



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM



Verslag Workshops Internationaal Ondernemen

Panteia
Zoetermeer, 21 mei 2014

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Panteia. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Panteia. Panteia does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
1.1	Doelen van de workshops en kernvragen	5
1.2	De uitvoering van de workshops	5
1.3	De vorm van de groepsdiscussies	6
1.4	Opzet van het verslag	7
2	Thematisch verslag van de workshops	9
2.1	Internationale markten en markttuitdagingen	9
2.2	Behoeften aan ondersteuning en informatie	9
2.3	De bronnen van kennis en ondersteuning	10
2.4	Diensten die vooruit helpen	11
2.5	Waarde van de diensten	12
	Bijlage : samenvattende verslagen workshops.	14



1 Inleiding

In opdracht van het Ministerie van Buitenlandse Zaken heeft Panteia 3 workshops geleid die georganiseerd zijn door de opdrachtgever in samenwerking met de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland, de Kamer van Koophandel en VNO-NCW (hierna aan te duiden als 'de opdrachtgevers'). De workshops vonden plaats in het kader van het streven van de overheid en genoemde organisaties om te komen tot een verbetering van diensten die overheid en private organisaties bieden aan ondernemingen op het gebied van internationaal ondernemen.

1.1 Doelen van de workshops en kernvragen

Doelen

Voor de opdrachtgevers gelden de volgende doelen voor de workshops:

Procedureel doel

Leveren van input voor de brief van Minister Ploumen inzake de internationale handelsbevordering aan de 2^e Kamer. In de brief moet worden aangegeven hoe de export op de langere termijn versterkt kan worden door publieke en private dienstverlening.

Beleidsdoel

- Verkrijgen van input (ideeën vanuit eigen ervaring en behoeften) van het MKB betreffende de wijze waarop de publieke en private dienstverlening ter bevordering van de export versterkt kan worden;
- Verkrijgen van inzicht in de instanties (publiek/privaat) waar het MKB het eerst naar toegaat als het gaat om hun behoeften aan ondersteuning (motieven voor keuze);
- Verkrijgen van inzicht in de bereidheid van het bedrijfsleven om te betalen voor publieke en of private diensten ter ondersteuning van hun export.

Kernvragen

In het licht van de gestelde doelen zijn de volgende kernvragen voor de workshops aan te geven:

- Doen private en publieke dienstverleners het goed als het gaat om hun dienstverlening m.b.t. internationaal ondernemen aan het MKB?
- Hoe kan de kwaliteit verbeterd worden vanuit het perspectief van de MKB-ondernemer?
- Vindt de MKB-ondernemer het logisch om een vergoeding te betalen voor een of meer diensten die aan hem/haar verleend worden m.b.t. tot ondersteuning bij internationaal ondernemen?

1.2 De uitvoering van de workshops

Data en locaties

Door de opdrachtgevers zijn 3 workshops georganiseerd in Amersfoort (op 8 mei), Eindhoven (14 mei) en Rotterdam (16 mei). Aan de bijeenkomsten hebben in totaal 25 bedrijven, vertegenwoordigd door 27 personen, deelgenomen. De workshops hadden allen een duur van 2 uur.



De deelnemers

Omvang en leeftijd bedrijf

De deelnemers (de 25 bedrijven) voor de workshops zijn geworven door de Kamer van Koophandel en de RVO. Zij zijn allen actief binnen de topsectoren. Voor het overgrote deel gaat het om bedrijven met minder dan 10 personeelsleden. Van 7 bedrijven is bekend dat zij 10 of meer werkzame personen tellen. Van 10 bedrijven is bekend dat zij 5 jaar of korter operationeel zijn. Voor de meeste van deze jonge bedrijven geldt dat zij zich momenteel oriënteren op de buitenlandse markt of daar pas enkele jaren op actief zijn.

Corebusiness

Hoewel de deelnemers allen gerekend worden tot de kleine en middelgrote ondernemingen in de topsectoren is er sprake van een zeer grote verscheidenheid tussen de deelnemende bedrijven als gekeken wordt naar hun corebusiness. Opmerkelijk is dat de meeste van de 25 bedrijven zeer specialistisch zijn en veelal opereren in een duidelijke nichemarkt. Hieronder is een overzicht opgenomen van de corebusiness van de deelnemende bedrijven

tabel 1 Corebusiness deelnemende bedrijven

Workshop 1	Workshop 2	Workshop 3
Productie LED verlichting	Handel in pure jute producten	Productie specialistische bouwmaterialen
Productie bijzondere limonades	Ontwikkeling en plaatsen van mobiele slaapeenheden	Ontwikkeling elektrisch transportmaterieel
Kunsthandel	Verzorging en levering van hotellinnen en OK-kleding	Verzending van pakketten
Optische instrumenten	Productie eigen schoenenlijn	Ontwerp betaalaccessoires
Technisch hoogwaardige drukverpakkingssystemen	Productie eigen brillenlijn	Productie pluimveeproducten
Distributie van contactlenzen	Levering en productie mobiele alarmsystemen	Ontwikkeling bouw- en vastgoedbeheerssoftware
Pipeline engineering	Ontwikkeling elektrische oplaadpunten voor auto's e.d.	Ontwikkeling draadloze energiemanagementsystemen
Relatiegeschenken	Talentontwikkeling kinderen	Leverancier assimilatiebelichting
	Productie bijzondere sappen	

Bron: Panteia, 2014

1.3 De vorm van de groepsdiscussies

Discussie ondersteund door Panteia-moderator en MeetingSphere

De workshops zijn opgezet als groepsdiscussie waarbij de deelnemers met elkaar hebben gediscussieerd over een aantal onderwerpen betreffende hun behoeften aan en ervaring met ondersteuning van hun internationale activiteiten. De groepsdiscussies hebben plaatsgevonden onder leiding van een moderator van Panteia en zijn door Panteia verder ondersteund met inzet van Meeting Sphere, een ICT-tool voor het efficiënt en effectief organiseren van groepsinteractie. Via MeetingSphere droegen de deelnemers informatie aan



voor de groepsdiscussie door middel van directe invoer op de computer van hun mening, waardering of voorkeuren rond een bepaald thema. Aansluitend heeft een open discussie plaatsgevonden tussen de deelnemers. De discussie werd geleid door een gespecialiseerd moderator van Panteia.

Onderwerpen in de groepsdiscussies

Tijdens de groepsdiscussies zijn de navolgende onderwerpen aan de orde gesteld:

1. De belangrijkste uitdagingen van de ondernemers als het gaat om hun internationale activiteiten;
2. De belangrijkste behoeften van de deelnemers aan ondersteuning en informatie betreffende hun internationale activiteiten;
3. De instanties (ongeacht privaat of publiek) waar deelnemers (als eerste) te rade gaan als het gaat om invulling van hun behoefte aan steun en informatie;
4. Het oordeel van de deelnemers over de ervaren steun en informatie: wat is goed en wat zou met name verbetering behoeven? (sessie 1 en 2);
5. Welke nieuwe vormen van steun en informatie zouden ondernemers vooruit kunnen brengen als het gaat om de realisatie van hun internationale ambities? (sessie 3);
6. De bereidheid van ondernemers om te betalen voor (bestaande of nieuwe) diensten ter ondersteuning van hun internationale activiteiten.

1.4 Opzet van het verslag

Met de opdrachtgevers is afgesproken dat Panteia in een compact rapport verslag zal doen van de drie workshops. De opbouw van dit verslag is als volgt. In hoofdstuk 2 wordt per kernvraag kort aangegeven hoe deze in de workshops aan de orde is gesteld en wordt een korte impressie gegeven van de discussie. In de bijlage geven wij de gebundelde antwoorden die rechtstreeks op de computers zijn ingevoerd voor de gestelde vragen.

Let wel

Met de impressies en feitelijke weergaven van ingevoerde waarden geven wij nadrukkelijk geen conclusies voor het beleid, maar geven wij primair input vanuit de deelnemers ten behoeve van het beleid. Formulering van conclusies is aan de opdrachtgever.



2 Thematisch verslag van de workshops

Hieronder wordt per onderscheiden thema een beeld gegeven van de discussies die heeft plaatsgevonden binnen alle workshops. De bespreking vindt niet plaats per workshop, maar de bevindingen van alle drie workshops samen worden per thema gebundeld.

2.1 Internationale markten en markttuitdagingen

In contact komen met nieuwe markten, penetreren op deze nieuwe markten en uitbouwen van bestaande posities zijn dooreengenoemen de belangrijkste uitdagingen voor de deelnemende bedrijven. In sessie 3 waar expliciet gevraagd is naar ambities voor de komende jaren komt duidelijk het verschil tussen startende bedrijven en ervaren exporteurs naar voren. Startende bedrijven op het gebied van internationale handel willen 'lijntjes uitzetten' en zijn blij als zij binnen afzienbare tijd een verkoopkanaal in het buitenland voor hun producten of diensten hebben. Veelal gaat het dan om buurlanden, incidenteel om wat verder weggelegen landen, maar BRIC landen komen nog niet in hun rijtje voor. Bestaande, ervaren exporteurs zitten heel anders in het proces van internationaal zaken doen. Hun ambities liggen bij forse wereldwijde markt uitbreidingen, bij realisatie van een wereldwijd sterk merk, bij entree of verstreking van hun positie in de BRIC landen.

Quotes uitdagingen

- Doelen: goede entree verwerven in Duitsland
- Uitdagingen: onderzoek doen, lijntjes uitzetten en zorgen dat derden je weten te vinden
- Belangrijkste uitdaging: het vinden van een betrouwbare distributeur
- Ambitie: in 2016 minimaal in één land buiten Nederland een verkoopkanaal
- Ambitie: wereldwijd sterk merk creëren. Met uitbreiding export naar 60 landen

2.2 Behoeften aan ondersteuning en informatie

De verschillen in uitgangssituatie (kleine, startende bedrijven versus groter, internationaal al duidelijk actieve bedrijven) brengen ook andere informatiebehoeften met zich mee. Daar waar starters vooral op zoek zijn naar feeling met de landen waar zij naar toegaan, naar hulp in het begrijpen van exportregels en benutten van exportsteun en **naar coaching**, zetten ervaren bedrijven veel meer in op **het vinden van betrouwbare distributeurs**. Daarbij zijn de ervaren (en tot op zekere hoogte ook de internationaal startende) MKB'ers vooral op zoek naar maatinformatie, naar oplossingen voor het eigen probleem en de eigen markt en niet naar algemene informatie en kennis.

Quotes behoeften. Ik ben vooral op zoek naar.....

- Ondersteuning op juridische zaken en culturele inzichten
- Routing naar de markt door overheidsinstellingen
- Betrouwbare distributeurs en contacten
- Contact met inkopers en eerste introductie op de markt aldaar
- Informatie over gewoontes in verschillende landen, wat zijn de do's en don'ts



2.3 De bronnen van kennis en ondersteuning

Bij de beantwoording van de vraag welke bronnen men vooral inschakelt, wordt in veel gevallen de Kamer van Koophandel genoemd, en nagenoeg niet de private dienstverleners, banken, en brancheorganisaties. Hierbij moet wel de kanttekening worden geplaatst dat voor de workshops relaties van de Kamer van Koophandel zijn uitgenodigd, hetgeen mogelijk een vertekend beeld biedt ten aanzien van de inschakeling van andere partijen. Hoog scoort RVO en ook Syntens wordt geregeld genoemd. Ambassades worden minder vaak genoemd, maar bij navraag wordt hun steun wel als bijzonder nuttig ervaren.

Een enkele ondernemer wijst nog naar de Economische VoorlichtingsDienst. Voor hen is dat een voorbeeld voor hoe het moet! Juiste informatie door mensen met verstand van zaken voor de landen waar je naar toe wilt. De ontwikkelingen op het gebied van informatievoorziening voor internationaal ondernemen in de afgelopen jaren hebben zij als complex ervaren en niet als verbetering. Deze mening wordt overigens niet door een ieder gedeeld.

Opvallend vaak geven de deelnemers aan dat internet voor hen de eerste oriëntatiebron is en dat men daarna verder gaat met zoeken en contacteren van kennispartners. Daarnaast wijzen veel van de deelnemers op het eigen netwerk, de collega-bedrijven waar men veel kennis opdoet. Beurzen vormen voor veel ondernemers ook een praktische vorm van kennis opdoen en een etalage om het eigen bedrijf te tonen aan afnemers in de ons omringende landen. Daarnaast worden ook de NBSO's genoemd als belangrijke lokale informatiebron. Alleen, veel kleine en middelgrote bedrijven zijn niet op de hoogte van het bestaan van NBSO's en de steun die zij hen kunnen bieden.

Organisaties als Fenedex en NCH worden door de deelnemers slechts incidenteel genoemd. Bij navraag blijken deze organisaties ook nauwelijks bekend te zijn bij de deelnemers. Ook bij brancheorganisaties gaat men weinig te rade. Men verwacht daar niet echt concrete steun en ook geen kennis ter zake, met uitzondering van de FME, dat de leden veelal informeert over of betreft bij beurzen en handelsmissies (hoewel deze laatsten wel erg kostbaar zijn voor het MKB).

Voor een enkele ondernemer biedt de private dienstverlener de belangrijkste bron van informatie, met name vanwege de specialistische kennis van deze bron en de jarenlange relatie die hij heeft opgebouwd met deze adviseur. Dooreengenoemen zijn private adviseurs bij de deelnemers nauwelijks bekend en doet men gebruikelijk een beroep op meer breed bekende (publieke) dienstverleners.

Quotes Bronnen

Ik schakel vooral in....

- Partnerbedrijven met lokale ervaring
- KvK, RVO, Syntens.
- Digitale bronnen (twitter, facebook, LinkedIn, websites)
- Lokale gebruikers van concurrerende producten
- Niet 1 of 2 instanties, ik ga in het algemeen op internet zoeken



2.4 Diensten die vooruit helpen¹

Het MKB heeft de beschikking over een brede range aan diensten en de keuze uit een grote groep van dienstverleners. Wanneer gevraagd wordt naar diensten die hen vooruit kunnen helpen dan variëren de suggesties/ideeën van zeer praktische verbeteringen tot verfrissende vernieuwingen. Hieronder is een bloemlezing van praktische verbetersuggesties en verfrissende vernieuwingen opgenomen, zonder dat wij hieraan algemene conclusies willen verbinden. Daarvoor is de informatie veelal te zeer gekoppeld aan de eigen persoonlijke situatie van de ondernemers om vanuit een korte discussieronde te kunnen komen tot algemene vindingen. Voor een uitgebreide lijst van tips en verbetersuggesties verwijzen wij u naar de bijlage.

Praktische verbetersuggesties

- Betrek ook MKB bij invulling handelsdelegaties
- Versterk de 'glijbaanfunctie' van KvK en RVO: doorverwijzen naar andere contacten
- Maak per land duidelijk wat het pakket aan diensten is
- Versterk deelname mogelijkheid voor MKB voor handelsmissies, maak deze goedkoper
- Een op een voorlichting door 'eigen accountmanager' bij KvK of RVO
- Meer focus op lokale gebruiken (cultuur) en handelsgewoonten

Verfrissende ideeën

- Versterk de focus van de KvK als regionaal actiecentrum voor exporteren
- Ruim baan voor de weg andersom: buitenlandse bedrijven die hier partners zoeken
- Koppel starters op de exportmarkt aan ervaren exporteurs
- Financieringskredieten naast subsidies nu de banken minder bereid zijn tot financieren
- Digitale marktplaats/kennisuitwisselingsforum voor MKB'ers die willen exporteren
- Kleinschalige (MKB) handelsmissies naast brede handelsmissies

Ten aanzien van de functie-invulling door publieke instanties wordt de wens geuit voor een centrale dienst waar men voor alle vragen direct terecht kan (zonder frequente doorverwijzing). Als echte verbetering wordt door deelnemers een eigen vaste contactpersoon gezien, een accountmanager die op niveau kan adviseren en het 'dossier' onder zich heeft. Doorverwijzen zou dan een laatste optie zijn.

In de discussies wordt bij alle drie de bijeenkomsten steeds weer de achterblijvende financieringsbereidheid door de banken aan de orde gesteld. Juist het MKB dat wil investeren in buitenlandse markten zit nu dringend verlegen om externe financiering en risicokapitaal. De gebruikelijke bronnen lijken op te drogen en alternatieven zijn niet zomaar beschikbaar.

Verder wordt in de discussies ook veel aandacht gegeven aan handelsmissies en beurzen. Deelname van het MKB als deelnemer aan handelsmissies of als standhouder op beurzen is voor het MKB zeer kostbaar. Dit remt de mogelijkheid voor het MKB om zich te profileren op internationale markten en marktplaatsen duidelijk af.

¹ Bij 2 sessies is gevraagd naar mogelijke verbeterpunten in de dienstverlening door dienstverlenende instanties, bij 1 sessie naar diensten die de bedrijven echt vooruit kunnen helpen bij het bereiken van hun ambities. De antwoorden op deze vragen liggen voor een belangrijk deel in elkaars verlengde, alleen de gezichtshoek van waaruit gekeken wordt verschilt. Wij hebben gemeend de antwoorden op beide vragen bij elkaar te kunnen brengen in deze bevindingen gezien de overeenkomsten in antwoorden. Wij hebben ze ondergebracht onder 'Diensten die vooruit helpen'.



Quotes

- Zelf boek ik altijd een goedkoop hotel als we met een handelsmissie meegaan.
- Een stand op de Hannover Messe is voor mij onbetaalbaar.
- Vroeger stonden banken in de rij om je export mogelijk te maken, nu krijg je niets.

2.5 Waarde van de diensten

Tot slot is in de sessies gevraagd of het logisch is dat tegenover bepaalde diensten een vergoeding staat. In het totaal zijn 13 mogelijkheden² voorgelegd. Deze mogelijkheden zijn gebaseerd op eerder onderzoek³ en de resultaten van de eerste sessie. In de tabel 2 zijn de uitkomsten vermeld in rangvolgorde. Bovenaan staan de diensten waarvoor het voor de deelnemers het meest logisch is dat daar een vergoeding tegenover staat; onderaan staan de diensten waarvoor dit voor de deelnemers in het geheel niet logisch is.

tabel 2 Bereidheid tot betalen voor diensten

Aard van de dienst	Logisch om te betalen (score: 4 = ja zeker, 2,5 = neutraal, 1 – zeker niet)
Eén op één informatie	3.6
Informatie op 'mijn' maat (dedicated informatie)	3.2
Participatie handelsmissies (anders dan reis- en verblijfkosten)	2.8
Participatie aan beurzen	2.7
Toegang tot (specialistisch) afnemer netwerk	2.7
Diepte informatie over exporteren en exportlanden	2.2
Subsidie-advisering (bemiddeling/handling aanvragen)	2.2
Centrale exportdienst/exportloket	1.7
Toegang tot het ambassade netwerk	1.7
Eigen digitaal dossier in 'mijn exportloket.nl'	1.7
Algemene subsidie informatie	1.2
Basisinformatie over exporteren en export regelingen	1.1
Basisinformatie over exportlanden	1.1

Bron: Panteia, 2014

In de discussies is een uiteenlopend beeld zichtbaar als ingezoomd wordt op de vraag 'Is betaling ook even logisch als de dienst verricht wordt door de overheid dan wel door particuliere dienstverleners?'. Bij particuliere dienstverleners wordt betaling normaal geacht omdat het hier, volgens de deelnemers, gaat om een op een dienstverlening, speciaal in opdracht van en bedoeld voor de gebruiker van de dienst. Als deze vorm van maatwerk ook door de publieke sector wordt geleverd, dan is er ook een (zekere) bereidheid tot betalen als duidelijk is dat dit ook praktisch bruikbare resultaten oplevert. Hoeveel dit dan waard is..... 'dat valt niet te zeggen, het hangt er

² In de derde sessie gaat het om 13 mogelijkheden, in de eerste en 2^e sessie om 12 mogelijkheden.

³ Nicolette Tiggeleove en Frans Pleijsters, Het exporterende bedrijfsleven aan het woord: Een onderzoek naar de behoeften van het exporterende bedrijfsleven aan diensten van Agentschap NL en naar vergroting van het bereik, onderzoek van Panteia in opdracht van Agentschap NL, 4 december 2013.



helemaal af van wat het oplevert', aldus enkele deelnemers. Alle deelnemers vinden wel dat basisdiensten van de publieke sector kosteloos ter beschikking moeten staan van de kleine en middelgrote exportbedrijven.



Bijlage : samenvattende verslagen workshops

In deze bijlage is alle ingevoerde informatie - naar onderwerp gerangschikt en van alle drie de workshops samen - opgenomen. Wij hebben er voor gekozen om de 3 gehouden workshops samen te voegen, daar dan overzichtelijker is wat de deelnemers hebben ingevoerd per onderscheiden onderwerp. Zo nodig hebben wij antwoorden van deelnemers 'onpersoonlijk' gemaakt (bij sommige vragen hadden de deelnemers hun voornaam ingevoerd) dan wel nader uitgesplitst (enkele vragen bestonden uit 2 deelvragen die tegelijkertijd beantwoord zijn). De formulering van de antwoorden is ongewijzigd. Slechts taal technische zaken zijn verbeterd.

Vraag 1: Op welke buitenlandse markten bent u actief? (bij alle sessies)

- 19 verschillende landen
- Mexico (Latijns America)
- Actief op de Europese markt (Zweden, Denemarken, Duitsland, Nederland, België, UK, Frankrijk, Oostenrijk en China (Beijing)).
- Actief in Slowakije,
- Europa (België, UK, DE, FR), VS/Canada
- Voornamelijk binnen Europa, Duitsland, Frankrijk. Daarnaast 22 verschillende landen.
- Israël
- Europa, Centraal Europa, Rusland, Midden Oosten, Verre Oosten,
- Plasma industrie, Pharma en voedingsmiddelen industrie.
- Duitsland. Belgium, United Kingdom, Portugal
- Nederland ,België, Duitsland, Zwitserland, Aruba Bonaire Curaçao eilanden.
- Noorwegen, Denemarken, Zweden, Duitsland, België, Caribisch gebied.
- Duitsland, UK en België
- België, in Duitsland startend
- Duitsland, Frankrijk, UK, België, Zwitserland, Hongarije
- Duitsland, België, UK, Canada Australië.
- 2015 staan Duitsland en GB op het programma.
- Duitsland, startend Belgium,(Kroatië,) Denemarken
- Duitsland, UK en België
- 2015: Duitsland, Frankrijk, Spanje, Nordics. 2016: USA, Japan
- Midden-Oosten
- Europa actief
- Actief in: AU, HK, UK, DE en NL.
- Amerika, US en Canada actief en uitbreiden
- Duitsland, België, Frankrijk, Oostenrijk, Polen, Engeland --> nog niet actief.
- Actief: Europa, Oekraïne, Rusland, Turkije, Australië, VS, Canada, Taiwan, China,
- Azië actief en Singapore
- Nu actief : Nederland, Duitsland, België, Frankrijk, UK, Finland, Spanje, Oostenrijk.
- Uitbreiden naar China, India
- Uitbreiding naar: Azië en Arabische landen.
- Australië actief en uitbreiden
- Uitbreiden : VS, Canada, Australië, Oceanië, Rusland en buurlanden
- Duitsland, Frankrijk, Scandinavië, Baltic, België, Canada, Suriname, Hong Kong, Rusland, UK, Schotland Ireland, Spanje
- 14. Denemarken, Zweden, Noorwegen, Finland, IJsland, Duitsland, Oostenrijk, België, Frankrijk, Engeland, Spanje, Italië, USA, Canada, Japan; start momenteel in China, Hong Kong, Singapore, Israël, Marokko



Vraag 2: Wat is voor u dit jaar de belangrijkste uitdaging m.b.t. internationaal zaken doen? (bij sessie 1 en 2)

- Contact met inkopers en de eerste introductie daar
- Uitdaging; om in onze markt nieuwe klanten te vinden
- Uitdaging is voorbereiding, 1e marktintroductie (maart 2014) , behoeften van klanten leren kennen, 1e orders
- Inzetten van de juiste resources op de juiste plek en daardoor cirkel van leveren vergroten
- Belangrijkste uitdagingen zijn om 1e project tot een goed einde te brengen en te zaaien voor het vervolg.
- Uitdaging: uitbreiden naar lokale markten
- 1e lead zien te verzilveren
- Vooraf doorzien van de speciale eisen voor nieuwe markten zoals Azië in verband met kosten en vertragingen voor inklaring
- Doel : groei bestaande klanten + nieuwe klanten
- Voornaamste uitdaging dit jaar is het verkrijgen van goedkeuring voor verkoop in de Chinese markt
- Uitdaging voorlopig Benelux, efficiënte marktbenadering, lokale aanwezigheid
- In contact komen met potentiële partners en klanten.
- Uitdaging het vinden van een distributeur voor deze landen.
- Belangrijkste uitdaging; pionieren op 3 buitenlandse B2B optiekbeurzen
- Marktaandeel verwerven en grote partners vinden
- Doelstelling is distributeurs vinden in Frankrijk en UK en partner in USA
- Doelen/ uitdagingen: onderzoek doen; lijntjes uitzetten en zorgen dat derden je weten te vinden> internet vindbaarheid
- Duitsland goede entree verwerven 2014-2015

Vraag 3: Naar wat voor soort informatie, ondersteuning of hulp bent u op zoek (geweest)? (bij alle sessies)

- Ingang tot netwerken door ambassade
- Landed costs, finance security
- Identificeren van potentiële klanten en indien mogelijk introducties tot hun rechtstreeks of via netwerken.
- Betrouwbare Distributeurs & contacten
- Informatie van/over de lokale markt, financiering
- Hoe ziet de markt eruit, welke spelers zitten er, ondersteuning met name bij contracten
- 1. Hulp naar lokale wet en regelgeving die export makkelijker maken 2. Ondersteuning van het vinden van de juiste partners in mogelijke exportlanden
- Marktaantrekkelijkheid, drijfveer om internationale partij aan te trekken
- Financiering
- Informatie over gewoontes in verschillende landen, wat moet je wel en wat juist niet doen.
- (informatie over ...) Financiële situatie partner
- Introduceren met en toegangen krijgen tot relevante partijen in het betreffende gebied.
- Echte goede persoonlijke ondersteuning, coaching,
- juridisch vlak 2) Inzicht in betrouwbare partijen
- Marktonderzoek en partnerkeuze.
- Informatie (vind ik via internet)...Hulp en ondersteuning krijg ik al..
- Ondersteuning bij inschrijving/facilitering bij beurzen, als MKB heb je geen gewicht
- Waar moet ik mijn partner zoeken



- Voor nieuwe markten, handelsmissies van sectorale organisaties. Voor bestaande markten advies op specifieke ondernemingsvragen
- Betrouwbare partner informatie. (financiële) Ondersteuning om markt te verkennen, bv mmv beurs bezoek, handelsmissie,
- (Informatie over..., contactgegevens van...)NBSO's
- Ondersteuning bij beurzen
- Wat is de wetgeving
- Nichemarktonderzoek in dat deel van de buitenlandse markt waar jij in wilt zijn
- Introduceren met en toegang krijgen tot lokale partijen in het betreffende gebied
- contact naar de juiste inkoop kanalen - hoe werkt het best in die land 2) Duidelijk wetgeving over 'labelling' maar ook product inhoud enz. 3) Duidelijk overzicht van alle stappen in het proces. Schets van de lokale cultuur, gebruiken en werkwijzen.
- (Informatie over...) kredietwaardigheid
- Met name om de gegevens van nieuwe debiteuren en export vragen.
- (Informatie over...) Missies
- EU (EU-Gateway programma: Missies
- Informatie/ondersteuning: contacten, marktcijfers, introductie
- Marktinformatie
- Financiële vragen en nieuwe klanten

Vraag 4: Waar zoekt u informatie / ondersteuning? (bij alle sessies)

- Op internet
- KvK, internet
- Internet en KvK
- Agentschap
- Kvk
- Partnerbedrijven
- Externe adviseurs en via lokale partijen
- Ambassade, Internet
- Partners mét ervaring en Internet
- Lokale gebruikers van bv concurrerend product, banken die steeds meer info rol behartigen over markt
- Digitaal (twitter, facebook, linkedIn, websites), zakelijke netwerken
- Bij de klant zelf
- RVO, vroeger Agentschap, het beste was EVD. Ook CBI voor import in Europa
- Agentschap, KvK, Internet
- Kvk, RVO
- Extern bureau
- KvK, Internationaal ondernemen
- RVO & KvK.
- Internet en eigen netwerk
- Ambassades
- Internet, via persoonlijke netwerk
- Synthens > Kvk > Agentschap
- Beurzen, indien voorhanden en kort bij
- Niet 1 of 2 instanties ik ga in het algemeen op internet zoeken
- Fenedex en Syntens,
- Ondernemingsvereniging HOGIAF en KvK Amsterdam
- Ambassade: markt scan
- EVD, KVK (Syntens), EVO , leveranciers/klanten
- RVO



- KvK, Min. BuZa.
- KvK, NCH, EVD:
- Het vroegere Syntens voor internationale vraagstukken en Prepare2start subsidies en één op één begeleiding; Higherlevel.nl forum voor vraag en snel antwoord
- Ondersteuning door Nederlands Duitse Handelskamer, KvK, EZ, BuZa.

Vraag 5: Wat ging er goed in bij de ondersteuning verstrekking van informatie? (gesteld bij sessie 1 en 2)

- Globale info voor 1e kennismaking goed
- Ingang tot netwerken
- Contact leggen onderhouden met overheid / ondersteuning
- Exportinstrument SIB en marktonderzoek
- Hulp bij aanvraag subsidie, glijbaanfunctie (doorloodsen naar andere contacten)
- Ambassade opende deuren die anders gesloten bleven, contacten op juiste niveau
- Ondersteuning bij gehele proces
- Organisatie handelsmissie
- Agentschap - aantal contacten bij ministerie hebben en marktinformatie maar ook contacten dus dat ging goed
- Informatie markt
- buitenlandse diensten
- Algemene marktverkenning
- Ondersteuning bij beursentree in Duitsland
- Partnersearch
- Snelle doorverwijzing van Syntens naar RVO
- KvK; thema bijeenkomsten org en bereikbaarheid voor direct advies van exportconsulenten, op weg helpen cq verwijzingsfunctie
- Actief inzetten van lokaal netwerk
- RVO; subsidie-ondersteuningsprogramma's voor 1ste ontwikkeling van nieuwe markten
- Programma's Prepare 2 start en SIB
- Inschrijving KvK
- SIB-onderzoek ging relatief goed maar geen nichemarktkennis/cijfers van 2 jaar geleden
- RVO...steun! Op allerlei gebied. Het meedenken qua strategie wat betreft marktbenadering, culturele verschillen t.o.v. het land en het onze en het actief daarin participeren. Communicatie is goed!

Vraag 6: Welke verbeterwensen heeft u? (gesteld bij sessie 1 en 2)

- Meer informatie in de diepte
- Markt toetsen of gereed voor diensten
- Kennisniveau, ervaring van contactpersoon
- Meer info wet en regelgeving / wegnemen handels barrières
- Toegang tot potentiële klanten, kennis van behoefte van de klanten en specifieke omstandigheden van de markt
- Betrekken bij handelsdelegaties financiering
- Klanteninfo kan beter
- Eens met meer informatie in de diepte KvK & Agentschap
- Subsidie voor export ondersteuning (o.a. beurzen)
- Meer duidelijkheid over mogelijkheden
- (Versoepeling van) de strakke regels die voor subsidie gelden
- Juridische ondersteuning startups
- KvK - website (structuur, vinden van informatie, etc.)



- Marktintrducties startups voorbereiden
- Marktintrducties startups ondersteunen en eventueel (deels) financieren
- Creëren van relevantie op de website
- Financiële ondersteuning
- Goede voorlichting op maat
- Bemiddelen internationaal tussen merk en agenten (b2b) > startups
- Toegankelijkheid handelsmissies
- Drempelverlaging bij ambassades
- KvKbereikbaarheid en zoekfuncties. En de communicatie mbv meehelpen je weg je zoeken en te vinden.
- Per land duidelijk zichtbaar wat het pakket aan diensten is
- Ondersteuning vanuit ambassades ter plekke
- Individuele ondersteuning startups bij sourcing toeleveranciers
- De lokale gebruiken, wetten en gewoontes inzichtelijk voor een ondernemer die in dat gebied iets wil gaan ondernemen
- Gedeeltelijk facilitaire ondersteuning bij beursdeelname, gewichtige ondersteuning bij buitenlandse organisaties
- KvK; meer regionale actie centrum zijn voor export en ondernemen, nu teveel een algemeen ondernemerscentrum
- KvK moet meer schakelen en dus doorverwijzen naar andere instanties.
- BuZa - link met universiteiten en hun buitenlandse netwerken initiëren
- Ondersteuning bij schrijven van project die we willen indienen m.b.t. RVO subsidie(s)
- Informatie (cluster) partners / bedrijven met ervaring, in contact brengen met.
- RVO; naast onderzoeksubsidies ook financieringskredieten voor ondernemen in buitenland. verwijzing naar ambassades en NBSO's wordt vaak te snel gedaan ter wetgeving in andere landen, meer zichtbaar maken
- De andere weg terug: informatie bedrijven/partners die in Nederland via Buitenlandse ambassades in Nederland zoeken in contact brengen
- ervaren partijen (bijv. Van Bommel, Van Lier) koppelen aan onervaren partij en ervaringen uitwisselen.
- KvK en BuZa - breng focus op verbinden van ondernemers met andere NL ondernemers met ervaring of dezelfde vragen, lokale overheden, lokale ondernemers, etc.
- niche markten ondersteuning door overheid in buitenland
- digitale marktplaats opzetten voor MKB'ers die internationaal zaken doen
- Deels financiële ondersteuning voor 'dutch design' bedrijven in een specifieke kansenbranche
- Overheidssubsidies verstrekken om reizen mogelijk te maken > ik moet gezien zijn bij mijn potentiële klanten; zakendoen is relaties bouwen
- NL overheid contact met lokale overheden buitenland om eventuele problemen te voorkomen
- Overheidscertificering voor 'goedgekeurde' bedrijven uitbrengen in het buitenland per branche.
- Voortraject opstellen waarbij internationaal georiënteerde startups via de overheid kennis / netwerk / marktonderzoek - traject krijgen aangeboden om markten te verkennen.

Vraag 7: Wat zijn uw ambities voor de komende jaren m.g.t. internationaal zaken doen (alleen gesteld bij 3^e sessie)

- Ambities: uitbreiden netwerken middels agentschappen
- Ambitie: broeien met twee landen per jaar.
- In vijf landen in vijf jaar ons product te lanceren.



- Wereldspeler worden in energy management systems binnen 10 jaar.
- Ambities : actief in en buiten Europa met distributeurs.
- Rene: ambitie = wereldwijd sterk merk ; van 35 (heden) naar 60 landen (2019)
- Ambitie: 2016 minimaal 1 verkoopkanaal buiten NL, volgende jaren uitrol in meer landen binnen EU.
- Afhankelijk van de marktkansen nieuwe landen aanboren.
- Diensten: introductie / kleinschalige handelsmissies
- Ambitie: zo veel mogelijk gebruikers kennis laten maken met onze probleemoplossing (rugproblemen voorkomen). Daardoor grotere markt in zowel landen dicht bij huis, als verderop.
- Bestaande (prille) kansen (bijvoorbeeld in Japan) verder uitbouwen en verstevigen. D.w.z. (wellicht) het opzetten van een eigen identiteit.

Vraag 8 Welke steun/informatie zou u nu vooral verder kunnen helpen om u ambities te bereiken (alleen gesteld bij 3^e sessie)

- Diensten: internationaal prikbord waar buitenlandse bedrijven, NL bedrijven kunnen vinden die een agent zoeken
- Daarvoor is het noodzakelijk om in eigen land de regels omtrent tillen duidelijker te handhaven en zo een voorbeeld te zijn. Daardoor komt de boodschap ook beter over en kan het buitenland zien dat het ons ernst is.
- Hulp hierbij zou zijn ondersteuning bij al het "papierwerk" om een eigen identiteit te starten. Ondersteuning bij het wegzetten van eigen mensen etc.
- Routing naar de markt door overheidsinstellingen
- Informatie: marktverkenning, een partner voor het werven en selecteren van ondernemers, danwel medewerkers.
- Hulp/advies per land/continent en concrete hulp bij de benodigde investeringen en ontwikkelingen
- Alle benodigde informatie zoals actieve debiteuren in deze handel , marktsituatie en financiële rapporten kunnen ons hierbij helpen
- Behoeftte aan ondersteuning in juridische zaken (contracten), culturele inzichten (do's en dont's per land), toegang tot groeikapitaal zonder externe aandeelhouders
- 1 op 1 ondersteuning, marktanalyses, introductie in buitenlandse kanalen.
- Signalering van instanties die bekend zijn met onze oplossingen en met de kansen die per land ontstaan.

