regionale en bilaterale handelsakkoorden. Het gaat hierbij om maatregelen om de markttoegang van buitenlandse dienstenaanbieders te vergroten of discriminatie door binnenlandse dienstenaanbieders te verkleinen.

Europese dienstenrichtlijn

Eind december 2006 is Europese dienstenrichtlijn in werking getreden. Deze richtlijn beoogt het vrij verkeer van diensten te stimuleren door het weghalen van belemmeringen voor handel en buitenlandse investeringen die het gevolg zijn van nationale regulering. De lidstaten dienen uiterlijk eind december 2009 aan de verplichtingen en eisen van de richtlijn te voldoen. Het moet nu makkelijker worden voor bedrijven om over de grens diensten aan te bieden. De richtlijn schrijft voor dat bepaalde eisen niet meer mogen worden gesteld, zoals discriminerende eisen en het verbod op het hebben van een vestiging in meer dan één Europese lidstaat. Daarnaast schrijft de richtlijn voor dat een dienstverlener alle informatie kan krijgen bij één loket en daar alle procedures en formaliteiten kan afwikkelen voor de uitoefening van zijn dienstenactiviteiten. Het oorspronkelijke voorstel van ex-eurocommissaris Bolkestein is op een aantal onderdelen fors gewijzigd op basis van een groot aantal amendementen van het Europees Parlement. Zo is het omstreden beginsel van land van oorsprong¹³ geschrapt en zijn de uitzonderingen op de reikwijdte van de richtlijn door het Europees Parlement uitgebreid.

Er zijn veel redenen waarom dienstexporteurs kunnen profiteren van vermindering van verschillen in regelgeving. Het voldoen aan regels in het land van bestemming verhoogt namelijk de vaste kosten van de dienstexporteur. De regels verschillen van land tot land en daarom gaat het om specifieke kosten van markttoetreding voor iedere afzonderlijke nationale dienstenmarkt. Verschillen in regelgeving tussen landen vormt zo een belangrijke non-tarifaire belemmering voor internationale dienstenhandel.¹⁴ De regels variëren van licenties en vergunningen tot eisen op het gebied van extra diploma's, lokale beroeps- en aansprakelijkheidsverzekering, verplicht lidmaatschap van beroeps-

¹³ Dit principe houdt in dat een dienstverlener die tijdelijk over de grens werkt, zich houdt aan de regels en eisen van zijn thuisland en niet van het ontvangende land. Er is een aangepast voorstel aangenomen waarin staat dat het ontvangende land een dienstverlener niet mag belemmeren, tenzij de belemmeringen 1) non-discriminatoir, 2) proportioneel en 3) noodzakelijk zijn om zwaarwegende redenen voor openbare orde, openbare veiligheid, volksgezondheid of milieubescherming. Landen die met regels komen die afwijken van de richtlijn moeten dit melden bij de Europese Commissie.

¹⁴ Kox en Lejour, 2005, *Regulatory heterogeneity as obstacle for international services trade*, CPB Discussion Paper nr. 51.

verenigingen, nationaliteit of woonplaats van het management, verplichte toepassing van sociale wetten op alle werknemers, eisen op het gebied van marketing of juridische ondernemingsvorm, tot en met beperkingen op het gebied van productie-inputs uit het land van oorsprong van de dienst-leverancier.¹⁵

De handel in commerciële diensten binnen de EU zal toenemen door implementatie van de dienstenrichtlijn. Nederland zal net als Duitsland, Ierland en Oostenrijk, een groter dan gemiddeld voordeel hebben van de richtlijn. Dit voordeel uit zich in de vorm van extra productie en consumptie. Dit is deels het gevolg van het feit dat Nederland relatief meer gespecialiseerd is in commerciële diensten. De rest van het voordeel komt voort uit de grote afname van verschillen in regulering met de meest belangrijke handelspartners op dit terrein.¹⁶

Multilaterale dienstenliberalisering

De liberalisering van de commerciële dienstenhandel op mondiaal niveau vindt plaats in het kader van de Wereldhandelsorganisatie (WTO). De dienstenonderhandelingen zijn gestart tijdens de vorige multilaterale handelsronde, de Uruguay Ronde (1986-1994). Daar werd een overeenkomst op het gebied van diensten gesloten, *The General Agreement on Trade in Services*, GATS (in werking sinds 1995). Omdat het de eerste poging was om de handel in diensten multilateraal te liberaliseren is het resultaat van liberalisering relatief bescheiden gebleven. Destijds is vooral de bestaande markttoegang vastgelegd (in de telecommunicatiesector zijn destijds wel degelijk belangrijke afspraken voor markttoegang gemaakt, zie kader 6). In de GATS hebben WTO-leden echter toegezegd een voortschrijdend hoger niveau van liberalisering na te streven. Op dit moment proberen de leden van de WTO de handel in diensten verder te liberaliseren in het kader van de Doha-ronde.

Kader 6: WTO Agreement on basic Telecommunications

In de telecommunicatiesector zijn door een groot aantal landen reeds belangrijke afspraken voor markttoegang gemaakt. In 1998 trad met steun van 69 WTO-leden de WTO Agreement on Basic Telecommunications in werking. De resultaten zijn inmiddels goed zichtbaar. Uit onderzoek is gebleken dat in die landen die destijds afspraken over markttoegang in de telecomsector hebben gemaakt, een snellere groei in inkomsten uit deze sector is te zien dan in de landen die hier geen afspraken over hebben gemaakt. Toegang tot zowel vaste als mobiele netwerken is in diezelfde landen groter. In o.a. Brazilië en India is de liberalisering gepaard gegaan met een enorme toename in het gebruik van internet en mobiele telefonie. Prijzen zijn hierbij gedaald en betaalbare communicatie draagt in grote mate bij aan economische groei.

Bron: Speech van Christopher Roberts, Senior Trade Advisor Covington and Burling, Voorzitter Policy Committee van European Services Forum, bij Institute For European Studies, Brussel, 22 november 2006

Er blijft veel ruimte over om barrières in de internationale dienstenhandel te slechten en zo de handel te liberaliseren. Wegens het gebrek aan betrouwbare cijfers is het lastig de welvaartswinst van de handelsliberalisering van diensten uit te drukken. Volgens een studie van de OESO zou de wereldwijde winst door het wegnemen van handelsbarrières in de dienstensector zo'n 130 miljard dollar bedragen.¹⁷ Wat de winsten van de huidige GATS-onderhandelingen zullen zijn is moeilijk te zeggen. De onderhandelingen verlopen stroef en er zijn op dit moment geen grote doorbraken te verwachten. Uit wetenschappelijke analyse blijkt wel dat de meeste winst van de Doha-ronde uit dienstenliberalisering voort zal komen. Bij een vooronderstelling van 25% vermindering in

¹⁵ Europese Commissie, 2002, *De toestand van de interne markt voor diensten*, Verslag van de Commissie aan de Raad en het Europees Parlement COM(2002)441, Brussel 30-07-2002.

¹⁶ Kox en Lejour, 2005 *Regulatory heterogeneity as obstacle for international services trade*, CPB Discussion Paper nr. 51.

¹⁷ OESO, 2002, *GATS: the Case for Open Services markets*.

handelsbarrières voor de dienstensector, zal landbouw voor 25% bijdragen aan meer welvaartswinst, industriële goederen voor 32% en diensten voor maar liefst 43%.¹⁸

Voor Nederland is de verwachting dat de mate van liberalisering die uit de huidige GATS-onderhandelingen voort kan vloeien, bescheiden zal zijn. De onderhandelingen hebben betrekking op de handel in diensten met handelspartners van buiten de EU. De meeste internationale dienstenhandel van Nederland vindt juist plaats binnen de EU. Verder zullen de verwachte afspraken in deze onderhandelingsronde zich veelal beperken tot het juridisch vastleggen van in de praktijk al meer bestaande markttoegang. Deze juridische vastlegging biedt weliswaar belangrijke extra zekerheden voor internationaal opererende dienstverlenende bedrijven, maar levert nauwelijks extra handel en investeringen op. Een andere oorzaak is dat veel ontwikkelingslanden zich nog niet willen binden aan verdergaande afspraken waarvan zij de gevolgen nog niet goed kunnen overzien. Dit is mede debet aan de complexiteit van de GATS-onderhandelingen.

Volgens het CPB kan de Nederlandse diensteneconomie kleine positieve effecten verwachten van de huidige WTO-onderhandelingen.¹⁹ Nederland heeft ten opzichte van veel onderhandelingspartners al een relatief open diensteneconomie. De belangrijkste welvaartswinst voor Nederland bestaat eruit dat andere landen de toegangsdrempels tot hun markten verlagen. De sectoren met de beste vooruitzichten voor verdere liberalisering zijn zakelijke en financiële diensten, post, telecommunicatie en transport. Vrijere toegang tot buitenlandse dienstenmarkten zal verder leiden tot meer directe Nederlandse investeringen in die markten. Hierdoor zal een verschuiving optreden van export naar directe investeringen. Zoals eerder aangegeven is het bij veel diensten nodig dat de producent dicht bij de (buitenlandse) consument zit. Veel Nederlandse dienstenondernemingen zullen de buitenlandse markten daarom bedienen vanuit een buitenlandse vestiging in die landen, in plaats van via export vanuit Nederland.

Naast dienstenliberalisering op mondiaal niveau kunnen dezelfde afspraken worden gemaakt in regionale en bilaterale handelsakkoorden tussen de EU en derde landen. Deze handelsafspraken kunnen verder gaan dan afspraken in WTO-kader (weliswaar WTO-conform) en kan het Nederlandse bedrijfsleven daarmee nog meer mogelijkheden bieden.

¹⁸ Zie Christopher Roberts, Senior Trade Advisor bij Covington and Burling, Chair van Policy Committee van European Services Forum in speech bij Institute For European Studies, Brussel, 22 november 2006.

¹⁹ Kox en Lejour, 2004, *Een nieuwe WTO-ronde voor diensten: Mogelijke effecten voor Nederland*.

4. Potentieel voor internationalisering

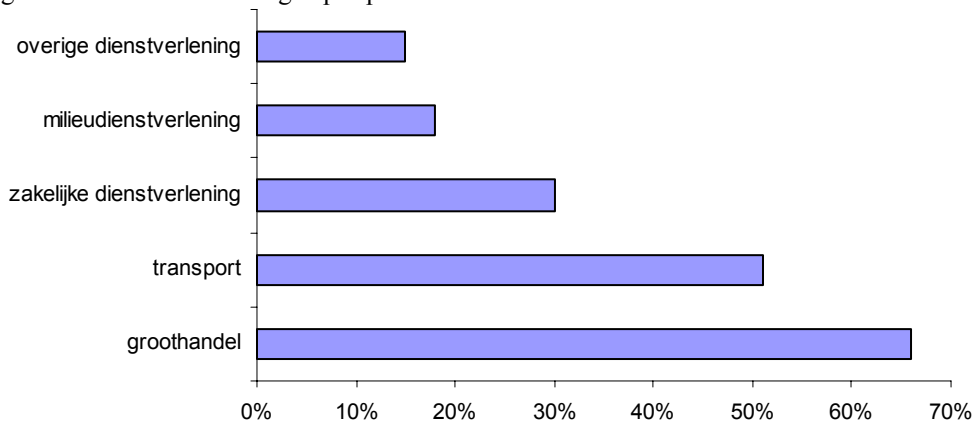
4.1. Inleiding

De in het vorige hoofdstuk genoemde ontwikkelingen bieden het dienstverlenende bedrijfsleven veel kansen. Uit onderzoek blijkt echter dat die kansen nog niet voldoende worden benut en dat verschillende belemmeringen internationalisering in de weg staan. Zo bestaat er volgens EIM veel onbenut exportpotentieel binnen de dienstensector, zie kader 7.

Kader 7: Analyse van het exportpotentieel

EIM heeft voor een aantal dienstensectoren het theoretisch exportpotentieel berekend. De berekening vindt plaats vanuit de veronderstelling dat niet-exporterende bedrijven eenzelfde deel van hun omzet in het buitenland kunnen realiseren als wel exporterende bedrijven binnen dezelfde bedrijfsklasse en grootteklasse.²⁰ Uit de berekeningen van EIM blijkt dat de benutting van het exportpotentieel in de dienstensector laag is, zie figuur 9.²¹ Een nadere uitsplitsing door EIM van het exportpotentieel voor de subsectoren van de zakelijke diensten laat zien dat het grootste exportpotentieel zich voordoet in de subsector ‘juridische, administratieve en commerciële diensten’. Ook voor de reclamebureaus en voor bedrijven die actief zijn op het gebied van bouwkundig/technisch ontwerp en advies lijkt er nog een behoorlijke ruimte voor de groei van export te zijn.²²

Figuur 9: Mate van benutting exportpotentieel in 2005



Bron: EIM Exportthermometer 2006

In dit hoofdstuk wordt verder ingegaan op deze onbenutte kansen en de belemmeringen. Allereerst worden aan de hand van literatuurstudie en diepte-interviews achtereenvolgens in paragraaf 4.2 en paragraaf 4.3 de kansen en de belemmeringen voor internationalisering van de dienstensectoren geïdentificeerd. Vervolgens wordt in paragraaf 4.4 ingegaan op de uitkomsten van de interviews over de mogelijke rol die de overheid hier kan hebben. Voor de diepte-interviews is in totaal met 30 organisaties en bedrijven gesproken binnen de volgende acht subsectoren: Zakelijke dienstverlening, Water en milieu, Transport en logistiek, ICT-dienstverlening, Media, cultuur en entertainment, Bouw en infrastructuur, Financiële sector en Post en telecommunicatie.

²⁰ De methode van EIM houdt geen rekening met bijvoorbeeld het vergroten van het exportpotentieel van bedrijven die reeds exporteren.

²¹ EIM, ‘Positieve exportontwikkeling zet door, Exportthermometer 2006’, Zoetermeer, november 2006, p. 9.

²² EIM, ‘Dienstensector: Eindrapport Sectorstudie Internationalisering’, oktober 2006, p.41.

4.2. Kansen voor internationalisering

Hieronder worden de kansen voor (verdere) internationalisering van de Nederlandse dienstensector besproken.

Kansen voor internationalisering
Samenwerking en het gebruik van een internationaal netwerk <ul style="list-style-type: none">- Het starten van een eigen vestiging in het buitenland- Hanteren van een internationaal netwerk- Samenwerking binnen de sector- Hanteren van een multidisciplinaire aanpak d.m.v. crosssectorale samenwerking
Kennis en expertise <ul style="list-style-type: none">- Het bieden van hoge kwaliteit- Het verkopen van succesvolle concepten- Koppelen ondernemers en kennisinstututen
Technologische ontwikkelingen <ul style="list-style-type: none">- Investeren in ICT
Focus op groeimarkten
Goede infrastructuur <ul style="list-style-type: none">- Nederland heeft een goed vestigingsklimaat
Harmonisering van Europese regelgeving <ul style="list-style-type: none">- Europese dienstenrichtlijn- Europese procedures voor aanbesteding

Samenwerking en het gebruik van een internationaal netwerk

Voor het aanbieden van diensten aan het buitenland heeft commerciële aanwezigheid over het algemeen de voorkeur boven grensoverschrijdende handel vanwege de aard van de dienstenhandel. Diensten zijn door het immateriële karakter niet goed verhandelbaar; het betreft vaak vertrouwensproducten en het leveren van service en maatwerk is dikwijls een vereiste. Door het kleinschalige karakter van veel bedrijven in de dienstensector is het veelal niet mogelijk om een eigen vestiging op te zetten in het buitenland. Het is te risicovol, te duur of er is gewoonweg geen capaciteit beschikbaar. Uit onderzoek van EIM komt dan ook naar voren dat slechts 3% van het MKB in het buitenland investeert.²³ Het starten van een eigen vestiging in het buitenland vormt daarom voor kleine bedrijven niet de aangewezen manier om het internationale potentieel te benutten.

Samenwerking biedt met name voor het MKB kansen voor internationalisering. Bij samenwerking dient zowel aan nationale als aan internationale samenwerking te worden gedacht. Voor kleine bedrijven en starters kan nationale samenwerking een antwoord geven op het gebrek aan schaalgrootte om op de internationale markt te kunnen concurreren. Deze samenwerking kan plaatsvinden tussen branchegenoten, maar er kan ook gezocht worden naar samenwerking met bedrijven uit andere branches om over de verschillende disciplines te beschikken die nodig zijn voor het leveren van een bepaalde dienst. Samenwerking biedt de mogelijkheid een breder en hoogwaardiger dienstenpakket aan te bieden, en is dus internationaal interessanter.²⁴ Kleine exporterende bedrijven kunnen via een samenwerkingsverband met andere bedrijven sterker staan en gemakkelijker toegang hebben tot nieuwe markten.

²³ EIM, Internationalisering nu en in de toekomst, Zoetermeer, 2004. p.9.

²⁴ EIM, 'Exporterende starters: starters met meer ambities en betere prestaties', Zoetermeer, november 2006, p.9.

Met name voor het MKB kunnen ook internationale samenwerkingsverbanden de kans verhogen dat de buitenlandse markt sneller en effectiever kan worden bewerkt. Bij grensoverschrijdende samenwerkingsverbanden is het aantal kleine ondernemingen dat formeel internationaal samenwerkt niet veel kleiner dan het aantal middelgrote ondernemingen. Dit komt doordat samenwerken veel minder complex en kapitaal intensief is dan het starten van een eigen vestiging.²⁵

Kader 8: Diverse werkwijzen bij internationaal ondernemen

De werkwijze van bedrijven bij internationaal ondernemen varieert sterk. Bij de juridische dienstverlening gaat het vooral om al dan niet formele samenwerkingsverbanden voor het doorverwijzen van cliënten. Soms heeft een juridische dienstverlener op strategische plaatsen een eigen vestiging. Het Nederlandse recht laat zich niet “exporteren” en om die reden ligt het aanbieden van diensten door Nederlandse juristen in het buitenland niet voor de hand. De eigen (internationale) juridische diensten worden vooral aangeboden aan buitenlanders die in Nederland zaken willen doen. Eén van de geïnterviewde bedrijven heeft speciaal hiervoor in Nederland een China Desk opgezet.

Sommige respondenten (ICT, uitzendbranche, watersector en creatieve industrie) wijzen op het belang van een goede basis op de nationale markt voor het succesvol ontwikkelen van internationale activiteiten.

Een ICT-bedrijf laat als gevolg van het ontbreken van voldoende technische kennis in Nederland bouwstenen voor hoogwaardige software technologie ontwikkelen in een vestiging in Oekraïne. Deze bouwstenen worden gebruikt om in Nederland e-business concepten te ontwikkelen. Vanuit Nederland worden andere markten bediend. Een ander ICT-bedrijf ontwikkelt zijn product (online administratietoepassingen) in Nederland en beheert de dienstverlening vanuit Nederland. De internationale kantoren van deze dienstverlener zijn alleen support offices. Voorts maakt hij gebruik van accountants om klanten (MKB) te benaderen.

Groothandels hebben te maken met zowel een (internationale) inkoopmarkt als een afzetmarkt. Voor een groothandel in bollen is de internationale inkoopmarkt onder meer van belang vanwege het feit dat men dan kan profiteren van twee seizoenopbrengsten. Dit bedrijf heeft een eigen vestiging in China. Elders bedient het bedrijf zich van exclusieve samenwerkingscontracten en zijn er permanent medewerkers in het buitenland. Het bedrijf gaat er echter steeds meer toe over om te adviseren via webcams in plaats van ter plekke. Een groothandel in sfeerartikelen organiseert zowel de inkoop als verkoop vanuit Nederland. Het bedrijf zal op niet al te lange termijn wel een eigen kantoor in China openen waar ongeveer 90% van de import vandaan komt. Aan de verkoopkant (Europa) presenteert het bedrijf zich op beurzen. Daarnaast wordt er veel maatwerk geleverd. Het bedrijf maakt hiervoor gebruik van ICT.

Een onderneming uit de creatieve industrie gebruikt met name internationale congressen voor het leggen van contacten. Men komt op deze wijze in contact met alle belangrijke partijen. Een leverancier van express diensten bedient zich van een eigen vloot voor zowel lucht- als wegtransport in 60 landen en heeft zijn dekking verder uitgebreid tot 200 landen door het afsluiten van samenwerkingscontracten met buitenlandse aanbieders. Ook een bedrijf uit de telecom noemt het aangaan van allianties een middel tot het vergroten van het markt bereik.

Advies- en ingenieursbureaus nemen vaak lokale bedrijven over om vanuit lokale vestigingen diensten te kunnen aanbieden. Daarnaast vindt uitzending vanuit de thuisbasis van gespecialiseerde medewerkers plaats. Gezien het feit dat projecten door omvang en soms ook politieke instabiliteit risicovoller worden zijn er meerdere bedrijven die zich uitsluitend op een aantal focuslanden richten.

²⁵ EIM, ‘Internationalisering nu en in de toekomst’, Zoetermeer, 18 maart 2004, p. 9.

Kennis en expertise

Het hoge kennisniveau van Nederlandse dienstverleners biedt de sector goede kansen voor internationalisering. Zo is het verkopen van kennis een relatief eenvoudige en succesvolle methode om te exporteren. Voor milieubedrijven die vaak kleinschalig zijn en de capaciteit missen om groot-schalige projecten binnen te halen, biedt de verkoop van licenties bijvoorbeeld een goede oplossing. Zo kan een klein bedrijf op een vrij eenvoudige manier genoeg capaciteit vrij maken om te exporteren. Een ander voorbeeld is het televisieprogramma Big Brother. Door eenmaal een goed concept te bedenken, kan dit idee vervolgens op eenvoudige wijze aan meerdere landen worden verkocht.

Nederlandse dienstverleners hebben veel expertise in huis en ook innovatie biedt de sector goede kansen voor internationalisering. In de ranglijst van de meest innovatieve sectoren – opgesteld door EIM – spelen verschillende dienstensectoren een prominente rol. Dit geldt vooral voor de ICT-sector, het bankwezen, de zakelijke dienstverlening en de creatieve industrie (vooral de architecten en de ingenieurs- en ontwerpbureaus).²⁶ Een groot aantal respondenten aan dat zij met hun diensten de hoogste kwaliteit proberen te leveren. Ook proberen zij zich te onderscheiden door een klantgerichte benadering en door het leveren van extra service, zoals het leveren van maatwerk.

De kennisuitwisseling en samenwerking tussen bedrijven en kennisinstellingen is nog niet optimaal. Een respondent gaf als voorbeeld dat in Oekraïne nauw samen wordt gewerkt met een technische universiteit. Dit was gemakkelijk te regelen. In Nederland blijkt het lastiger om als bedrijf toegang tot kennisinstellingen te krijgen. Inzetten op meer kennisuitwisseling en samenwerking tussen bedrijven en kennisinstellingen biedt dan ook goede kansen en kan resulteren in een positie bij de koplopers van Europa.²⁷

Kader 9: Digitale televisie

Digitale televisie biedt de Nederlandse televisieproducenten veel kansen. De infrastructuur van Nederland is, vanwege de vele snelle internetverbindingen, bij uitstek geschikt voor digitale televisie. De kabelmaatschappijen bieden al digitale televisie aan via de coaxkabel, KPN via de ether en binnenkort via ADSL. De TV producenten kunnen dankzij de voorsprong van Nederland op dit vlak eerder dan de concurrentie in het buitenland met digitale televisie gaan experimenteren.

Bron: Intermediar, 'Hupholland.nl', 27 april 2006

Technologische ontwikkelingen

Zoals eerder al aangegeven bieden technologische ontwikkelingen de dienstensector veel kansen voor internationalisering. Door de verdere ontwikkeling van ICT zullen de kosten voor informatie-transmissie en verwerking verder dalen. Dit zal een gunstig effect hebben op het leveren van diensten op afstand.²⁸ De huidige technologie maakt het bijvoorbeeld mogelijk om callcenters en customer-services op te zetten in lagelonenlanden of om diensten via webcams aan te bieden. Dit betreft vooral gestandaardiseerde diensten, zoals boekhouding of andere administratiesystemen. Games kunnen ook gemakkelijk via het internet aangeboden worden. Een respondent gaf aan dat zij klanten nu al adviseren via webcams. Een andere respondent stelde dat diensten zoals het verzorgen van administratie en het volgen van goederenstromen steeds meer elektronisch worden geleverd. Verder werkt ICT nieuwe businessconcepten in de hand. Zo geeft een advocatenkantoor aan dat zij een substantiële investering hebben gedaan in de ontwikkeling van een ICT systeem waarbij alles aan de

²⁶ EIM Innovatiebarometer 2005.

²⁷ ABN AMRO, 'Een wereld te winnen. De concurrentiekracht van het Nederlandse bedrijfsleven.', 2006, p.35.

²⁸ ABN AMRO, 'Een wereld te winnen. De concurrentiekracht van het Nederlandse bedrijfsleven', 2006, p 34.

poort wordt gedigitaliseerd. Mogelijk kunnen ze dit systeem in de toekomst aan kleinere kantoren in licentie geven.

Focus op groeiemarkten

Globalisering en handelsliberalisering hebben mede geleid tot de opkomst van nieuwe snelgroeiende markten. Meer focus op deze markten biedt de Nederlandse dienstensector veel mogelijkheden. Veel respondenten richten zich op groeiemarkten zoals China en daarnaast Oost-Europa, het Midden-Oosten en India. Uit onderzoek van EIM blijkt Roemenië op de voet gevolgd door China en Polen het meest populair.²⁹ Ook zien dienstverleners hun activiteiten in China groeien als gevolg van het verplaatsen van activiteiten door hun klanten. Zij volgen als het ware de klant. Voor de Nederlandse milieu- en watersector liggen de exportmogelijkheden vooral in de tot de EU toegetreden Oost-Europese landen. Vanuit de EU is namelijk veel geld beschikbaar om het milieu (lucht, water, land) van de toegetreden landen schoner te maken.

Een respondent uit de uitzendbranche ziet voor zijn activiteiten ook groei binnen Europa. Doordat er voorheen in een aantal lidstaten belemmeringen bestonden, is er in Nederland voor zijn diensten een hogere penetratiegraad dan in andere lidstaten. Door het opheffen van deze belemmeringen op de interne EU-markt, kan dit bedrijf, mede door zijn in Nederland opgedane ervaring, een deel van de ontstane groeiemarkt voor zijn rekening nemen.

Goede infrastructuur

Het spoor-, wegen- en waternet zijn met de haven van Rotterdam en de luchthaven Schiphol van hoge kwaliteit. Door problemen met de bereikbaarheid over de weg is Nederland haar koppositie in Europa op het gebied van de verkeersinfrastructuur echter kwijtgeraakt.³⁰ Verder heeft Nederland zeer goede elektronische netwerken. Met 29 breedbandinternetaansluitingen (ADSL) op de 100 inwoners is Nederland uniek in de wereld. Alleen Zuid-Korea zijn iets meer mensen aangesloten op snelle netwerken. In Amsterdam ligt tevens een van de grootste Internetknooppunten. Ook het mobiele netwerk van Nederland is beter dan in de meeste andere landen.³¹ Daarnaast beschikt Nederland over goede infrastructuur van financiële dienstverlening en goede belastingwetgeving. Dit maakt Nederland een interessant vestigingsland voor buitenlandse bedrijven om van hieruit hun activiteiten te coördineren. Wanneer in de infrastructuur blijvend wordt geïnvesteerd ten behoeve van de bereikbaarheid, komt dat ten goede aan de concurrentiepositie van veel Nederlandse sectoren.

Harmonisering van Europese regelgeving

Veel respondenten hebben aangegeven dat zij harmonisering van Europese regelgeving belangrijk vinden voor verdere internationalisering. Op dit moment worden aan dezelfde diensten in Europese landen vaak verschillende eisen gesteld. Verder bestaat er verschil in interpretatie van Europese regelgeving tussen de lidstaten. Dit bemoeilijkt het toetreden tot een buitenlandse markt. Uit een rapport van het CPB komt naar voren dat, behalve de hoogte van de drempel voor toetreding tot buitenlandse markten, vooral de diversiteit van regelgeving per markt een belemmering vormt voor internationaal ondernemen, met name voor het MKB. Hierdoor worden de kosten voor dienstverleners namelijk verveelvoudigd met elke nieuwe markt die men wil betreden.³² De implementatie van de Europese dienstenrichtlijn zal hier verbetering in brengen. Zo verwacht één van de respondenten dat hoogwaardige Nederlandse diensten door deze richtlijn makkelijker geëxporteerd kunnen worden. Toch blijken maar enkele respondenten de Europese dienstenrichtlijn als kans te zien.

²⁹ EIM, 'Enquête NBSO's: Exportplannen en behoeften van Nederlandse bedrijven', Zoetermeer, oktober 2005, p.13.

³⁰ ABN AMRO, 'Een wereld te winnen. De concurrentiekracht van het Nederlandse bedrijfsleven.', 2006, p 29.

³¹ EIM, 'Financiële en ICT-diensten, SWOT-analyse' Zoetermeer, 15 augustus 2006, p.13.

³² Kox en Lejour, *Regulatory heterogeneity as obstacle for international services trade*, CPB Discussion Paper nr. 51, 2005.

De toetreding van de nieuwe lidstaten, met de daarmee gepaard gaande harmonisering van wetgeving, heeft ook gezorgd voor een uitbreiding van activiteiten in de nieuwe EU-lidstaten. Het wegvallen van douanebeperkingen, verbeteringen van de infrastructuur, verplaatsing van activiteiten van klanten en een toegenomen consumentenvraag hebben dit teweeggebracht. Voor sommige dienstverleners kan verschil in wet- en regelgeving juist positief uitwerken. Zo zag een respondent in de aparte nationale regimes géén knelpunt. Integendeel, door de door hem opgebouwde kennis en ervaring beschouwde hij dit als een concurrentievoordeel.

4.3. Belemmeringen voor internationalisering

Hieronder wordt ingegaan op de belemmeringen voor internationalisering, waardoor de kansen niet goed door het Nederlandse dienstverlenende bedrijfsleven benut kunnen worden.

Belemmeringen voor internationalisering
Kleinschaligheid
Belemmeringen op buitenlandse markten <ul style="list-style-type: none"> - Ondoorzichtige buitenlandse regelgeving - Te weinig bescherming van intellectueel eigendom - Corruptie - Cultuurverschillen
Opleidingen voldoen niet <ul style="list-style-type: none"> - Gebrek aan gekwalificeerd personeel
Het verlenen van vergunningen bij arbeidsmigratie <ul style="list-style-type: none"> - Regeling buitenlandse kenniswerkers
Te weinig aandacht voor marketing en export

Kleinschaligheid

De dienstverlening wordt gekenmerkt door kleinschaligheid. Zo'n 93% van de bedrijven behoort tot het kleinbedrijf, circa 6% tot het middenbedrijf en nog geen 1% tot het grootbedrijf. Binnen de dienstensector gaat het vaak om het verrichten van maatwerk, denk bijvoorbeeld aan architecten, ontwerpers en reclamebureaus. De diensten die zij leveren zijn vaak persoonsgebonden (het gaat niet om de tent maar om de vent). Daarom is het moeilijk om het bedrijf uit te breiden en/of diensten te exporteren. Eén persoon kan nu eenmaal niet tegelijk in Nederland en in het buitenland fysiek aanwezig zijn. Door het kleinschalige karakter beschikken zij veelal over te weinig capaciteit om te exporteren.

Voor kleine of middelgrote dienstverleners is het moeilijk om hun diensten aan te bieden aan grote multinationals. Die grote bedrijven kiezen ervoor om of dienstverlening in eigen huis te hebben of ze besteden het uit aan een grote dienstverlener die ook internationaal opereert. Daarbij wensen opdrachtgevers - voor het uitbesteden van hun dienstverlening - bij voorkeur te maken te hebben met slechts één aanspreekpunt. Dat betekent dat je als dienstverlener steeds meer een full-service pakket moet aanbieden, wat voor een klein bedrijf vaak onmogelijk is.³³

³³ EIM, 'Financiële en ICT-diensten, SWOT-analyse' Zoetermeer, 15 augustus 2006, p. 14.

Belemmeringen op buitenlandse markten

Buitenlandse regelgeving

Dienstverleners worden vaker met regelgeving geconfronteerd dan aanbieders van goederen. De reden hiervan is dat de kwaliteit van diensten vaak moeilijker vooraf is vast te stellen dan die van goederen. Om die kwaliteit te waarborgen hebben overheden veel regels voor de levering van diensten vastgesteld, zoals bijvoorbeeld beroepskwalificaties. Nationale wetgeving op het gebied van regelgeving en vestigingswetgeving verschilt sterk per land (ook binnen de EU) en is in veel gevallen niet transparant. Zo gaf een respondent aan dat het zelfs met een lokale Chinese medewerker in dienst lastig is om te doorgronden wie binnen de Chinese overheid verantwoordelijk is voor het verkopen van grond. Bovendien ontbreekt het bedrijven vaak aan de kennis om deze barrières te overwinnen. Dit komt veelal door de reeds genoemde kleinschaligheid van veel bedrijven binnen de dienstensector.³⁴ Ook wordt hinder ondervonden van concurrentieverstorende reglementaire restricties die activiteiten door buitenlandse aanbieders beperken.

Bescherming van intellectueel eigendom en corruptie

Een groot aantal respondenten geeft aan dat gebrek aan effectieve bescherming van intellectuele eigendom problemen oplevert. Goede formats worden makkelijk gekopieerd. Vooral in China wordt veel nagemaakt. Hoewel de Chinese overheid wel wetgeving heeft ontwikkeld om intellectueel eigendom te beschermen, vindt er onvoldoende handhaving plaats en zijn de boetes laag. Verder vormt corruptie in meerdere landen een probleem en zijn er ook wel valse diploma's in omloop. Deze gang van zaken maakt het voor legaal opererende bedrijven behoorlijk moeilijk een goede positie in de markt te verkrijgen.

Cultuurverschillen

Een ander probleem waar bedrijven in het buitenland tegen aan lopen zijn verschillen in cultuur. Een respondent gaf aan dat in Amerika voor dienstverlening een onaantrekkelijke aansprakelijkheidsregeling bestaat, wat gezien de grote Amerikaanse claimcultuur de export van de dienst niet aantrekkelijk maakt. Een andere respondent is in Oekraïne tegen fiscale problemen aangelopen. Er is daar geen sprake van een winstbepalingsmethodiek, maar eerder van intimidatie ('men geeft het idee dat ze je hard gaan aanpakken'). Verder gaf een respondent aan dat de lage betalingsmoraal in China voor moeilijkheden zorgt.

Opleidingen voldoen niet

Veel respondenten geven aan dat opleidingen in Nederland onder de maat zijn. Het gebrek aan talenkennis wordt het meest genoemd als belemmering voor de export. Een voorbeeld hiervan vormt het gebrek aan gedegen talenkennis bij de jongere generatie advocaten en secretaresses. Daardoor komt men nu vaak uit bij mensen die tweetalig zijn opgevoed, of bij buitenlanders die bereid zijn om Nederlands te leren. Dit terwijl de betekenis van de economische banden met bepaalde landen en het daaruit voortvloeiend juridisch werk niet mag worden onderschat.

Ook het gebrek aan handelskennis bij de HEAO-er en onvoldoende aansluiting van creatieve opleidingen op de beroepspraktijk in de creatieve industrie worden als een probleem gezien. Voor relatief nieuwe sectoren zoals gaming en nieuwe media zijn er enkele opleidingen gestart. Deze opleidingen hebben voldoende toestroom van studenten, maar leveren nog niet altijd de door bedrijven

³⁴ ABN AMRO, 'Een wereld te winnen. De concurrentiekracht van het Nederlandse bedrijfsleven.', 2006, p. 35. Zie ook EVD-sectorschets Transport & Logistiek, p.36.

gevraagde kwaliteit en praktische vaardigheden. Tijdige aansluiting bij nieuwe ontwikkelingen op een buitenlandse markt wordt hierdoor bemoeilijkt.

Daarnaast kampt Nederland met een tekort aan technisch vakpersoneel. De instroom in vooral de Bètaopleidingen is te laag. Een respondent gaf als voorbeeld dat door het gebrek aan studenten in Wageningen het voor delen van de agrarische sector, zoals agrologistiek, moeilijk is om aan gekwalificeerd personeel te komen. Een andere respondent meent dat het toenemende belang van de ICT-sector in de economie en het structurele tekort aan ICT'ers op de arbeidsmarkt een knelpunt vormt. Verder zouden ICT-opleidingen zich te veel op de technische kant van ICT richten. De kracht van Nederland is het ontwikkelen van de toepassing van technologie. Daar heb je mensen met een hogere beroeps- of universitaire opleiding voor nodig, die breed zijn georiënteerd en beschikken over communicatieve vaardigheden en creativiteit. Onvoldoende beschikbaarheid van gekwalificeerde ICT'ers vormt een belemmering voor een betere benutting en inzet van ICT.³⁵ Dit vormt ook een knelpunt voor de export van diensten, zoals toerisme en transport. Kansen voor internationalisering worden hierdoor verkleind.

Het verlenen van vergunningen bij arbeidsmigratie

Veel respondenten hebben aangegeven dat zij het lastig vinden om kenniswerkers naar Nederland te halen. Vaak is dit tijdrovend (soms wel 1,5 jaar) en de procedures zijn onduidelijk. Voor een bedrijf is talent uit het buitenland echter noodzakelijk om te kunnen groeien en te innoveren. In Nederland is nu eenmaal niet altijd voldoende talent aanwezig. Een gerenommeerd advocatenkantoor gaf aan dat zij de werkwijze van de IND als ondoorgrondelijk en de regelgeving dusdanig ingewikkeld beschouwde, dat zij op haar beurt een in het immigratierecht gespecialiseerd kantoor moest inschakelen voor het in dienst nemen van een Chinese werknemer. Een andere respondent is van mening dat de regeling voor buitenlandse kenniswerkers verdere verbetering behoeft. Het enige criterium is nu een algemene hoge salarisgrens. Het zou volgens deze respondent beter zijn om op thema of per sector een salarisgrens aan te geven.

Kader 10: Regeling voor Buitenlandse Kenniswerkers

In 2004 heeft de regering de regeling voor buitenlandse kenniswerkers versoepeld. Hoogopgeleide experts of wetenschappelijke onderzoekers mogen maximaal 5 jaar in Nederland werken. De verblijfsvergunning van kenniswerkers werd gekoppeld aan de mogelijkheden die deze mensen hebben op de Nederlandse arbeidsmarkt. Sinds 1 oktober 2004 past de IND de speciale regeling voor kenniswerkers toe. Vanaf die datum tot begin mei 2005 kregen ruim 400 kennismigranten toestemming om in Nederland te werken. Ook waren er ongeveer 450 bedrijven en onderwijsinstellingen toegelaten tot deze nieuwe procedure voor kennismigranten.

Bron: regering.nl en minocenw.nl

Te weinig aandacht voor marketing en export

Hoewel veel dienstensectoren zoals het bankwezen en transport en logistiek sterk internationaal zijn georiënteerd, blijft een aantal sectoren zoals bouw & infrastructuur, de ICT-sector en de creatieve industrie achter. Dit komt mede door te weinig aandacht voor marketing en export. Vooral de meer technisch georiënteerde beroepen, zoals ingenieurs, noemen marketing als een minder sterk punt. Ze richten zich meer op het uitoefenen van hun vak dan op de wensen van de klant.³⁶ Startende ondernemers binnen de creatieve industrie richten zich ook vooral op de inhoud en willen zich zo min

³⁵ EIM, 'Financiële en ICT-diensten, SWOT-analyse' Zoetermeer, 15 augustus 2006, p.6.

³⁶ EIM, 'Financiële en ICT-diensten, SWOT-analyse' Zoetermeer, 15 augustus 2006, p. 13.

mogelijk bezighouden met de zakelijke kant van ondernemen, ‘de verkoopbaarheid van hun creatie’.³⁷ Opleidingen zijn hier vaak ook niet op ingesteld. Zo ontbreekt het bij opleidingen voor ontwerpers aan ondernemersvakken.

Een ander voorbeeld betreft de watersector. Op dit gebied heeft Nederland internationaal een zeer goede naam. Toch is het moeilijk om deze expertise om te zetten in producten en diensten. Dit komt mede doordat de expertisecentra niet goed zijn aangesloten op de markt.³⁸ Dit probleem doet zich ook voor binnen de ICT-sector. ICT-onderzoek binnen Nederland is van hoge kwaliteit. Deze kennis wordt echter weinig benut door het bedrijfsleven.³⁹ Verder zijn binnen de ICT-dienstverlening weinig bedrijven geïnteresseerd in export. Dit komt mede doordat de Nederlandse markt nog lang niet verzadigd is. Verder zeggen veel bedrijven het idee te hebben dat exporteren lastig is. Ook zijn toepassingen in de publieke sector veelal toegespitst op de Nederlandse structuur en in de Nederlandse taal. Deze zijn derhalve niet direct geschikt voor de export.

4.4. Mogelijke rol voor de overheid

In deze paragraaf komen zowel de suggesties van de respondenten als de uitkomsten van de rondetafel over de rol van de overheid voor het benutten van het internationale potentieel van de dienstensectoren aan de orde.

Mogelijke rol overheid
Voorlichting en assistentie bij internationalisering - Betere voorlichting - Assisteren bij problemen met buitenlandse regelgeving - Assisteren bij het leggen van internationale contacten
Stimuleren van samenwerking en clustervorming
Publiek-private samenwerking
Betere positionering van Nederland
Meer aandacht voor technische opleidingen en voor taal in het onderwijs
Verbeteren van regelgeving en het verkorten van wachttijden

Voorlichting en assistentie bij internationalisering

Veel respondenten geven aan dat zij assistentie van de overheid bij het leggen van internationale contacten en een eerste marktverkenning erg op prijs stellen. Vooral het organiseren van missies met individuele match-making wordt als nuttig gezien. Een aantal respondenten is van mening dat het financiële buitenlandinstrumentarium nu te weinig voor de dienstensector wordt ingezet. Een andere respondent meent dat de overheid te weinig zichtbaar is. Zij zou duidelijker moeten aangeven wat men te bieden heeft. Ook zou er meer voorlichting over de Europese dienstenrichtlijn kunnen worden gegeven. Kostenverhogende en tijdrovende omslachtige douaneprocedures, evenals transport- en milieuregelgeving worden door respondenten als belemmerend genoemd. Een helpdesk voor problemen met buitenlandse belastingwetgeving wordt in dit verband door een respondent als nuttig gezien. De uitzendbranche, die uitgesloten is in de dienstenrichtlijn, doet een beroep op de overheid om in Europees verband onterechte, achterhaalde belemmeringen op te ruimen.

³⁷ EIM, ‘De creatieve industrie, SWOT-analyse’, Zoetermeer, 11 augustus 2006, p.15.

³⁸ Interview met Lennart Silvis, Netherlands Water Partnership, 13 juli 2006.

³⁹ EIM, ‘Financiële en ICT-diensten, SWOT-analyse’ Zoetermeer, 15 augustus 2006, p.12.

Stimuleren van samenwerking en clustervorming

Nederland heeft veel expertise en hoogwaardige diensten en producten in huis. Het gaat met name om de vraag hoe we deze expertise kunnen mobiliseren en gericht kunnen inzetten op de buitenlandse markten. Tijdens de EZ rondetafel bijeenkomst over internationalisering van diensten werd vooral de nadruk gelegd op het belang van samenwerking en het bundelen van krachten, zowel sectoraal als crosssectoraal. Het MKB is vaak te klein om echt grote opdrachten binnen te halen. Samenwerking kan de oplossing bieden voor het gebrek aan schaalgrootte om op de internationale markt te kunnen concurreren. Tevens kan samenwerking de kansen op complexere markten vergroten door het aanbieden van totaaloplossingen. Ketendenken en crosssectorale samenwerking is hiervoor cruciaal. Het vormen van adhoc coalities neemt veel tijd in beslag. Duurzame samenwerkingsverbanden tussen bedrijven maar ook overheden en kennisinstellingen zijn daarom wenselijk. Een geslaagd voorbeeld van dergelijke samenwerking vormt de gezamenlijke inzet van overheid en bedrijfsleven in New Orleans na de orkaan Katrina. De combinatie van een sterk cluster van bedrijven, hoogwaardige kennis, een goed imago en een actieve lobby (economische diplomatie) bleek succesvol te zijn. Verder heeft deze gezamenlijke actie ook een spin-off effect: na het succes van de watersector haken ook de Nederlandse architecten hierop aan. Voor het stimuleren van clustervorming is naast EZ een belangrijke rol weggelegd voor de DTB en brancheorganisaties. Eén van de manieren waarop EZ clustervorming probeert te stimuleren is via de programmatische aanpak, dat vorm krijgt door het programma 2g@there (zie kader 11). Gezien de sterke betrokkenheid van de overheid bij de programma's die onder 2g@there worden ontwikkeld is hierbij sprake van publiek-private samenwerking. Krachtenbundeling op het gebied van internationaal ondernemen is echter veelomvattender dan de programmatische aanpak: clusters en platforms kunnen op vele manieren ontstaan. Ook branches en andere partijen kunnen hier een belangrijke rol spelen.

Publiek-private samenwerking

Een aantal respondenten is van mening dat de Nederlandse overheid (pro-)actiever steun zou moeten organiseren voor het eigen bedrijfsleven. Overheden van andere landen helpen hun bedrijven veel meer door middel van politieke steun en de inzet van financiële instrumenten. De Nederlandse overheid zou haar buitenlandnetwerk op een gerichtere en meer samenhangende manier moeten gebruiken om kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven op lange termijn in kaart te brengen. Zo zou zij vragen van buitenlandse overheden die vaak bij ambassades terechtkomen direct kunnen gebruiken om het Nederlandse bedrijfsleven te promoten. Ook zou de overheid volgens een respondent bij elke ambassade een NBSO kunnen neerzetten die actiever en agressiever lobbyt voor Nederlandse bedrijven, net zoals de Duitse Kamers van Koophandel nu doen. De steun van de overheid is enerzijds van belang omdat bedrijven vaak geneigd zijn zich slechts op de korte termijn te richten en zij over het algemeen geen tijd en capaciteit hebben voor een gezamenlijke positionering van hun sector. Anderzijds kan de steun van de overheid van belang zijn waar het gaat om (omvangrijke, complexe) projecten in opkomende markten die zich veelal kenmerken door een sterke overheid. Hierbij kan een gerichte en samenhangende inzet van het publieke en private netwerk van groot belang zijn voor de markttoegang voor de Nederlandse dienstensector. Vooral voor sectoren die vaak zakendoen met overheden en te maken hebben met grote en complexe projecten, is een lange termijn aanpak noodzakelijk. De Nederlandse overheid zou bijvoorbeeld bij grote infrastructurele projecten een relatie moeten opbouwen met de betrokken buitenlandse overheden d.m.v. economische diplomatie (vergelijk bijv. Panama). Nu organiseert de overheid vaak missies, maar met één missie kom je er niet.

Betere positionering van Nederland

Nederland zou zich beter in het buitenland moeten presenteren. Het beeld is voor buitenlanders veel te versnipperd. Zo geeft een respondent aan dat China wordt overspoeld door allerlei delegaties die langs elkaar heen werken. Samenwerking tussen departementen en organisaties zou moeten leiden tot een

eenduidiger en krachtiger beeld van het Nederlandse bedrijfsleven. Een andere respondent meent dat Nederland haar belangen meer moet koesteren. Nederland zou zich moeten spiegelen aan bestaande praktijken in het buitenland en zich niet moet gedragen als het beste jongentje van de klas. Dit uit zich met name bij toezichthoudende instanties, waardoor het voor buitenlandse marktpartijen makkelijker is om de Nederlandse markt te betreden dan voor Nederlandse partijen de buitenlandse markt. Ook bij overheidsaanbestedingen hebben buitenlandse overheden de neiging hun eigen industrie te beschermen.

Kader 11: Initiatieven en instrumenten profilering Nederlandse bedrijfsleven

Op betere profilering van de het Nederlandse bedrijfsleven wordt vanuit Economische Zaken (EVD) ingespeeld met onder meer een Engelstalige website over Nederland en een Holland-imago promotie-toolkit, waar Nederlandse vertegenwoordigers in het buitenland gebruik van kunnen maken. Daarnaast worden de reeds bestaande instrumenten als handelsmissies en collectieve promotie activiteiten actief ingezet.

Er zijn verschillende voorbeelden waarbij overheid en bedrijfsleven gezamenlijk optrekken. Zo richt het programma 2g@there zich op Nederlandse ondernemers die samen internationaal zaken willen doen. Het programma focust op gebieden waarop Nederlandse ondernemers internationaal onderscheidend kunnen zijn. Het betreft een opkomende markt en/of een kansrijke sector. Binnen het programma worden in samenhang diverse afzonderlijke (financiële en niet financiële) instrumenten ingezet, met sterke betrokkenheid van de overheid. Dit is dan ook een voorbeeld bij uitstek van gezamenlijk optreden van overheid en bedrijfsleven.

Ook worden in specifieke sectoren platforms van bedrijven gevormd op het terrein van internationalisering. Voorbeelden hiervan zijn te vinden op het terrein van water en infrastructuur (NWP en LINT). Voor kleine dienstenleveranciers is een dergelijke vorm van samenwerking lastiger; een van de redenen daarbij is dat zij moeite hebben om met vermeende concurrenten op stap te gaan. Een aardige testcase op dit gebied vormt een gehonoreerd voorstel voor een collectieve reis naar Polen voor zakelijke dienstverleners, die - bij voldoende belangstelling - van 15 tot en met 18 april 2007 zal plaatsvinden.

Meer technische opleidingen en meer aandacht voor taal in het onderwijs

Meerdere respondenten zijn van mening dat in Nederland een gebrek is aan goede technische opleidingen, bijvoorbeeld in de gamingindustrie en de multimedia of binnen de agrotechniek. Ook is de talenkennis van werknemers vaak van een te laag niveau.

Verbeteren van regelgeving en het verkorten van wachttijden

Het bedrijfsleven pleit er voor om meer betrokken te worden bij de totstandkoming van regelgeving. Dit ter voorkoming van regelgeving die moeilijk uitvoerbaar is. Zo geven meerdere respondenten aan dat zij niet tevreden zijn over de regeling voor buitenlandse kenniswerkers. Deze regelgeving is weinig flexibel en de wachttijden zijn te lang. Een reeds eerder genoemde aanbeveling is om de salarisgrens per thema of sector aan te geven zoals dat in het Verenigd Koninkrijk de gewoonte is. Een andere respondent vindt de wet Melding Ongebruikelijke Transacties (MOT) een typisch voorbeeld van op Nederlandse leest geschroeiende wetgeving die in een internationale praktijk niet te handhaven is. Hier is overleg met de (juridische) sector gewenst.

Daarnaast neemt het verstrekken van vergunningen vaak te veel tijd in beslag. Als voorbeeld noemt een respondent de nodige goedkeuring van de belastingdienst voor bepaalde transacties/constructies op grond van een Nederlands-Amerikaans belastingverdrag. Dit laat soms wel zes maanden op zich wachten. Ook de termijn voor het verstrekken door justitie van een verklaring van geen bezwaar wordt als te lang ervaren.

5. Conclusies en aanbevelingen

De inventarisatie in dit rapport van de ontwikkelingen in de Nederlandse dienstensector onderstreept dat aandacht voor deze belangrijke sector bij internationaal ondernemen op zijn plaats is. Voor bedrijven uit de dienstensector zijn er vele kansen voor internationalisering, maar deze worden om verschillende redenen niet voldoende benut. Onderstaand volgen de belangrijkste conclusies van dit onderzoek. Hierbij wordt ingegaan op de belangrijkste karakteristieken van en trends in de Nederlandse dienstensector en de kansen en belemmeringen voor verdere internationalisering van de sector. Aansluitend volgen aanbevelingen om het potentieel voor internationalisering beter te benutten.

5.1. **Belangrijkste conclusies**

Karakteristieken en trends

Diensten spelen een sleutelrol in de Nederlandse economie. De sector is breed en omvangrijk en de activiteiten zijn zeer divers van aard. Opvallend is dat bedrijven in de dienstverlening vergeleken met de industriële sector relatief kleinschalig zijn. De Nederlandse dienstensector is in de afgelopen jaren sterk gegroeid en behoort tot de meest open dienstensectoren van alle OESO-landen. Nederland heeft een sterke positie in de internationale dienstenhandel. Dit geldt voornamelijk voor transport, communicatie, bouwdiensten, computer- en informatiediensten en zakelijke dienstverlening. Het aandeel van de dienstverlening in de directe buitenlandse investeringen van Nederland is in de afgelopen jaren fors toegenomen. Zowel de Nederlandse directe investeringen als de buitenlandse handel van de dienstensectoren zijn voornamelijk op Europa gericht, maar ook de Verenigde Staten en Aziatische landen gelden als belangrijke markten voor Nederlandse dienstverleners.

De belangrijkste wijze van aanbieden van diensten op buitenlandse markten is via fysieke aanwezigheid d.m.v. verkoop via buitenlandse vestigingen. Vanwege de aard van diensten heeft dit over het algemeen de voorkeur boven de handel. Door hun immateriële karakter zijn diensten vaak minder goed verhandelbaar. Het betreft vaak vertrouwensproducten en het leveren van service en maatwerk is dikwijls een vereiste, waardoor nabijheid bij de klant en het spreken van de juiste ‘taal’ noodzakelijk is. Dit is een kenmerkend verschil met de industriële sector, waarbij goederen makkelijker vanuit het thuisland te verhandelen zijn. Nieuwe technologische ontwikkelingen maken het aanbieden van diensten op afstand echter ook steeds meer mogelijk.

Kansen

De dienstensector heeft veel kansen op het vlak van internationalisering. Verdere liberalisering van de handel via de WTO-GATS-onderhandelingen, regionale handelsakkoorden van de EU met derde landen en ook implementatie van de Europese dienstenrichtlijn kunnen op termijn Nederlandse dienstverleners grote voordelen opleveren. Meer markttoegang, verdere harmonisatie van regelgeving (en homogenisering van EU-regelgeving), wederzijdse erkenning van diploma's en opleidingen en het verwijderen en aanpassen van onnodig handelsbelemmerende binnenlandse regelgeving, maken het verlenen van diensten op buitenlandse markten een stuk eenvoudiger.

Ook de toenemende verwevenheid tussen industrie en dienstverlening bieden het dienstverlenende bedrijfsleven enorme groeimogelijkheden. De verlening van extra diensten gekoppeld aan een product, waarbij een bedrijf verder de keten in gaat, versterkt de concurrentiepositie.

Het kleinschalige karakter van veel Nederlandse bedrijven in de dienstensector maakt het starten van een buitenlandse vestiging veelal onmogelijk. Het gebruik van een internationaal netwerk door middel van samenwerkingsverbanden biedt daarentegen wel goede mogelijkheden om de buitenlandse markt sneller en effectiever te bewerken. Dit geldt met name voor het MKB, dat vaak capaciteit en middelen ontbeert om een buitenlandse markt alleen te veroveren. Samenwerken is veel minder complex en kapitaalintensief. Verder vormt het vaak een eerste stap voordat een bedrijf echte vaste voet op de buitenlandse markt krijgt. Samenwerking biedt de mogelijkheid een breder en hoogwaardiger dienstenpakket aan te bieden. Vooral kleine exporterende bedrijven gaan sneller een samenwerkingsverband met andere bedrijven aan om sterker te staan en gemakkelijker toegang te hebben tot nieuwe markten.

Verder vergroten technologische ontwikkelingen de mogelijkheden voor internationalisering van de dienstensector. Door ICT-ontwikkelingen is de verhandelbaarheid van diensten enorm toegenomen. Informatiegoederen kunnen gedigitaliseerd worden en zo wereldwijd gedistribueerd worden. Nieuwe technologieën maken het mogelijk dat niet langer persoonlijk contact tussen leverancier en klant vereist is (contacten kunnen tegenwoordig via webcams lopen). Een kostbare en/of gecompliceerde vestiging in het buitenland is niet altijd noodzakelijk meer. De internationale activiteiten zijn hierdoor makkelijker te bewerkstelligen. Ook de kosten voor informatietransmissie en verwerking zullen door nieuwe ICT-ontwikkelingen dalen, waardoor het aanbieden van diensten op afstand nog meer zal toenemen.

De regio Europa is veruit de belangrijkste bestemming voor de export en buitenlandse investeringen van de Nederlandse dienstensector. Maar ook de opkomst van nieuwe snelgroeiende markten biedt kansen voor internationalisering van diensten. Meer focus op nieuwe markten als India, China, maar ook nieuwe toetreders tot de EU, biedt de Nederlandse dienstensector veel mogelijkheden.

Andere kansen voor de internationalisering van de Nederlandse dienstensector worden gevormd door het feit dat de Nederlandse dienstensector over veel kennis en expertise beschikt. Juist ook op het gebied van creativiteit en design is de Nederlandse dienstensector extra onderscheidend. Het verkopen van kennis blijkt een relatief eenvoudige en succesvolle methode te zijn voor export. Voor de veelal kleinschalige dienstverleners in Nederland biedt de verkoop van licenties (milieusector) of concepten (Big Brother) een goede oplossing. Ook kunnen Nederlandse bedrijven zich door de veelal goede prijs/kwaliteitverhouding van hun diensten goed in een buitenlandse markt positioneren. Verder maakt de Nederlandse infrastructuur via goede fysieke en elektronische netwerken, financiële en fiscale structuren, Nederland een interessant vestigingsland voor buitenlandse bedrijven om van hieruit hun activiteiten te coördineren.

Belemmeringen

Veel Nederlandse dienstverleners ondervinden, ondanks de kansen die de sector biedt, ook moeilijkheden om hun activiteiten uit te breiden naar het buitenland. Voor een groot deel van deze belemmeringen voor internationalisering geldt overigens dat er geen wezenlijke verschillen zijn tussen de dienstensector en de industriële sector. Beide sectoren lopen tegen dezelfde problemen aan. Verder geldt dat een deel van de belemmeringen voor internationalisering beïnvloedbaar zijn en kunnen worden weggenomen, maar andere belemmeringen niet of nauwelijks beïnvloedbaar zijn.

Door het kleinschalige karakter van veel dienstverlenende bedrijven beschikken de bedrijven vaak over te weinig capaciteit en geld om te exporteren; ze missen vaak de schaalgrootte om wereldwijd te kunnen concurreren.

Nationale wetgeving verschilt sterk per land (ook binnen de EU) en deze is in veel gevallen niet transparant. Bepaalde concurrentieverstorende nationale maatregelen van buitenlandse overheden beperken de activiteiten van Nederlandse dienstenaanbieders. Bedrijven geven in dit verband aan dat meer betrokkenheid van het bedrijfsleven bij de totstandkoming van regelgeving kan voorkomen dat lastig uitvoerbare regelgeving wordt ontwikkeld. Verder verhinderen het gebrek aan effectieve bescherming van intellectuele eigendom en corruptiepraktijken bedrijven hun diensten goed op een buitenlandse markt neer te zetten. Daarnaast geven cultuurverschillen problemen.

Een ander groot probleem voor de Nederlandse dienstensector vormt het slechte niveau van de opleidingen in Nederland. Het gebrek aan talenkennis en een tekort aan technisch vakpersoneel vormt een grote belemmering voor export. Het toenemende belang van de ICT-sector in de economie en het structurele tekort aan ICT'ers op de arbeidsmarkt vormt een enorm knelpunt. Ook blijkt het lastig om (dat) talent uit het buitenland naar Nederland te halen, terwijl dat voor een bedrijf noodzakelijk is om te kunnen groeien en te innoveren; de vergunningverlening loopt hiervoor in Nederland niet soepel genoeg (Regeling buitenlandse kenniswerkers).

Verder is er in bepaalde dienstensectoren, zoals de bouw en infrastructuur, de ICT-sector en de creatieve industrie, te weinig aandacht voor marketing en export. Ook de opleidingen zijn hier vaak niet op ingesteld. Het blijkt in deze subsectoren moeilijk om de expertise om te zetten in producten en diensten. Daarnaast zijn binnen de ICT-dienstverlening weinig bedrijven geïnteresseerd in export, met name doordat de Nederlandse markt nog lang niet verzadigd is.

5.2. Aanbevelingen

Ondanks de goede prestaties van de Nederlandse dienstensector en de vele kansen die er zijn voor internationalisering, is er echter nog veel onbenut potentieel binnen de dienstensector. Een aantal belemmeringen staat in de weg aan de verdere internationalisering van de sector, maar deze zijn te overkomen.

1. Meer aandacht voor de kansen voor internationalisering

Van belang is dat bedrijven in de dienstensector zich bewuster worden van de kansen voor internationalisering; nu, en gezien snelle ontwikkelingen, ook in de komende jaren. Hier zou meer aandacht voor moeten zijn. Goede informatievoorziening is cruciaal! De dienstensector kent een grote diversiteit en telt veel verschillende koepel- en brancheverenigingen. Sommige brancheverenigingen hebben veel aandacht voor de kansen die internationalisering kan bieden. Bij andere brancheverenigingen is er nog weinig aandacht voor internationalisering. Hier ligt een rol voor de DTB en de overheid om samen met VNO-NCW, MKB-Nederland, de Kamers van Koophandel en andere koepel- en brancheverenigingen te kijken naar mogelijkheden voor het vergroten van de bewustwording in de dienstensectoren van kansen die internationalisering kan bieden.

Informatie betreffende regelgeving op buitenlandse markten is voor internationalisering van diensten van groot belang, aangezien vaak van zeer uiteenlopende regelgeving sprake is, ook nog binnen de EU. De EVD kan in dat verband een nuttige rol vervullen. Voorts heeft de overheid een rol om op internationaal niveau tot afspraken te komen, die de verschillen in regulering wegnemen. Daarnaast dient de overheid de marktverstorende interpretatie van regelgeving te bestrijden.

Tot slot is meer gedetailleerde statistische informatie betreffende de internationale activiteiten van bedrijven in de dienstverlening gewenst. Door het gebrek aan voldoende gegevens is het niet mogelijk een volledig beeld te geven van de sector. Onder meer het CBS is daar al mee doende, naast een aantal

internationale organisaties. Hierbij speelt ook een kwestie van bewustwording; bij gebrek aan toegankelijke informatie wordt bijvoorbeeld in overzichten met handelsgegevens al te gemakkelijk volstaan met een blik op de goederenhandel.

2. Samenwerking en krachtenbundeling

De slagkracht op internationale markten kan worden vergroot d.m.v. samenwerking tussen bedrijven onderling en met de overheid. Dit geldt temeer gegeven de beperkte schaalgrootte van veel bedrijven in de dienstensectoren. Het bundelen van de krachten in Nederland via clusters, platforms, etc. vormt dus een belangrijke aanpak om de problemen, waar veel dienstverlenende bedrijven door hun kleinschalige karakter tegenaan lopen, op te lossen. Tevens kunnen door een gezamenlijke inzet en een beter zicht over de hele keten totaaloplossingen worden geboden voor omvangrijke, complexe projecten. Door het opzetten van samenwerkingsverbanden in het buitenland (tussen Nederlandse partijen maar in veel gevallen ook met buitenlandse partijen) kunnen veel belemmeringen van de sector het hoofd worden geboden. Van belang is te onderzoeken hoe de partijen die in Nederland niet samenwerken, maar die in het buitenland het verschil zouden kunnen maken, bij elkaar kunnen worden gebracht. Naast de overheid hebben koepel- en brancheverenigingen een rol bij het tot stand brengen van samenwerking tussen hun leden, met name voor het MKB. Daarbij moet ook worden bekeken of in bepaalde markten kleinere spelers kunnen meeliften met grotere spelers binnen de sector. Voorts kunnen zij in contacten met andere aanverwante koepel- en brancheverenigingen mogelijkheden tot (interdisciplinaire) samenwerking verkennen. Uiteraard moeten ook de kansen voor individuele ondernemingen hierbij niet uit het oog worden verloren. Naast de overheid en de brancheorganisaties heeft de DTB een duidelijke voortrekkersrol ten aanzien van stimulering van krachtenbundeling binnen de dienstensectoren.

Ook meer samenwerking tussen bedrijven, overheid en kennisinstellingen is noodzakelijk. Nederland heeft veel expertise en hoogwaardige diensten en producten in huis. Belangrijk is dat we deze expertise kunnen mobiliseren en op de buitenlandse markten op een samenhangende en gerichte manier kunnen inzetten. Samenwerking biedt de mogelijkheid een breder en hoogwaardiger dienstenpakket aan te bieden, waardoor het MKB internationaal een betere concurrentiepositie krijgt. Het vormen van ad hoc coalities neemt echter veel tijd in beslag. Duurzame samenwerkingsverbanden tussen bedrijven maar ook overheden en kennisinstellingen zijn daarom van belang.

3. Focus en profilering

Essentieel is dat het Nederlandse bedrijfsleven eenduidiger en krachtiger gepresenteerd wordt in het buitenland. In dit verband zou de Nederlandse overheid (pro-)actiever steun moeten organiseren voor het eigen bedrijfsleven. Meer focus op de sterke punten van de Nederlandse dienstensector versterkt het imago van de sector. Vanuit de overheid en het bedrijfsleven worden veel initiatieven genomen op het terrein van een betere profilering van het Nederlandse bedrijfsleven. Zo richt het programma 2g@there zich op gebieden waarop Nederlandse ondernemers internationaal onderscheidend kunnen zijn. Een ander voorbeeld is de gezamenlijke inzet van overheid en brancheorganisaties in New Orleans na de orkaan Katrina, waarbij Nederlandse dienstverleners goed op de kaart zijn gezet. Bedrijven blijken echter niet voldoende op de hoogte te zijn van deze initiatieven. Van belang is dan ook om te kijken hoe deze bedrijven, bijvoorbeeld door meer samenwerking met koepel- en brancheorganisaties, beter bereikt kunnen worden. Hier ligt een rol voor de DTB en EZ/EVD.

4. Versterking van onderwijs

Van groot belang voor internationalisering van de Nederlandse dienstensector blijkt de verbetering van de kwaliteit van het Nederlandse onderwijs en het terugdringen van het tekort aan technici. Met name de Nederlandse technische opleidingen moeten verbeteren, maar ook meer aandacht voor taal en (internationaal) ondernemen in de opleidingen is gewenst.

In dit kader worden reeds diverse programma's ingezet, waaronder het Programma Internationalisering Beroepsonderwijs dat met name MBO-instellingen gaat helpen bij hun internationaliseringstrategie en het opzetten van bijvoorbeeld internationale stages. Het bedrijfsleven kan ook zelf een bijdrage leveren door het scheppen van stageplaatsen, waarmee studenten van zowel VMBO als MBO en HBO kennis en ervaring kunnen opdoen op het gebied van internationaal ondernemen.

5. Verbetering van regelgeving

Regelgeving blijkt op een aantal punten niet goed aan te sluiten op de wensen van het bedrijfsleven. Om te voorkomen dat voor het bedrijfsleven moeilijk uitvoerbare regelgeving wordt ontwikkeld, is meer betrokkenheid van het bedrijfsleven bij de totstandkoming van regelgeving gewenst.

De Regeling Buitenlandse Kenniswerkers is, ondanks de aanpassingen, nog onvoldoende flexibel. De procedure blijkt te tijdrovend te zijn en de wachttijden te lang. Juist in de dienstverlening wordt veel gebruik gemaakt van buitenlandse kenniswerkers en verbetering in deze regeling is dan ook noodzakelijk.

Literatuurlijst

- ABN AMRO, 2006, *Een wereld te winnen. De concurrentiekracht van het Nederlandse bedrijfsleven*, Amsterdam.
- Berenschot, 2004, *Aard, omvang en effecten van verplaatsen van bedrijfsactiviteiten naar het Buitenland*, Utrecht.
- Bhagwati, J. (1987), Trade in Services and the Multilateral Trade Negotiations, *World Bank Economic Review*, Vol 1, p. 549-569.
- Blinder, A.S., 2006, *Offshoring: The Next Industrial Revolution?*, Foreign Affairs, March/April 2006, Vol. 85. No.2.
- Bruijn, H. Kox en A. Lejour, 2006, *The trade induced effects of the Service Directive and the country of origin principle*, CPB Document 108, Den Haag.
- CPB, 2006, *China and the Dutch economy: Stylised facts and prospects*, CPB Document 127, W. Suyker en H. de Groot (red.), Den Haag.
- EIM, 2006, *De creatieve industrie*, SWOT-analyse, Zoetermeer.
- EIM, 2006, *Dienstensector: Eindrapport Sectorstudie Internationalisering*, Zoetermeer.
- EIM, 2005, *Enquête NBSO's: Exportplannen en behoeften van Nederlandse bedrijven*, Zoetermeer.
- EIM, 2006, *Exporterende starters: starters met meer ambities en betere prestaties*, Zoetermeer.
- EIM, 2006, *Financiële en ICT-diensten*, SWOT-analyse, Zoetermeer.
- EIM, 2005, *Innovatiebarometer 2005*, Zoetermeer.
- EIM, 2004, *Internationalisering nu en in de toekomst*, Zoetermeer.
- EIM, 2006, *Kleinschalig Ondernemen 2006, Structuur en ontwikkeling van het Nederlandse MKB*, Zoetermeer.
- EIM, 2006, *Positieve exportontwikkeling zet door, Exportthermometer 2006*, november, Zoetermeer.
- EIM, 2006, *Vervoer, bouw en infra*, SWOT-analyse, Zoetermeer.
- Europese Commissie, 2002, *De toestand van de interne markt voor diensten*, Verslag van de Commissie aan de Raad en het Europees Parlement, COM(2002)441 definitief, Brussel, 30 juli 2002.
- EVD, 2001, *Zakelijke diensten over de grens*, Den Haag.
- Florida, R., 2000, *The rise of the creative class*.

- Freund, C. en D. Weinhold, 2002, The Internet and international trade in services, *The American Economic Review*, Vol. 92, No.2
- Honk, J.A. van, 2007, *De comparatieve voordelen van Nederland in de internationale dienstenhandel vastgesteld, verklaard en toekomstige ontwikkeling geschetst*, Scriptie Master of Science Economics, Faculteit Economie en Bedrijfskunde, Universiteit van Amsterdam.
- Kox, H. en A. Lejour, 2004, *Een nieuwe WTO-ronde voor diensten: Mogelijke effecten voor Nederland*, CPB, Den Haag.
- Kox, H. en A. Lejour, 2005, *Regulatory heterogeneity as obstacle for international services trade*, CPB Discussion Paper 49, Den Haag.
- Kox, H., A. Lejour en R. Montizaan, 2004, *The free movement of services*, CPB Document 69, Den Haag.
- Kox, H., A. Lejour en R. Montizaan, 2004, *Intra EU-trade and investment in service sectors, and regulation patterns*, CPB Memorandum 102, Den Haag.
- Linders, G., 2001, *Theory, Methodology and descriptive Statistics on Services and Services Trade* CPB Memorandum, Den Haag.
- Lejour, A. en G. Linders, 2002, *Globalisering van de diensteneconomie*, Maandschrift Economie.
- Ministerie van Economische Zaken, 2005, *Visie op verplaatsing; aard, omvang en effecten van verplaatsing van bedrijfsactiviteiten naar het buitenland*, Den Haag.
- Ministerie van Economische Zaken, 2006, *In actie voor acquisitie: Hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen*, Den Haag.
- Nyenrode Research Group, 2006, *Offshoring in the Service Sector; A European Perspective*, NRG Working Paper no. 06-06, Breukelen.
- OESO, 2002, *GATS: the Case for Open Services markets*
- OESO, 2005, *Measuring the interaction between manufacturing and services*, STI Working Paper 2005/5.
- Sapir en Winters, 2005, Trade in services: A review, *Global Economy Journal*, Volume 5, Issue 2.
- Suijker, F.W., A.E. Kuypers, M.F. van Dijk, H.L.M. Kox en H.P. van der Wiel, 2002, *De commerciële dienstverlening: een heterogene sector met gunstige groeiperspectieven*, CPB Document no.17, Den Haag
- WRR, 2003, *Nederland handelsland; Het perspectief van de transactiekosten*, Rapporten aan de regering, Den Haag.

Onderzoeksreeks

De onderzoeksreeks bevat publicaties die beogen een bijdrage te leveren aan het wetenschappelijke en maatschappelijke debat over beleidsrelevante onderwerpen.

Aan deze publicatie kunnen geen rechten worden ontleend.

Colofon

Dit is een publicatie van het Ministerie van Economische Zaken.

's-Gravenhage, maart 2007

Extra exemplaren kunt u bestellen via www.ez.nl/publicaties of door te bellen naar 0800-6463951.

Publicatienummer: 07BEB01