

Export naar Duitsland verloopt moeizaam

Nederland pakt flink uit op de Hannover Messe deze week, want de uitvoer naar de oosterburen blijft achter

Frank Gersdorf en Arlinde Vrooman
Amsterdam

Het Nederlandse bedrijfsleven slaagt er niet in de uitvoer naar Duitsland te vergroten, ondanks de goede voornemens en hoge doelstellingen van brancheverenigingen en overheid. In 2016 is de uitvoer naar veruit de belangrijkste afzetmarkt van Nederlandse ondernemingen zelfs licht gedaald.

Dit blijkt uit voorlopige handelscijfers van het CBS en definitieve van de Duitse zusterorganisatie Destatis. In 2016 nam de uitvoer naar Duitsland volgens het CBS met een klein procent af tot €98 mrd. Destatis, dat een afwijkend rekenmodel hanteert, komt zelfs uit op een daling van de import uit Nederland met 5%. Ook als naar eerdere cijfers wordt gekeken en naar cijfers die geschoond zijn voor minerale brandstoffen en wederuitvoer — die grote invloed hebben op de export — scoort Nederland niet goed.

Ondernemers en brancheverenigingen bevestigen dat het Nederlandse bedrijfsleven in Duitsland amper vooruitkomt. De concurrentie met andere landen is er moordend en door de taalbarrière en verschillen in bedrijfscultuur blijft het voor Nederlandse ondernemers moeilijk voet aan de grond te krijgen.

‘Ik heb niet het gevoel dat de export naar Duitsland hosanna is’, zegt Enrico Kretschmar, directeur van Gateway to Germany, een bedrijf in Utrecht dat Nederlandse bedrijven op weg helpt in Duitsland. ‘Voor ieder bedrijf dat ik spreek en dat zegt dat het steeds beter gaat in Duitsland, zijn er minimaal drie die zeggen dat het in Duitsland nog steeds van geen meter gaat met de uitvoer.’ Kretschmar noemt zakendoen in Duitsland een ‘marathon’, een lastige klus waarvoor een lange adem nodig is en een degelijke voorbereiding en aanpak onontbeerlijk zijn.

De metaalfederatie FME constateert dat er voor de technologische industrie ‘nog wel wat te winnen valt’ in Duitsland, in het bijzonder in regio’s die verder weg liggen dan Noordrijn-Westfalen, de grote deelstaat die aan Nederland grenst. De metaalindustrie pakt daarom flink uit op de Hannover Messe, die vandaag begint en waar prins Constantijn en staatssecretaris van Onderwijs Sander Dekker Nederlandse bedrijven zullen promoten. De bloemensector blikte wel met tevredenheid terug op 2016, maar zegt dat de concurrentie in Duitsland steeds feller wordt, met name uit Afrika.

De stagnatie van de uitvoer naar Duitsland staat lijnrecht op de ambities die het bedrijfsleven eind 2014 heeft geformuleerd. De Duits-Nederlandse Kamer van Koophandel (DNHK) in Den Haag, metaalvereniging FME en industri lobby VNO-NCW stelden destijds dat de uitvoer in tien jaar tijd verdrie- of verviervoudigd zou kunnen worden. De organisaties riepen in een gezamenlijke ‘Duitsland-agenda’, waaraan ook de Duitse ambassade had meegewerkt, op tot een krachtenbundeling van



Een robot op de Hannover Messe, die vandaag van start gaat.



Henk Kamp
FOTO: GUUS SCHOONEWILLE

bedrijfsleven en overheid. Minister Henk Kamp van Economische Zaken verklaarde volgens de DNHK bij de overhandiging van het actieplan te willen meedenken: ‘Duitsland is onze grootste vriend. Onze economische relatie is wereldwijd uniek.’

De DNHK, die de gangmaker was van het campagneplan, wijst in een reactie erop dat ‘de ontwikkeling van de Nederlandse export naar Duitsland in is lijn met die van andere West-Europese industrielanden.’ De vraag of het doel van ruim twee jaar geleden nog overeind staat of moet worden herzien, laat de handelsvereniging onbeantwoord. ‘Alle initiatieven en de handelsbevordering uit de laatste jaren waren belangrijk. Anders was de export mogelijk nog verder gekrompen. Wij bevinden ons nu op een hoog niveau, maar dit is geen “Selbstläufer”. Dus Nederland moet doorgaan met zijn inspanningen om in Duitsland succesvol te blijven.’

Nederland heeft de afgelopen jaren, voor en na de publicatie van de Duitsland-agenda, veel uit de kast gehaald om het bedrijfsleven beter op de Duitse kaart te krijgen. Meer en zwaarder bezette handelsmissies zijn naar het buurland gereisd en er waren

meer Nederlandse stands op de vele handelsbeurzen die er in Duitsland van oudsher zijn. Het koninklijk paar maakt ieder jaar een uitstapje naar een regio die economisch voor Nederland interessant is en ook de politiek heeft de banden aangehaald. Op speciale Duitsland-dagen in Nederland moeten leerlingen enthousiast worden gemaakt voor de Duitse taal en ondernemers voor de Duitse markt.

“
‘Alle initiatieven uit de laatste jaren waren belangrijk. Zonder was de export mogelijk nog verder gekrompen’

Reactie Nederlands-Duitse KvK

Wereldhandel

De wereldhandel zit sinds 2011 in een periode van stagnatie. Dat zegt de Groningse hoogleraar Marcel Timmer in de jongste editie van economisch vakblad ESB. Sindsdien stokt ook de Nederlandse uitvoer naar Duitsland. Volgens Bart Los, hoogleraar aan de RuG en medeauteur van het ESB-artikel, is dat waarschijnlijk toeval. ‘De door ons gevonden effecten van veranderingen in de consumptie- en investeringsvraag zijn vooral het gevolg van ontwikkelingen in opkomende economieën’, zegt hij. Zo leidt snel toenemende welvaart onder sommige groepen in China tot meer consumptie van diensten, die vaker plaatsgebonden zijn. Daardoor neemt de import af. Ook draagt toenemende kennis bij aan minder handel. ‘Producenten kunnen steeds meer componenten en halffabrikaten die eerder moesten worden geïmporteerd zelf maken’, legt Los uit. ‘Maar ook dat speelt vooral in China.’ De verklaring voor de Nederlandse exportstagnatie moet volgens hem gezocht worden in de Duitse groei, die na een aanvankelijk herstel van de crisis ‘behoorlijk is afgevlakt’.

Sommigen hebben de hoge doelstellingen van de Duitsland-agenda nooit serieus genomen. Kretschmar van Gateway to Germany zegt dat dat door de sterke concurrentie en de slechte toegankelijkheid van de markt het voor de hand ligt dat de uitvoer naar Duitsland op zijn best een fractie sneller groeit dan de Duitse en Nederlandse economie. ‘Een verdrievoudiging van de uitvoer ligt nog enkele decennia bij ons vandaan.’

Softwareondernemer Erik van Marle bevestigt dat Duitsland een moeilijke markt is. De eerste jaren vroeg hij zich soms af of doorgaan wel zin had, maar nadat hij een Duitse bedrijfsleider had aangenomen en de website aan de Duitse gebruiken en eisen had aangepast, lopen de zaken nu, in het vierde jaar, goed.

Ook voor tuinbouwbedrijf Koppert Cress is de toetreding tot de Duitse markt na een verandering in aanpak geslaagd, vertelt sales director Bart Leemans. Het bedrijf heeft een countrymanager aangesteld, afkomstig uit Duitsland, die de belangen behartigt. En de handel gaat nu ‘prima’, met Duitsland als grootste groeiemarkt voor de verkoop van zijn microgroenten.