

# Trends in Export 2012



---

# Trends in Export 2012

Een gezamenlijk initiatief van  
kredietverzekeraar Atradius en exportorganisatie Fenedex



Your  
export network

# Index

	Belangrijkste resultaten Trends in Export 2012	5
1	Inleiding	7
2	Kenmerken exporteurs	9
3	Exportontwikkelingen	15
4	Exportbestemmingen	23
5	Nederlandse maakindustrie	33
6	Betalingscondities en financiering	37
7	Go East or stay West? Waar ligt de exportgroei?	43

## Belangrijkste resultaten Trends in Export 2012

Hoe heeft de export zich ontwikkeld in 2011 en wat zijn de verwachtingen van Nederlandse ondernemers voor de export in 2012? Heeft de huidige crisis effect op exporterende bedrijven en zo ja, in welke mate? Blijft Nederland exporteren naar de traditionele landen binnen Europa of worden nieuwe groeimarkten betreden? Het jaarlijkse onderzoek Trends in Export geeft hierop de antwoorden en fungeert tevens als barometer voor 2012. Een ding is zeker: de export is en blijft een belangrijke katalysator voor het Nederlandse bedrijfsleven.

### Verwachting exportgroei 2011 bijna waargemaakt

De groei van de exportomzet in 2011 is met 10% iets achtergebleven bij de verwachtingen. Waar exporteurs vorig jaar gemiddeld een omzetstijging in de export van 12% voorzagen, werd daadwerkelijk een groei van 10% gerealiseerd. Het CBS laat met 9% een iets lager percentage zien. Voor 2012 zijn Nederlandse exporteurs met een gemiddelde groeiverwachting van 7% wat voorzichtiger, maar wel veel positiever gestemd dan het CPB, dat een prognose van 3,75% geeft.

### Sector chemie en farmacie blijft het goed doen

Net als vorig jaar kan de chemische en farmaceutische industrie een hoog groeipercentage met dubbele cijfers noteren: 18% (versus 16% in 2010). Exporteurs van consumentenartikelen moesten een daling van 2% incasseren. Voor 2012 zijn de verwachtingen voor de sector chemie met een enkel groeicijfer, te weten 7%, wat gematigder.

### Vertrouwen neemt af

De onzekere economische situatie wordt weerspiegeld in het cijfer waarmee exporteurs hun vertrouwen uitdrukken. Op een schaal van 1 tot 10 is dit cijfer na een oplopende reeks gedaald van een 6,6 vorig jaar naar een 6,0 voor 2012.

### Top 5 exportbestemmingen vrijwel onveranderd

66% van de totale uitvoerwaarde wordt behaald in landen binnen Europa. Duitsland, België, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Spanje blijven onze belangrijkste handelspartners. Ten opzichte van 2011 zijn alleen Frankrijk (vorig jaar plaats 4) en het Verenigd Koninkrijk (vorig jaar plaats 3) van plaats verwisseld, maar de verschillen zijn minimaal.

### Enorm potentieel van € 16 miljard in buurland Duitsland

Met bijna € 100 miljard aan uitvoerwaarde is Duitsland onze belangrijkste handelspartner. Maar desgevraagd geeft liefst 56% van de Nederlandse exporteurs aan dat zij hun omzet in Duitsland nog verder denken te kunnen vergroten en dat met gemiddeld 30%. Iets minder dan een vijfde van de respondenten verwacht niet nog meer afzet te kunnen genereren bij onze oosterburen.

### Effect crisis PIGS-landen

De slechte economische situatie in Zuid-Europa is geen aanleiding om niet meer naar landen als Griekenland, Spanje en Italië te exporteren. Verder lijken de lage groeiverwachtingen voor heel Europa niet automatisch een extra stimulans te zijn om buiten de Europese grenzen te kijken naar andere exportmogelijkheden (40% is wel geneigd dit te doen, versus 44% niet).

### Groei in opkomende markten

Naast de grote groeimogelijkheden in Duitsland zien de respondenten ook mogelijkheden in opkomende markten. 38% van hen vindt dat Nederland niet genoeg profiteert van de kansen die daar liggen. Exporteurs geven aan dat

### Buiten Europa vooral India als nieuwe exportmarkt in trek

het moeilijk is om een goede lokale partner te vinden (50%) en ook menen de respondenten dat deze markten onvoldoende toegankelijk zijn (39%). Nieuwe markten en dan met name in Azië worden minder snel betreden dan verwacht zou worden gezien hun toenemende rol in de wereldeconomie. Buiten Azië worden Latijns-Amerika en het Midden-Oosten als veelbelovende markten gezien.

Hoewel slechts 32% van de respondenten verwachtte nieuwe markten te gaan betreden in 2011, heeft maar liefst 47% dit daadwerkelijk gedaan. India valt daarbij op als nieuwe exportbestemming (genoemd door 11%). Na Rusland (9%) wordt ook Turkije (8%) vaak genoemd als nieuw gerealiseerde markt. Voor 2012 blijven de BRIC-landen onverminderd populair als markten die exporteurs als nieuw afzetgebied denken binnen te gaan, met Brazilië, India en Rusland gezamenlijk aan top (elk 9%).

### Meer wederuitvoer

Het percentage wederuitvoer versus export van eigen producten is tussen 2004 en 2011 bijna verdubbeld, van 17% tot 33%. Het percentage respondenten dat zijn producten (gedeeltelijk) in het buitenland produceert ligt net als in eerdere jaren rond de 41%. De verwachting is dat dit in de komende jaren niet wezenlijk zal veranderen. Het land dat het meest in trek is voor externe productie blijft China (13%).

### Exporteurs scherp op betalingscondities

Iets meer dan de helft van de respondenten (55%) geeft aan strikter te zijn geworden met betalingen. Dit is wel minder dan in 2010 toen dit percentage 65% bedroeg. Exporteurs geven aan vertrouwen te hebben in hun bestaande klanten. Waar dat vertrouwen er niet is, gebruiken exporteurs vooral vooruitbetaling (bijna twee derde) om zich in te dekken tegen betalingsrisico's. Ook is een stijging in het gebruik van exportkredietverzekering waar te nemen.

### Verantwoording

In totaal zijn circa 3.900 vragenlijsten verstuurd naar leden en klanten van Fenedex en Atradius. Hiervan zijn 422 vragenlijsten retour ontvangen, waarvan 410 vragenlijsten volledig waren ingevuld, ofwel een respons van ruim 10%. De vragenlijsten zijn in de periode van december 2011 tot en met januari 2012 ingevuld. Gemiddeld hebben de respondenten 150 medewerkers in dienst, waarvan 14 exportmedewerkers. De respondenten hebben gemiddeld 30 jaar exportervaring en exporteren naar 27 landen.

### Dankwoord

Wij spreken onze dank uit aan het NCH en KVK Gooi-, Eem- en Flevoland voor het onder de aandacht brengen van ons onderzoek.

# 1

## Inleiding

Het zijn bijzondere tijden voor de Nederlandse export. Aan de ene kant weten we inmiddels vanuit de CBS-rapportage dat 2011 met een groei van negen procent van de export zonder meer bijgeschreven kan worden als een goed jaar. Aan de andere kant gaat er geen dag voorbij of we worden in de media geconfronteerd met de enorme economische problemen in de wereld. Hoe dit speciaal voor de export te duiden, is nu precies onderwerp van het nieuwste onderzoeksrapport Trends in Export uitgevoerd door Fenedex en Atradius, alweer voor het veertiende jaar op rij.

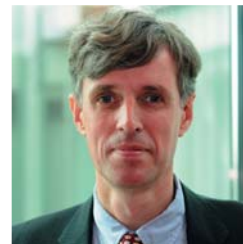
Terugkijkend laat het jaar 2011 in feite twee geheel verschillende gezichten zien. Waren de groeicijfers in de eerste vijf maanden nog spectaculair hoog, in de tweede helft van het jaar was het duidelijk dat de groei van de export ernstig vertraagde. Opvallend genoeg vertoonden de cijfers van de export naar landen buiten Europa in dit tweede deel van het jaar een nog negatiever beeld dan de cijfers voor markten binnen Europa. In een aantal maanden was er zelfs sprake van krimp van de export naar landen buiten de EU, hoewel over het totaal genomen in alle maanden van 2011 nog steeds een groei kon worden opgetekend.

Als we kijken naar de belangrijkste uitkomsten van het voor u liggende rapport dan moet allereerst worden opgemerkt dat de respondenten behoorlijk positief zijn wat betreft de verwachtingen voor 2012. Dit is des te opvallender als we de groeiverwachtingen in Europa bekijken (krimp in Nederland en zelfs in de gehele Eurozone met vanzelfsprekend het zwaartepunt van de krimp in Zuid-Europa) en zeer bescheiden groeipercentages van het bbp in de rest van de wereld. Hiermee in lijn is wel de duidelijke daling van de vertrouwensbarometer. Tegelijkertijd wordt door de respondenten nog steeds een groot onbenut exportpotentieel naar ons buurland Duitsland vastgesteld.

Het onderzoek constateert tevens een stapsgewijze verdere groei van de export naar de zogeheten BRIC-landen. Azië en Zuid-Amerika blijven de trekkers van de wereldeconomie en Rusland, Brazilië en India blijken opnieuw favoriet als nieuwe exportbestemming in 2012. Verplaatsing van de productie naar het buitenland is net als de laatste jaren geen wezenlijk thema. Wat wel zorgen baart is vanzelfsprekend de nog steeds (te) grote afhankelijkheid van de export naar bestemmingen binnen Europa.

Zo geeft het rapport ook dit jaar weer een heldere inzicht in de achtergronden en samenstelling van de Nederlandse export en de daarbij behorende verwachtingen van deze zo belangrijke sector van de Nederlandse economie!

Het is ons een bijzonder genoegen het rapport aan u te presenteren.



Bart Jan Koopman  
Directeur Fenedex



Bert Bruning  
Directeur Atradius

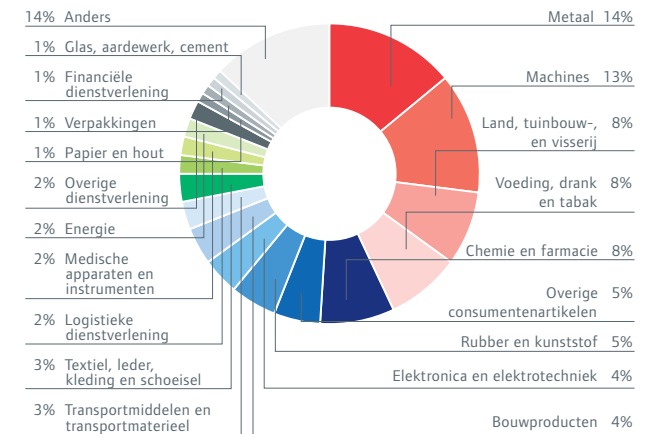


## 2

## Kenmerken exporteurs

In dit hoofdstuk lichten wij de achtergrondkenmerken van de respondenten toe. In onderstaande grafiek staat de verdeling van de respons van dit onderzoek naar branche weergegeven. Zoals ook uit eerdere Trends in Export onderzoeken is gebleken, zijn vrijwel alle sectoren vertegenwoordigd.

### Respons naar branche

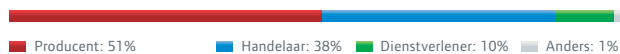


De grootste sectoren zijn de metaalsector (14% van de respondenten) en de machine-industrie (13%). Hierna volgen de land-, tuinbouw en visserij (8%), de voedingsmiddelenindustrie (8%) en de chemie en farmacie (8%). In de categorie 'anders' noemen de respondenten uiteenlopende producten en sectoren zoals diervoeder, automotive producten en milieutechnologie. Verder vallen de infrastructurele bedrijven, leveranciers aan de watersector en de technische groothandel die de enquête hebben beantwoord hieronder, net als de bedrijven die in meerdere sectoren actief zijn.

## Lichte toename zakelijke dienstverlening

Onderstaande grafiek laat zien dat ruim de helft van de respondenten (51%) producent is. Ruim een derde (38%) is handelaar, en 10% is actief in dienstverlening. Ten opzichte van de onderzoeksresultaten in voorgaande jaren is de omvang van de groep bedrijven in de dienstverlening iets gegroeid.

## Respons naar aard van de onderneming

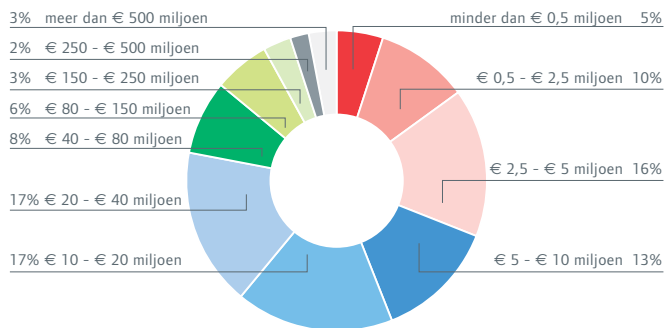


## MKB domineert

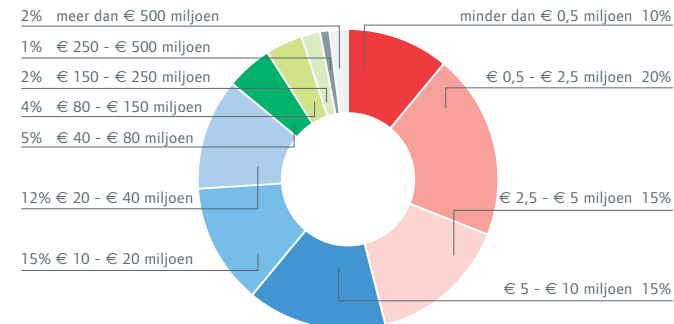
In de volgende grafieken is de verdeling van de respondenten naar omzet en naar exportomzet weergegeven. De gelijkmatige spreiding over de diverse omzetklassen is opvallend. 55% van de respondenten heeft een totale omzet die ligt tussen de € 5 en € 80 miljoen, circa 30% van de respondenten heeft een lagere omzet en circa 15% heeft een hogere omzet.

Van alle respondenten heeft 75% een exportomzet onder de € 20 miljoen en 87% heeft een exportomzet die onder de € 40 miljoen ligt. Dit is in lijn met eerdere jaren.

## Respons naar omzetklasse



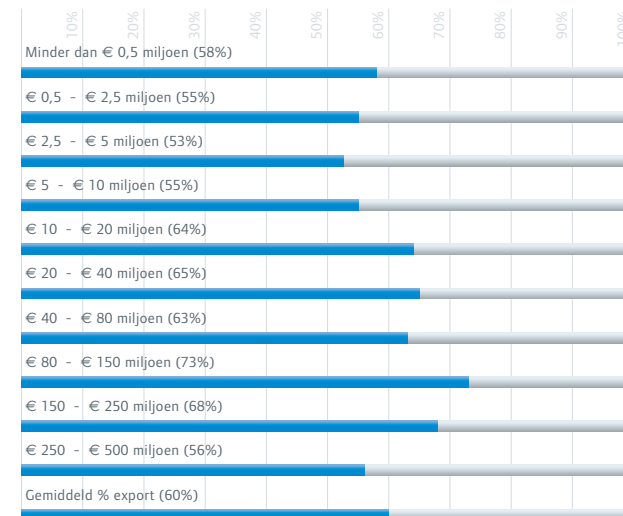
## Exportomzet vanuit Nederland



## Gemiddeld 60% van totale omzet is exportomzet

De respondenten geven aan dat gemiddeld 60% van hun totale omzet voortkomt uit export. Dit percentage exportomzet van de totale omzet stijgt naarmate de omzet van de onderneming groter wordt. Zo haalt de groep bedrijven met een omzet tot € 10 miljoen tussen de 50% en 60% van hun omzet uit export, terwijl bedrijven met een omzet van € 10 miljoen tot € 250 miljoen tussen de 60% en 75% van hun omzet uit export halen.

## Percentage export per omzetklasse

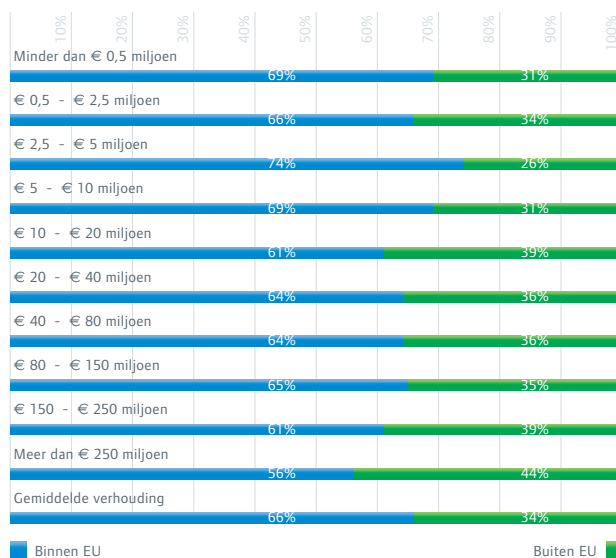


### Tweede exportomzet gerealiseerd binnen Europa, eenderde daarbuiten

De respondenten hebben gemiddeld 30 jaar exportervaring en exporteren naar 27 landen. Dit bevestigt het beeld dat de respondenten veelal (zeer) ervaren exporteurs en internationaal opererende ondernemingen zijn. Gemiddeld wordt 66% van de exportomzet gerealiseerd in de Europese Unie en 34% op daarbuiten gelegen markten.

Ook het CBS heeft cijfers voor 2011 over de verdeling van de totale Nederlandse export. Deze laten zien dat 75% van de uitvoerwaarde export naar EU-landen betreft. De responsgroep van het onderzoek behaalt dus een iets groter aandeel van hun export op markten die verder van huis liggen. In onderstaande grafiek is deze verhouding nog uitgesplitst per omzetklasse.

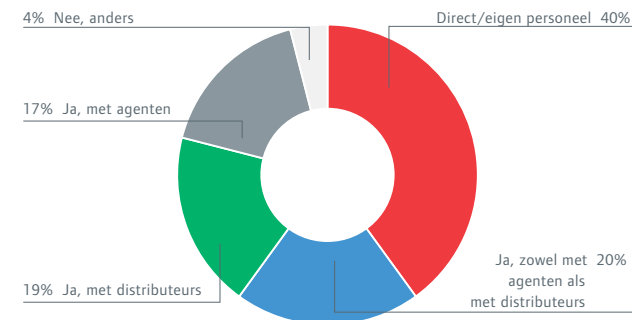
#### Verhouding export binnen/buiten EU per omzetklasse



### 40% exporteurs bewerkt markten rechtstreeks

In de volgende grafiek is te zien via welke distributiekanaalen de respondenten de buitenlandse markten bewerken. Ruim een derde van de respondenten (40%) zet hiervoor eigen personeel in en bewerkt buitenlandse markten dus rechtstreeks, 20% werkt zowel via distributeurs als via handelsagenten, 19% uitsluitend via distributeurs en 17% uitsluitend via handelsagenten. Het aantal respondenten dat aangeeft de verkoop online te doen is nog zeer minimaal. Uit de meerdere keuzes die de bedrijven hierbij hebben aangegeven blijkt dat zij afhankelijk van het desbetreffende land de marktwerking en distributiestrategie bepalen.

### Distributiekanaalen buitenland



### Grote mate van internationalisatie

Een zeer fors deel van de respondenten (44%) heeft eigen vestigingen in het buitenland. Gemiddeld zijn dat er zeven.

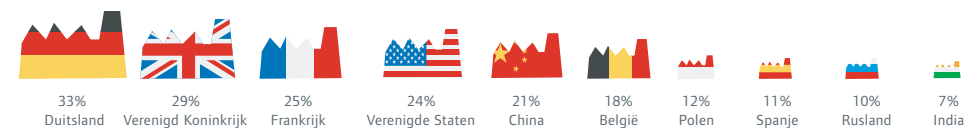
#### Eigen vestiging in het buitenland



### Meeste vestigingen in Duitsland en Verenigd Koninkrijk, ook toenemend aantal in China

Van de respondenten met buitenlandse vestigingen heeft 33% een vestiging in Duitsland, 29% heeft een vestiging in het Verenigd Koninkrijk en 25% in Frankrijk. Buiten de Europese Unie zijn de Verenigde Staten het land waar de meeste respondenten een vestiging hebben, namelijk 24%. Reeds 21% van de respondenten (vorig jaar 18%) heeft een vestiging in China. Dit is inmiddels al een iets grotere groep bedrijven met een eigen vestiging in België (18%). De groep bedrijven met een vestiging in Spanje is kleiner geworden. Italië stond vorig jaar als negende op deze landenlijst, dit jaar neemt zij de achttiende plaats in (4% van de respondenten heeft daar een eigen vestiging). Nieuw in deze top 10 is India. Vorig jaar stond dit land nog op plaats elf. Dit jaar staat daar Brazilië (6% van de respondenten heeft er een eigen vestiging).

#### Top 10 buitenlandse vestigingen 2011

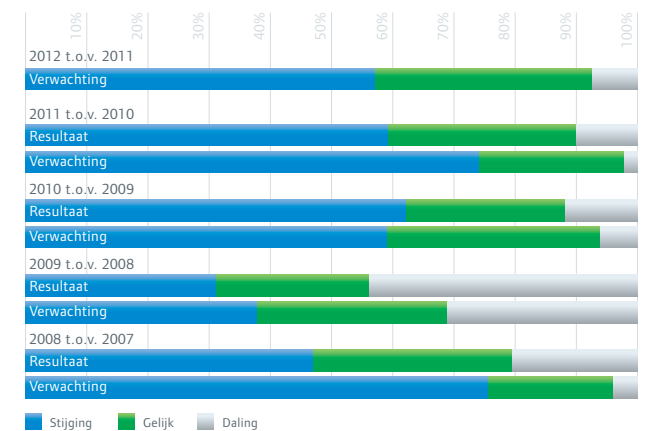


## 3

## Exportontwikkelingen

Onderstaande grafiek geeft de ontwikkeling weer in exportomzet over de jaren 2008 tot en met 2012. We vragen de respondenten jaarlijks of de exportomzet in het afgelopen jaar gestegen, gedaald of gelijk gebleven is. Ook vragen we naar de exportverwachtingen voor het lopende jaar. De grafiek geeft de verdeling weer van respondenten die aangeven een stijgende, dalende of gelijk blijvende exportomzet te ervaren, afgezet tegen de eerder afgegeven verwachtingen.

Ontwikkeling exportomzet in de periode 2008-2012



**Resultaten 2011 niet voor alle exporteurs zo rooskleurig als gedacht**

De positieve verwachting die exporteurs hadden voor het jaar 2011 is niet voor alle bedrijven uitgekomen. Begin 2011 verwachtte 73% van de respondenten een stijging van de exportomzet te realiseren. Achteraf blijkt dat 59% van de respondenten daadwerkelijk een stijgende exportomzet heeft waargemaakt. Ook de groep bedrijven die met een daling van de exportomzet te maken hadden in 2011 (10%) is groter dan de groep respondenten die dit aan het begin van het jaar verwachtte (2%).

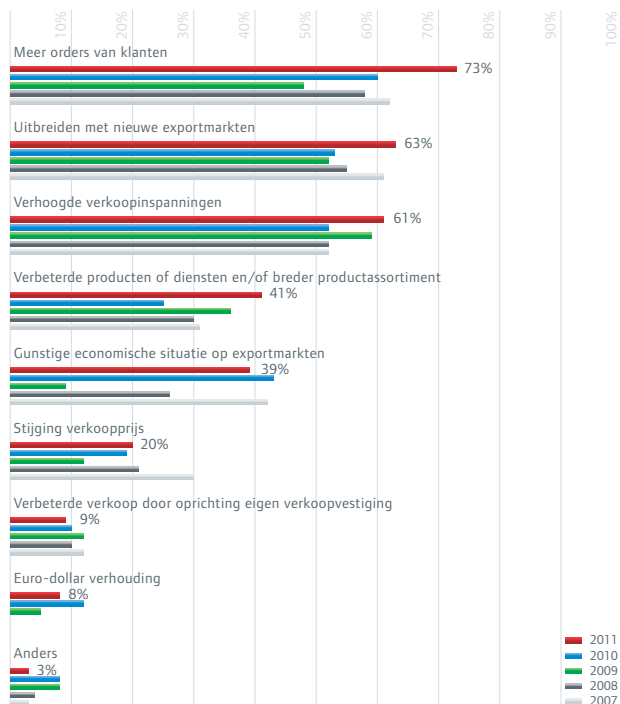
**Verwachtingen voor 2012 getemperd optimistisch**

Alhoewel meer dan de helft van de respondenten (57%) verwacht dat hun exportomzet zal stijgen in 2012, zijn de verwachtingen toch minder positief dan vorig jaar. Zoals hierboven aangegeven verwachtte toen 73% een stijging van de exportomzet. Ook is er een grotere groep bedrijven die een daling van de exportomzet verwacht (7% voor 2012 ten opzichte van 2% voor 2011). De verwachtingen voor 2012 zijn dus duidelijk minder hooggespannen dan een jaar geleden.

### Exportgroei door meer orders van klanten en uitbreiden met nieuwe exportmarkten

De respondenten die in 2011 een stijging in hun exportomzet hadden (59%) is gevraagd naar de reden van deze stijging. Door de meeste respondenten (73%) wordt aangegeven dat een toename van de orders van (bestaande) klanten de belangrijkste reden is. Uitbreiding van nieuwe exportmarkten en verhoogde verkoopinspanningen worden genoemd door respectievelijk 63% en 61%. De vorige twee jaren waren dit ook de belangrijkste drie redenen. Duidelijk meer respondenten hebben verbeterde producten of diensten als reden van de omzetstijging aangegeven (41% in 2011 ten opzichte van 25% in 2010). Wat verder opvalt is de nog steeds relatief gunstige economische situatie op exportmarkten (39% van de respondenten geeft dit aan). Frappant is ook dat ondanks de zeer forse prijsstijgingen van grondstoffen slechts 20% van de bedrijven aangeeft dat een stijging van de verkoopprijs een reden van de omzetstijging was.

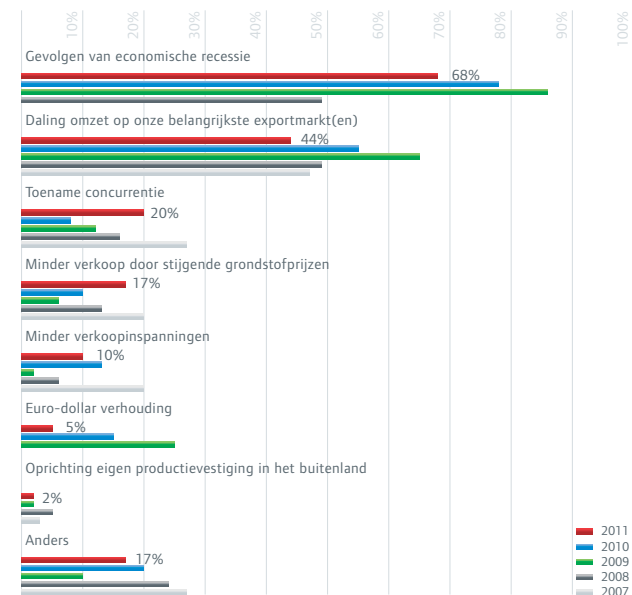
#### Reden stijging exportomzet 2007 - 2011



### Economische crisis nog steeds voelbaar voor een deel van de bedrijven

Bij 10% van de respondenten is de exportomzet in 2011 gedaald ten opzichte van 2010. Net als de vorige twee jaren is de meest genoemde reden hiervoor nog steeds de economische crisis (68%) gevolgd door de daling van omzet op de belangrijkste exportmarkten (44%). Deze percentages liggen wel ieder jaar lager dan het voorgaande jaar. De toename van concurrentie was voor 20% van de respondenten een oorzaak van de omzetsdaling, een beduidend hoger percentage dan in de afgelopen jaren het geval was.

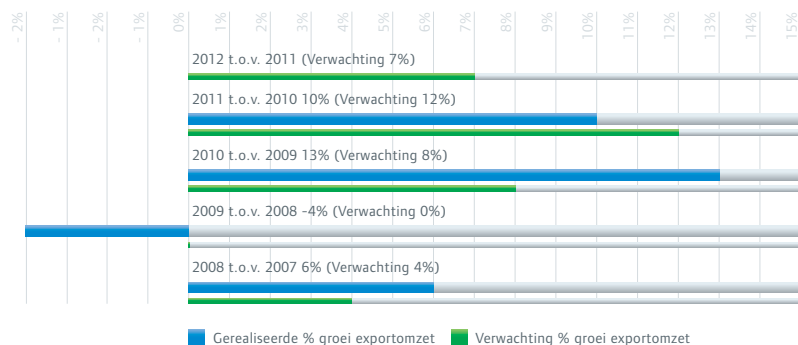
#### Reden daling exportomzet 2007 - 2011



### Goed exportjaar 2011, verwachting 2012 nog steeds positief met 7% exportgroei

Aan het begin van 2011 werd een stijging van de exportomzet verwacht van gemiddeld 12%. Het gemiddelde groepercentage dat door de respondenten gerealiseerd werd in 2011 lag daar iets onder, te weten 10%. Dit ligt zeer dicht tegen de CBS-cijfers tot nu toe aan, die een groei van 9% over 2011 rapporteren. Voor 2012 verwachten Nederlandse exporteurs weliswaar een lagere exportomzetstijging te kunnen realiseren, maar nog steeds een mooie gemiddelde groei van 7%. Deze groeiverwachting ligt op nagenoeg hetzelfde niveau als begin 2010, toen Nederland herstellende was van de zware crisis. Dit groeicijfer voor 2012 is veel positiever dan de prognoses voor de toename van de wereldhandel en wordt eveneens fors lager ingeschat door het CPB (3,75%).

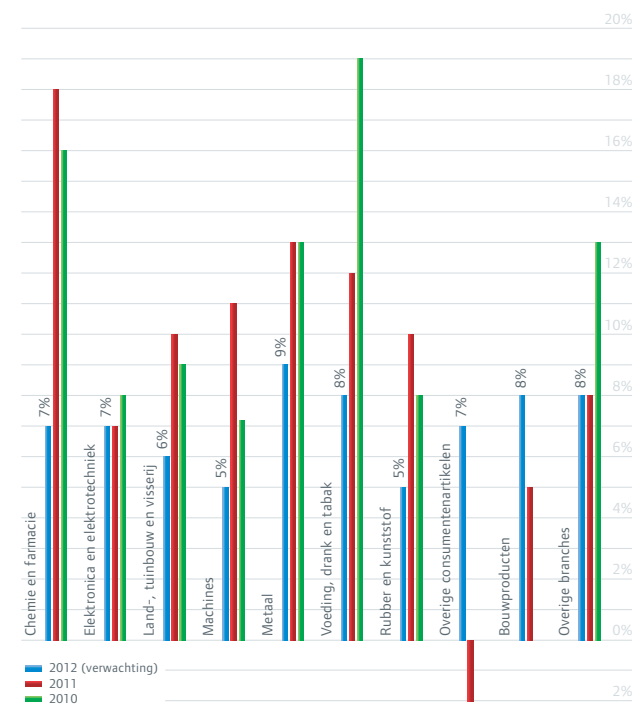
#### Verandering exportomzet 2008 - 2012



### Topsector chemie deed het goed in 2011

De resultaten over 2010 en 2011 en de verwachtingen voor 2012 zijn in onderstaande grafiek uitgesplitst naar branche. Hierbij is in verband met de betrouwbaarheid van de gegevens alleen gekeken naar de branches waarin een substantieel aantal respondenten actief is. Deze grafiek geeft een gevarieerd beeld van de exportresultaten en verwachtingen. De sector chemie en farmacie toonde in 2011 de grootste exportomzetstijging. De respondenten uit deze branche rapporteerden een gemiddelde exportomzetstijging van 18%. Ook in 2010 was het resultaat voor de chemie en farmacie zeer positief (16% exportgroei). De verwachting voor 2012 is wel beduidend lager: de sector verwacht een gemiddelde groei van 7% te behalen. Opvallend is de daling van de exportomzet van gemiddeld 2% in 2011 bij exporteurs van consumentenartikelen.

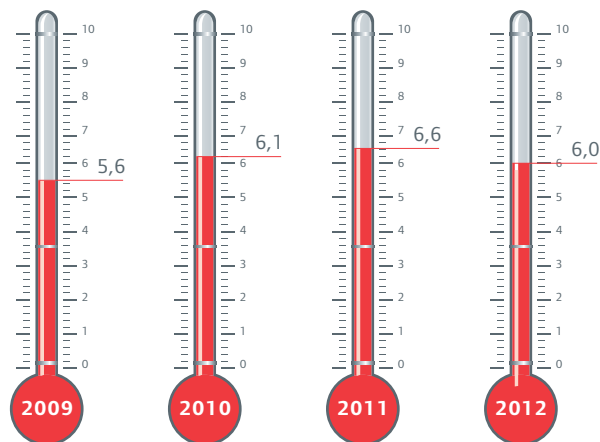
#### Verandering exportomzet per branche 2011 t.o.v. 2010



### Afnemend vertrouwen

Sinds 2009 vragen we exporteurs ook hun vertrouwen in het wereldwijde economische klimaat uit te drukken in een schaal van 1 tot 10, waarbij 1 het minste vertrouwen aangeeft en 10 het meeste vertrouwen. Het gemiddelde 'exporteursvertrouwen' komt dit jaar uit op een 6,0. Na een aantal jaren van toenemend vertrouwen (oplopend van een 5,6 tot een 6,6 vorig jaar) zien we nu dus weer een dalend vertrouwen in de economie.

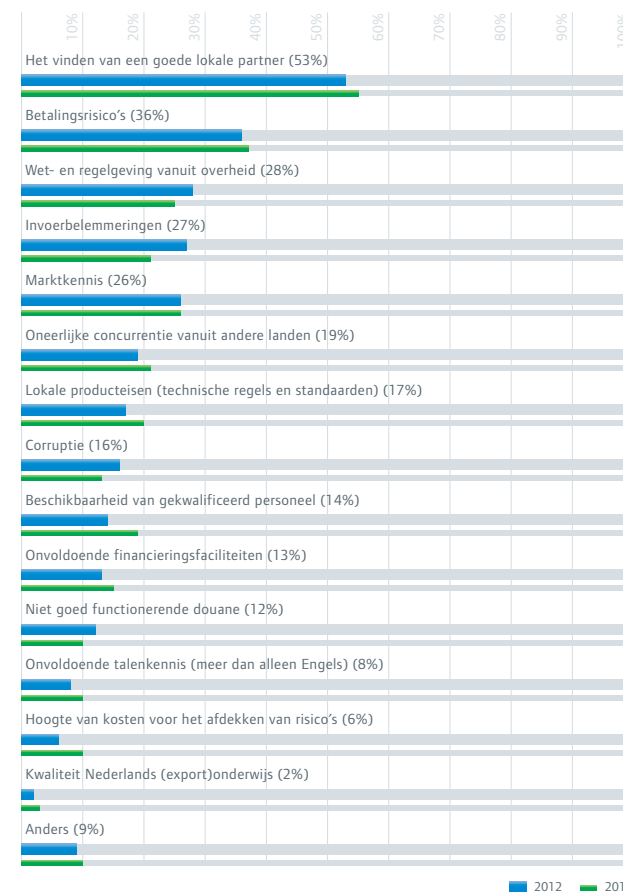
#### Nederlandse exporteursvertrouwen



### Vinden lokale partner blijft meest kritieke succesfactor

In onderstaande grafiek is te zien wat exporteurs als de belangrijkste knelpunten voor de export ervaren. Veruit het meest genoemde knelpunt is het vinden van een goede lokale partner: 53% van de respondenten geeft dit aan. Van de respondenten ervaart 36% de betalingsrisico's als belangrijk knelpunt. Meest opvallend is de serie van punten waar buitenlandse overheden veel invloed op hebben, zoals wet- en regelgeving, invoerbelemmeringen, oneerlijke concurrentie en verkapte regels over standaarden. Gebrek aan financieringsmogelijkheden verdwijnt als knelpunt meer naar de achtergrond.

#### Belangrijke knelpunten voor de export 2011 - 2012



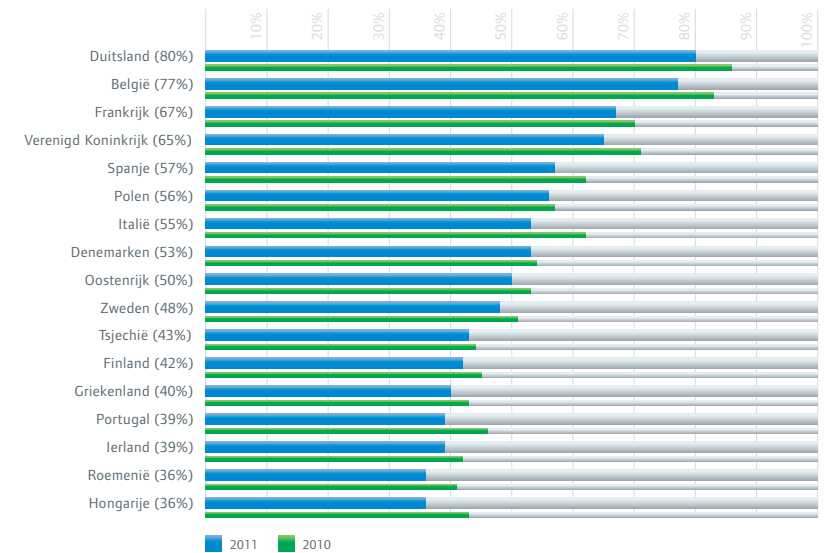
## 4

## Exportbestemmingen

In onderstaande grafiek zijn de landen binnen de Europese Unie opgenomen, met het percentage respondenten die in 2010 en 2011 naar dat land exporteerden.

Duitsland is van oudsher de belangrijkste handelspartner van Nederland. Voor 80% van de Nederlandse exporteurs is dit buurland een exportbestemming. België bezet met 77% zoals gebruikelijk de tweede plaats en Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk nemen traditiegetrouw nummer drie en vier voor hun rekening, met een klein verschil van 2%.

Belangrijkste exportbestemmingen binnen EU 2010 -2011



### Polen stijgt in ranglijst exportmarkten

De volgende tabel laat de meest populaire exportbestemmingen binnen de Europese Unie zien. De vijf belangrijkste exportmarkten voor Nederland zijn al jarenlang stabiel. Polen neemt voor het eerst een hogere positie in, namelijk de zesde plaats, en heeft daarbij Italië en Denemarken achter zich gelaten. Overigens zegt deze rangorde niets over de omvang van de export naar deze markten, uitsluitend over de hoeveelheid exporteurs die hier actief zijn.

#### Ranking top 10 exportbestemmingen binnen de EU

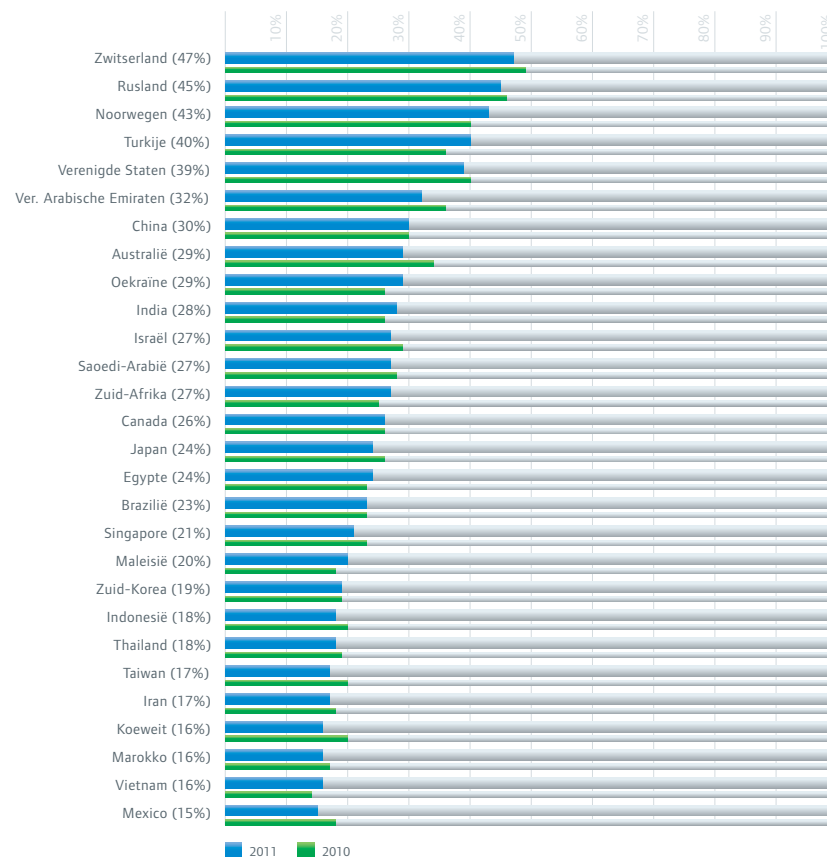
Land	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Duitsland	1	1	1	1	1	1	1
België	2	2	2	2	2	2	2
Frankrijk	3	4	4	4	3	3	3
Verenigd Koninkrijk	4	3	3	3	4	4	4
Spanje	5	5	5	6	6	5	6
Polen	6	8	8	8	7	8	8
Italië	7	6	6	5	5	6	5
Denemarken	8	7	7	7	8	7	7
Oostenrijk	9	9	9	9/10	9/10	11	13
Zweden	10	10	10	9/10	9/10	9	9

### Turkije, Oekraïne en India voor meer bedrijven een belangrijke exportmarkt

In de volgende grafiek zijn de belangrijkste exportmarkten buiten de Europese Unie opgenomen, met het percentage van respondenten die naar dat land geëxporteerd hebben in 2011 en 2010.

Sinds 2009 is van alle landen buiten de EU Zwitserland het land waar de meeste bedrijven naartoe exporteren (47%). Rusland staat sinds datzelfde jaar op de tweede plaats. De Verenigde Staten hebben dit jaar weer een positie verloren en zijn nu weggezakt naar de vijfde positie. Turkije heeft de vierde plaats overgenomen. Het verschil tussen deze landen is echter wel zeer klein. De Oekraïne, twee jaar afwezig in de top 10, is dit jaar weer terug op de negende plaats. India kwam eerder nog niet voor in dit overzicht van belangrijke exportbestemmingen, maar sluit dit jaar de top 10 af. Brazilië komt niet voor in de top 10; dit land staat op plaats 17. Opvallend is het belang van het Midden-Oosten voor Nederlandse exporteurs. Turkije (4), de Verenigde Arabische Emiraten (6), Israël (11), Saoedi-Arabië (12) en Egypte (16) vallen alle binnen de top 20 van belangrijke exportmarkten.

### Belangrijkste exportbestemmingen buiten de EU 2010 - 2011



### Ranking top 10 exportbestemmingen buiten de EU

Land	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
Zwitserland	1	1	1	3	3	3	2
Rusland	2	2	2	1	1	2	3
Noorwegen	3	3	4	4	4	4	4
Turkije	4	6	5	7/8	6/7	6	5
Verenigde Staten	5	4	3	2	2	1	1
Ver. Arabische Emiraten	6	5	6/7	5	5	5	6
China	7	8	9	7/8	8	11	7
Australië	8	7	6/7	6	6/7	10	8
Oekraïne	9	12/13	11	9	9	-	-
India	10	12/13	16	15	14/15	-	-

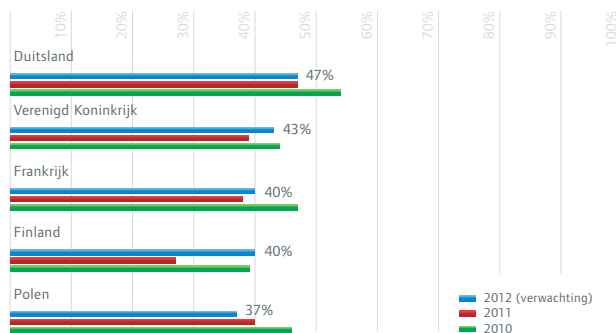
### Groeiervachting per land

De respondenten is gevraagd om voor de verschillende exportbestemmingen binnen en buiten de Europese Unie aan te geven of zij in 2012 een stijging dan wel daling van de exportomzet verwachten. De hoogste verwachte stijgers en dalers zijn in de hieronder volgende grafieken te zien. Ter vergelijking geven de onderste staven de daadwerkelijk ervaren stijging of daling in 2011 en 2010 aan.

### Groei binnen Europa op onze belangrijkste exportmarkten

Uit onderstaande grafiek is af te lezen dat de meeste exporteurs exportgroei verwachten in Duitsland. Ook de verwachtingen voor twee andere belangrijke exportmarkten voor Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk, zijn positief: respectievelijk 43% en 40% van de exporteurs verwachten daar groei. Opvallend is het hoge aantal exporteurs met groeiervachtingen voor Finland (40% van de respondenten). 27% van de respondenten gaf al in 2011 aan dat Finland een groeiende exportmarkt voor hen was. De zesde en de zevende markt waarop de meeste exporteurs groei verwachten zijn overigens Zweden en Denemarken. Polen neemt de vijfde plaats in. Andere Oost-Europese landen staan lager op de lijst (Roemenië, Tsjechië en Hongarije op plaats 8, 11 en 12).

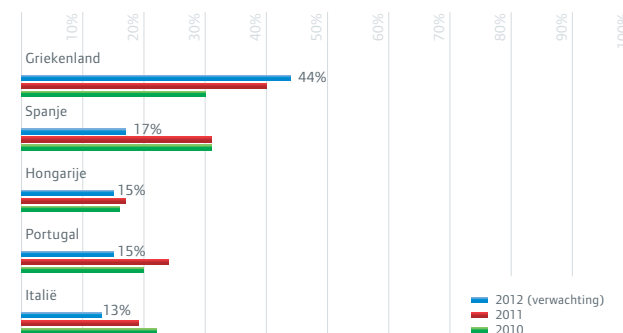
### Top 5 stijgers Europa 2010, 2011 en verwachting 2012



### Exporteurs hebben minste vertrouwen in de PIGS-landen

Griekenland voert net als vorig jaar de top 5 van markten aan waarop exporteurs omzetzdaling verwachten. Van alle respondenten die naar dit land exporteren verwacht 44% een exportomzetzdaling in 2012. Vorig jaar verwachtte 25% van de respondenten in 2011 een dalende exportomzet in Griekenland. Een beduidend grotere groep (40% van de respondenten) geeft nu aan dat de exportomzet in 2011 daadwerkelijk gedaald is. Spanje, Portugal en Italië, de andere PIGS-landen, staan allemaal in de top 5. Gezien de berichtgeving over de wankel economische situatie waarin deze landen zich bevinden is dit niet verrassend. Toch geven aanmerkelijk minder respondenten aan in 2012 een daling te verwachten op deze markten dan het aantal bedrijven die aangeven in 2011 en 2010 al een daling van de exportomzet gehad te hebben. Hongarije is het enige Oost-Europese land dat in de top 5 voorkomt.

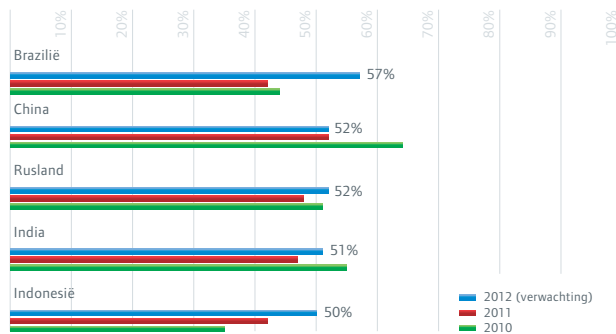
### Top 5 dalers Europa 2010, 2011 en verwachting 2012



### BRIC-landen in kopgroep, en opkomende markt Indonesië

Buiten de EU is Brazilië de markt waar de meeste respondenten (57%) in 2012 een groei van hun exportomzet verwachten. Vorig jaar was dit land ook het meest kansrijk volgens 68% van de respondenten. Deze kansen daadwerkelijk naar een stijging van de exportomzet te vertalen blijkt moeilijker te zijn: respectievelijk 42% en 44% geeft aan dat zij daarin geslaagd zijn in de voorgaande twee jaren. Ook de andere BRIC-landen China, Rusland en India staan in de top 5. Voor Indonesië zijn de verwachtingen eveneens zeer positief; een toenemend aantal respondenten (nu 50%) verwacht exportgroei. Ook de Verenigde Staten, met de zesde plaats, en Turkije, met de zevende plaats, scoorden positief. Respectievelijk 50% en 49% van de respondenten verwacht een stijging van de export naar deze landen. Op de tiende plaats staat Japan. Over dit land zijn de respondenten duidelijk minder positief dan een jaar geleden. Toen verwachtte 47% een omzetstijging, dit jaar verwacht 37% een omzetstijging in Japan.

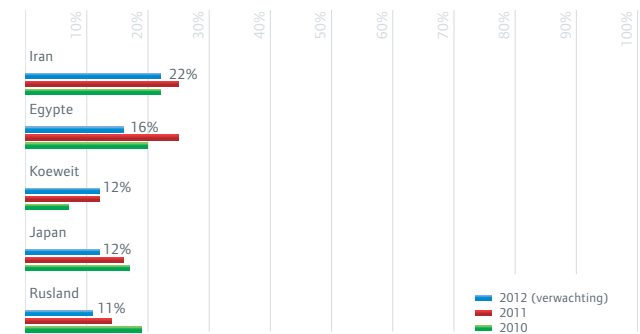
#### Top 5 stijgers buiten Europa 2010, 2011 en verwachting 2012



### Daling export naar sanctieland Iran zet verder door

De markt buiten de EU waar de meeste exporteurs (22%) een daling van hun exportomzet in 2012 verwachten is Iran. De vorige twee jaren stond dit land ook op de eerste plaats. Van de respondenten geeft 25% aan dat hun exportomzet op dit land in 2011 gedaald is. De aangescherpte sancties voor Iran zullen hier (waarschijnlijk) de oorzaak van zijn. Egypte volgt op de tweede plaats. De onstabiele situatie in dit land zal hier ongetwijfeld aan bijdragen. 12% van de exporteurs verwacht dat de omzet naar Japan zal dalen. Rusland neemt de vijfde plaats in. Alhoewel 52% van de respondenten dus een omzetstijging naar dit land verwacht (zie vorige grafiek), verwacht 11% van de respondenten een omzetzijging in 2012.

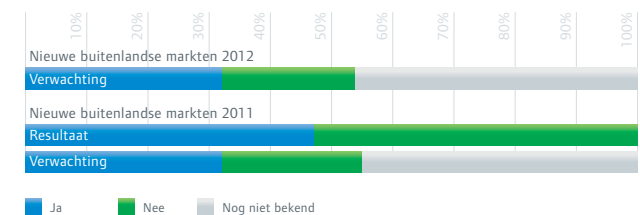
#### Top 5 dalers buiten Europa 2010, 2011 en verwachting 2012



### Helft exporteurs in 2011 op nieuwe markten actief, ambities voor 2012 nog onduidelijk

Onderstaande grafiek laat zien dat 32% van de respondenten in 2011 verwachtte nieuwe exportmarkten te gaan betreden. Uiteindelijk blijken veel meer respondenten dat te hebben gedaan, namelijk 47%. Het aantal exporteurs dat zegt in 2012 van plan te zijn een nieuwe markt te betreden ligt met 32% gelijk aan de ambities van vorig jaar. In eerdere Trends in Export onderzoeken schommelde dit percentage tussen 40% en 50%. 22% van de respondenten zegt niet van plan te zijn nieuwe markten te betreden. Een opvallend hoog percentage (46%) heeft nog geen duidelijk besluit genomen.

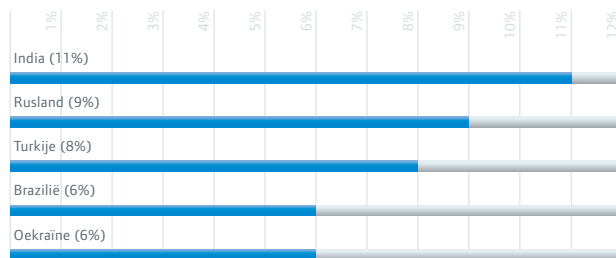
#### Nieuwe buitenlandse markten 2011 - 2012



### India in trek als nieuwe exportbestemming in 2011

Van de respondenten die hebben aangegeven in 2011 een nieuwe markt te hebben betreden noemt 11% de Indiase markt. Hiermee is India het meest genoemd als nieuwe exportmarkt. In 2010 was India voor 5% van de respondenten een nieuwe markt. We zien hierin dus een duidelijke toename. Rusland is door 9% van de respondenten als nieuwe markt bewerkt. In 2010 was dit land voor 8% van de respondenten een nieuw exportland. Ook groeimarkt Turkije stijgt in de belangstelling: dit jaar op de derde plaats (8%), vorig jaar nog op de vierde plaats (6%). Opvallend in deze top 5 is het ontbreken van BRIC-land China (plaats 7). De Oekraïne sluit deze top 5 af.

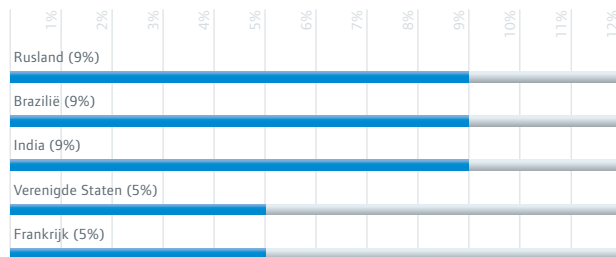
#### Top 5 gerealiseerde nieuwe markten 2011



### Focus van bedrijven in 2012 naar verwachting op Rusland, Brazilië en India

De top 5 van landen die bedrijven in 2012 als nieuwe exportmarkt denken te betreden wordt dit jaar aangevoerd door zowel Rusland, Brazilië als India. Brazilië staat sinds 2009 in de top 5. Rusland is al veel langer een belangrijke nieuwe exportmarkt en staat al sinds 2004 in de top 5 van nieuwe exportmarkten. De Verenigde Staten nemen net als vorig jaar de vierde plaats in. Frankrijk sluit dit jaar de top 5 af. Vorig jaar was dit China. Dit land staat nu op de tiende plaats. Tevens merken wij op dat 9% van de respondenten die nieuwe markten gaat betreden in 2012 Zuid-Afrika noemt en 8% Zuid-Amerika.

#### Top 5 voornemen nieuwe markten 2011

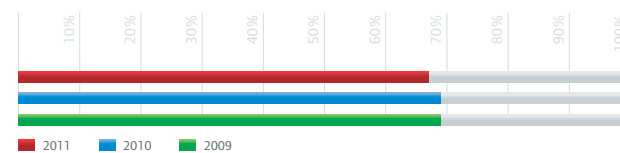


## 5

## Nederlandse maakindustrie

De export van de respondenten bestaat gemiddeld voor 67% uit eigen productie (in 2004 was dit nog 83%) en voor 33% uit wederuitvoer (in 2004 was dit 17%). Deze tendens van een toenemend belang van de wederuitvoer in onze export is geheel in lijn met de rapportages van het CBS, hoewel daar inmiddels wordt ingeschat dat zelfs bijna de helft van de Nederlandse export uit wederuitvoer bestaat.

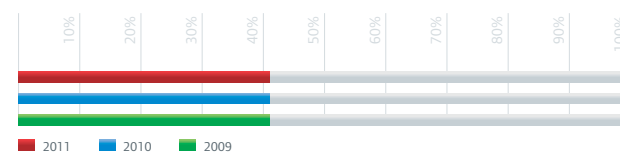
Exportproducten/wederuitvoer 2009 - 2011



## Groep bedrijven met productie in het buitenland blijft stabiel

Van de respondenten heeft 41% in 2011 (een deel van) de productie in het buitenland verricht. 59% van de respondenten produceert niet in het buitenland. Ook deze verdeling was de vorige twee jaren exact dezelfde en in 2008 ook nagenoeg gelijk. De respondenten die in 2011 geen (gedeeltelijke) productie in het buitenland hadden, is gevraagd of zij in 2012 wel een deel van hun productie in het buitenland zullen gaan onderbrengen. Slechts 5% van deze respondenten (vorig jaar 7%) verwacht dit in 2012 wel te gaan doen. De overgrote meerderheid van deze groep respondenten zal zijn volledige productie dus ook in 2012 in Nederland behouden. We kunnen hieruit concluderen dat de groep bedrijven die zijn productie naar het buitenland verplaatst de afgelopen jaren niet meer sterk is aangegroeid.

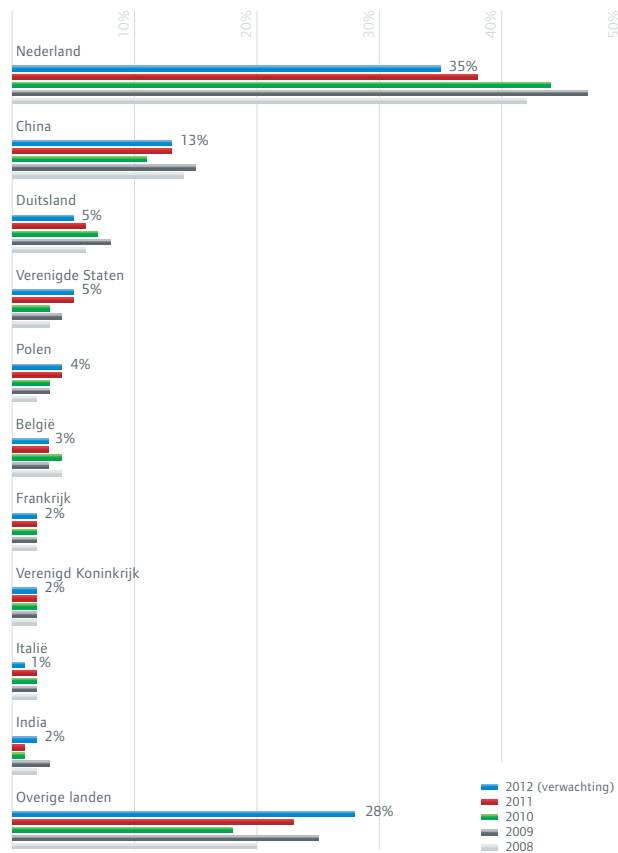
Productie buitenland 2009 - 2011



### China belangrijkste productieland buiten Nederland

De respondenten die productie in het buitenland hebben is ook gevraagd de verdeling van hun totale productie in 2012 over de diverse landen weer te geven. Onderstaande grafiek laat de gemiddelde percentages hiervan zien. Voor 2012 verwacht men dat gemiddeld 35% van de totale productie in Nederland plaatsvindt. Dit percentage zien we jaarlijks iets verder teruglopen. Alhoewel het aantal bedrijven dat zijn productie verplaatst naar het buitenland dus stabiel lijkt te zijn, zien we wel dat die bedrijven die hun productie reeds (gedeeltelijk) hebben verplaatst, jaar op jaar een groter deel verplaatsen. Naast het productiedeel van 35% dat in Nederland blijft, zal van de andere 65% van de productie van Nederlandse ondernemingen naar verwachting een belangrijk deel in China plaatsvinden (13%). Dit land voert deze grafiek al jaren aan. Respondenten verwachten gemiddeld 23% van de productie te laten plaatsvinden in overige landen. Deze landen zijn zeer divers; met name Tsjechië, Zuid-Korea en Japan worden veel genoemd.

#### Productiespreiding 2008 - 2011 en verwachting 2012



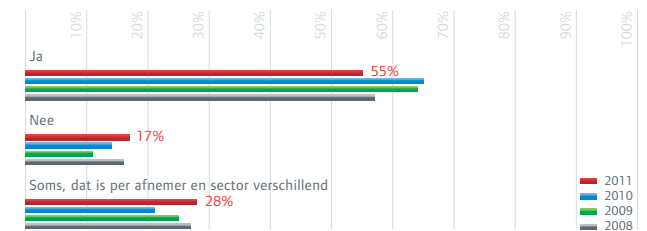
## 6

# Betalingscondities en financiering

**Strakkere betalingscondities  
nog steeds van belang**

Meer dan de helft van de respondenten (55%) geeft aan dat zij strikter zijn geworden in het hanteren van betalingscondities. Wel is dit een iets lager percentage dan de voorgaande drie jaren. 28% van de respondenten geeft aan dat dit per afnemer en sector verschillend is.

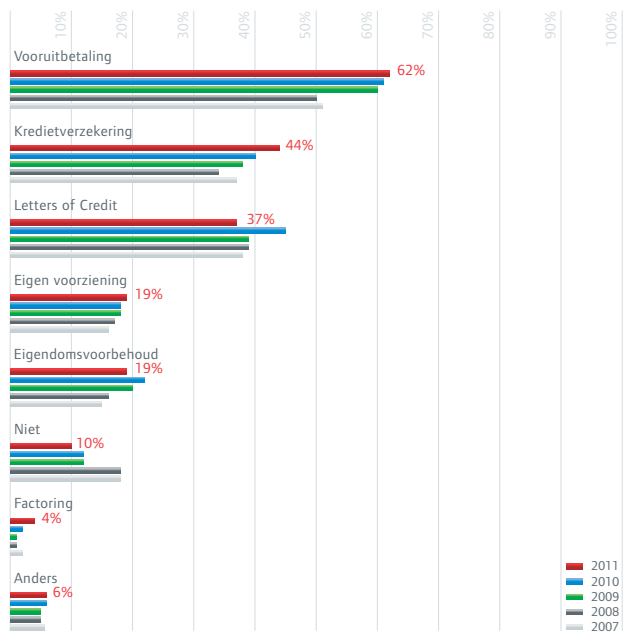
Strikter met betalingscondities 2008 - 2011



### Vooruitbetaling veel gebruikt om betalingsrisico's af te dekken

Wanneer we kijken naar hoe exporterende bedrijven hun betalingsrisico's afdekken, zien we dat voor bijna twee derde van de respondenten vooruitbetaling een belangrijk instrument is. Het aantal respondenten dat dit vraagt aan haar afnemers is sterk toegenomen sinds het uitbreken van de financiële crisis in 2008. Voor de crisis lag het percentage respondenten rond de 50%; sinds de crisis ligt dit percentage boven de 60%. We zien een toename in het gebruik van exportkredietverzekering. De grote toename van het aantal respondenten dat werkt met een Letter of Credit zet zich niet verder door. Dit jaar is het percentage respondenten die dat doen (37%) weer terug op het niveau van de jaren ervoor.

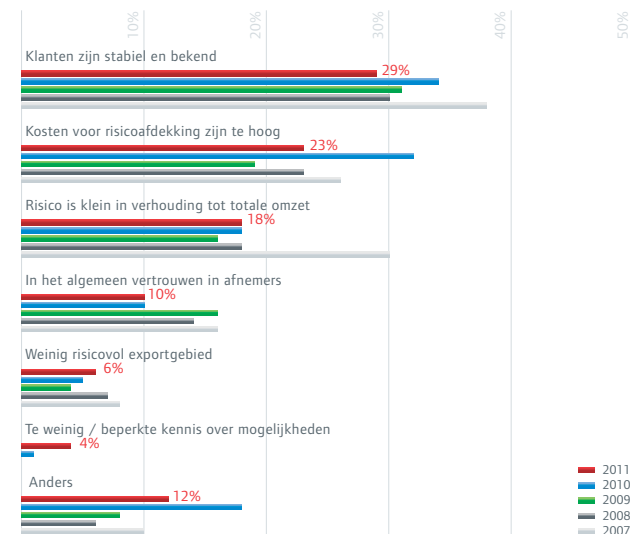
#### Methodes afdekken betalingsrisico's



### Exporteurs vertrouwen op hun bestaande klanten

In de vorige grafiek is te zien dat 10% van de respondenten zijn betalingsrisico's niet afdekt. Deze respondenten is gevraagd waarom zij dit niet doen. In de meeste gevallen (29%) geven de respondenten aan dat de klanten stabiel en bekend zijn. Daarnaast worden de kosten voor risicoafdekking als te hoog ervaren (23%) en is het af te dekken risico te klein in verhouding tot de totale omzet (18%).

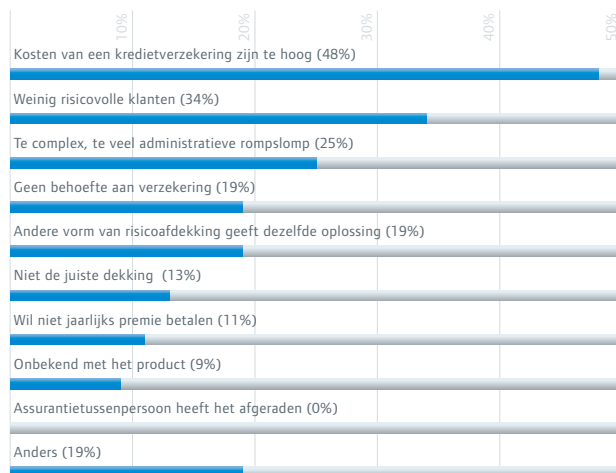
#### Redenen niet afdekken betalingsrisico's



### Kosten exportkredietverzekering voornaamste reden om dit niet af te sluiten

Dit jaar is ook aan de respondenten die wel hun betalingsrisico's afdekken maar hier geen exportkredietverzekering voor gebruiken gevraagd wat de reden daarvan is. Bijna de helft van de respondenten (48%) geeft aan dat de kosten als (te) hoog ervaren worden. Hierna volgt als reden dat de klanten weinig risicovol zijn (34%). De complexiteit van het product en de administratieve rompslomp die dit met zich meebrengt is voor 25% van de respondenten een reden. Onbekendheid met het product (9%) lijkt in mindere mate een reden te zijn.

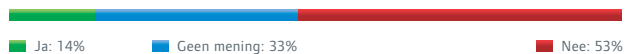
#### Redenen geen kredietverzekering



### Exportfinanciering voor meerderheid bedrijven naar verwachting geen probleem

Meer dan de helft van de exporteurs verwacht dat exportfinanciering geen wezenlijk probleem zal zijn in 2012. 14% van de respondenten verwacht dit wel. Een derde heeft hier geen mening over.

#### Exportfinanciering in 2012 een probleem?





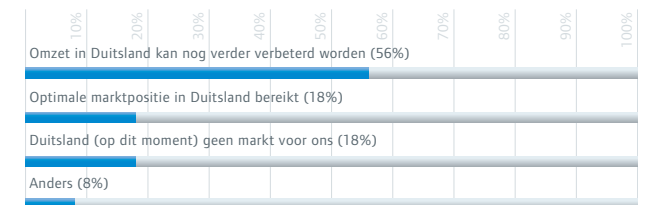
## 7

## Go East or stay West? Waar ligt de exportgroei?

### Ruim € 16 miljard exportpotentie in Duitsland

Duitsland is de belangrijkste handelspartner van Nederland. In 2011 exporteerde Nederland voor bijna € 100 miljard naar Duitsland, circa een kwart van onze totale export. We hebben de respondenten gevraagd naar hun mening ten aanzien van hun marktpositie in Duitsland. 18% van de respondenten denkt al een optimale marktpositie te hebben bereikt in Duitsland. Echter ruim de helft van de exporteurs (56%) denkt dat zijn omzet in Duitsland nog verder verbeterd kan worden, gemiddeld met 30%. Indien we de groeipotentie per branche doorrekenen zouden we een voorzichtige schatting kunnen doen dat er een exportpotentie in Duitsland ligt van ruim € 16 miljard!

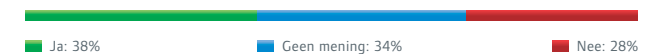
#### Mening over marktpositie in Duitsland



### Meningen exporteurs verdeeld over benutting kansen in opkomende markten

De Nederlandse export is sterk gericht op Europa: circa 75% van de totale export gaat naar Europese markten (volgens de statistieken van het CBS). We hebben de respondenten gevraagd of zij van mening zijn dat onze export onvoldoende profiteert van de groei in opkomende markten. 38% vindt dat dit het geval is, 28% vindt van niet en is dus van mening dat wij voldoende profiteren van de kansen in opkomende markten.

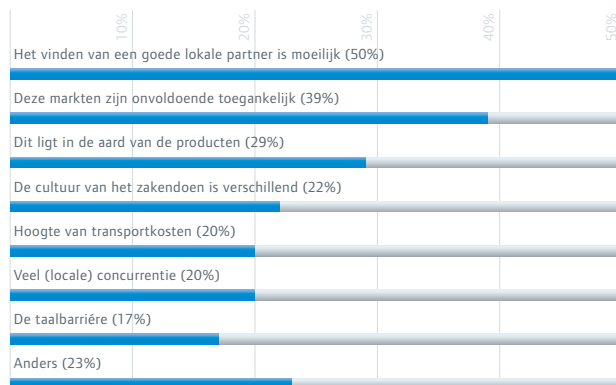
#### Profiteert onze export onvoldoende van opkomende markten?



### Vinden van goede lokale partner moeilijk in opkomende markten

Van de 38% respondenten die vindt dat Nederland onvoldoende profiteert van de groei in opkomende markten denkt de helft dat de oorzaak hiervan ligt in het moeilijk kunnen vinden van een goede lokale partner. Dit werd ook in het vorige Trends in Export onderzoek aangegeven als belangrijkste hindernis bij het zaken-doen in Azië. De oorzaak die hierna het meest wordt aangegeven is dat de opkomende markten onvoldoende toegankelijk zijn (39%), gevolgd door de aard van de producten (29%). Bij 'anders' worden met name de voordelen van Europa als interne markt en markt dichtbij huis genoemd. Tevens worden diverse bedrijfs-interne oorzaken genoemd zoals het ontbreken van tijd of capaciteit, onvoldoende focus en voorbereiding en gebrek aan ondernemingszin.

#### Waarom profiteert de export onvoldoende van opkomende markten?



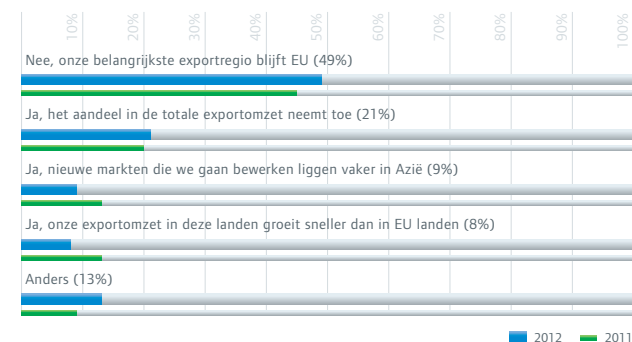
### EU versus Azië

Volgens de rapportages van het CBS groeit de Nederlandse export naar landen buiten de EU sterker dan de export naar EU-landen. Met name in de export naar Azië is deze ontwikkeling te zien. Aanhakend daarop is de respondent gevraagd naar zijn verwachtingen op de langere termijn rondom het toenemende belang van deze regio voor zijn export.

### Belang van Azië verschuift naar mondjesmaat

Circa de helft van de respondenten (49%) geeft aan te verwachten dat de Europese Unie hun belangrijkste exportregio zal blijven. Dit is iets meer dan vorig jaar (45%). Een vijfde (21%) geeft wel aan dat het aandeel van Azië in de totale exportomzet van het bedrijf toeneemt. Van de respondenten geeft 9% aan dat nieuwe markten die men gaat bewerken vaker in Azië liggen. Ook ziet 8% de exportomzet in deze landen sneller groeien.

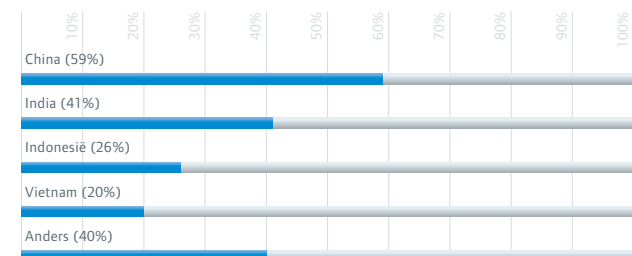
#### Wint de export naar Aziatische landen binnen uw onderneming aan belang?



### China belangrijkste exportland in Azië

Van de respondenten die van mening zijn dat de export naar Aziatische landen belangrijker wordt, geeft 59% aan dat dit met name geldt voor de export naar China. Alhoewel we eerder in dit rapport zagen dat China niet meer bovenaan de lijst van nieuwe exportmarkten voorkomt, zien we dus wel dat dit land verreweg voor de meeste exporteurs al een belangrijk exportland is. Mogelijk zijn de eerste stappen op deze markt voor de meeste bedrijven reeds eerder gedaan en werpt dit nu zijn vruchten af. Na China wint de Indiase markt voor de meeste exporteurs aan belang (41%), gevolgd door Indonesië (26%) en Vietnam (20%). Verder noemt 12% van de respondenten bij 'anders' Zuid-Korea, 11% noemt Maleisië en 7% noemt Japan en Thailand.

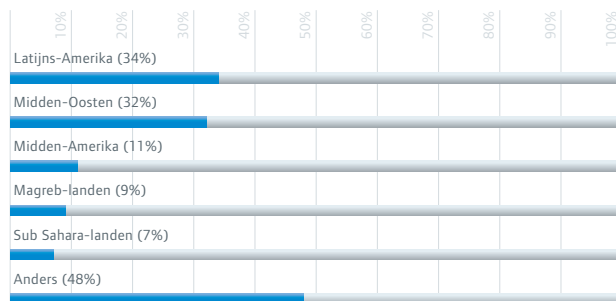
#### Voor welke Aziatische landen geldt dit met name?



### Latijns-Amerika en het Midden-Oosten meest veelbelovend

De respondenten is gevraagd in welke andere opkomende wereldeconomieën zij de komende jaren sterke groei verwachten. Twee regio's staan daarbij voorop, namelijk Latijns-Amerika en het Midden-Oosten. Deze regio's worden door respectievelijk 34% en 32% van de respondenten genoemd. Midden-Amerika volgt daarna (11%). Beduidend minder exporteurs verwachten de komende jaren sterke exportgroei in onderstaande Afrikaanse regio's. In de groep 'anders' vallen voor een belangrijk deel de bedrijven die geen groei of geen groei buiten Azië verwachten (circa een derde). Daarnaast worden Oost-Europa en Noord-Amerika het meest genoemd.

#### In welke andere delen van de wereld verwacht u de komende jaren een sterke omzetgroei?



### 40% ondernemers door lage groei-verwachting voor Europa geïnteresseerd in markten buiten EU

Door de lage groeiervachtingen voor Europese economieën is 40% van de respondenten geneigd om exportmogelijkheden in opkomende markten buiten Europa te verkennen. Een iets groter aandeel (44%) heeft deze neiging overigens niet.

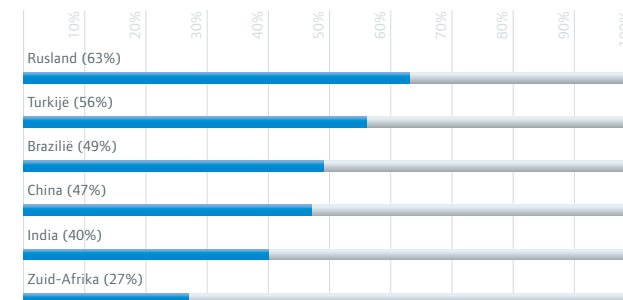
#### Marktverkenning elders door lage groeiervachting Europa?



### Rusland en Turkije hebben hoogste prioriteit in marktverkenning

Voor de bedrijven die hebben aangegeven andere markten te gaan verkennen heeft Rusland de meeste prioriteit: 63% geeft dit aan, gevolgd door Turkije (56%) en Brazilië (49%). Zuid-Afrika heeft voor 73% van de respondenten geen prioriteit. Bij 'anders' wordt met name aangegeven dat het Midden-Oosten prioriteit heeft.

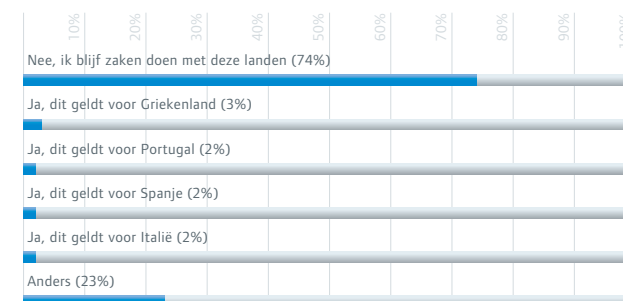
#### Welke landen hebben voor u prioriteit?



### Crisis in Zuid-Europa geen reden om daar geen zaken meer te doen

De respondenten is gevraagd of zij door de crisis in de Zuid-Europese markten van plan zijn zich terug te trekken uit deze markten. Driekwart van de respondenten (74%) is dit niet van plan en zal zaken blijven doen met deze landen. Het percentage dat dit wel van plan is te doen is zeer klein (2% tot 3%). Van de bedrijven die zich wel terugtrekken is de verdeling evenredig over Griekenland, Portugal, Spanje en Italië. Van de respondenten geeft 23% een ander antwoord; bijna 60% daarvan doet geen of zeer beperkt zaken met deze landen. Ook wordt aangegeven wel zaken te blijven doen maar met minder prioriteit en met een betere afdekking van de risico's.

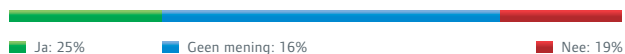
#### Terugtrekken uit Zuid-Europese markten?



### Ondernemers hebben nog weinig beeld van topsectorenbeleid overheid

Meer dan de helft van de exporteurs (55%) heeft geen mening over het effect van het nieuwe stimuleringsbeleid van het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie (EL&I) ten aanzien van de negen economische topsectoren. Een kwart heeft een positief beeld hierbij en verwacht dat dit de Nederlandse export verder zal helpen; een vijfde heeft deze verwachting niet.

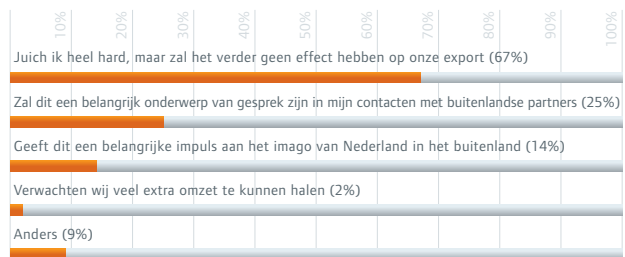
#### Gaat het nieuwe beleid van het ministerie van EL&I met betrekking tot de 9 topsectoren de export helpen?



### Ondernemers verwachten weinig tot geen effect van het komende EK

Slechts 2% van de exporteurs verwacht extra omzet te kunnen halen indien Nederland deze zomer het EK zou winnen. 67% voorziet in zijn geheel geen effect op de export. Wel denkt een kwart van de exporteurs dat het een belangrijk onderwerp van gesprek kan zijn in de contacten met buitenlandse partners. 14% verwacht dat het een belangrijke impuls zal geven aan het imago van Nederland in het buitenland.

#### Indien Nederland deze zomer het EK wint dan...



### Over Atradius

Atradius  
David Ricardostraat 1  
1066 JS Amsterdam  
Tel. +31 (0) 20 553 9111  
Fax +31 (0) 20 553 2811  
www.atradius.nl

Mariëlla Dalstra en  
Rob Maase

Atradius is Nederlands grootste kredietverzekeraar met een mondiaal marktaandeel van 31 procent. Het bedrijf verzekert miljarden aan handel tegen het risico van wanbetaling en biedt tal van producten variërend van kredietverzekeringen tot incasso. Sinds 1932 heeft Atradius een samenwerkingsovereenkomst met de Nederlandse Staat inzake de herverzekering door de Staat van bepaalde commerciële en politieke risico's.

Met 3.300 medewerkers en meer dan 160 kantoren in 45 landen heeft Atradius toegang tot kredietinformatie van 100 miljoen ondernemingen wereldwijd en geeft meer dan 20.000 kredietlimietbeslissingen per dag. Het internationale hoofdkantoor van Atradius is gevestigd in Amsterdam.

### Over Fenedex

Fenedex  
Raamweg 14  
2596 HL Den Haag  
Tel. +31 (0)70 330 5600  
Fax +31 (0)70 330 5656  
www.fenedex.nl

Frannie Flinterman en  
Arlette van der Vliet

Fenedex is het grootste exportnetwerk van Nederland. De vereniging is in 1954 door en voor het Nederlands internationaal opererende bedrijfsleven opgericht. Fenedex is onafhankelijk en ongesubsidieerd. De organisatie heeft tot doel de Nederlandse export en internationalisatie van het bedrijfsleven te stimuleren en te professionaliseren. Dit gebeurt door middel van kennis- en ervaringsuitwisseling, een uniek netwerk en een hoogwaardig dienstenpakket.

Fenedex heeft ruim 1100 leden en duizenden klanten die zij dagelijks verbindt, adviseert, opleidt en waarvan zij de belangen behartigt. Kortom een branche-overschrijdende partner voor expansie in het buitenland.

[www.trendslexport.nl](http://www.trendslexport.nl)

**Atradius**  
David Ricardostraat 1  
1066 JS Amsterdam  
Tel. +31 (0) 20 553 9111  
Fax +31 (0) 20 553 2811  
[www.atradius.nl](http://www.atradius.nl)

**Fenedex**  
Raamweg 14  
2596 HL Den Haag  
Tel. +31 (0)70 330 5600  
Fax +31 (0)70 330 5656  
[www.fenedex.nl](http://www.fenedex.nl)

