

Column

Exporteren: waaróm eigenlijk?

Gisteren sprak ik met een ondernemer. Hij vertelde mij dat hij flink gaat investeren in een fabriek. Als die naar wens werkt is niet de vraag wanneer hij daarmee de grens overgaat maar dát hij de grens over gaat. Nederland heeft een interessant afzetgebied maar deze ondernemer wil met zijn product werkelijk het verschil maken en dan bestaan er voor hem geen grenzen.

Regelmatig krijg ik te horen dat bedrijven zich de moeite niet op de hals willen halen om over de grens te kijken. Ze zijn tevreden met wat zij hebben, hebben vaak aardig gevulde orderportefeuilles dus waarom al die moeite? Tot de Nederlandse markt opdroogt of er buitenlandse concurrenten op de Nederlandse markt verschijnen. Dan zul je als bedrijf iets moeten doen. Kijken naar afzet in het buitenland is dan een optie. Maar dat heb je niet zomaar voor elkaar. Dat vergt vele jaren van inspanning. Want wees nou eens eerlijk. Waarom zou een buitenlands bedrijf met een Nederlands bedrijf zaken gaan doen? Dat vergt veel overredingskracht. Eén ding is zeker, uit onderzoek is aangetoond dat bedrijven die internationaal gaan veel innovatiever, creatiever, winstgevender zijn en ook aantrekkelijker zijn voor potentiële medewerkers.

Innovatiever moet je sowieso zijn als je internationaal gaat. Alleen al het aantal concurrenten zal groeien en om dan het verschil te kunnen maken moet je wel vernieuwender zijn. Dat levert dan direct óók weer een voordeel op in je thuismarkt. Een argument dat ik ook nog graag meegeef is de verkoopbaarheid van je bedrijf. Die waarde gaat zeker omhoog als je ook al internationaal actief bent. Uiteraard; exporteren doe je er niet bij. Gelukkig zijn er diverse partijen die je daarmee op weg kunnen helpen. ■

Evert-Jan Schouwstra is de managing director van het World Trade Center (WTC) Noord-Nederland.

