

TRADE AND  
INNOVATE WITH  
THE DUTCH

# Internationaliseringsrapportage 2023

## Trade Relations Programma (TRP)

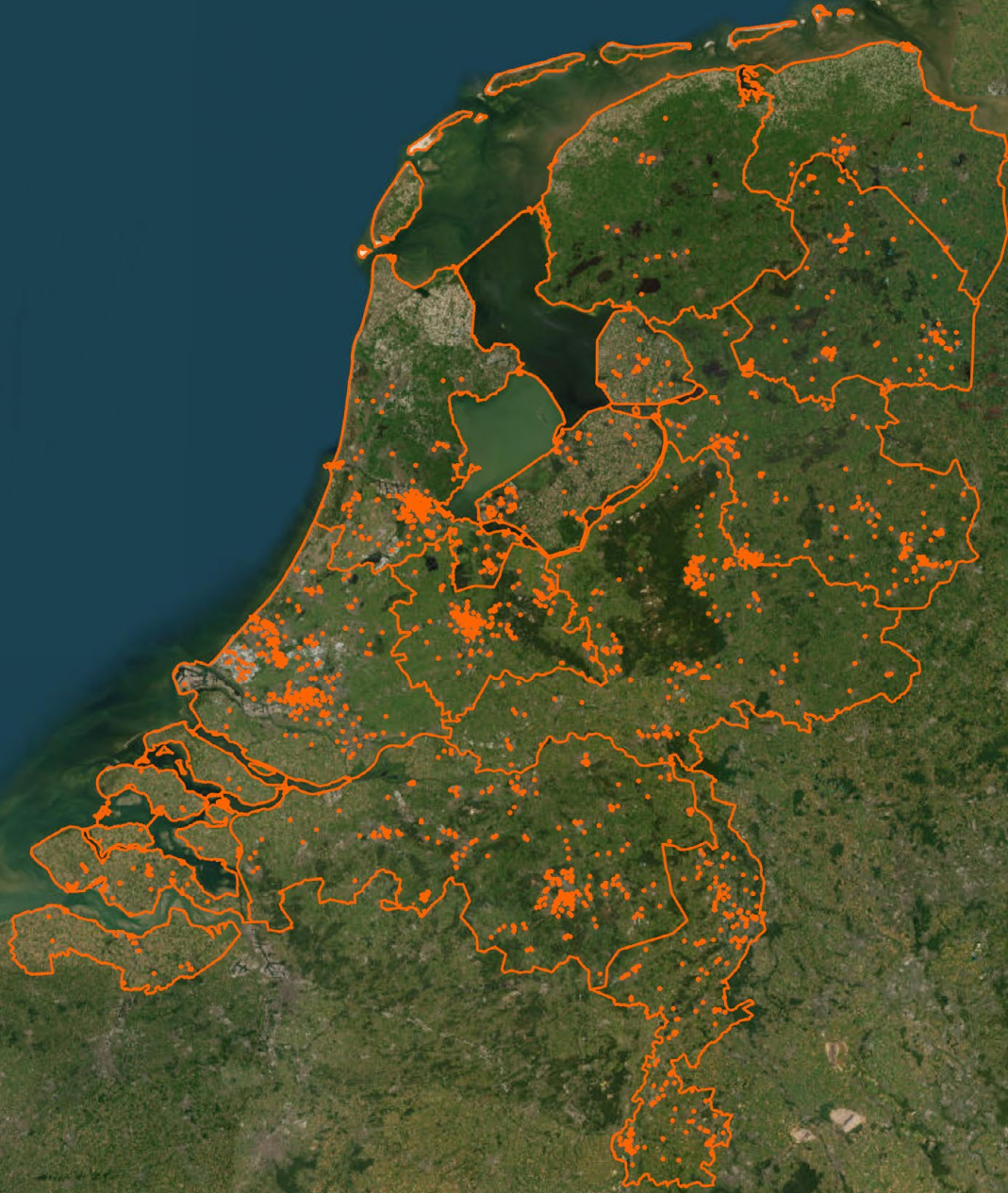
*Proactief relatiemanagement met Nederlandse bedrijven  
door het Trade and Innovate NL-netwerk*

jan feb mrt apr mei jun jul aug sep okt nov dec 2023



Trade and Innovate NL-partners gaan in gesprek met vernieuwende bedrijven in de regio. Het doel van de Trade Relations gesprekken is advies en ondersteuning te bieden op het gebied van internationaal ondernemen.

Op deze landkaart zijn alle locaties van de bezochte bedrijven te vinden waar de gesprekken plaatsvonden in de periode 2020 t/m 2023.



# Voorwoord

**D**e uitdagingen binnen het internationaliseringslandschap zijn in 2023 verder toegenomen. Dat de wereld in beweging is, is een understatement. De oorlog in Oekraïne heeft oude vanzelfsprekendheden een stuk minder vanzelfsprekend gemaakt. Nederlandse ondernemingen staan voor toenemende uitdagingen bij het internationaal zakendoen. Het Trade and Innovate NL-netwerk (TINL) onderhoudt nauw contact met ondernemers via het Trade Relations Programma en hoort uit eerste hand de uitdagingen die ondernemers bij internationalisering ervaren. Het voeren van 1-op-1 maatwerkgesprekken met ondernemers stelt ons in staat om hen van goede ondersteuning en advies te voorzien.

Bij TINL geloven we sterk in de waarde van samenwerking met partners in zowel de publieke als de private sector, verspreid over diverse regio's. We ondersteunen samenwerkingsinitiatieven en betrekken de juiste ondernemers en stakeholders in de regio's hierbij. De gezamenlijke activiteiten, evenementen en maatwerkgesprekken geven ons inzicht in hoe internationaal actieve bedrijven het ondernemingsklimaat het afgelopen jaar hebben ervaren. Ook helpen ze ons bij het identificeren van de beste kansen voor ondernemers.

Trade and Innovate NL maakt zich zorgen dat het belang van internationalisering voor het behouden van een sterke en concurrentiekrachtige economie niet voldoende algemeen wordt erkend. In andere Europese landen zien we grote investeringen in mkb-programma's gericht op het herstel van de export. Dit brengt het risico met zich mee dat Nederland achterblijft. Daarom benadrukt TINL het belang van goede mkb-ondersteuning bij internationalisering met dienstverlening op maat en de capaciteit om snel in te spelen op veranderende behoeften. TINL werkt de komende jaren door aan het versterken van de banden met Nederlandse bedrijven, met als doel de Nederlandse exportpositie te handhaven en verder te ontwikkelen.

Met vriendelijke groet,

Annette Wijering  
Voorzitter Trade and Innovate NL



# Inleiding

In 2020 is TINL gestart met het Trade Relations Programma (TRP). In dit programma bezoeken TINL-partners proactief vernieuwende bedrijven in de regio om hen te vragen naar hun wensen, behoeften en belemmeringen bij internationaal ondernemen. Het doel is om de bedrijven zo optimaal te kunnen adviseren en ondersteunen in hun internationaliseringsproces.

In dit rapport staan de uitkomsten van de TRP-gesprekken vermeld die zijn gevoerd met ruim 800 bedrijven. Met de gesprekken helpen wij de ondernemers bij het internationaliseren én krijgen wij eveneens een diepgaander begrip van hun bedrijfscontext. Ook geven we inzicht in de internationaliseringsbehoeften en -ambities van bedrijven in de verschillende regio's. We schetsen hiermee een beeld voor lokale en nationale overheden ter onderbouwing van hun internationaliseringsbeleid. Daarnaast kunnen wijzelf op basis hiervan, binnen ieders mandaat, de ondersteunende activiteiten van de Rijksdienst voor

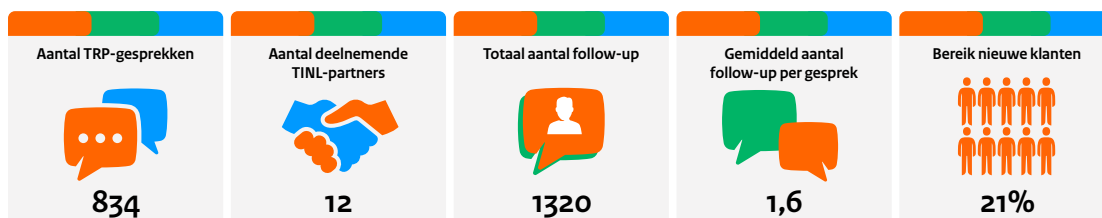
Ondernemend Nederland (RVO) en alle partners binnen het TINL-netwerk beter laten aansluiten op de daadwerkelijke interesses en behoeften van bedrijven.

## • Leeswijzer

Het rapport gaat van start met een management-samenvatting. In hoofdstuk 1 wordt het TRP-programma nader beschreven en wordt er verder ingegaan op het TINL-netwerk. Hoofdstuk 2 geeft de uitkomsten van de kwalitatieve data-analyse; de marktonwikkelingen, kansen, behoeften en knelpunten zijn hier in kaart gebracht. In hoofdstuk 3 worden de resultaten van de kwantitatieve data-analyse beschreven; een overzicht van wat het programma beoogt te bereiken en de meetbare doelstellingen. In hoofdstuk 4 wordt beschreven hoe het TRP op termijn wordt doorontwikkeld. In het laatste hoofdstuk, hoofdstuk 5, worden de aanbevelingen gegeven die voortkomen uit de analyse van de vele gesprekken die met ondernemers zijn gevoerd.

# Managementsamenvatting

Figuur 1 Resultaten TRP



In dit rapport geven we de uitkomsten van het Trade Relations Programma (TRP) 2023. We bieden inzicht in de marktontwikkelingen en trends die bedrijven noemen, hun internationaliseringsbehoeften en -ambities en de knelpunten die zij ervaren. We schetsen hiermee een beeld voor lokale en nationale overheden ter onderbouwing van hun internationaliseringsbeleid. En wijzelf kunnen op basis hiervan de ondersteunende activiteiten van de RVO en alle TINL-partners beter laten aansluiten op de daadwerkelijke interesses en behoeften van bedrijven.

## • Trade Relations Programma 2023

In het Trade Relations Programma (TRP) bezoeken de regionale TINL-partners Nederlandse mkb'ers en startups. Het TRP is een cruciaal instrument voor het adviseren en ondersteunen van bedrijven bij internationalisering. Door het voeren van 1-op-1 gesprekken wordt een sterkere band met ondernemers ontwikkeld, resulterend in een beter begrip van hun wensen en behoeften. In 2023 hebben de TINL-partners gesprekken gevoerd met 834 bedrijven, waarvan 21% nieuwe contacten. Hier zijn 1320 follow-upactiviteiten uit voortgekomen.

## • Marktontwikkelingen

Net zoals in voorgaande jaren is de voornaamste reden voor ondernemers om te exporteren de beperkte grootte van de Nederlandse markt, gevolgd door bedrijfsgroei en de ontwikkeling van nieuwe afzetmarkten. We zien dat bedrijven zich nog meer dan voorgaande jaren focussen op de naburige landen van Nederland. Dit gebeurt in het bijzonder door de kleinere mkb-bedrijven. Daarbij is net als voorgaande jaren Duitsland veruit het populairst, gevolgd door België en de VS. Tegelijkertijd is er een verschuiving waarneembaar naar Midden- en Oost-Europa. Buiten de EU blijft de belangstelling voor het Verenigd Koninkrijk (VK) en de Verenigde Staten (VS) groot, waarbij de VS exportland nummer 1 blijft. Grotere bedrijven zijn vaak actief in overzeese gebieden, waarbij er een groeiende belangstelling is voor de ASEAN-landen.

De belangstelling voor de Chinese markt neemt af bij bedrijven die er nog niet actief zijn. Bedrijven die al actief zijn in China hebben behoefte aan gespecialiseerde ondersteuning.

De bedrijven identificeren diverse kansrijke thema's voor internationaal zakendoen, vaak verbonden met actuele gebeurtenissen en trends in binnenlandse en buitenlandse markten, alsook in specifieke sectoren. Hoewel deze variëren per bedrijf, zijn er enkele opvallende gemeenschappelijke thema's die worden benoemd per topsector. Voor de sector Agri & Food zijn dit: eiwittransitie, zeevlierproductie en diervriendelijke vleesalternatieven. Voor de sector Energie is dit: groene waterstof. Voor de sector Water & Maritiem is dit: watermanagement. Voor de sector HTSM zijn dit: automatisering, robotisering en high-end halfgeleiderindustrie. Voor de sector ICT zijn dit: cybersecurity en smart cities. Voor de sector LSH is dit: medtech. En voor de sector Chemie is dit: duurzaam afvalbeheer.

## • Trends

De belangrijkste trends die we in de gesprekken met ondernemers horen, gaan over geopolitieke ontwikkelingen, verdienvermogen, duurzaamheid en digitalisering. De geopolitieke ontwikkelingen worden vertaald in keuzes van de bedrijven op het gebied van het robuuster maken van de eigen supply chain, risicospreiding en verlaging van de afhankelijkheden van een specifiek land. Ook wordt er gekeken naar de omgekeerde beweging van reshoring, een strategie die het afgelopen jaar voor het eerst ter sprake kwam. Hierbij verplaatsen bedrijven hun productie terug naar Nederland. Deze strategie brengt wel de nodige uitdagingen met zich mee. Het gebrek aan beschikbare middelen zoals gebouwen, personeel en essentiële hulpbronnen maakt reshoring naar Nederland namelijk een moeilijk haalbare optie. Gedreven door de behoefte om logistieke risico's en kosten te reduceren, overwegen sommige bedrijven daarom eerder hun productie naar het buitenland (Oost-Europese landen) te verhuizen.

Wat betreft verdienvermogen zien we dat de Nederlandse maakindustrie een significante verschuiving doormaakt van productie naar het aanbieden van diensten. Dit dienstgerichte model, met unieke aanvullende services zoals onderhoud, training en software-updates, helpt fabrikanten zich te onderscheiden in een verzadigde markt.

Duurzaamheid is niet meer weg te denken. Bedrijven blijken zich steeds meer bewust te zijn van hun milieu-impact en voelen de verantwoordelijkheid om duurzamer te handelen. Zij anticiperen op het groeiend bewustzijn in de samenleving over producttherkomst, productieomstandigheden en de impact op milieu en maatschappij. Mkb-bedrijven zien duurzaamheid als een middel om klanten aan te trekken en te behouden. Ook in de eigen bedrijfsvoering worden veel stappen gezet, o.a. bij energiebesparing, gebruik van duurzame energie, hybride vervoer, gerecyclede producten, efficiëntere productieprocessen en robotisering.

Niet als duurzaamheid is ook digitalisering niet meer weg te denken, zowel aan de risicokant, waar bedrijven te maken hebben met cybercriminaliteit en digitale spionage, als aan de kanszijde, met de groei van e-commerce en digitale platformen. Bedrijven staan enerzijds voor de uitdaging om digitale beveiliging te waarborgen en te voldoen aan internationale regelgeving. Anderzijds benutten zij de kansen van digitalisering. Cybersecurityondernemers merken dat zowel publieke als private organisaties steeds vaker de voorkeur geven aan producten en services van Europese origine. Echter zijn er vooralsnog onvoldoende financiële middelen om de competitie met Amerikaanse investeerders aan te gaan.

#### • **Ondersteuningsbehoeften**

De ondersteuningsbehoeften en -verwachtingen van mkb-ondernemers bij internationaliseren zijn afhankelijk van factoren zoals de leeftijd, aard en grootte van het bedrijf, de branche waarin het opereert, de ontwikkelingsfase waarin het bedrijf zich bevindt, de levenscyclus van het bedrijf en de hoeveelheid internationale ervaring die het bedrijf heeft. Ondanks deze diversiteit, kan er wel een algemeen beeld worden gegeven van de behoeftes en verwachtingen. De meest genoemde ondersteuningsbehoeften zijn: markt- en sectorinformatie, kennis en expertise van internationalisering, marktentry-strategieën, toegang tot netwerken, financiële ondersteuning, ondersteuning bij wet- en regelgeving, talentontwikkeling en het optimaliseren van logistiek en supply chain management.

Naast deze ondersteuningsbehoeften uiten de bedrijven ook verwachtingen die ze van de overheid en private dienstverlening hebben qua ondersteuning. Van de overheid verwachten de bedrijven ondersteuning op het gebied van complexe regelgeving in het buitenland, kennis over het zetten van de eerste stappen in het buitenland,

praktische ondersteuning op het moment dat ze actief zijn buiten de grenzen, het verkrijgen van zakelijke contacten en netwerkpartners, het organiseren van handelsmissies en beursbezoeken, en financieringsondersteuning voor internationaal zakendoen. Van private dienstverlening verwachten de bedrijven voornamelijk ondersteuning op het gebied van douanezaken, leveringsvoorwaarden en begeleiding bij contracten. Ook is er vraag naar investeerders voor (aanvullende) financiering en intensievere ondersteuning van branche- en sectororganisaties.

Veel van de genoemde ondersteuningsbehoeften voor internationaal ondernemen zijn al beschikbaar binnen het publieke of private ecosysteem dat zich inzet voor de ondersteuning van internationaal zakendoen. Om deze reden faciliteren wij niet alleen onderlinge doorverwijzingen, maar verwijzen we ook actief door naar private partijen. Een meer algemeen sentiment dat uit de gesprekken naar voren komt is dat men de regels ervaart als vaak gericht op grote bedrijven, waarbij het overgrote deel van het mkb over het hoofd wordt gezien. Het is van vitaal belang dat er bij regelgeving ook rekening wordt gehouden met de diversiteit binnen het mkb, waaronder verschillen in sector en omvang, om een eerlijker speelveld te creëren en de groei te bevorderen.

#### • **Knelpunten bij internationaal zakendoen**

De bedrijven ervaren zowel interne als externe knelpunten bij internationaal zakendoen. Daarnaast ervaren de bedrijven knelpunten in specifieke markten, zowel binnen als buiten Europa.

##### *Interne knelpunten*

Wat betreft de interne knelpunten merken we steeds vaker dat een solide basis in bedrijfsvoering essentieel is om internationalisering succesvol te maken. Dit betreft aspecten zoals een duidelijke focus, voldoende financiële en organisatorische capaciteit om buitenlandse kansen te benutten, en overwegingen met betrekking tot investeringen, werkkapitaal en organisatiestructuur. Wat ook naar voren kwam in de gesprekken met de bedrijven is dat zij hun focus veelal leggen op productontwikkeling. Een te sterke focus op productontwikkeling ten koste van marktontwikkeling kan nadelig zijn voor de internationalisering van bedrijven. Ook geven veel bedrijven aan dat ze nog last hebben van de nasleep van corona. Bedrijven hebben tijdens de coronaperiode veel van hun reserves aangesproken en deze verliezen zijn nog niet goedgemaakt. Dit resulteert in beperkte budgetten voor verdere groeistappen, wat de mogelijkheden voor internationalisering duidelijk beperkt.

##### *Externe knelpunten*

Een belangrijk extern knelpunt is dat er sprake is van een ongelijk speelveld zodra Nederlandse ondernemers actief zijn in het buitenland. Er blijven signalen komen van oneerlijke concurrentie door

protectionistische maatregelen, ondanks de bestaande aanbestedingsregels van de EU. Verder is een frequent genoemd probleem voor bedrijven die willen groeien; het tekort aan personeel. Dit speelt in het bijzonder bij startups en bedrijven actief in de chemische sector en industriële technieksectoren, waar vaak een gebrek is aan getalenteerd en vakkundig personeel. Ook geven de bedrijven aan hinder te ondervinden van de toenemende administratieve lastendruk. Er is een groeiende vraag naar controle en gegevensverzameling door overheidsinstanties. Dit vergroot de administratieve last voor Nederlandse ondernemers, en dwingt hen om meer tijd en middelen te besteden aan compliance in plaats van aan hun kernactiviteiten. Een voorbeeld hiervan is de Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Hoewel mkb-bedrijven hier niet rechtstreeks onder vallen, vragen bijvoorbeeld leveranciers, klanten en investeerders die moeten voldoen aan de CSRD om duurzaamheidsinformatie.

#### *Knelpunten binnen Europa*

Meer dan voorgaande jaren horen we van ondernemers die binnen Europa internationaliseren dat zij hinder ondervinden van oneerlijke concurrentie door protectionistische maatregelen, complexe wet- en regelgeving, uiteenlopende technische voorschriften, fiscale hindernissen, en administratieve verschillen. Dit ondanks het vrije handelsverkeer en de bestaande EU-aanbestedingsregels.

Voor veel bedrijven wordt de Brexit nog steeds als uitdagend beschouwd vanwege extra werk dat nodig is voor het zakendoen met het VK. Verder is de regelgeving omtrent medische hulpmiddelen in Europa, bekend als de MDR (Medical Device Regulation), aanzienlijk complexer in vergelijking met de toegankelijker en vaak als meer gebruiksvriendelijk beschouwde regelgeving van de FDA (Food and Drug Administration) in de VS. Voor bedrijven die ondernemen binnen de EU vormt dit een toenemend probleem. Ook de negatieve gevolgen van de oorlog tussen Rusland en Oekraïne worden gevoeld. Dit leidt bij veel bedrijven tot prijsstijgingen en verstoorde transport- en productieketens. De scheepsbouwsector (jachtbouw) wordt geconfronteerd met opdrachtgevers die mogelijk banden hebben met

Rusland. Verschillende scheepswerven kampen met problemen rond het accepteren van opdrachten voor het afronden of leveren van projecten vanwege de ingestelde sancties.

#### *Knelpunten buiten Europa*

Ook buiten Europa ervaren exporteurs toenemend protectionisme, administratieve lastendruk en complexe wet- en regelgeving. Echter gaan deze obstakels nu gepaard met hogere importtarieven of importquota. Bedrijven ervaren dat de verschillen en risico's bij internationaal zakendoen buiten Europa aanzienlijk toenemen; markten zoals China en de VS worden vaak als te ingewikkeld of riskant beschouwd. Hoewel deze markten op macro-economisch niveau belangrijk zijn, lijken ze voornamelijk interessant voor grotere mkb-ondernemingen. De groeiende claimcultuur in de VS legt druk op mkb-bedrijven, wat resulteert in hogere operationele kosten en reputatieschade. Andere knelpunten zijn de geopolitieke onrust, infrastructurele problemen in diverse Afrikaanse landen, cybersecurity, 'just in time'-leveringen, en Europese afhankelijkheid van elektronische componenten, wat investeringen en uitbreidingen belemmert.

#### • **Belang van ondersteuning mkb**

Voortkomend uit de resultaten van dit rapport, benadrukt TINL het belang van goede mkb-ondersteuning bij internationalisering met dienstverlening op maat en de capaciteit om snel in te spelen op veranderende behoeften. Op basis van de geïdentificeerde knelpunten maakt TINL zich zorgen dat het belang van internationalisering voor het behouden van een sterke, concurrentiekrachtige economie niet voldoende algemeen wordt erkend. In andere Europese landen zien we grote investeringen in mkb-programma's gericht op het herstel van de export. Dit brengt het risico met zich mee dat Nederland achterblijft. Dat er behoefte is aan overheidsdienstverlening, blijkt uit het feit dat het aantal Nederlandse bedrijven dat deelneemt aan overheidsdienstverlening in de loop der tijd is gestegen. Het TINL-netwerk blijft hierop inspelen en zich inzetten voor het versterken van de banden met Nederlandse bedrijven. Samen werken we aan het doel om de Nederlandse exportpositie te handhaven en verder te ontwikkelen.

# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b>	<b>3</b>
<b>Inleiding</b>	<b>4</b>
<b>Managementsamenvatting</b>	<b>5</b>
<b>Hoofdstuk 1 TRP en TINL</b>	<b>9</b>
1.1 Trade Relations Programma (TRP)	9
1.2 Trade and Innovate NL (TINL)	9
<b>Hoofdstuk 2 Kwalitatieve analyse TRP-data</b>	<b>10</b>
2.1 Marktonwikkelingen en algemene trends	10
2.2 Kansrijke thema-markt combinaties	13
2.3 Behoeften ondernemers bij internationalisering	16
2.4 Verwachtingen ondernemers ondersteuning van overheid	18
2.5 Verwachtingen ondernemers ondersteuning van private sector	18
2.6 Knelpunten bij internationaal zakendoen	19
2.6.1 Bedrijfsvoering	19
2.6.2 In specifieke markten - Binnen Europa	21
2.6.3 In specifieke markten - Buiten Europa	22
<b>Hoofdstuk 3 Verantwoording TRP</b>	<b>24</b>
3.1 Overzicht behaalde KPI's	24
3.2 Kenmerken TRP-bedrijvenpopulatie	25
3.3 Internationaliseringsstrategie	28
3.4 Ondersteuning bij marktbenadering	30
3.5 Follow-upactiviteiten en services (diensten)	33
<b>Hoofdstuk 4 Doorontwikkeling TRP</b>	<b>34</b>
<b>Hoofdstuk 5 Aanbevelingen</b>	<b>36</b>
Colofon	37



# Hoofdstuk 1

## TRP en TINL

**H**et TRP-programma wordt uitgevoerd door TINL. In dit hoofdstuk wordt beschreven wat het TRP inhoudt en wat het TINL-netwerk is.

### • 1.1 Trade Relations Programma (TRP)

In het Trade Relations Programma (TRP) bezoeken de regionale TINL-partners Nederlandse mkb'ers en startups in hun regio. Tijdens deze 1-op-1 gesprekken denken wij met ondernemers mee over de kansen, behoeften, knelpunten, risico's en invloed van actualiteiten bij internationalisering. Ook bespreken we beschikbare ondersteuningsmogelijkheden om succesvol te ondernemen over de grens.

Veel ondernemers hebben hun (latente) behoeften niet scherp. De gesprekken helpen ondernemers om focus aan te brengen. De TINL-partner pakt een verzoek om ondersteuning direct op, of verwijst de ondernemer voor meer ondersteuning door naar de juiste private en/of publieke partners, marktpartijen en trainingen. Ook binnen het TRP werken de TINL-partners samen, door bijvoorbeeld ondernemers te verwijzen naar een evenement in een andere regio, wanneer dit goed past.

Door het TRP krijgt TINL een goed beeld van wat er speelt bij ondernemers in diverse sectoren in de regio. Dit is van belang zodat de ondersteuning, programma's en handelsmissies continu aangepast kunnen worden aan de behoeften van de ondernemers.

In 2022 is het programma van een tijdelijk naar een structureel programma gegaan, waardoor het

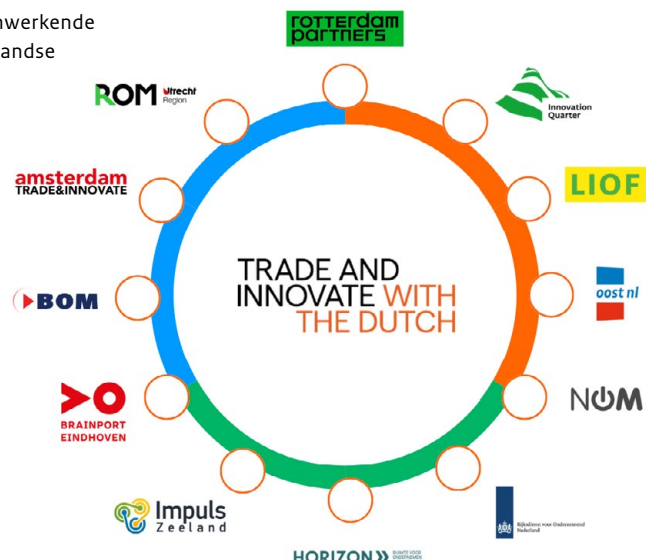
ons blijvend mogelijkheden biedt om ondernemers te ondersteunen. Jaarlijks maken ongeveer 800 ondernemers gebruik van deze adviesgesprekken. De uitvoering van het TRP valt onder de verantwoordelijkheid van het Ministerie van Buitenlandse Zaken, dat tevens voor de financiering zorgt.

### • 1.2 Trade and Innovate NL (TINL)

Trade and Innovate NL (TINL) helpt Nederlandse ondernemers bij internationaal ondernemen. Veel ondernemers, met name binnen het midden- en kleinbedrijf (mkb), lopen tegen de eigen grenzen aan. De Nederlandse markt is voor hen simpelweg te klein. Om toekomstbestendig te kunnen groeien is ondernemen in het buitenland noodzakelijk. We helpen ondernemers te verbinden met de juiste partijen op regionaal, nationaal en internationaal niveau. We zetten onze netwerken, kennis en expertise in om ondernemers uit het hele land te ondersteunen bij het internationaliseren. Zo creëren we samen toegevoegde waarde voor Nederland. De TINL-partners werken samen om ondernemers te helpen wereldwijd zaken te doen. Ze ontwikkelen plannen en activiteiten om ondernemers op langere termijn strategisch te ondersteunen.

Het TINL-netwerk bestaat uit 12 regionale en nationale partnerorganisaties, verspreid over het gehele land: Amsterdam Trade & Innovate, Brabantse OntwikkelingsMaatschappij (BOM), Brainport Development, Horizon Flevoland, Impuls Zeeland, InnovationQuarter, Limburgs Instituut Ontwikkeling en Financiering (LIOF), Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM), Oost NL, Rotterdam Partners, ROM Utrecht Region en Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO).

**Figuur 2** TINL-netwerk; samenwerkende publieke partners om de Nederlandse ondernemers te ondersteunen op internationale markten.



# Hoofdstuk 2

## Kwalitatieve analyse TRP-data

**D**oor de 1-op-1 gesprekken krijgen wij een goed beeld van wat er speelt bij ondernemers in diverse sectoren in de regio, omdat wij met hen meedenken over de kansen, behoeften, knelpunten, risico's en invloed van actualiteiten bij internationalisering. In dit hoofdstuk worden de bevindingen beschreven op basis van de 1-op-1 gesprekken met de ondernemers.

### • 2.1 Marktontwikkelingen en algemene trends

Op basis van de 834 gevoerde gesprekken met bedrijven zijn de onderstaande trends en marktontwikkelingen geïdentificeerd. Deze ontwikkelingen geven ons een breder beeld van het mkb. In Tabel A worden de marktontwikkelingen en trends genoemd, gevolgd door een verdere toelichting eronder.

**Tabel A** Marktontwikkelingen en trends

Geopolitiek / Strategische autonomie	Verdienvermogen
<i>i</i> <a href="#">De wereld om ons heen verandert</a>	<i>i</i> <a href="#">Toename van transparantie in de keten</a>
<i>i</i> <a href="#">De kwetsbaarheid van handelsketens</a>	<i>i</i> <a href="#">Verschuiving naar een op impact gedreven bedrijfsvoering</a>
<i>i</i> <a href="#">Bedrijven zijn op zoek naar meer strategische autonomie; reshoring</a>	<i>i</i> <a href="#">Maakindustrie; van productie naar dienstverlening</a>
<i>i</i> <a href="#">Relatie Nederland en China</a>	<i>i</i> <a href="#">Verplaatsen van productie buiten Nederland</a>
<i>i</i> <a href="#">Toenemende vraag naar voedsel</a>	<i>i</i> <a href="#">Efficiency van productinnovatie</a>
Duurzaamheid	Digitalisering
<i>i</i> <a href="#">Duurzame handel en groene economie</a>	<i>i</i> <a href="#">E-commerce</a>
<i>i</i> <a href="#">Minder gebruik van fossiele brandstoffen</a>	<i>i</i> <a href="#">Digitale dreiging: cybercriminaliteit en digitale spionage</a>
<i>i</i> <a href="#">Duurzame verstedelijking</a>	<i>i</i> <a href="#">Automatisering en robotisering</a>
	<i>i</i> <a href="#">Arbeidsmarktkrapte en digitalisering</a>

#### De wereld om ons heen verandert

(Geopolitiek/Strategische autonomie)

Ondernemers geven in de gesprekken aan dat diverse factoren hun internationale bedrijfsvoering beïnvloeden. Denk aan productieproblemen in China, sancties tegen Rusland, verwoestingen in Oekraïne, stijgende prijzen van energie en grondstoffen, hogere transportkosten en een mondiale strijd om grondstoffen, technologie en markten. Voor sommige ondernemingen biedt dit juist kansen voor innovatie, diversificatie, hergebruik en vervanging. Verschillende topsectoren<sup>1</sup> lopen al voorop in deze ontwikkeling. Denk aan Agri & Food, High Tech Systemen & Materialen, Creatieve industrie, Chemie en Water & Maritiem.

#### De kwetsbaarheid van handelsketens

(Geopolitiek/Strategische autonomie)

**Bedrijven zeggen meer werk te maken van het robuuster en veerkrachtiger maken van hun supply chains** door toegenomen onvoorspelbaarheid en instabiliteit, met veelvuldige verstoringen in productie en transport. Voorbeelden hiervan zijn het wereldwijde tekort aan chips, schaarste aan grondstoffen en logistieke problemen.

#### Bedrijven zijn op zoek naar meer strategische autonomie; reshoring

(Geopolitiek/Strategische autonomie)  
We zien dat bedrijven streven naar het verminderen van afhankelijkheden, en daarbij denken aan opties zoals reshoring en nearshoring. Deze aanpakken verminderen leveringsproblemen, verlagen transportkosten en verminderen CO<sub>2</sub>-uitstoot.

<sup>1</sup> Topsectoren zoals genoemd op <https://www.topsectoren.nl>

Hoewel velen overwegen productie naar Europa terug te halen, stuit de daadwerkelijke uitvoering op praktische uitdagingen zoals arbeidstekort en beperkte ruimte, waardoor reshoring vaak niet haalbaar is. Vooral in de chemische sector en industriële engineering is reshoring merkbaar.

### **Relatie Nederland en China**

*(Geopolitiek/Strategische autonomie)*

Ondernemers ervaren een complexe en dynamische relatie met China, dat zich assertief profileert als economische rivaal van de VS, vooral op het gebied van kunstmatige intelligentie en communicatietechnologie. De strijd tussen beide grootmachten draait steeds meer om toegang tot grondstoffen, technologie en afzetmarkten, wat voor ondernemers resulteert in oneerlijke concurrentie, zoals economische spionage en beperkte markttoegang. Nederlandse mkb-[ondernemers evalueren hun afhankelijkheid van China en overwegen risicospreiding door het diversifiëren van markten en leveranciers](#). Tegelijkertijd zien we een verminderde interesse in China, met groeiende voorkeur voor alternatieve partners zoals Vietnam of Zuid-Korea. De 'China +1 strategie', waarbij bedrijven met sterke afhankelijkheid van China [overwegen een extra productielocatie in een ander land op te zetten, komt steeds vaker in de gesprekken naar voren als een veelbelovende optie voor de toekomst](#).

### **Toenemende vraag naar voedsel**

*(Geopolitiek/Strategische autonomie)*

[De vraag naar voedsel stijgt gestaag](#), deels door bevolkingsgroei. Andere factoren zoals veranderende dieetvoorkeuren, de economische groei in nieuwe markten en de toename van de middenklasse, die meer vlees en dierlijke producten consumeert, versterken de vraag. Dit vergt meer grondstoffen zoals land, water en voer. Om aan deze toenemende vraag te voldoen, is voortdurende ontwikkeling in voedselproductie en -distributie noodzakelijk.

### **Duurzame handel en groene economie**

*(Duurzaamheid)*

Uit de gesprekken maken we sterk op dat bedrijven zich steeds meer bewust zijn van hun milieu-impact en de verantwoordelijkheid voelen om duurzamer te handelen. Mede gedreven door druk van klanten, leveranciers en werknemers. Dit uit zich in energiebesparing, het gebruik van duurzame energie, hybride vervoer, gerecyclede producten, efficiëntere productieprocessen en robotisering. De gesproken exportbedrijven zien een groeiende wereldwijde vraag naar milieuvriendelijke producten en processen. [Duurzaamheid wordt door mkb-bedrijven gezien als een middel om klanten aan te trekken en te behouden](#). Bovendien bevatten internationale handelsverdragen en -overeenkomsten steeds vaker clausules over duurzaamheid en milieunormen.

### **Minder gebruik van fossiele brandstoffen**

*(Duurzaamheid)*

We zien duidelijk dat de gesproken mkb-bedrijven streven naar productie zonder fossiele brandstoffen. Elektrische en hybride vrachtwagens nemen steeds vaker de plaats in van vrachtwagens die op fossiele brandstoffen rijden. In de maritieme sector zien we een groeiend aantal bedrijven dat overgaat op het gebruik van schonere alternatieve brandstoffen, zoals waterstof en methanol. Havens focussen zich bovendien steeds meer op duurzame ontwikkelingen. Bedrijven in deze sector spelen in op de trend om emissies en luchtvervuiling te verminderen.

### **Duurzame verstedelijking (Duurzaamheid)**

De integratie van verschillende duurzame aspecten, waaronder architectuur, bouw, mobiliteit, ecologie en klimaatadaptatie, wordt steeds essentiëler in de stedelijke ontwikkeling. Als voorbeeld hiervan zien we dat de vraag naar e-mobility, voornamelijk in grote wereldsteden, toeneemt. Bedrijven in deze sector spelen in op deze internationale trend.

### **Toename van transparantie in de keten**

*(Verdienvermogen)*

Ondernemers merken een [groeiend bewustzijn in de samenleving over productherkomst, productieomstandigheden en de impact op milieu en maatschappij](#). Consumenten verlangen naar meer transparantie over ingrediënten en productieprocessen, met name bij voedsel- en persoonlijke verzorgingsproducten. Ondernemers ervaren dat ze aangespoord worden tot meer transparantie en duurzame productie, wat mogelijk extra kosten met zich meebrengt. Tegelijkertijd zien zij kansen om de merkwaarde te versterken, klanttrouw op te bouwen en de toegang tot nieuwe markten te vergroten.

### **Verschuiving naar een op impact gedreven**

**bedrijfsvoering (Verdienvermogen)**

Bedrijven verschuiven steeds meer naar een bedrijfsvoering die gericht is op impact, waarbij ze streven naar positieve maatschappelijke, ecologische en sociale effecten, naast financieel rendement. Dit omvat investeringen in duurzame productiemethoden, het bevorderen van eerlijke arbeidsomstandigheden, bijdragen aan de lokale gemeenschap, en inspanningen om de ecologische voetafdruk te verminderen. Hier ligt ook een link naar [de normen die worden vereist door de Corporate Sustainability Reporting Directive \(CSRD\) van de Europese Unie. Als onderdeel van het Green Deal-beleid van de EU verplicht deze wetgeving bedrijven om te rapporteren over de impact van hun bedrijfsactiviteiten op mens en milieu](#).

### **Maakindustrie; van productie naar dienstverlening** *(Verdienvermogen)*

**De Nederlandse maakindustrie maakt een significante verschuiving door van productie naar het aanbieden van diensten. Dit dienstgerichte model, met unieke aanvullende services zoals onderhoud, training en software-updates, helpt fabrikanten zich te onderscheiden in een verzadigde markt.** Het resulteert in stabielere inkomsten, vooral door abonnementsmodellen, en versterkt klantrelaties door beter in te spelen op specifieke behoeften. Deze producten en diensten van de maakindustrie worden afgenomen in vrijwel alle sectoren. Technologische vooruitgang, zoals IoT en big data, maakt nieuwe diensten mogelijk, zoals remote monitoring en service, en real-time data-analyse, waardoor markten verder weg bediend kunnen worden. De focus op duurzaamheid stimuleert tevens diensten die de levensduur van producten verlengen, zoals leasen, repareren en recyclen. Naast de maakindustrie profiteren ook andere sectoren van de toenemende vraag naar grensoverschrijdende diensten. Er liggen kansen in de creatieve industrie, bekend om zijn design, mode, architectuur, gaming, media en entertainment. En op het gebied van consultancy, IT, financiën, juridische dienstverlening en onderzoek. Nederland is sterk in IT-services, waaronder softwareontwikkeling en cloudservices.

### **Verplaatsen van productie buiten Nederland** *(Verdienvermogen)*

Afgelopen jaar kwam voor het eerst de omgekeerde beweging van reshoring ter sprake, wat inhoudt dat bedrijven hun productie terug naar Nederland verplaatsen. **Toch overweegt een toenemend aantal ondernemers hun productie uit te breiden naar Oost-Europese landen, gedreven door de behoefte om logistieke risico's en kosten te reduceren.** Deze verschuiving wordt mede veroorzaakt door het feit dat de ondernemingsruimte in Nederland steeds beperkter wordt. Factoren zoals beperkte mogelijkheden voor groei, de groeiende schaarste van essentiële bronnen zoals energie, water en gekwalificeerd personeel dragen hieraan bij. In deze context ziet een specifieke groep ondernemers juist kansen voor investeringen en uitbreiding in het buitenland, als een middel om nieuwe groei- en ontwikkelingsmogelijkheden te verkennen.

### **Efficiency van productinnovatie** *(Verdienvermogen)*

We constateren dat Nederlandse bedrijven hinder ondervinden van **macro-economische verstoringen zoals hoge energiekosten, arbeidsmarktcraptes en grondstoftekorten.** Dit legt druk op hun **innovatievermogen.** We horen in gesprekken met ondernemers dat zij eerder geneigd zijn om te investeren in procesinnovatie, om zo bijvoorbeeld efficiëntiewinsten en andere quick wins in hun productie te realiseren, dan in de meer riskantvolle productinnovatie.

### **E-commerce** *(Digitalisering)*

We zien ook dit jaar een **sterke groei van e-commerce**, waarbij bedrijven wereldwijd hun producten en diensten aanbieden via digitale platformen. Zij ervaren nu dat dit **nieuwe uitdagingen** met zich meebrengt, zoals de noodzaak van digitale beveiliging en naleving van internationale regelgeving. Binnen de maakindustrie is duidelijk een groeiende interesse merkbaar in digitale technologieën, waaronder kunstmatige intelligentie (AI), big data-analyse en cloud computing.

Veel bedrijven richten zich steeds meer op het versterken van hun online aanwezigheid. Ze zetten social media bijvoorbeeld actiever in en verbeteren hun website. De bedrijven zien dit als een relatief voordelige strategie om nieuwe internationale klanten te werven, en als alternatief voor het bijwonen en deelnemen aan beurzen en economische missies.

Over het algemeen wordt AI door de gesproken ondernemers positief ontvangen vanwege de veelzijdige mogelijkheden die het biedt. Er heerst echter ook enige zorg over de snelheid waarmee AI zich ontwikkelt en de omvang ervan. Vooralsnog houden met name bedrijven in de maakindustrie AI-ontwikkelingen scherp in de gaten en evalueren ze hoe deze technologieën hun operaties kunnen verbeteren of veranderen.

### **Digitale dreiging: cybercriminaliteit en digitale spionage** *(Digitalisering)*

De groeiende afhankelijkheid van digitale technologie verhoogt het risico op **cybercriminaliteit en digitale spionage** in het bedrijfsleven. Bedrijven erkennen deze dreiging steeds meer en tonen toenemende interesse in cybersecurityproducten en -diensten. Ondanks deze bewustwording blijven investeringen in cybersecurity nog beperkt. Bovendien is er een groeiende voorkeur voor Europese cybersecurityproducten, maar de sector staat voor financiële uitdagingen in de concurrentie met Amerikaanse investeerders.

### **Automatisering en robotisering** *(Digitalisering)*

Vanwege personeelstekorten zien we dat bedrijven steeds vaker naar automatisering en robotisering als langetermijnoplossing kijken. Bedrijven in Nederland zijn zich ervan bewust dat verhoging van de ruimte- en arbeidsproductiviteit essentieel is om groei te kunnen blijven realiseren. Daarom investeren ze aanzienlijk in automatiserings- en robotiseringstechnologieën om de productiviteit per vierkante meter te verhogen.

### **Arbeidsmarktcraptes en digitalisering**

*(Digitalisering)*  
Arbeidsmarktcraptes beperkt bedrijven om nieuwe markten en consumenten te bereiken. Sommigen overwegen verplaatsing van (een deel) van het bedrijf naar het buitenland voor betere groeiomvang en toegang tot personeel.

Tegelijkertijd zien we dat bedrijven meer investeren in personeelsontwikkeling, digitalisering, automatisering en robotisering om de productiviteit te verhogen en om hun verdienvermogen te behouden. Arbeidsmarktcrisps treft bijna alle sectoren, terwijl grondstoftekorten vooral sectoren met hoog grondstoffengebruik raken. Jonge bedrijven ervaren minder hinder van deze verstoringen.

## • 2.2 Kansrijke thema-markt combinaties

Ondernemers identificeren diverse mogelijkheden voor internationaal zakendoen. Deze mogelijkheden zijn vaak verbonden met actuele gebeurtenissen, huidige trends, ontwikkelingen in de binnenlandse en buitenlandse markten of in specifieke sectoren of branches.

De kansen voor internationaal zakendoen variëren aanzienlijk per bedrijf. Toch zijn er enkele opvallende gemeenschappelijke aandachtsgebieden en mogelijkheden zichtbaar. Deze gemeenschappelijke kansen weerspiegelen niet alleen de dynamiek van de markt, maar laten ook de vele mogelijkheden zien die ondernemers wereldwijd aangrijpen om hun internationale ambities waar te maken. We hebben de kansrijke thema's die het meest door de ondernemers genoemd werden in de gesprekken in deze paragraaf geordend naar (top)sector. Deze kansrijke thema's staan vermeld in Tabel B.

Voor de meest frequent genoemde kansrijke thema's beschrijven we vervolgens de markten waarvan ondernemers aangeven dat zij die als kansrijk zien voor deze thema's.

**Tabel B** Kansrijke thema's per (top)sector

(Top)sector	Kansrijke thema's
 <a href="#">Agri &amp; Food</a>	Agrologistiek, Kringloop Landbouw, Alternatieve Eiwitten, Automatisering, Precisielandbouw
 <a href="#">Tuinbouw &amp; Uitgangsmaterialen</a>	Agrologistiek, Plant Proteïne, Digitalisering, Glastuinbouw, Agtech
 <a href="#">Energie</a>	Waterstof, Wind op Zee, Zon PV, Biomassa, Olie en Gas
Logistiek	Duurzame Mobiliteit (Elektrisch Rijden, Elektrische Fietsen)
 <a href="#">Water &amp; Maritiem</a>	Watertechnologie, Deltatechnologie, Havens
 <a href="#">HTSM</a>	Semicon, Automotive, Robotics, Fotonics, Artificial Intelligence (AI), Aeronautics, Maakindustrie
 <a href="#">ICT</a>	Cybersecurity en E-Commerce
 <a href="#">LSH</a>	E-Health, MedTech, Biopharma, Medical Devices, Digitalisering/AI
 <a href="#">Chemie</a>	Product- en Procesoptimalisatie door inzet van technologieën zoals AI, Machine Learning en Internet of Things (IoT). Duurzaamheid; circulaire economie (Wast Recycling, Duurzame Bouw)
Creatieve industrie	Digitalisering, Gaming, Architectuur, Design, Mode

### Kansen in zeewier (Agri & Food)

Nederlandse startups richten zich op duurzame productie in de zeewiersector. Ze ontwikkelen een breed scala aan zeewierproducten, van voedsel tot kleding.

- Er is groeiende interesse voor zeewier in de VS. Dit werd zichtbaar tijdens het jaarlijkse zeewiercongres in Maine.

### Diervriendelijke en plantaardige

#### vleesalternatieven (Agri & Food)

Nederland ontwikkelt veelbelovende mogelijkheden op het gebied van diervriendelijke en plantaardige vleesalternatieven. Nederland beschikt over uitgebreide kennis en technologische innovaties in de agrofoodsector. Bovendien heeft ons land

hoge normen wat betreft dierenrechten en milieubewustzijn. Deze combinatie positioneert Nederland als een potentiële koploper in het aanbieden van vleesalternatieven die zowel diervriendelijk als milieuvriendelijk zijn. Kansrijke markten zijn:

- Het VK, Duitsland, de VS, Canada, Israël en Singapore.

### Kansen in de eiwittransitie (Agri & Food / Tuinbouw & Uitgangsmaterialen)

De verschuiving naar plantaardige en alternatieve eiwitbronnen creëert nieuwe exportkansen voor Nederland. De groeiende vraag naar plantaardige producten, ondersteund door de innovatieve Nederlandse agrofoodsector en vooruitstrevende technologieën, positioneert Nederland sterk in de

eiwittransitie. Deze transitie is ook een speerpunt van de Nederlandse overheid<sup>2</sup>. De wereldwijde markt voor alternatieve eiwitten, met Europa als een van de leidende regio's, wordt verwacht te groeien tot minstens € 245 miljard in 2035. De belangrijkste exportmarkten in deze context zijn:

- De Europese Unie (Duitsland en Noord-Frankrijk), het VK, Scandinavië, Noord-Amerika, Oost-Azië (China en Japan), Australië en opkomende landen zoals India en Brazilië.

#### **Kansen in capacitybuilding (Agri & Food / Tuinbouw & Uitgangsmaterialen)**

Capacitybuilding in de land- en tuinbouw richt zich op het verbeteren van de vaardigheden en mogelijkheden van boeren en aanverwante organisaties om duurzamer en effectiever te produceren. Hierbij gaat het om de volgende zaken:

- training in moderne landbouwtechnieken, gewasmanagement, duurzame praktijken, marketing en bedrijfsbeheer;
- meer toegang tot geavanceerde technologieën (zoals irrigatiesystemen en precisielandbouwtools) en financiële diensten;
- verbetering van markttoegang;
- de organisatorische ontwikkeling van landbouwcoöperaties;
- naleving van internationale standaarden voor export;
- ondersteuning bij beleidsontwikkeling;
- en stimulering van duurzame landbouwpraktijken.

Deze inspanningen zijn gericht op het verhogen van de productiviteit en economische positie van land- en tuinbouwbedrijven. Genoemd in dit verband zijn:

- Afrika, Sri Lanka en Maleisië.

#### **Kansen in Agtech (Tuinbouw & Uitgangsmaterialen)**

- De genoemde landen zijn Zuid-Afrika, het VK en Duitsland.

Specifiek voor *vertical farming*, het kweken van gewassen in gestapelde lagen in een gecontroleerde omgeving, werden genoemd:

- De Europese Unie (Zweden en Duitsland), Noord-Amerika, het Midden-Oosten (VAE, Saudi-Arabië), China, Japan, Singapore, Zuid-Korea, Australië en opkomende economieën zoals India en Brazilië.

#### **Kansen in de groene waterstofeconomie (Energie)**

Er is een groeiende wereldwijde vraag naar duurzame energiebronnen en groene waterstof is daarvan een veelbelovende. De meest genoemde exportmarkten zijn:

- Noordwest-Europa (België, het VK, Scandinavië), Midden-Europa, Zuid-Europa (Spanje), de VS (Californië), Zuid-Afrika, het Midden-Oosten (Israël), Oost-Azië (Japan, Zuid-Korea en China) en Australië.

#### **Kansen in de watersector (Water & Maritiem)**

De Nederlandse watersector is wereldwijd bekend. Afhankelijk van de specialisatie van het bedrijf doen zich hier dan ook veel exportmogelijkheden voor.

### **Ondernemersverhaal van OMRT door TINL-partner Amsterdam Trade & Innovate**

De technologie van OMRT maakt het ontwerp- en planningsproces voor vastgoedontwikkelaars eenvoudiger. Het brengt alle randvoorwaarden en regelgeving samen op één plek, en houdt daarbij rekening met technische en financiële aspecten. Die aspecten omvatten factoren zoals wind, daglicht, energiekosten en de CO<sub>2</sub>-score van de materialen, maar ook met de ontwerpdoelen en ambities van de ontwikkelaar. Met de 3D-modellen die op basis van al deze data worden gegenereerd kunnen ontwikkelaars verschillende opties en scenario's sneller analyseren. Het resultaat: betere en duurzamere gebouwen en een versneld bouwproces.

OMRT had de zinnen gezet op verschillende wereldeconomieën, dus Europa en Noord-Amerika zijn logische plekken om te beginnen. Om deze reden is OMRT in contact gekomen met Amsterdam Trade and Innovate. Ze namen deel aan twee door Amsterdam Trade and Innovate georganiseerde handelsmissies voor de duurzame bouwsector: 'Livable Cities' in New York in april 2023 en 'Sustainable Building/Net Zero Cities' in Londen in oktober 2023. Beide missies hebben waardevolle ervaringen opgeleverd, vertelt Spiegeler: "Het is een wezenlijk verschil om vanachter je bureau onderzoek te doen en te kijken naar de trends en marktgrootte, of om daadwerkelijk handen te schudden, te toetsen, vragen te stellen en erachter te komen waar onze producten een kans hebben."

Tijdens het verblijf in New York heeft OMRT niet alleen waardevolle contacten opgedaan, maar kreeg het bedrijf ook inzichten die het ertoe aanzette bepaalde plannen te herzien. In New York waren er minder mogelijkheden om te innoveren en groots uit te pakken op het gebied van duurzaamheid en procesverbetering. In Londen was dit echter een ander verhaal. "Daar hebben we kennisgemaakt met het grootste architectenbureau ter wereld, wat gelijk resulteerde in een aantal projecten." Daarnaast is het opdoen van contacten met mensen uit je eigen land ook een voordeel. Spiegeler vertelt: "Je gaat met een groep op pad waarmee je in hetzelfde domein zit en leert elkaar anders kennen dan op een evenement of borrel."

<sup>2</sup> [Nationale Eiwitstrategie | Kamerstuk | Rijksoverheid.nl](#)

Als markten werden met name genoemd:

- Europese markten, opkomende economieën (BRICS-landen), droogtegevoelige gebieden in Afrika (Marokko), Australië, het Midden-Oosten, stedelijke gebieden in Azië, delta- en kustregio's in Zuidoost-Azië, landen met grote riviersystemen zoals China, India, en de VS.

#### **Kansen in automatisering en robotisering (HTSM)**

Automatisering betreft het gebruik van technologie om taken zonder menselijke hulp uit te voeren. Deze methode wordt toegepast in sectoren zoals productie en transport, en omvat computersoftware en machines. Robotisering, een vorm van automatisering, focust op het inzetten van robots voor precieze of gevaarlijke taken, zoals in de auto-industrie of medische sector. Beiden dragen bij aan een verhoogde productiviteit en efficiëntie in diverse industrieën. Voor automatisering en robotisering zijn verschillende exportmarkten bijzonder interessant vanwege hun technologische vooruitgang, industriebehoeften en investeringsbereidheid:

- Duitsland, Italië, Noord-Amerika (de VS en Canada), China, India, Japan, Zuid-Korea en Singapore.

#### **Kansen in de Hightech (HTSM)**

- Er zijn met name mogelijkheden in Canada, Duitsland, de VS, het VK, België en Frankrijk.

#### **Kansen in de high-end halfgeleiderindustrie (HTSM)**

- Landen als Nieuw Zeeland, Finland, de VS en Zuid-Korea zijn belangrijke spelers en groeimarkten.

#### **Kansen in de cybersecurity (ICT)**

- Interessante markten hiervoor zijn Canada, Zweden, Taiwan, Duitsland, de VS en het VK.

#### **Kansen in digitalisering (ICT)**

Digitalisering is fundamenteel voor bedrijfsgroei, verbetering van operationele efficiëntie en het verkennen van nieuwe markten. Het vereenvoudigt internationale handel, stimuleert e-commerce, optimaliseert supply chain management, ondersteunt data-analyse, vergemakkelijkt financiering, en verbetert communicatie en samenwerking. Digitalisering draagt bij aan naleving van regelgeving, risicobeheer en bevordert duurzaamheid en transparantie. Online platforms verruimen de toegang tot internationale markten. De impact van COVID-19 heeft de trend naar digitalisering in de internationale handel verder versneld. Enkele sleutelmarkten die voor digitalisering gezien worden, zijn:

- De Europese Unie (Duitsland), Oost-Europa (Polen), Zuid-Europa, Turkije, de VS, Latijns-Amerika (Brazilië, Mexico, Argentinië), Afrika (Kenia, Nigeria, Zuid-Afrika), het Midden-Oosten (Golfstaten), China, India, Japan, Zuid-Korea, Zuidoost-Azië, Australië en Nieuw-Zeeland.

#### **Kansen in slimme en duurzame steden (ICT/HTSM)**

Nederland heeft een sterke reputatie op het gebied van smart cities en geavanceerde infrastructuur. Er is in Nederland diepgaande kennis van technologieën die bijdragen aan efficiënte en duurzame stedelijke ontwikkelingen. Steden als Amsterdam, Rotterdam en Eindhoven zijn actief bezig met het ontwikkelen van oplossingen voor smart cities. Deze omvatten innovaties in

#### **Ondernemersverhaal van AgroWizard door TINL-partner LIOF**

Datagedreven beslissingen en automatiseringsprocessen blijken steeds belangrijker te worden in de land- en tuinbouwsector. AgroWizard zorgt voor deze data door middel van complexe technologieën (big data en AI) en hardware (sensoren en camera's). Het leidt tot lagere kosten, hogere opbrengsten, meer kennis en minder bedrijfsrisico's voor de teler.

AgroWizard startte begin 2022 met haar marktintroductie in Nederland en zette haar eerste stappen in Vlaanderen en Noordrijn-Westfalen. Haar internationale focus ligt de komende jaren op West-Europa. In de verre toekomst wil het bedrijf zich focussen op de Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland, Frankrijk en Noord-Italië. LIOF ondersteunt de internationale opschaling van AgroWizard in samenwerking met andere partners uit het TINL-netwerk (RVO, BOM en Oost NL). Dit leidde tot deelname aan de Smart Farming Days 2023 in Duitsland (Osnabrück), contact met het Landbouw Attaché Netwerk in München en contact met de directeur van het Agrotech Valley Forum. Voor de Belgische markt wordt AgroWizard momenteel door RVO ondersteund in een DH1-project: een subsidieregeling voor demonstratieprojecten, haalbaarheidsstudies en investeringsvoorbereidingsprojecten. Dit resulteerde onder andere in een uitnodiging van Carolien Schauvlieger, landbouwadviseur bij de Nederlandse ambassade in België en Luxemburg, voor deelname aan de economische missie naar bedrijvenpark Agropolis in Kinrooi.

Pim Deuling, CEO van AgroWizard: "Als je gevestigd bent op de Brightlands Campus Greenport Venlo is het niet de vraag of je met je product de grens over gaat, maar wanneer. Maar ondanks de geografische nabijheid van België en Duitsland blijft het zakendoen in een andere cultuur met andere netwerken lastig. We waren daarom blij verrast door alle inspanningen van RVO en LIOF. In hun netwerken hebben we flink kunnen 'zaaien'. Als startend bedrijf wil je ook kunnen 'oogsten' en we zijn daarom zeer content met de hoeveelheid afspraken die we hebben gehad of nog gepland staan. We hopen eind 2024 twee kwekers in Vlaanderen en drie in Noordrijn-Westfalen aan ons te hebben verbonden, om vanuit daar verder te groeien." LIOF zal uiteraard ook in de toekomst nauw contact met AgroWizard houden om waar mogelijk en wenselijk te ondersteunen bij internationaliseringsactiviteiten.

slimme mobiliteit, energie-efficiënte gebouwen en gegevensgestuurde stadsplanning. Dit biedt Nederland de kans om op internationaal niveau een leidende rol te spelen in de export van kennis en technologie voor de ontwikkeling van slimme steden. Enkele groeimarkten zijn:

- West-Europa en Scandinavië.

#### **Kansen in de Medtech (LSH)**

“Medtech” is een term die wordt gebruikt als afkorting voor “medische technologie”. Het verwijst naar de toepassing van technologieën, apparaten, producten en (IT)-diensten in de medische en gezondheidszorgsector. Medtech omvat een breed scala aan technologische oplossingen die worden gebruikt voor diagnose, behandeling, monitoring en verbetering van de gezondheid en medische zorg. Het is een snel groeiende industrie met innovatieve technologische ontwikkelingen die de gezondheidszorg transformeren en bijdragen aan medische vooruitgang. Nederlandse medtech-exporteurs zien aantrekkelijke kansen in diverse markten:

- Duitsland, Frankrijk, Scandinavië, het VK, de VS, Canada, China en Japan.

#### **Kansen in duurzaam afvalbeheer (Chemie)**

De afgelopen decennia is de wereldwijde afvalproductie aanzienlijk gestegen, voornamelijk als gevolg van bevolkingsgroei en toegenomen consumptie. Deze toenemende afvalhoeveelheden vormen aanzienlijke milieu-uitdagingen, met name vervuiling en verspilling. Het verminderen van de hoeveelheid afval en het stimuleren van duurzaam

afvalbeheer zijn wereldwijde doelstellingen. Deze doelen bieden Nederlandse bedrijven de mogelijkheid om op de behoeften rondom afvalbeheer in te spelen. Kansrijke markten zijn:

- Zweden, Noorwegen, Duitsland, Japan, Zuid-Korea, Singapore en Taiwan.

### **• 2.3 Behoeften ondernemers bij internationalisering**

[De behoeften van mkb-ondernemers bij internationalisering zijn afhankelijk van factoren zoals de leeftijd, aard en grootte van het bedrijf. Ook de branche, ontwikkelingsfase, levenscyclus en hoeveelheid internationale ervaring van het bedrijf spelen een rol.](#) Nederlandse bedrijven hebben bij het internationaliseren uiteenlopende behoeften. Echter kan er wel een algemeen beeld worden gegeven van de behoeften. In Tabel C op de volgende pagina worden enkele kernaspecten, waar Nederlandse ondernemingen behoefte aan hebben, opgesomd. Veel van de genoemde ondersteuningsbehoeften voor internationaal ondernemen zijn reeds beschikbaar binnen het publieke of private ecosysteem dat zich inzet voor de ondersteuning van internationaal zakendoen. Om deze reden faciliteren wij niet alleen onderlinge doorverwijzingen, maar verwijzen we ook actief door naar private partijen. Daarnaast zetten we in op een verhoogde zichtbaarheid van onze dienstverlening via onze eigen websites en maken we, in samenwerking met onze publiek-private partners, informatie breed toegankelijk.

#### **Ondernemersverhaal van Acquaint door TINL-partner NOM**

Acquaint werd opgericht in 2014 en de missie was meteen kraakhelder: wereldwijd zorgen voor betrouwbare watervoorzieningen. Het bedrijf ontwikkelt slimme tools voor het inwendig inspecteren van leidingnetwerken voor drink- en afvalwater. 10 jaar later heeft het waterleidinginspectiebedrijf al flinke stappen gezet. Erik Driessen, CEO van Acquaint, vertelt, *“Een onderneming moet aantoonbaar onderscheidend zijn. In Nederland was Acquaint voor mij het enige bedrijf in de watertechnologie dat aan die eisen voldeed. Sterker nog, ik heb in de sector heel veel innovatieve bedrijven gezien, maar de technologie van Acquaint steekt daar ver bovenuit.”*

Twee jaar geleden was Acquaint al op kleine schaal actief in de VS, het Midden-Oosten, Nieuw Zeeland en Engeland. Dankzij hun aanhoudende groeispurt zijn er inmiddels al een ruwwaterleiding in Texas en een afvalwaterleiding in Oklahoma geïnspecteerd, evenals diverse waterleidingen in Qatar. Het samenwerken met internationale partners blijkt hiervoor essentieel. *“We blijven wereldwijd nauw met alle projecten verbonden, maar laten de sales en de fysieke uitvoering door partners doen”*, aldus Erik.

Exportadviseurs van de provinciale organisaties YnBusiness, GroBusiness, Ik ben Drents Ondernemer en de NOM voeren jaarlijks de Trade Relations gesprekken met ondernemers die internationaal ondernemen. De NOM is als TINL-partner met RVO en in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken verantwoordelijk voor de uitvoering van deze gesprekken in Noord-Nederland. Door dit initiatief kreeg Acquaint hulp van Wessel de Vries (YnBusiness, Grobusiness) en Bram Kruijt (Oranjewoud Export Academy), en nam het bedrijf deel aan waardevolle sessies waarin werd gespard over business development en de kansen en uitdagingen op het gebied van internationaal zakendoen.

Voor dit jaar streeft Acquaint wederom naar stevige groei in het buitenland. Tegelijkertijd blijft het bedrijf inzetten op innovatie, want ze willen niet alleen groeien, maar ook hun huidige diensten optimaliseren.



**Tabel C** Ondersteuningsbehoeften

Markt- en sectorinformatie	Dit omvat informatie over marktomvang, groeipotentieel, concurrentieanalyse, wet- en regelgeving, culturele aspecten en consumentengedrag.
Overbruggen culturele verschillen	Investeren in interculturele training en bewustwording, het opbouwen van lokale netwerken en partnerschappen, en aanstellen van lokale vertegenwoordigers of adviseurs die bekend zijn met de lokale cultuur.
Kennis en expertise internationalisering	Door training, educatieve programma's, mentorschappen, het zoeken naar advies van consultants en experts op het gebied van internationale handel. Het leren van andere bedrijven die succesvol internationaal actief zijn. Ondernemers hebben behoefte aan events en kennissessies waar ze van elkaar kunnen leren. Bijvoorbeeld founder-to-founder of peer-to-peer.
Marktentree-strategie	Om markttoegang te verkrijgen en concurrentie te overwinnen. Dit kan d.m.v. marktonderzoek, identificeren verkoopproposities, opbouwen van sterke relaties met lokale partners en het aanpassen van marketing- en verkoopstrategieën aan de lokale markt.
Toegang tot netwerken en contacten	Het opbouwen van lokale zakelijke netwerken. Het bieden van mogelijkheden voor matchmaking, zakelijke bijeenkomsten, beursbezoek of -deelname, handelsmissies en het faciliteren van contacten.
Financiële ondersteuning en expertise	Het verkrijgen van advies en financiële middelen en het beheren van financiële risico's. Samenwerken met financiële instellingen die gespecialiseerd zijn in internationale handels- en projectfinanciering. Exportkredietverzekeringen, handelsfinancieringsopties en het beheren van valutarisico's.
Ondersteuning bij juridische zaken en regelgeving	Ondersteuning bij het begrijpen en naleven van de juridische en regelgevende vereisten van de doellanden. Dit omvat informatie over douaneprocedures, belastingen, invoerbepalingen, intellectuele eigendomsrechten en arbeidswetten.
Technologie en digitalisering	Behoeft aan ondersteuning en begeleiding bij het implementeren van e-commerce, digitale marketing, online betalingssystemen, gegevensbeheer en supply chain-oplossingen.
Talentontwikkeling en personeelsbeheer	Behoeft aan ondersteuning bij talentontwikkeling en personeelsbeheer. Dit omvat het aantrekken en behouden van internationaal talent, interculturele training en ontwikkeling van vaardigheden die nodig zijn voor internationale markten.
Optimaliseren van logistiek en supply chain management	Het investeren in geavanceerde supply chain managementsystemen, gebruik van betrouwbare logistieke partners en het implementeren van tracking- en traceersystemen helpen bij het stroomlijnen van de goederenstroom en het verminderen van vertragingen.
Beheren van politieke en economische risico's	Vereist een grondige analyse en monitoring van de omgeving. Het is belangrijk om op de hoogte te blijven van politieke en economische ontwikkelingen, samen te werken met experts op het gebied van risicobeheer en crisisplannen op te stellen voor verschillende scenario's.

#### Dienstverlening door private sector

In de afgelopen jaren is door private partners significant meer geïnvesteerd in de toegankelijkheid en de opbouw van lokale commerciële kennis via hubs, waaronder die van NLinBusiness, wat heeft bijgedragen aan een robuustere ondersteuningsstructuur. Ook is er gezamenlijk geïnvesteerd in de uitbreiding van e-learning opties om ondernemers beter voor te bereiden op internationale uitdagingen.

#### Dienstverlening door publieke sector

Aan de publieke zijde hebben we gewerkt aan het verder bundelen van informatie: over markten, financierings- en subsidiemogelijkheden en netwerken. Onze inspanningen zijn gericht op het complementeren van deze initiatieven door het verstrekken van up-to-date marktinformatie,

het aanbieden van specifieke kennisevents, en het faciliteren van netwerk mogelijkheden die ondernemers direct in contact brengen met ervaren experts en potentiële partners wereldwijd. We hebben de matchmakingsmogelijkheden van het Enterprise Europe Network ingebouwd in onze dienstverlening aan bedrijven. Daarbij gaat het specifiek om matchmaking voor export en voor inkoop ten behoeve van productie. Vanwege de vraag van ondernemers organiseren we gezamenlijk bezoeken aan beurzen of collectieve beursdeelnamen. Tot slot maken we gebruik van digitale tools en platforms die ons in staat stellen essentiële markt informatie efficiënter te verkrijgen en te analyseren. We streven ernaar een inclusief en toegankelijk ecosysteem te creëren dat ondernemers optimaal ondersteunt in hun internationale ambities.

## • 2.4 Verwachtingen ondernemers ondersteuning van overheid

De aard van zowel de publieke als private dienstverlening die het beste aansluit bij een onderneming hangt samen met diverse factoren, zoals de leeftijd, grootte en aard van het bedrijf, de sector waarin het actief is, de levens- of ontwikkelingsfase waarin het bedrijf zich bevindt, en de mate van internationale ervaring. Gezien het

belang van export en internationale handel heeft de Nederlandse overheid verschillende diensten en programma's ontwikkeld om mkb-bedrijven te ondersteunen in diverse aspecten van hun bedrijfsvoering en exportplannen.

Voortbouwend op de in kaart gebrachte behoeften van mkb-ondernemers, stellen we vast dat bedrijven ondersteuning van de overheid verwachten. Deze verwachtingen staan opgesomd in onderstaande Tabel D.

**Tabel D** Verwachtingen

Regelgeving	Veel ondernemers geven aan dat ze worstelen met de complexiteit van diverse buitenlandse regelgevingen. Men verwacht van de overheid een rol bij het verhelderen van deze complexe regelgeving. Het beïnvloeden van buitenlandse regelgeving is op Europees niveau georganiseerd. Afhankelijk van onderwerp en de relatie met het betreffende land kan het enkele tot tientallen jaren duren voordat landen hun regelgeving aanpassen.
Kennis over internationalisering	Veel ondernemers missen specifieke kennis over internationalisering, met vragen zoals "Waar begin ik?" en "Wat zijn de eerste stappen?". Vervolgens hebben ze behoefte aan kennisdeling en praktische ondersteuning voor zaken zoals het openen van een buitenlands kantoor, het regelen van visa, het openen van bankrekeningen, het vinden van kantoorruimte, en het begrijpen van lokale wetgeving.
Netwerken en contacten	Netwerkvorming is een grote uitdaging voor bedrijven die willen internationaliseren. Vragen zoals "Hoe vind ik consumenten die interesse hebben in mijn product?" en "Wat is de meest effectieve manier om hen te bereiken?" zijn cruciaal in dit proces. Ondernemers worstelen met het identificeren van potentiële buitenlandse klanten en het aanpakken van culturele en operationele verschillen in internationaal zakendoen. De Nederlandse overheid biedt ondersteuning door het organiseren van missies en beurzen en het doen van zakenpartnerscans. Daarnaast koppelt de Nederlandse overheid bedrijven aan ambassades, consulaten, handelsvertegenwoordigingen, innovatie-attachés, landbouwraden en lokale gespecialiseerde private dienstverleners. Deze organisaties hebben diepgaande kennis van het lokale zakelijke ecosysteem en kunnen waardevolle inzichten bieden in de lokale manier van zakendoen.
Financiering bij internationaal zakendoen	Bij internationale uitbreiding staan ondernemers voor het risico van initiële investeringen zonder directe omzet. Dit risico is buiten Europa groter door grotere afstanden en onzekerheden. Om financiële risico's bij internationaal zakendoen te beheersen en werkkapitaal voor internationale transacties vrij te maken, biedt de overheid financieringsondersteuning. Zo kunnen bedrijven bij de overheid terecht voor exportkredietverzekeringen, exportsubsidies, exportleningen en handelsfinanciering zoals documentair krediet.

### Dienstverlening door de overheid

De overheid heeft al instrumenten beschikbaar om bedrijven hiermee te helpen. Een algemeen sentiment wat uit de gesprekken naar voren komt is dat men de regels ervaart als gericht op grote bedrijven en dat het overgrote deel van relatief klein mkb daarmee over het hoofd wordt gezien. Om een eerlijker speelveld te creëren en de groei van deze belangrijke sector te bevorderen is het van vitaal belang dat regels rekening houden met de diversiteit binnen het mkb, waaronder verschillen in sector en omvang.

## • 2.5 Verwachtingen ondernemers ondersteuning van private sector

Ondernemers hebben naast hun behoefte aan ondersteuning van de overheid ook behoefte

aan private ondersteuning. Deze behoefte ligt met name op het gebied van douane zaken, leveringsvoorwaarden en begeleiding bij contracten. Ook is er vraag naar mogelijkheden voor bedrijfsfinanciering, zoals toegang tot private equity. Een ander veelgevraagd aspect is uitbreiding van netwerken en het delen van kennis met andere ondernemingen. Het organiseren van gezamenlijke stands op beurzen staat ook hoog op de agenda. Bedrijven die beginnen met internationaliseren hebben vaak beperkte financiële middelen om gebruik te maken van diensten aangeboden door private partijen. Hierdoor maken ze (te) weinig gebruik van waardevolle diensten zoals trainingen en juridische ondersteuning. De overheid verwijst ondernemers door voor hulp, ook buiten de eigen expertise, zodat ondernemers bewuster worden van het privaat hulpaanbod en er meer gebruik van maken.

## • 2.6 Knelpunten bij internationaal zakendoen

Hierbij presenteren we een samenvatting van de handelsbelemmeringen en knelpunten die ondernemers noemden. We hebben deze ingedeeld in drie hoofdcategorieën: bedrijfsvoering, in specifieke markten binnen Europa, en in specifieke markten buiten Europa.

### • 2.6.1 Bedrijfsvoering

In Tabel E staan de belemmeringen die ondernemers noemden bij het internationaal zakendoen. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen zaken die intern en extern van aard zijn. Onder de tabel wordt elk knelpunt nader toegelicht.

**Tabel E** Bedrijfsvoering - Externe en Interne knelpunten

Externe knelpunten	Interne knelpunten
<a href="#"><i>i</i> <u>Gelijke kansen - level playing field</u></a>	<a href="#"><i>i</i> <u>Bedrijven hebben hun interne organisatie niet (voldoende) op orde</u></a>
<a href="#"><i>i</i> <u>Systeemproblemen</u></a>	<a href="#"><i>i</i> <u>Bedrijven focussen meer op product- dan op marktontwikkeling</u></a>
<a href="#"><i>i</i> <u>Personeelstekort</u></a>	<a href="#"><i>i</i> <u>Veel bedrijven hebben de omringende “thuismarkten” niet goed op de rit</u></a>
<a href="#"><i>i</i> <u>Technologische vooruitgang</u></a>	<a href="#"><i>i</i> <u>Ontbreken van een netwerk</u></a>
<a href="#"><i>i</i> <u>Toenemende administratieve lastendruk</u></a>	<a href="#"><i>i</i> <u>Het vinden van de juiste afzetmarkt voor met name duurzaamheidsproducten</u></a>
<a href="#"><i>i</i> <u>Onzekerheid overheerst in auto-industrie</u></a>	<a href="#"><i>i</i> <u>Hoge voorraden</u></a>
<a href="#"><u>Nasleep coronaperiode</u></a>	

#### **Gelijke kansen - level playing field** (Extern)

Ieder land heeft eigen handels-, belasting-, arbeids-, en milieuregels. Oneerlijke handelspraktijken, zoals subsidies voor lokale industrieën, dumpingprijzen, of het negeren van milieunormen, creëren een ongelijk speelveld voor buitenlandse ondernemingen. Uniforme wereldwijde standaarden, bijvoorbeeld op het gebied van arbeidsrechten en duurzaamheid, zouden Nederlandse bedrijven ten goede komen. Binnen de EU verschillen de landen in hun aanpak voor elektrische voertuigen en snellaadoplossingen. Elk land heeft eigen specifieke protocollen en standaarden. Daarnaast worden nieuwe CO<sub>2</sub>-reducerende belastingen ingevoerd, waarbij de mate van overheidssteun varieert. Zo ontvangen bedrijven uit sommige landen (zoals België) indirecte CO<sub>2</sub>-compensatie, terwijl deze compensatie voor bedrijven uit andere landen uitblijft.

#### **Ondanks de bestaande aanbestedingsregels van de EU zijn er nog steeds signalen van oneerlijke concurrentie door protectionistische maatregelen.**

Zo worden Nederlandse ondernemers in bepaalde sectoren geconfronteerd met strengere regels op het gebied van zwaar en bijzonder transport dan in andere EU-landen. Dit verhoogt hun transportkosten en heeft een nadelige invloed op hun offertes. Ook zijn er in Spanje bijvoorbeeld clausules in EU-aanbestedingen die aangeven dat iedereen mag bieden, mits gevestigd binnen een straal van 400 km van de ontvangende partij. En ondersteunt de Duitse overheid, in tegenstelling tot de Nederlandse, haar maakbedrijven met de Kurzarbeit-regeling in het vooruitzicht van een recessie. Dit scheidt een ongelijk speelveld.

#### **Systeemproblemen** (Extern)

Verschiedende IT-systemen belemmeren efficiënte informatie-uitwisseling, terwijl dit essentieel is voor supply chain management. Nederlandse exporteurs stuiten steeds vaker op ‘weeffouten’ in zowel nationale als internationale systemen, variërend van inconsistente regelgeving in gereguleerde sectoren tot inefficiënte douaneprocessen die vertragingen en extra kosten veroorzaken. Deze problemen wortelen vaak in langdurige structurele issues zoals corruptie, politieke instabiliteit, en onderontwikkelde infrastructuur, wat zakelijke risico’s verhoogt en onzekerheid creëert. Dit beïnvloedt de internationale aantrekkelijkheid van een land en leidt tot oneerlijke concurrentie.

#### **Personeelstekort** (Extern)

Een frequent genoemd probleem voor bedrijven die willen groeien is het tekort aan personeel. [Dit speelt in het bijzonder bij startups en bedrijven in de chemische sector en industriële technieksector, waar vaak een gebrek is aan getalenteerd en vakkundig personeel.](#) Bij pogingen om internationaal uit te breiden, komt daar de vraag bij hoe bedrijven in het buitenland aan bekwaam personeel kunnen komen. Daarnaast kampt de logistieke sector met een tekort aan chauffeurs. Dit raakt nu met name sectoren waar zwaar transport een cruciale rol speelt, zoals in de zware industrie en industriële techniek. Dit belemmert verdere internationalisering van deze sectoren. [Op deze manier raakt het probleem van personeelstekorten in de logistiek een breed en invloedrijk spectrum van de wereld.](#)

Universiteiten staan ook voor uitdagingen bij het aantrekken van geschikte studenten voor bepaalde

studieprogramma's, met name in de sectoren medische technologie en engineering. Dit kan problematisch zijn voor bedrijven, vooral wanneer ze samenwerkingsverbanden hebben met deze universiteiten.

#### **Technologische vooruitgang** (Extern)

Verscheidene bedrijven merken op dat de snelle ontwikkeling van technologie een uitdaging vormt. Mkb-bedrijven hebben moeite om te concurreren op internationale markten vanwege de complexiteit van geavanceerde digitale marketingtechnieken zoals Search Engine Optimization (SEO) en social media marketing. Het opzetten van efficiënte online winkels en het beheren van internationale logistiek zijn een obstakel vanwege technische complexiteit en expertise. Het verkrijgen van waardevolle inzichten uit grote datasets kan uitdagend zijn vanwege beperkte middelen en expertise binnen het mkb. Bedrijven hebben moeite met het voldoen aan internationale normen en wetten op het gebied van gegevensbescherming, wat de internationale uitbreiding belemmert. Nieuwe technologieën zoals 3D-printing en kunstmatige intelligentie bedreigen traditionele mkb-bedrijven en dwingen tot aanpassing om internationaal relevant te blijven.

Hoewel de bedrijven zich bewust zijn van de noodzaak om met de technologische vooruitgang mee te ontwikkelen - zowel voor hun eigen groei als voor het behoud van concurrentievermogen - [worstelen ze soms met het vinden van een geschikt startpunt hiervoor](#). De wet- en regelgeving voor de implementatie van nieuwe technologie wordt in Nederland veelal als beperkend ervaren. Zo gaat het aanpassen van de wet- en regelgeving aan nieuwe technologische ontwikkelingen erg langzaam, wat het proces van technologische integratie bemoeilijkt.

#### **Toenemende administratieve lastendruk** (Extern)

Ondernemers ondervinden een groeiende administratieve druk binnen Nederland. Overheidsinstanties zoals het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat, de Kamer van Koophandel, de Douane en de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit vragen steeds meer om controle en gegevens. Hier zijn enkele concrete voorbeelden:

- Ministerie van Economische Zaken en Klimaat: vereist regelmatig gedetailleerde rapportages over energieverbruik en duurzaamheidsinitiatieven. Voor bedrijven betekent dit dat ze nauwgezet hun milieu-impact moeten documenteren en verbeterplannen moeten ontwikkelen.
- Kamer van Koophandel (KvK): vraagt om uitgebreide registratiegegevens bij de start van een onderneming, jaarlijkse financiële verslagen, en updates bij wijzigingen in de bedrijfsstructuur. Het vergt constante administratieve inspanning om aan deze eisen te voldoen.

- Douane: voor bedrijven die goederen importeren of exporteren betekent de interactie met de Douane dat zij moeten navigeren door complexe douaneprocedures, invoer- of uitvoeraangiftes moeten indienen en moeten voldoen aan strenge regelgeving rond internationale handel. Dit brengt een aanzienlijke hoeveelheid papierwerk met zich mee.
- Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA): vooral voor bedrijven in de voedingsmiddelenindustrie en detailhandel vereist de NVWA strikte naleving van standaarden voor voedselveiligheid, etiketteringseisen en traceerbaarheid van producten. Het bijhouden van de vereiste documentatie en ondergaan van inspecties leidt tot een intensieve administratieve last.

Deze voorbeelden laten zien hoe de groeiende vraag naar controle en gegevensverzameling door overheidsinstanties de administratieve last voor Nederlandse ondernemers vergroot. Dit dwingt hen om meer tijd en middelen te besteden aan compliance in plaats van aan hun kernactiviteiten.

#### **Onzekerheid overheerst in auto-industrie** (Extern)

De auto-industrie bevindt zich momenteel op een cruciaal keerpunt, zo blijkt uit recente gesprekken met ondernemers. Er heerst onzekerheid over de toekomstige richting van deze sector. Vragen over of de toekomst volledig elektrisch zal zijn, of dat waterstof een leidende rol zal spelen, domineren de discussie. De industrie staat voor de uitdaging om zich te heroriënteren en te voldoen aan de groeiende verwachtingen van consumenten op het gebied van prestaties, duurzaamheid en geavanceerde technologieën. Dit vereist een strategische herbeoordeling van haar toekomstige rol in een snel ontwikkelende markt.

#### **Bedrijven hebben hun interne organisatie niet (voldoende) op orde** (Intern)

Tijdens onze gesprekken is vaak de algehele bedrijfsvoering ter sprake gekomen. [We merken steeds vaker dat een solide basis in bedrijfsvoering essentieel is voor een succesvolle internationalisering. Dit betreft aspecten zoals een duidelijke focus, voldoende financiële en organisatorische capaciteit om buitenlandse kansen te benutten, en overwegingen met betrekking tot investeringen, werkkapitaal en organisatiestructuur. Het advies om niet te internationaliseren of juist meer focus aan te brengen in de expansie komt regelmatig voor](#). In sommige gevallen kan het zelfs raadzaam zijn om bepaalde markten te verlaten.

#### **Bedrijven focussen meer op product- dan op marktontwikkeling** (Intern)

De bedrijven die we gesproken hebben leggen hun focus veelal op productontwikkeling. [Een te sterke focus op productontwikkeling ten koste van marktontwikkeling kan nadelig zijn voor de internationalisering van bedrijven](#).

Het kan leiden tot een gebrek aan inzicht in de behoeften van buitenlandse markten, waardoor producten mogelijk niet aansluiten bij lokale verwachtingen en culturele verschillen. Dit verhoogt het risico op juridische en operationele problemen. Zo bestaat er de kans dat er niet wordt voldaan aan lokale regelgevingen. Ook kan het resulteren in inefficiënte marketingstrategieën en het missen van kansen voor waardevolle partnerschappen. Voor succesvolle internationalisering is een evenwichtige benadering van zowel product- als marktontwikkeling cruciaal.

#### **Veel bedrijven hebben de omringende**

##### **'thuismarkten' niet goed op de rit** *(Intern)*

We zien dat bedrijven nog steeds moeite hebben om hun aanwezigheid en activiteiten in de omliggende 'thuismarkten' effectief te beheren en te optimaliseren. Deze bedrijven kampen met hevige concurrentie, niet alleen van andere bedrijven maar ook van grotere, meer gevestigde ondernemingen. [Het vinden en benutten van geschikte distributiekanaalen en het opbouwen van relaties met lokale distributeurs of retailers blijft een uitdaging.](#) Bovendien is het effectief positioneren van hun merk en producten in de thuismarkt complex zonder een goed inzicht in lokale marketingstrategieën.

##### **Ontbreken van een netwerk** *(Intern)*

Het gebrek aan een buitenlands netwerk wordt regelmatig aangehaald als een belangrijke barrière voor succesvolle internationale groei. Ondernemers vragen zich vaak af: "Hoe kan ik klanten vinden in andere landen?"

##### **Het vinden van de juiste afzetmarkt voor met name duurzaamheidsproducten** *(Intern)*

Sommige bedrijven ervaren dat er een duidelijk gedefinieerde doelgroep ontbreekt bij de verkoop van hun producten. Het gaat hierbij met name om duurzaamheidsproducten. Hoewel de producten innovatief en duurzaam zijn, blijft de vraag: "Wie is de koper? Is het gericht op overheden, bedrijven, of individuele consumenten?"

##### **Hoge voorraden** *(Intern)*

Sommige bedrijven zitten nog met voorraden die zijn ingekocht toen de prijzen aanzienlijk hoger waren. Dit leidt tot een hogere verkoopprijs dan die van de concurrentie.

##### **Nasleep coronaperiode** *(Intern)*

De nasleep van de coronapandemie wordt nog steeds frequent aangehaald als een knelpunt; veel bedrijven hebben forse nadelen ondervonden en zijn vaak nog niet volledig hersteld. De financiële impact was aanzienlijk. [Bedrijven melden dat ze tijdens de coronaperiode veel van hun reserves hebben aangesproken en dat deze verliezen nog niet zijn goedge maakt. Dit resulteert in beperkte budgetten voor verdere groeistappen, wat de mogelijkheden voor internationalisering duidelijk beperkt.](#)

## • 2.6.2 In specifieke markten - Binnen Europa

Ondernemers noemden verschillende belemmeringen bij zakendoen in specifieke markten. Bij het beschrijven hiervan maken we een onderscheid tussen binnen Europa en buiten Europa.

In Tabel F en de onderstaande tekst worden de knelpunten binnen Europa beschreven.

**Tabel F** Knelpunten binnen Europa

- i** [Protectionisme](#)
- i** [\(Complexe\) wet- en regelgeving](#)
- i** [Negatieve gevolgen Brexit](#)
- i** [Reshoring is lastig uitvoerbaar](#)
- i** [Oorlog Rusland - Oekraïne](#)

#### **Protectionisme**

Ondernemers ervaren [meer protectionisme](#) binnen Europa, waarbij lidstaten zich meer richten op nationale politiek ten koste van een gemeenschappelijke Europese markt. De bedrijven geven aan dat ze hier vooral in Frankrijk last van ondervinden. Als voorbeeld geven ze de extra eisen voor Franse keurmerken en certificaten.

#### **(Complexe) wet- en regelgeving**

In de EU ervaren bedrijven ondanks het vrije verkeer van goederen, diensten, kapitaal en personen, nog steeds exportbelemmeringen. Zo zijn er bijvoorbeeld technische voorschriften en normen per land, zoals veiligheidsstandaarden en etiketteringsvereisten. Ook zijn er fiscale hindernissen, waaronder douanerechten en belastingverschillen, die de prijs van producten beïnvloeden. Administratieve verschillen tussen landen leiden tot vertragingen en extra kosten. [De regelgeving omtrent medische hulpmiddelen in Europa, bekend als de MDR \(Medical Device Regulation\), is aanzienlijk complexer in vergelijking met de toegankelijker en vaak als meer gebruiksvriendelijk beschouwde regelgeving van de FDA \(Food and Drug Administration\) in de VS. Voor EU-ondernemers vormt dit een toenemend probleem.](#)

Ook zijn de standaarden voor IMVO niet uniform in de EU. In sommige landen is het lastig om te voldoen aan deze normen, mede doordat toezicht-houders daar dominant en moeilijk bereikbaar zijn. Op het gebied van waterstof is er bijvoorbeeld nog weinig wet- en regelgeving en dus weinig harmonisatie.

#### **Negatieve gevolgen Brexit**

In de gesprekken kwam regelmatig naar voren dat de Brexit nog steeds als een uitdaging wordt beschouwd. Dit komt met name door het extra werk dat nodig is om zaken te doen met het VK.

### Reshoring is lastig uitvoerbaar

[Schaarste van gebouwen, personeel, water en elektriciteit maken reshoring naar Nederland vaak lastig haalbaar](#). De Netherlands Foreign Investment Agency (NFIA) constateert in haar jaarverslag vergelijkbare factoren die direct impact hebben op de besluitvorming over lopende of nieuwe investeringen in Nederland<sup>3</sup>.

### Oorlog Rusland - Oekraïne

De bedrijven halen de oorlog tussen Oekraïne en Rusland frequent aan als een belemmering. Deze conflicten leiden tot prijsstijgingen en verstoren transport- en productieketens. Bovendien leiden handelsblokkades tot het verlies van afzetmarkten. [De scheepsbouwsector \(jachtbouw\) wordt geconfronteerd met opdrachtgevers die mogelijk banden hebben met Rusland. Vanwege de ingestelde sancties kampen verschillende scheepswerven met problemen rond het accepteren van opdrachten en het afronden of leveren van projecten.](#)

### • 2.6.3 In specifieke markten - Buiten Europa

Buiten Europa ervaren exporteurs ook knelpunten. Net als binnen Europa spraken ze over protectionisme en complexe regelgeving, maar nu met een andere beleving omdat ze gepaard gaan met hogere importtarieven of importquota. Vergunningen en strenge technische voorschriften beperken de markttoegang en verhogen de administratieve lasten. In Tabel G en de onderstaande tekst worden de knelpunten buiten Europa nader beschreven.

**Tabel G** Knelpunten buiten Europa

- [i Protectionisme](#)
- [i Complexe regelgeving in het buitenland](#)
- [i Toenemende administratieve lastendruk](#)
- [i Claimcultuur VS](#)
- [i Overige knelpunten](#)

#### Protectionisme

Er is sprake van toenemend protectionisme, met een groeiende voorkeur voor lokale productie ('local for local') waardoor handel soms praktisch onmogelijk wordt of sterke invloed heeft op de bedrijfsvoering. Ondernemers noemen de Chips-act, exportregels voor de verkoop van geavanceerde technologie (chipp producten), en de Inflation Reduction Act (IRA) als voorbeelden in de VS. De Chips-act heeft invloed op de handelsmogelijkheden van sommige Nederlandse bedrijven. En de IRA-wet zorgt voor behoud van productie in eigen land en het land aantrekkelijker te maken

voor vestiging van buitenlandse bedrijven. Strikte exportregulering belemmert de internationale handel. Israël wordt bijvoorbeeld in dit verband regelmatig genoemd.

#### Complexe regelgeving in het buitenland

Vooraf medtech- en agrofood-bedrijven ervaren de uiteenlopende regelgeving als een belangrijk knelpunt buiten Europa.

#### Toenemende administratieve lastendruk

Handel drijven met landen buiten de EU vereist het voldoen aan veel regels. Vooral wanneer er meerdere grensoverschrijdende bewerkingen in de keten plaatsvinden. Voor grote bedrijven, met voldoende expertise en middelen, is dit minder problematisch. Echter, voor het internationale mkb vormt deze situatie door beperkte capaciteit aan menskracht vaak een [hindernis](#). Daarnaast vormt de [implementatie van de richtlijn CSR \(Corporate Social Responsibility\) een nieuwe uitdaging voor het mkb](#). Hoewel zij niet direct onder deze richtlijn vallen, zullen zij door grote bedrijven onder druk worden gezet om extra administratieve systemen op te zetten. Dit is noodzakelijk voor de grote bedrijven om aan hun CSR-verplichtingen te kunnen voldoen, maar verhoogt de administratieve last voor het mkb en bemoeilijkt hun positie in internationale handel.

#### Claimcultuur VS

De groeiende claimcultuur in de VS legt aanzienlijke druk op mkb-bedrijven. Kleinere ondernemingen hebben vaak beperkte financiële reserves. Zij worden hard geraakt door de kosten van juridische bijstand en eventuele schadevergoedingen, vooral als deze claims ongegrond of overdreven zijn. Hierdoor zien zij zich genoodzaakt om uitgebreide verzekeringen af te sluiten en in risicobeheer te investeren, wat leidt tot hogere operationele kosten. Bovendien kan betrokkenheid bij juridische geschillen de reputatie van een bedrijf schaden, wat resulteert in klantverlies en negatieve zakelijke relaties. De angst voor mogelijke claims kan ook innovatie en het betreden van nieuwe markten ontmoedigen. Veel mkb-bedrijven zijn kwetsbaar doordat ze intern niet beschikken over juridische expertise. De groei en stabiliteit van deze bedrijven wordt ernstig belemmerd wanneer ze worden geconfronteerd met claims.

#### Overige knelpunten

De handelsgesprekken brengen ook deze knelpunten naar voren:

- Spanningen tussen China en Taiwan worden als een hindernis ervaren. Hierdoor worden deze markten als uitdagend beschouwd.
- Zakendoen in en met Afrikaanse landen kan uitdagend zijn, onder andere door de vaak ontoereikende of gebrekkige infrastructuur

<sup>3</sup> [Terugblik 2023: Resultaten en inspanningen van NFIA en het Invest in Holland netwerk | Jaarverslag | Rijksoverheid.nl](#)

en omdat inkomsten uit bijvoorbeeld Syrië en Nigeria moeilijk te herleiden zijn.

- **Cybersecurityondernemers merken dat zowel publieke als private organisaties steeds vaker de voorkeur geven aan producten en services van Europese origine. Vooral nog zijn er onvoldoende financiële middelen om de competitie met Amerikaanse investeerders aan te gaan.**
- Ondernemers die internationaal zakendoen worden vaak geconfronteerd met logistieke risico's, vooral als het gaat om het principe van 'just in time'-levering. Deze methode is efficiënt, maar brengt ook bepaalde risico's met zich mee, vooral in een internationale context. Om deze

risico's te beheren, verschuiven sommige bedrijven naar een 'just in case'-benadering, waarbij ze meer voorraad aanhouden om mogelijke verstoringen op te vangen. Dit kan echter leiden tot hogere kosten voor opslag en voorraadbeheer.

- De Europese afhankelijkheid van elektronische componenten uit niet-EU-landen is een andere bron van zorg voor veel ondernemers. Dit wordt versterkt door de moeilijkheden die bedrijven en hun afnemers ondervinden bij het verkrijgen van nieuwe of zwaardere stroomaansluitingen, wat leidt tot uitgestelde of afgeblazen investeringen en uitbreidingen.

### **Ondernemersverhaal van Sorama door TINL-partner Brainport Development**

Sorama is een innovatieve Eindhovense scale-up die geluidscamera's ontwikkelt. De geluidscamera's maken het geluid en de intensiteit inzichtelijk, waardoor er verbeteringen kunnen worden gemaakt in bijvoorbeeld productieprocessen, producten (medische apparaten, voertuigen) en op openbare of specifieke locaties (stadions, luchthavens).

Sorama wil de Amerikaanse markt betreden en met ondersteuning van partners uit het TINL-netwerk (Brainport Development, BOM en RVO) en het postennetwerk in onder andere de VS (NBSO, Consulaten) zijn de eerste stappen gezet. Zo nam het bedrijf deel aan beurzen, werd het geïntroduceerd bij relevante (netwerk)partners en potentiële klanten en bereidt het zich voor op innovatie- en handelsmissies. De zelfstandige positie van Sorama op de Amerikaanse markt is hierdoor sterk ontwikkeld. Inmiddels is Sorama bezig met het opzetten van een vestiging in Houston (Texas), een shared office space in Los Angeles (Californië), op zoek naar een groter kantoor in de regio Dallas/Fort Worth en zijn er diverse (stadion)contracten afgesloten in de VS. De deelname aan de missie van het Koninklijk Paar naar San Francisco en Austin in 2022 zorgde voor het leggen van contacten voor een vestiging. Ook is het bedrijf dankzij de altijd actieve deelname aan de Smart City conference in Barcelona door Brainport Development in gesprek gebracht met Denver (Colorado).

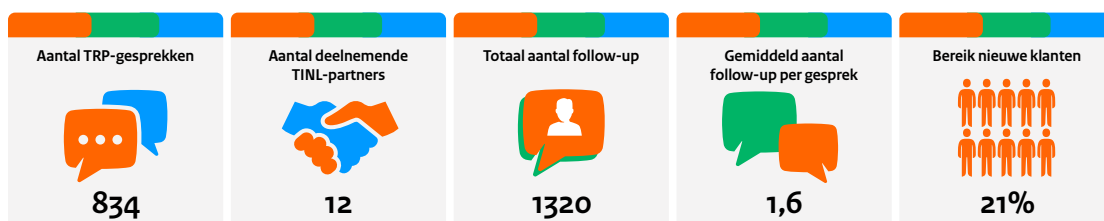
In 2023 heeft Sorama een nieuwe pilot opgezet voor technologie om geluidsoverlast van voertuigen te meten. Ze zoeken connecties met het automotive netwerk en steden (in de VS) om dit te testen. Voor dit proces heeft Brainport het bedrijf geïntroduceerd bij het Coast 2 Coast Electric Vehicles (C2CEV)-netwerk, waar de krachten van Nederlandse en Amerikaanse ondernemers worden gebundeld. Ook is Sorama met nieuwe contacten in New York City bezig, met twee proefopstellingen voor Loud Vehicle Detection in NYC en in Sacramento (Californië). Sorama is een Brainport-parel met internationale groeipotentie, die met een deeptech-specialisme en ondersteuning vanuit TINL-partners de Amerikaanse markt succesvol bewerkt.

# Hoofdstuk 3

## Verantwoording TRP

In dit hoofdstuk presenteren we een weergave en analyse van de kwantitatieve data die we uit de gesprekken hebben opgehaald. Elke vorm van gerealiseerde dienstverlening, uitgevoerde missies, beurzen, evenementen en georganiseerde capabilitytrainingen worden zorgvuldig geregistreerd in het Achilles-systeem.

**Figuur 3** Overzicht resultaten TRP (2023)



### • 3.1 Overzicht behaalde KPI's

In het kader van het TRP hebben we diverse KPI's (Key Performance Indicators) bepaald. Elke KPI zal kort worden toegelicht.

#### • Aantal TRP-gesprekken door TINL

Tussen 1 januari 2023 en 31 december 2023 hebben de partners van TINL in totaal 834 TRP-gesprekken gevoerd. Hierdoor ligt het totale aantal uitgevoerde TRP-gesprekken hoger dan het minimale aantal dat op basis van de verstrekte subsidie gerealiseerd zou moeten worden, namelijk 800 TRP-gesprekken op jaarbasis.

#### • Aantal deelnemende TINL-partners

Het TINL-netwerk omvat 12 partners, waarmee het een landelijk dekkend netwerk vormt dat een uitgebreid bereik heeft onder mkb-ondernemers.

#### • Aantal follow-upactiviteiten per TRP-gesprek

Het primaire doel van het TRP is het ondersteunen van mkb-ondernemers in hun ambities voor internationale groei. Deze ondersteuning wordt geconcretiseerd door het aantal geregistreerde follow-upactiviteiten bij bedrijven. *Follow-upactiviteiten zijn afgesproken acties die tijdens het gesprek met ondernemers zijn overeengekomen; in totaal 1320. Gemiddeld levert elk TRP-gesprek 1,6 follow-upactiviteiten<sup>4</sup>.*

#### • Bereik nieuwe klanten – nog niet eerder gesproken bedrijven

Gedurende deze periode hebben de partners van TINL in totaal 169 bedrijven bezocht waarmee ze in de voorgaande jaren van dit programma nog niet eerder contact hadden. Dit aantal vertegenwoordigt ongeveer 21% van het totale aantal bedrijven dat zij hebben bezocht.

#### Ondernemersverhaal van MCR Machinery door TINL-partner Horizon Flevoland

De missie van MCR Machinery in Marknesse is het bedenken en uitwerken van oplossingen om aardappelen, groenten en fruit optimaal te reinigen en tegelijkertijd "zo behoedzaam mogelijk om te gaan met een van de meest kostbare elementen op aarde, water", aldus eigenaar Jan Pieter Reijnoudt. "Waar mogelijk kopen we lokaal in, besteden we het werk lokaal uit en proberen we maatschappelijke initiatieven te steunen."

MCR is in slechts een paar jaar uitgegroeid tot een belangrijke regionale speler. In 2023 zijn de eerste stappen gezet richting buitenlandse markten. MCR heeft deelgenomen aan het Trade and Innovate Nederland paviljoen op de beurs Potato Europe in België. Hier heeft het bedrijf interesse weten te wekken uit alle hoeken van Europa. Het heeft zelfs geïnteresseerde partijen uit Canada en Zuid-Amerika gesproken. Samen met Horizon Flevoland werkt MCR aan een plan van aanpak voor nieuwe markten en aan het beter benutten van de potentie die er zeer zeker is.

<sup>4</sup> Dat is het totaal aantal follow-upactiviteiten van alle gevoerde gesprekken bij elkaar opgeteld en gedeeld door het totaal aantal gevoerde gesprekken over de periode 01-01-2023 t/m 31-12-2023.



### • 3.2 Kenmerken TRP- bedrijfspopulatie

We richten de bedrijfsbezoeken op Nederlandse mkb-bedrijven die vanuit Nederland een internationale positie willen innemen of uitbouwen. Deze bedrijven streven ernaar hun huidige internationale aanwezigheid te versterken met hun producten, diensten of innovaties, zowel op bestaande als nieuwe markten. Daarnaast wordt er gekeken naar bedrijven die passen binnen de regionale of de nationale prioriteiten. We identificeren en classificeren (groepen van) bedrijven opdat TINL hen gezamenlijk een gerichtere en efficiëntere dienstverlening biedt. Elke regio kent zijn eigen dynamiek en legt de nadruk op bepaalde sectoren, thema's en technologieën. Desondanks streven we ernaar om op nationaal niveau een zo volledig mogelijk beeld te geven van de bezochte bedrijven.

#### • Verdeling naar bedrijfsgrootte en bedrijfsleeftijd

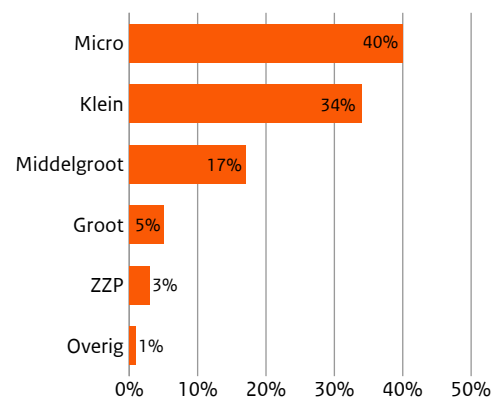
Voor het in kaart brengen van de demografische eigenschappen van bedrijven, hebben we gebruik gemaakt van gegevens van de Kamer van Koophandel (KVK). Door een koppeling met ons eigen klantregistratiesysteem Achilles, halen we belangrijke informatie op zoals het aantal werknemers, oprichtingsjaar, rechtsvorm en SBI-codes<sup>5</sup> uit het Handelsregister. Deze data omvatten onder meer het type bedrijf, de omvang van het personeelsbestand, de leeftijd van het bedrijf, de sector waarin het actief is, de locatie van de vestiging, het verdienmodel, de internationale ervaring van het bedrijf en eventuele eerdere registraties in Achilles.

Met behulp van de data van de KVK, hebben we de door ons bezochte bedrijven gecategoriseerd op basis van bedrijfsgrootte, conform de criteria van de Europese Commissie<sup>6</sup> voor middelgrote, kleine en micro-ondernemingen. Het TRP-programma is specifiek gericht op het mkb-segment. Ons doel is om ten minste 70% mkb-bedrijven te bereiken. Volgens de gegevens in Figuur 4 valt meer dan 90% van de bezochte bedrijven binnen deze mkb-definitie.

Startups, scale-ups en microbedrijven zijn een belangrijk deel van onze bedrijfspopulatie, vaak als innovatieve pioniers en early adopters.

Wij voeren regelmatig gesprekken met deze groep vanwege hun rol in het innovatie-ecosysteem en hun internationale ambities. Onze ondersteuning, die goed aansluit bij hun internationaliseringsbehoeften, wordt positief ontvangen. Dat blijkt uit het groot aantal aangeboden diensten als opvolging van de gevoerde gesprekken.

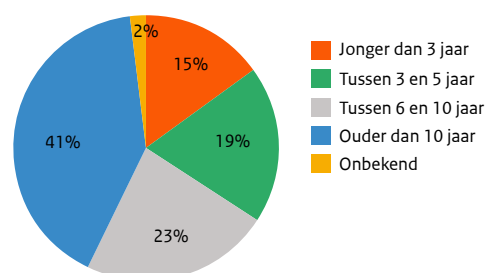
**Figuur 4** Verdeling naar bedrijfsgrootte, in %



NB. Van ongeveer 1% van de bezochte bedrijven is de bedrijfsgrootte onbekend. Voor de meesten is niet bekend in het Handelsregister om hoeveel werkzame personen het gaat in de betreffende KVK-inschrijving. Enkele bezochte bedrijven staan (nog) niet ingeschreven bij de KVK.

Voor het bepalen van de leeftijd van een bedrijf baseren we ons op de oprichtingsdatum zoals geregistreerd bij de KVK. Uit de gegevens in Figuur 5 blijkt dat ongeveer 85% van de bedrijven ouder is dan drie jaar.

**Figuur 5** Verdeling naar bedrijfsleeftijd in jaren, in %



NB. Van ongeveer 2% van de bezochte bedrijven is de bedrijfsleeftijd onbekend. Voor de meesten geldt dat de bedrijven (nog) niet ingeschreven staan bij de KVK.

<sup>5</sup> Bedrijfstakken worden afgebakend volgens de hiërarchische indeling van economische activiteiten van de Europese Unie (Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté Européenne, afgekort: NACE), de Nederlandse variant hiervan is de Standaard Bedrijfsindeling (SBI).

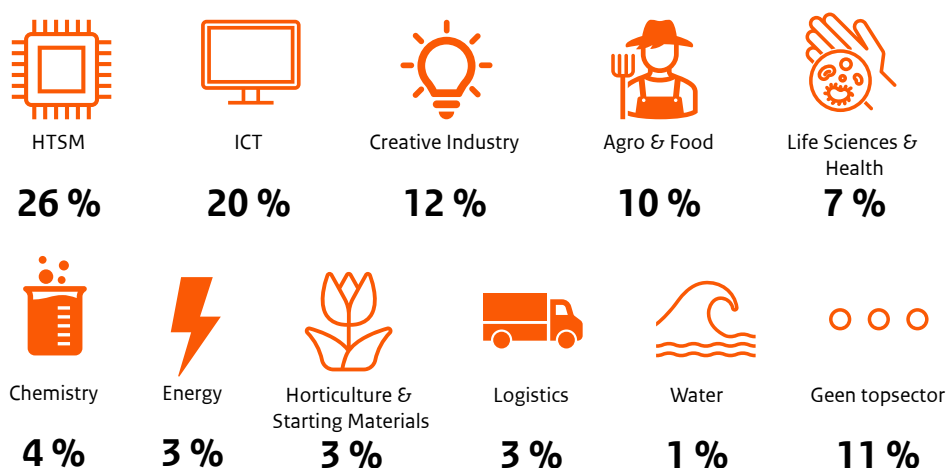
<sup>6</sup> OJ L 124, 20.5.2003, p. 36-41 [https://ec.europa.eu/growth/smes/smedefinition\\_en](https://ec.europa.eu/growth/smes/smedefinition_en).

• **Verdeling naar (top)sectoren**

Nederland blinkt wereldwijd uit in bepaalde gebieden, bekend als topsectoren<sup>7</sup>, die cruciaal zijn voor het versterken van de nationale economie. Het is mogelijk dat bedrijven in meerdere topsectoren actief zijn. Hoewel we streven naar een gebalanceerde spreiding van bezoeken over de verschillende topsectoren, kan de regionale focus van elke partner variëren, wat leidt tot een over- of ondervertegenwoordiging van bepaalde topsectoren in specifieke regio's of provincies.

Uit de gegevens van Figuur 6 blijkt dat de meeste bezochte bedrijven nationaal gezien in de topsector High Tech Systemen en Materialen (HTSM) vallen, gevolgd door ICT en de Creatieve Industrie. Er is ook nog een restcategorie, 'geen topsector'. Hieronder vallen onder meer: financial services, business related services, real estate & consultancy, consumer & household goods, construction & infrastructure, wholesale retail & trading, education, sport tourism & leisure, packaging en graphical & paper industry.

**Figuur 6** Verdeling naar (top)sectoren, in %



NB. Ongeveer 11% van de bezochte bedrijven behoort niet tot een topsector.

**Ondernemersverhaal van Prince Kunststof door TINL-partner Impuls Zeeland**

Prince Kunststof ontwikkelt, produceert en levert standaard en maatwerk kunststofverbindingstukken voor gas-, water- en rioolpersleidingen, en biogasinstallaties. Hun passie ligt in de verbindingstechniek. Ze zijn al actief op de buitenlandse markt en willen nu de Franse markt gaan betreden. Impuls Zeeland bracht Prince Kunststof in contact met de Netherlands Business Support Offices (NBSO) in Lyon.

Astrid Laurans van de NBSO in Lyon ging met het bedrijf in gesprek over de Franse markt en legde de eerste contacten met mogelijke potentiële klanten. Ook bood Laurans Prince Kunststof de mogelijkheid om deel te nemen aan een Nederland Paviljoen tijdens de Pollutec, de één na grootste Clean Tech beurs van Europa. Deelname aan deze beurs bleek succesvol, want het leidde tot een Franse distributeur. Om de toegang tot de Franse markt verder uit te breiden heeft Impuls Zeeland Prince Kunststof in contact gebracht met InnovationQuarter. Zij organiseerden een Nederland Paviljoen op de Enlit in Parijs in november 2023, waar Prince Kunststof ook aanwezig was. Daarnaast gaat het bedrijf deelnemen aan de Franse taalcursus van Impuls Zeeland, die hun Franse ambities alleen maar zal bevorderen.

Prince Kunststof heeft dankzij de juiste contacten in Frankrijk toegang gekregen tot Nederland paviljoens die zonder de hulp van Impuls Zeeland niet bereikbaar zouden zijn geweest. Met deze ondersteuning werd het voor het bedrijf gemakkelijker om succesvol op te treden. Met hun laatste innovatie, de Renojoint, behoorde Prince Kunststof tot de laatste 25 genomineerden van de Oranjehandelsmissieprijs en heeft het bedrijf een plaats veroverd in de KVK Innovatie Top100. Een mooi voorbeeld van een Zeeuws innovatief bedrijf dat grenzeloos onderneemt.

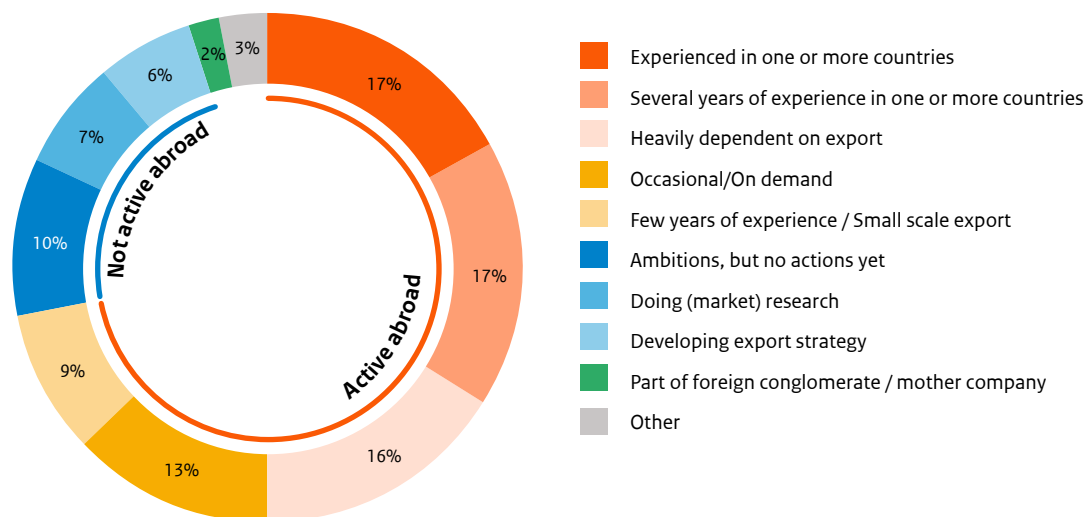
<sup>7</sup> Topsectorenbeleid. In 2011 werd het topsectorenbeleid geïntroduceerd. Topsectoren zijn de sectoren waarin Nederland internationaal uitblinkt en waar extra op wordt ingezet om de Nederlandse kenniseconomie te stimuleren. In de topsectoren werken bedrijven, wetenschap en de overheid samen aan innovatie en kennisdeling. De topsectoren zijn: Agri & Food, Chemie, ICT, Creatieve Industrie, Energie, Life Sciences & Health (LSH), Logistiek, Hightechsystemen en Materialen (HTSM), Tuinbouw en Uitgangsmaterialen, Water & Maritiem (zie: [Topsectoren.nl](https://www.topsectoren.nl)).

• **Verdeling naar mate van internationalisering**

We hebben ondernemers gevraagd in welke fase van het internationaliseringsproces zij zich bevinden. Dit biedt inzicht in de mate van internationale activiteiten van hun bedrijf. Uit

Figuur 7 blijkt dat 72% van de bezochte bedrijven in meer of mindere mate reeds internationaal actief is en 28% dat (nog) niet is, maar wel de ambities heeft of concrete acties en stappen in die richting heeft gezet.

**Figuur 7** Verdeling naar mate van internationalisering, in %



NB. Van ongeveer 3% van de bezochte bedrijven is de mate van internationalisering onbekend.

**Ondernemersverhaal van Whiffle door TINL-partner InnovationQuarter**

Whiffle is een veelbelovende scale-up en portfoliobedrijf van InnovationQuarter. Het bedrijf heeft in de afgelopen jaren aanzienlijke vooruitgang geboekt bij het versnellen van de energietransitie. Met een kapitaalinjectie van impact-investeerdere SHIFT Invest en ENERGIQ (het energie-innovatie fonds van de provincie Zuid-Holland, beheerd door InnovationQuarter) begin 2022, heeft Whiffle haar geavanceerde weermodel schaalbaar gemaakt, met als doel een groter aantal klanten in zowel Nederland als internationaal te bedienen.

De internationale focus van Whiffle reikt wereldwijd, met speciale aandacht voor Noord-Amerika, Azië, het Midden-Oosten, Europa en Nederland. De meeste klanten die ze inmiddels bedienen zijn internationale bedrijven die wereldwijd opereren, met name in West-Europese landen en de VS. In het proces van deze internationalisering heeft Whiffle waardevolle inzichten opgedaan via de programma's van InnovationQuarter. "We kwamen via het netwerk van InnovationQuarter in contact met nationale en internationale partners. Dit heeft ons aanzienlijk geholpen," aldus Harm Jonker, CEO van Whiffle. Hij benadrukt: "We werken intensief aan het vergroten van onze schaalbaarheid en het uitbreiden van ons klantenbestand, zowel bij grote als kleinere spelers in de energiemarkt."

InnovationQuarter introduceerde Whiffle bij Nederlandse brancheverenigingen, buitenlandse partnerorganisaties en bedrijven in het netwerk. In de afgelopen twee jaar heeft InnovationQuarter het bedrijf ook persoonlijk begeleid bij het identificeren van kansen op de Amerikaanse markt en het ontwikkelen van een strategie hiervoor. Daarnaast heeft deelname aan gerichte evenementen aanzienlijk bijgedragen aan het vinden van commerciële klanten en partners in de hernieuwbare energiesector. Zo heeft Whiffle deelgenomen aan het Nederland Paviljoen tijdens de energie-innovatiebeurs ENLIT Europe in 2022 en 2023. En heeft het bedrijf meegedaan aan Cleantech Capital Day 2023, gericht op het opbouwen van relaties en investeerders in de Scandinavische cleantech-markt.

Uit dit alles blijkt dat de internationaliseringsafdeling van InnovationQuarter een cruciale rol heeft gespeeld, en zal blijven spelen, in de ambitie van Whiffle om internationaal te groeien.

### • 3.3 Internationaliseringsstrategie

Internationalisering als groeistrategie betekent dat een bedrijf systematisch zijn activiteiten uitbreidt naar buitenlandse markten. Het bedrijf maakt hierbij gebruik van methoden zoals export, licentieverlening, franchising, joint ventures, buitenlandse directe investeringen, het opzetten van dochterondernemingen of het aangaan van strategische partnerschappen.

#### • Motivatie voor internationalisering

[Figuur 8 toont aan dat evenals de voorgaande jaren de voornaamste reden voor ondernemers om te exporteren de beperkte grootte van de Nederlandse markt is. Vervolgens worden bedrijfsgroei en de ontwikkeling van nieuwe afzetmarkten als belangrijkste drijfveren aangegeven.](#)

Uit Figuur 8 blijkt ook dat er een groep om andere motieven internationaliseren (de groep 'anders'). Andere drijfveren om te internationaliseren zijn:

- het verminderen van afhankelijkheid van verkoopresultaten binnen één land of sector;
- het minder afhankelijk zijn van de economische of politieke omstandigheden van Nederland;
- financiële voordelen, zoals een snellere terugverdiendtijd van investeringen in onderzoek en ontwikkeling;
- het verlengen van de levensduur van huidige producten en diensten door het betreden van nieuwe markten;
- imagoverbetering, waardoor het bedrijf aantrekkelijker wordt voor talentvolle medewerkers;

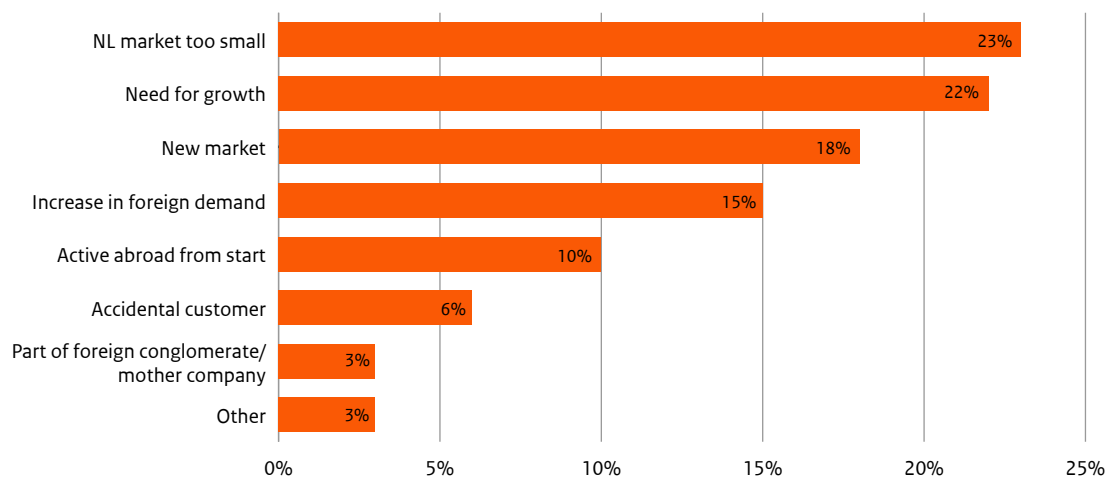
- het opvangen van schommelingen in de verkoop door uit te breiden naar markten met verschillende trends, vraagpatronen of seizoensfluctuatie; of
- persoonlijke motieven, zoals behoefte aan nieuwe uitdagingen of een persoonlijke affiniteit met andere culturen.

#### • Focusmarkten in het buitenland: huidige markten, uitbreidingsmarkten en nieuwe markten

Bedrijven groeien door hun aanwezigheid in bestaande markten te vergroten, nieuwe markten aan te boren, of beide strategieën te combineren. We hebben ondernemers gevraagd naar de huidige afzetmarkten (zie Figuur 9.A), waar ze hun activiteiten willen uitbreiden (zie Figuur 9.B) en welke nieuwe landen ze willen verkennen en ontwikkelen (zie Figuur 9.C). Vaak worden meerdere landen genoemd.

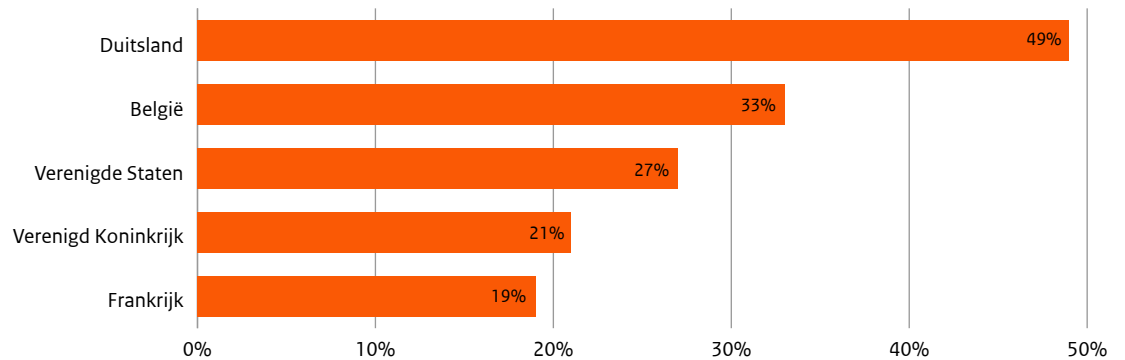
[Nog meer dan voorgaande jaren focussen de onderzochte bedrijven zich vooral op de naburige landen van Nederland. Uit de gevoerde TRP-gesprekken bleek dat bedrijven zich meer richten op nabijere markten binnen Europa, in het bijzonder de kleinere mkb-bedrijven. Tegelijkertijd is er een verschuiving waarneembaar naar Midden- en Oost-Europa. Buiten de EU blijft de belangstelling voor het VK en de VS groot. Grotere bedrijven zijn vaak actief in overzeese gebieden, waarbij er een groeiende belangstelling voor de ASEAN-landen is.](#)

**Figuur 8** Meest genoemde motieven voor export, in %



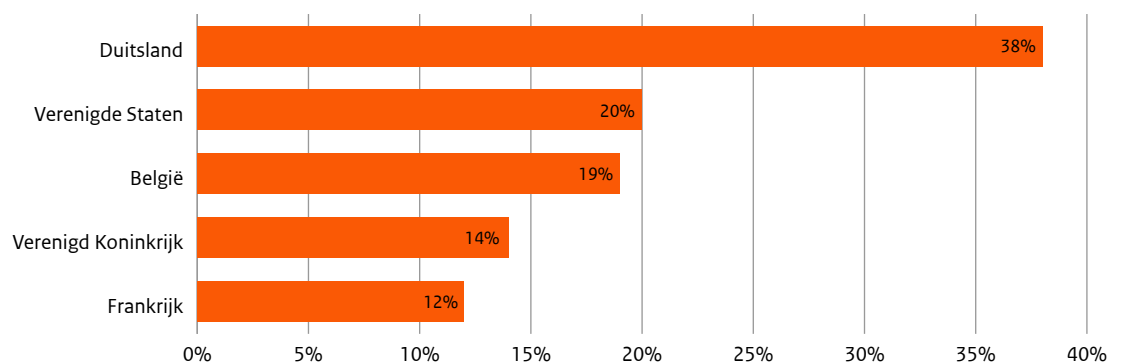
Uit Figuur 9.A blijkt dat de belangrijkste huidige afzetmarkten onder de bezochte TRP-bedrijven ook dit jaar weer bestaan uit Duitsland, België en de VS.

**Figuur 9.A** Top 5 huidige afzetmarkten wereldwijd, in %



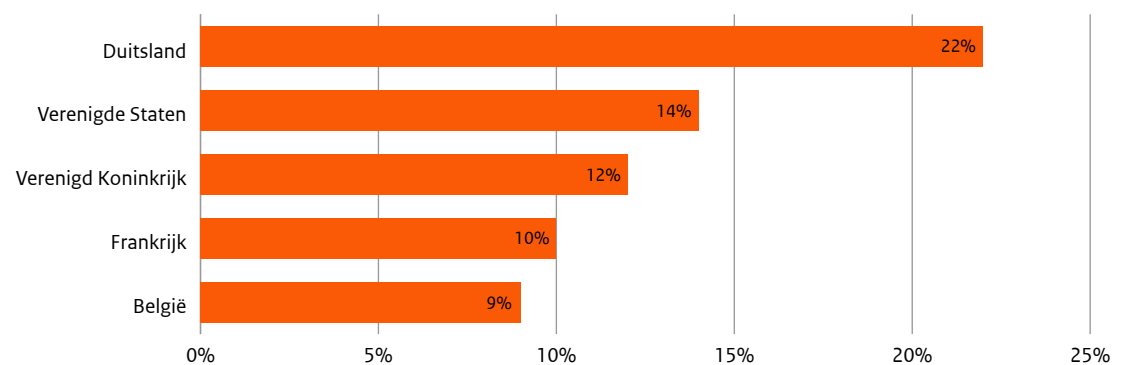
Uit Figuur 9.B blijkt dat ook hier ondernemers Duitsland het meeste noemen als het gaat om een interessante exportbestemming om de huidige exportactiviteiten te vergroten. Daarna volgen de VS en België.

**Figuur 9.B** Top 5 uitbreiding bestaande afzetmarkten, in %



Ook in Figuur 9.C zien we dat ondernemers Duitsland het meeste noemen als voorgenomen, nieuwe buitenlandse markt. Gevolgd door de VS en het VK. Ondanks het vertrek van het VK uit de EU blijft dit voor veel bedrijven een interessante markt.

**Figuur 9.C** Top 5 betreden nieuwe afzetmarkten, in %



Het lijkt erop dat bedrijven die nog niet in China actief zijn, minder interesse tonen in deze markt. Tegelijkertijd is er een duidelijke vraag naar ondersteuning onder bedrijven die al wel in China gevestigd zijn. Dit wijst erop dat, **hoewel China minder aantrekkelijk wordt voor nieuwe internationale ondernemers, de bedrijven die er al actief zijn geconfronteerd worden met complexiteiten en uitdagingen. Deze bedrijven hebben behoefte aan gespecialiseerde ondersteuning om hun aanwezigheid en bedrijfsactiviteiten in China doeltreffend te beheren en verder te ontwikkelen.**

### • 3.4 Ondersteuning bij marktbenadering

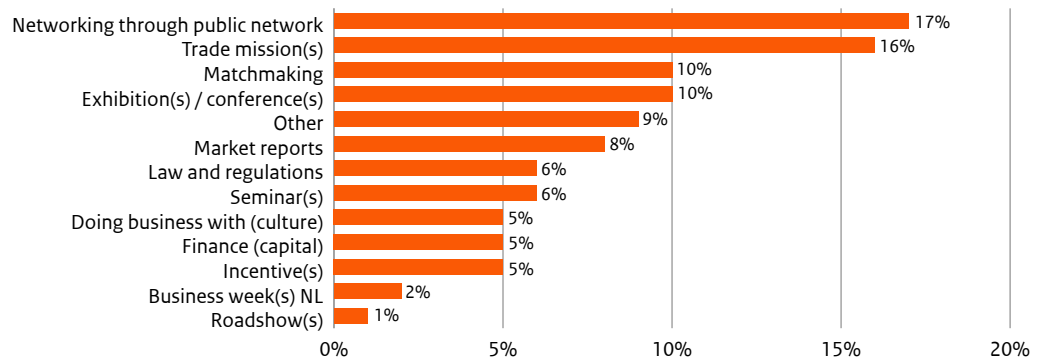
Het Trade Relations programma wordt geleid door de vraag en behoeften van bedrijven.

De aangeboden diensten kunnen verschillen, afhankelijk van de unieke behoeften en doelstellingen van elk bedrijf. Om de diensten te bepalen die het beste aansluiten bij de onderneming en de verschillende stadia van bedrijfsontwikkeling, is een grondige analyse van de situatie en ambities van de onderneming noodzakelijk.

#### • Publieke dienstverlening – behoefte aan soorten diensten overheid

Uit Figuur 10 blijkt welk type overheidsdiensten gewenst zijn ter ondersteuning van bedrijven op hun internationale pad. **De gesproken ondernemers vragen vooral naar buitenlandse diplomatieke vertegenwoordiging in het buitenland), georganiseerde handelsmissies en matchmakingdiensten.**

**Figuur 10** Voorkeur voor soorten gewenste overheidsdiensten, in %



#### Ondernemersverhaal van Hortilife door TINL-partner Oost NL

Hortilife uit Deventer is al meer dan 30 jaar een internationale speler op het gebied van commerciële kassen voor groenteteelt. Het bedrijf is gespecialiseerd in de ontwikkeling van kant-en-klare kassenprojecten, gericht op indoor groenteteelt in uitdagende klimaatomstandigheden. Deze kassen worden op maat gemaakt, afhankelijk van de behoeften van de klant, technologische niveaus en de gewassen die geteeld worden. Met geautomatiseerde systemen voor optimale groei, zoals verwarming, irrigatie, en klimaat- en lichtregeling biedt Hortilife complete kasoplossingen. Daarnaast levert het ook irrigatiesystemen voor open teelt. De voornaamste focus van Hortilife lag op export naar Rusland en Oekraïne.

In een tijd waarin de wereldbevolking groeit en er steeds meer vraag is naar duurzame voedseloplossingen met respect voor het milieu, groeit de noodzaak voor efficiënte gewasproductie ook. Oost NL ondersteunt Hortilife hierin door bijvoorbeeld te adviseren over exportfinanciering via Invest International en partner OHV en te wijzen op de mogelijkheden van het Enterprise Europe Network voor matchmaking en verschillende handelsmissies. Naar aanleiding van de gesprekken met Oost NL maakte Hortilife kennis met een innovatieve Nederlandse startup voor mogelijke samenwerking. Ook heeft het bedrijf deelgenomen aan een handelsmissie naar Polen in november 2023. In diezelfde maand vond een vervolgoverleg plaats over deelname aan het Ukraine Rebuild Fund (UKF). Dit heeft geleid tot een aanvraag voor een wederopbouwproject in Oekraïne, waarbij verwoeste kassen hersteld worden en lokale boeren worden ondersteund om zelfvoorzienend te zijn in voedselproductie. Hortilife zal zich blijven inzetten voor duurzame voedselvoorziening en innovatieve samenwerkingen om zo een positieve impact te hebben op de voedselproductie in uitdagende omstandigheden.

Figuur 11 illustreert de toename in het gebruik van diensten door TRP-bedrijven. Opvallend is dat tijdens de looptijd van het TRP (2020 – 2023) het gebruik van diensten aanzienlijk steeg, meer dan in de voorgaande jaren. Dit kan worden toegeschreven aan het feit dat we frequenter in contact staan met ondernemers. Bekendheid en persoonlijk contact creëert een vraag naar dienstverlening. Deze stijging is niet alleen zichtbaar in de diversiteit en uitbreiding van het dienstenaanbod, maar ook in de groeiende vraag vanuit het bedrijfsleven. Dit omvat toegespitste matchmakingevenementen, opschalingsprogramma's zoals de Globaliser en het Export Accelerator Programma, en uitgebreide marktanalyses.

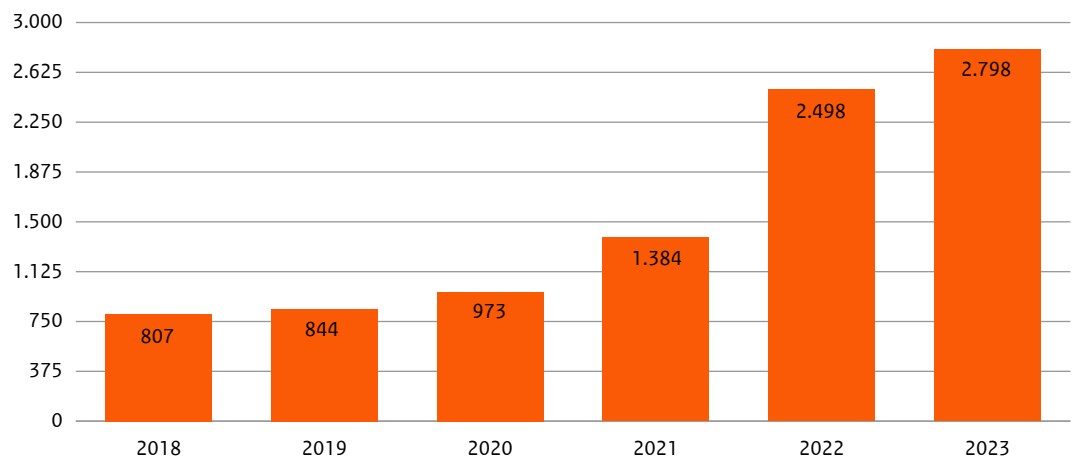
De synergie en de effectiviteit van de samenwerkingsrelaties tussen RVO en haar partners binnen het TINL-netwerk zijn verder ontwikkeld, vooral op het gebied van kennisuitwisseling,

netwerkvorming, organisatie van evenementen en onderlinge doorverwijzingen. Deze verbeterde samenwerking leidt tot een meer doelmatige inzet van de beschikbare middelen. Hierbij komt het belang van persoonlijke introducties en directe, warme doorverwijzingen zowel naar publieke als private partijen nadrukkelijk naar voren.

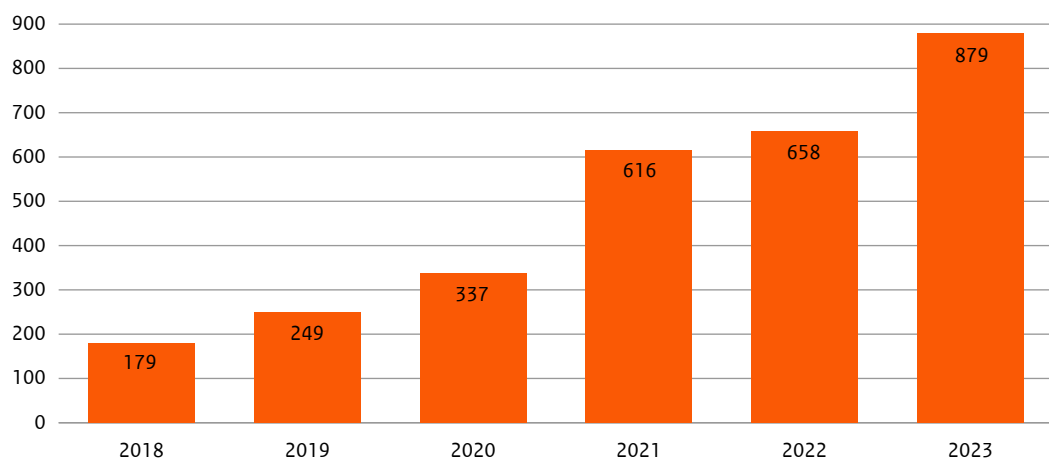
Ondernemers deden mee aan netwerkbijeenkomsten en evenementen gericht op innovatie of technologische ontwikkeling, webinars en (economische) missies. Bovendien verwijst het TRP-bedrijven proactief door naar regionale activiteiten en evenementen.

Uit Figuur 12 blijkt dat het aantal TRP-bedrijven dat deelneemt aan door de overheid georganiseerde evenementen en activiteiten in de loop van de tijd is gestegen.

**Figuur 11** Overheidsondersteuning naar aantal diensten per jaar



**Figuur 12** Aantal deelnemende TRP-bedrijven aan evenementen

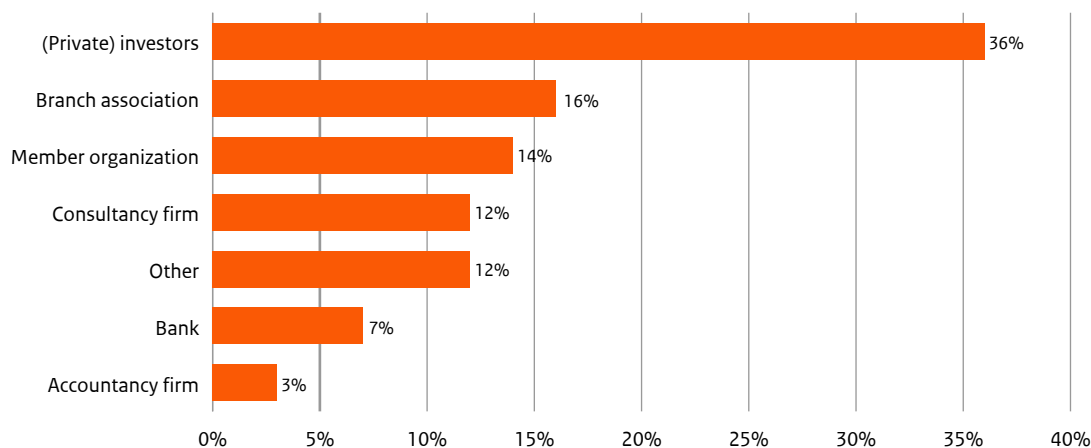


• **Private dienstverlening – behoefte aan soorten diensten private sector**

Ondernemers benutten vaak een combinatie van publieke en private diensten. Om een compleet beeld te krijgen hebben we ondernemers ook gevraagd naar de ondersteuning die zij van private partijen ontvangen.

Uit Figuur 13 blijkt welke diensten vanuit de private sector gewenst zijn om bedrijven te ondersteunen in hun internationale groei. Hieruit komt naar voren dat [bedrijven op zoek zijn naar investeerders voor \(aanvullende\) financiering en intensievere ondersteuning van branche- en sectororganisaties](#).

**Figuur 13** Voorkeur voor soorten gewenste diensten private sector, in %



**Ondernemersverhaal van UAB-Online door TINL-partner Rotterdam Partners**

UAB-Online is de industriestandaard en marktleider in vloeibare bulk in West-Europa, met klanten als Kooles, VTTI, Shell, BP en DOW. Het bedrijf biedt een SaaS-platform dat de maritieme activiteiten in de vloeibare bulkvaart optimaliseert, wat ervoor zorgt dat terminals (raffinaderijen, overslagterminals, chemische fabrieken) en landmeters de exploitatie van zee- en binnenvaartschepen kunnen voorbereiden voordat een schip wordt afgemeerd. Deze manier van werken verkort de verblijfstijd op de terminal met ongeveer 90 minuten, wat een aanzienlijke efficiëntiewinst én een emissiereductie betekent.

UAB-Online wil in 2024 verder groeien in de belangrijke knooppunten Houston en Singapore en heeft de ambitie om de mondiale standaard te worden in de hele maritieme (vloeibare bulk) sector. Ze vinden dat de scheepvaartsector een fundamentele verschuiving nodig heeft naar standaardisatie en digitalisering van processen om efficiënter te worden, veiligheidsmaatregelen te verbeteren en de uitstoot van broeikasgassen te bestrijden. Het doel is dan ook om de hele sector van onderaf duurzamer te maken. Dit is niet makkelijk, maar UAB-Online biedt bewezen oplossingen.

In mei 2023 nam UAB-online deel aan hun eerste handelsmissie naar Singapore rond Smart and Sustainable Shipping, georganiseerd door Rotterdam Partners in samenwerking met de gemeente Rotterdam, Rotterdam Maritime Capital of Europe, Port of Rotterdam, Netherlands Maritime Technology en de Koninklijke Nederlandse Ambassade in Singapore. Het bedrijf heeft zich georiënteerd op de markt en verloopaanpak. Er is contact gelegd met het ambassadeteam, bedrijven en mensen binnen de Rotterdamse delegatie, waaronder Havenbedrijf Rotterdam. Dit alles bleek zeer waardevol. In Singapore kwam UAB-online in contact met Peter Goedvolk van First Dutch, wat in oktober 2023 resulteerde in een investering die de verdere groei van het bedrijf gaat helpen realiseren.

UAB-Online kan terugkijken op een zeer succesvolle deelname aan de handelsmissie, waar zij de vruchten van hebben kunnen plukken. Het lijkt erop dat zij dit succes ook op lange termijn kunnen blijven voortzetten.



### • 3.5 Follow-upactiviteiten en services (diensten)

De ondersteuning aan ondernemers onderscheidt zich in het aantal geregistreerde follow-upactiviteiten en services bij bedrijven. Follow-upactiviteiten zijn geplande acties die tijdens het gesprek met ondernemers zijn overeengekomen en nog moeten worden uitgevoerd, en kunnen uitgroeien tot services. Services zijn daarentegen daadwerkelijk gerealiseerde en geleverde (aanvullende) diensten door publieke dienstverleners aan deze bedrijven.

Ook dit jaar leidt gemiddeld ieder gesprek in het kader van het TRP-programma tot concrete follow-up. Deze follow-up varieert van doelgerichte doorverwijzingen naar een branchegeenoot, een publieke instantie of een partner binnen het private

netwerk, tot meer specifieke vervolgstappen. De follow-upactiviteiten delen we in drie categorieën in: kennis en informatie, netwerken en contacten, en overige.

Uit Tabel H blijkt dat de eerste behoefte van ondernemers voornamelijk ligt bij het verkrijgen van zakelijke contacten en netwerkpartners. Deze behoefte is vooral merkbaar bij het internationaal zakendoen binnen Europa. Ook vanuit innovatieperspectief is er een toegenomen focus op de Europese context, samenwerking met Europese partners en activiteiten binnen de Europese markten. Dit toont aan dat bedrijven steeds strategischer en gericht te werk gaan bij hun internationale expansie, waarbij ze het belang van het opbouwen van sterke netwerken erkennen als sleutel tot succes.

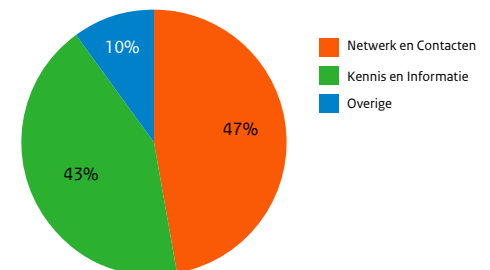
**Tabel H** Follow-upactiviteiten, in soort en %

Type follow-upactiviteiten	Aantal	Percentage
Netwerk en Contacten	537	41%
Kennis en Informatie	465	35%
Overige	318	24%
<b>Totaal</b>	<b>1.320</b>	<b>100%</b>

Services (zie Figuur 14) zijn daadwerkelijk uitgevoerde follow-upactiviteiten, gedefinieerd als geleverde/afgenomen diensten die minimaal een half uur in beslag namen. Diensten die minder dan een half uur duren, worden niet als een service beschouwd en zijn daarom niet opgenomen in onze statistieken. Deze services kunnen bestaan uit het verrichten van een markt- of sectoranalyse, het benutten van regionale of nationale voucherregelingen, het voeren van aanvullende adviesgesprekken of het deelnemen aan beurzen of economische missies.

Ook uit Figuur 14 blijkt dat de follow-up-acties die uiteindelijk hebben geleid tot een service voornamelijk gericht zijn op het verkrijgen van zakelijke contacten en netwerkpartners.

**Figuur 14** Services (diensten), in soorten en %



# Hoofdstuk 4

## Doorontwikkeling TRP

**D**e basis van het TRP blijft de komende jaren gelijk, maar de doorontwikkeling ervan draagt bij aan het verbeteren van publieke en private dienstverlening aan bedrijven. Daarom denken we aan de volgende zaken:

### Verbinding met nationale beleidskeuzes

Het ministerie van BZ en EZK werken gezamenlijk aan het op elkaar aansluiten van handels- en innovatie-, en industriebeleid<sup>8</sup>. Hierdoor worden keuzes gemaakt voor specifieke markt-thema combinaties. Het TRP kan hieraan bijdragen door de keuzes van de te bezoeken bedrijven hier meer op af te stemmen, in samenhang met regionale prioriteiten.

### Account- en portfoliomanagement

De afgelopen jaren heeft TINL ervoor gezorgd dat bezochte bedrijven accountmanagement hebben gekregen. Dit betekent dat bedrijven een “warm” contact hebben voor hun vragen en dat de accountmanagers contact zoeken wanneer ze denken dat bepaalde activiteiten of ontwikkelingen interessant zijn voor het bedrijf. Nu het aantal bedrijven is toegenomen is de behoefte aan portfoliomanagement aan het ontstaan om het accountmanagement beheersbaar te houden. TINL wil hiervoor een gezamenlijke aanpak gaan ontwikkelen.

### Strategische gesprekken met mkb+ en grootbedrijven

We gaan door met het ontwikkelen van strategisch accountmanagement. Gesprekken met grote bedrijven richten zich niet zozeer op individuele dienstverlening, maar op bredere publieke belangen die voor het bedrijf van belang zijn. Denk bijvoorbeeld aan langetermijnstrategieën en mondiale trends. Dit geeft een beter beeld van de ontwikkeling van het betreffende ecosysteem waarin mkb-bedrijven opereren en hoe internationalisering daaraan bijdraagt.

### Business development vs Internationalisering

De inhoud van de TRP-gesprekken die gevoerd worden verschilt sterk van elkaar. Bedrijven in de business development fase focussen op lokale marktversterking. Dit doen zij door het ontwikkelen en optimaliseren van hun bedrijfsmodel, productaanbod en marktstrategieën. Zij leggen hierbij de nadruk op innovatie, differentiatie,

klantrelaties en merkreputatie. Internationalisering is dan ook niet het enige onderwerp dat een bedrijf wil bespreken. TRP-gesprekken zijn gericht op het helpen bij internationalisering en worden gevoerd door mensen met specialistische kennis op dit gebied. Het is zaak de focus van de gesprekken te houden op internationalisering, maar ook het rugzakje van de trade development adviseurs verder te vullen met handige informatie waar ondernemers met hun business development vragen terecht kunnen.

### Weerbaar ondernemen (Economische weerbaarheid/veiligheid)

In toenemende mate ontvangen wij signalen van bedrijven over uitdagingen bij zakendoen in zogenaamde derde landen (landen buiten de EU). Deze uitdagingen hebben vooral betrekking op schendingen van het intellectueel eigendom (IPR), afhankelijkheden, oneerlijke samenwerkingsvorming (in strategische en hoogtechnologische sectoren), en verschillende vormen van ongewenste kennisoverdracht. Bedrijven zijn op zoek naar meer ondersteuning en begeleiding hierbij. Al jarenlang ondersteunen we daarom het bedrijfsleven op dit gebied. Dit doen we onder andere via individuele ondersteuning vanuit RVO klantcontact, campagnes, en e-learning modules. Maar we zetten ook in op collectieve activiteiten zoals bewustwordings- en informatiesessies, workshops, en voorbereidingsbijeenkomsten bij deelname aan beurzen en missies. Ook in samenwerking met verschillende regionale TINL-partners en brancheorganisaties worden bedrijven uit verschillende regio's, sectoren en industrieën geïnformeerd over weerbaar ondernemen.

Voor het Nederlandse kennisintensieve mkb is in mei 2023 een informatie- en adviesloket geopend; het Ondernemersloket Economische Veiligheid (OLEV). De website van OLEV<sup>9</sup> verschaft informatie over diverse onderwerpen rondom economische veiligheid, waaronder export van strategische goederen, spionage, cyberdreigingen en informatie over de Wet Vifo (Wet Veiligheidstoets investeringen, fusies en overnames). Dit is een wet die het mogelijk maakt om wijzigingen in zeggenschap te toetsen in het geval van investeringen, fusies en overnames.

<sup>8</sup> [https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven\\_regering/detail?did=2023D29q14&id=2023Z12369](https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/brieven_regering/detail?did=2023D29q14&id=2023Z12369).

<sup>9</sup> [Ondernemersloket Economische Veiligheid | Ondernemersloket Economische Veiligheid](#)

Voor ondernemers is het cruciaal om zich grondig voor te bereiden bij internationaal zakendoen, ook wanneer men nog aan het verkennen is. Het betreden van een buitenlandse markt of samenwerken met een buitenlandse zakenpartner brengt verschillende uitdagingen en risico's met zich mee. Met een goede voorbereiding kunnen de uitdagingen worden aangepakt en de kansen ten volle worden benut. Deze voorbereiding gaat verder dan alleen aandacht voor financiële aspecten en een gedegen marktonderzoek. Het omvat een

- diepgaand vooronderzoek naar aspecten zoals:
- de waarde van de eigen kennis en innovatie;
  - het beschermen van het intellectueel eigendom;
  - het kiezen van het juiste moment voor informatiedeling en met wie;
  - de betrouwbaarheid van zakelijke partners;
  - (product)afhankelijkheden; en
  - cyberhygiëne en cybersecurity.

In onze gesprekken geven we ook zeker aandacht aan weerbaar ondernemen.

#### **Ondernemersverhaal van Jaga door TINL-partner BOM**

Al ruim 50 jaar levert Jaga nieuwe concepten en producten voor de verwarmingswereld. Jaga, ook wel bekend als Konvektco Nederland, importeert designradiatoren voor verwarming en koeling en heeft exclusieve verkooprechten voor Nederland, Canada en de VS. Jaga heeft in de afgelopen jaren veel ervaring opgedaan met internationale vestiging en expansie in Noord-Amerika. Het vizier is nu gericht op nieuwe exportmarkten in Azië. Maar het bedrijf stond voor de vraag in welke markt te beginnen: Japan, Zuid-Korea, Taiwan.....? Een perfecte business case voor het Export Accelerator Programma (EAP), dat tijdens een Trade Relations bezoek door de BOM is toegelicht. Eigenaar Chris Heerius was hierna overtuigd van de meerwaarde van EAP voor zijn ambities.

De voorjaarseditie van het programma werd gevolgd door zoon Bastiaan. Het verkennen van markten en ontdekken van de product-market fit waren voor Jaga van essentieel belang. Dankzij de tools en klankbordfunctie van het EAP en de begeleidende BOM-coach, kwam Jaga tot een weloverwogen keuze: Zuid-Korea. Na het introduceren van de verantwoordelijke RVO business development coach, kwamen de lijntjes naar de ambassade in Seoul snel tot stand. Deze connectie bleek, net als het postennetwerk in Canada en de VS, een succes in het voorzien van marktinformatie en relevante zakelijke contacten. De deelname aan het EAP hielp Jaga tot een doortimmerde internationaliseringsstrategie en aanpak voor het betreden van de Zuid-Koreaanse markt. Na afloop van het programma reisden vader en zoon af naar de Heating, Ventilation & Air Conditioning (HVAC)-expositie in Seoul om validatie-interviews te houden met relevante stakeholders en potentiële klanten. Nieuwe inzichten over distributiestrategieën en de product-market fit van Jaga waren het resultaat. Inmiddels een halfjaar verder wordt de eerste afzet gerealiseerd. Bastiaan Heerius sluit af: *“Ik raad elke ondernemer die een nieuwe internationale markt wil betreden het Export Accelerator Programma aan: praktisch, leerzaam en met garantie op succesvol aansluiten van je eerste buitenlandse klant!”*

#### **Ondernemersverhaal van Toogethr door TINL-partner ROM Utrecht Region**

Toogethr is een softwarebedrijf dat slimme parking, ev-charging en mobiliteitssoftware ontwikkelt. Sinds de oprichting in 2016, zijn ze uitgegroeid tot een innovatieve, volwaardige mobiliteitspartner voor grote (vastgoed) bedrijven in Nederland, België en Duitsland. Met slimme datatools, zoals fietsstimulering voor werknemers en slimme parkeeroplossingen voor bedrijven en vastgoedbeheerders, helpen ze hun klanten om hun woon-werkverkeer en parkeeromgeving prettiger, efficiënter en duurzamer te maken. Toogethr is actief in meer dan 8 landen en volgt vooral de landen waarin de multinationals, die Toogethr als klant heeft, actief zijn. Vanwege de potentie van de Duitse markt hebben ze ook een kantoor in de regio München.

De ambities zijn hoog en de internationale vooruitzichten rooskleurig. Hoog op de agenda van het (internationale) bedrijfsleven staat het verbeteren van hun duurzaamheid. Het Nederlandse bedrijfsleven heeft een comparatief voordeel in internationale zin omdat zij hier al langer mee bezig zijn. De conclusie is dan ook dat Toogethr groei in haar export verwacht de komende jaren. Sinds haar oprichting heeft Toogethr bij (een deel van) haar internationale activiteiten gebruik gemaakt van de mogelijkheden die worden geboden door de ROM Utrecht Region. Zo namen ze geregeld deel aan handelsmissies, bezochten ze informatiebijeenkomsten en webinars, en maakten ze gebruik van het postennetwerk en sectorstudies.

In 2023 nam Toogethr deel aan de inspiratiemissie naar Engeland (Manchester, Birmingham en Londen). Ook stonden ze op het Nederlandse Fietspaviljoen op de IAA. Deze activiteiten en het maken van verschillende interessante zakelijke contacten werd mede georganiseerd en geregeld door de ROM Utrecht Region. Het is nog vroeg om te zeggen of uit de activiteiten in 2023 deals zullen voortkomen, maar het contact is gelegd en de leads zijn opgehaald. Iets wat op langere termijn zeker wat gaat opleveren.

# Hoofdstuk 5

## Aanbevelingen

**T**ot slot presenteren we in dit hoofdstuk onderwerpen die ter sprake kwamen in de gesprekken en mogelijk geadresseerd kunnen worden in samenwerking met andere partijen.

### Verschuiving van markten

We zien dat het mkb zich meer richt op nabije markten, zoals Europa, bij internationalisering. Hierbij kan het behulpzaam zijn om het mkb te stimuleren om samenwerkingsverbanden aan te gaan met lokale bedrijven en netwerkpartners binnen Europese markten. Daarnaast kan het helpen om bedrijven aan te moedigen tot deelname aan regionale handelsbeurzen, conferenties en evenementen binnen Europa. Zo kunnen zij hun producten en diensten presenteren aan potentiële klanten en partners. EU-financierings- en ondersteuningsprogramma's die specifiek gericht zijn op het bevorderen van internationalisering binnen de EU-markt kunnen interessant zijn voor bedrijven die werkzaam zijn in voor de programma's relevante sectoren. Denk bijvoorbeeld aan het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) en het Europees Fonds voor Strategische Investerings (EFSI). Tot slot is het raadzaam te investeren in taaltrainingen en interculturele vaardigheden, juist binnen Europa. Taalvaardigheid en cultureel begrip zijn noodzakelijk om succesvol zaken te doen.

### Het aanbieden van een meer integrale en bredere dienstverlening

TRP-gesprekken hebben als doel bedrijven te ondersteunen bij internationalisering. De bedrijven hebben echter ook behoefte om andere zaken aan de orde te stellen, zoals financieringsproblemen en ondersteuning bij opschaling en innovatie. Ondernemers hebben moeite met het zoeken naar financiering en het doorgronden van de aanvraagprocedures van overheidsregelingen. Dit verschijnsel speelt breed en het ministerie van EZK zet stappen om hier samen met partners verbetering in aan te brengen<sup>10</sup>.

Deze verbetering zal indirect ook positief bijdragen aan het vermogen van het mkb om internationaal actief te zijn. Voor internationaal zakendoen zijn al stappen gezet in de uitvoering van het 'no wrong door' principe door RVO, KVK en regionale ontwikkelingsmaatschappijen (ROM's) en warm doorverwijzen. In onze gesprekken noemen ondernemers onder andere het 'Ondernemersplein'<sup>11</sup> als een plek op het internet waar zij kijken voor het aanbod van de overheid.

### Beursdeelname

Mkb-ondernemers kiezen steeds vaker voor een bezoekersrol in plaats van exposant op beurzen, wat tijd en kosten bespaart. Exponeren is vooral bij grotere bedrijven populair. [De focus verschuift naar gespecialiseerde vakbeurzen. Er is op dergelijke beurzen interesse in collectieve stands onder de Nederlandse vlag.](#) Dit biedt ondernemers kostenefficiënte netwerkmogelijkheden en zichtbaarheid. RVO heeft, in samenwerking met publieke en private partners, het aanbod voor deelname of bezoek aan gespecialiseerde beurzen vergroot. Onze gesprekken laten zien dat ondernemers dit waarderen. En het positioneert Nederland als hoogtechnologisch land. Het behouden of verder uitbreiden van dit aanbod draagt bij aan internationaal succes voor de deelnemende bedrijven.

### Buitenlandnetwerk

Het valt op in de gesprekken dat veel ondernemers nog onvoldoende bekend zijn met de rol, functie en het belang van RVO en de Nederlandse ambassades. Het TRP draagt bij aan het wegnemen hiervan bij de bezochte bedrijven. Het is daarnaast de moeite waard voor RVO om de eigen diensten en die van de ambassades nog actiever te promoten. Het verder ontwikkelen van de samenwerking van regionale TINL-partners met het netwerk van Nederlandse ambassades is van belang voor het, waar relevant, verbinden van bedrijvenclusters op het werkprogramma en het netwerk van de ambassades.

<sup>10</sup> <https://open.overheid.nl/documenten/ronl-f112069ed8596ad7b545bd2da3618bcoad821cd3/pdf>

<sup>11</sup> [Ondernemersplein | Alles van de overheid op één plek \(kvk.nl\)](#)

## • Colofon

Dit rapport is een publicatie van:

[Rijksdienst voor Ondernemend Nederland](#)

Prinses Beatrixlaan 2 | 2595 AL Den Haag

Postbus 93144 | 2509 AC Den Haag

De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) stimuleert duurzaam, agrarisch, innovatief en internationaal ondernemen. Met subsidies, het vinden van zakenpartners, kennis en het voldoen aan wet- en regelgeving. RVO werkt in opdracht van ministeries en de Europese Unie. RVO is een onderdeel van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat.

### • Trade coördinatoren

Bas Akkers (Rom Utrecht Region)

Jorrit van Dijck / Sevkan Cevirgen (Rotterdam Partners)

Danielle Gerrand (Brainport Development)

Eric Hanson (Horizon Flevoland)

Mark Smits (LIOF)

Marit Kuypers (InnovationQuarter)

Wibo van Wier (Oost NL/NOM)

Jorrit Saaltink (Amsterdam Trade & Innovate)

Kristel Snoeij (Impuls Zeeland)

Renée Versteegde Derks / Mark Koppers (BOM)

Peter Smits (RVO)

### • Business intelligence

Marc Koster

Pim Krouwel

Peter Smits

### • Achilles RVO

Thijs de Jong

### • Redactie

Peter Smits

### • Eindredactie

Peter Smits

Emar Gemmeke

Cees Dekker

### • Vormgeving & Advies

Xerox | OSAGE

### • Foto voorpagina

Jos Hummelen, ROM Utrecht Region

Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan onder voorwaarde van de bronvermelding.

Deze publicatie is tot stand gekomen in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken en in samenwerking met de TINL-partners.



Ministerie van Buitenlandse Zaken

De TINL-partners hebben een unieke positie als uitvoeringsinstrument van Rijk en Regio. Zij versterken de innovatie- en concurrentiekracht in hun regio en vervullen een rol bij het ontwikkelen van (internationale) ecosystemen, bovenregionale samenwerking en het versnellen van maatschappelijke transitie. Ook dragen de TINL-partners bij aan het geïntegreerd inzetten van innovaties, investeringen en export voor (internationale) ecosysteemontwikkeling.

## Een krachtig publiek netwerk dat het verdienvermogen van Nederland versterkt



Rijksdienst voor Ondernemend  
Nederland



BRAINPORT  
EINDHOVEN



Brabant Development Agency

BOM

HORIZON» RIJMSDE VOOR  
ONDERNEMEN  
IN FLEVOLAND

amsterdam  
TRADE&INNOVATE



LI OF



Innovation  
Quarter



Impuls  
Zeeland

NOM



oost.nl



ROTTERDAM  
PARTNERS

ROM Vrecht  
Region

ROM