

Persbericht

Amsterdam, 15 oktober
2013

Nederlands bedrijfsleven kan groeien in Europa

Ruim driekwart van de Nederlandse ondernemers die in het buitenland zakendoen, gelooft dat internationaal ondernemen het Nederlandse bedrijfsleven kan helpen uit de recessie te komen. Hierbij doen de meeste kansen zich voor binnen Europa en ziet ABN AMRO voornamelijk expansiekansen in Noord-Europa. Dit zijn de belangrijkste conclusies van het onderzoek 'ABN AMRO Internationaal Ondernemerspeil' dat GfK Intomart in opdracht van ABN AMRO heeft verricht.

Positivisme onder Nederlandse ondernemers

Internationaal actieve bedrijven zijn optimistisch over de Nederlandse economie. Ruim de helft verwacht groei in 2014. Wie omzetgroei verwacht voor de eigen onderneming voorspelt ook vaker economische groei voor heel Nederland. Ruim driekwart vindt bovendien dat internationaal zakendoen kan helpen bij het bezweren van de economische crisis. Bijna de helft is van mening dat de toekomst buiten Nederland ligt. Maar liefst 66 procent verwacht omzetgroei in het buitenland, tegenover 42 procent die groei verwacht in eigen land. 85 procent van de bedrijven die internationaal ondernemen, adviseert andere ondernemers dan ook dit voorbeeld te volgen.

Nederlandse bedrijven zoeken het dichterbij huis

Nederlandse bedrijven die internationaal actief zijn, zien de BRIC-landen als een aantrekkelijke afzetmarkt. Maar iets minder dan een derde van deze ondernemers doen ook daadwerkelijk zaken met deze landen. "Handel drijven in de BRIC-landen biedt weliswaar veel kansen, maar de complexiteit is ook groter. In- en uitvoerbeporingen, lokale infrastructuur, toegang tot financiering en valutarisico's zijn veel vaker een issue. Met name kleinere bedrijven geven er dan ook de voorkeur aan dichterbij huis zaken te doen. ABN AMRO is dan ook internationaal ingericht op basis van deze behoeften", zegt Ruut Meijer, Directeur Corporate Clients van ABN AMRO.

Voorkeur voor Duitsland, België relatief onaantrekkelijk

Nederlandse bedrijven beschouwen Duitsland - als sterkste economie van Europa - opvallend vaak als een aantrekkelijker economie dan België, hoewel in beide landen sprake is van ongeveer evenveel internationale activiteit. 71 procent van de ondernemers heeft een voorkeur voor Duitsland, terwijl iets minder dan de helft dit over België zegt. Dit werkt ook door hoe zij andere bedrijven adviseren in welke landen zaken te doen. Duitsland wordt met afstand het meest aanbevolen (67 procent); 40 procent raadt België aan.

Noord-Europa veelbelovende markt

ABN AMRO ziet veel mogelijkheden voor expansie van het Nederlandse bedrijfsleven in Noord-Europa. In deze landen is nog relatief weinig activiteit; 45 procent van de internationaal actieve bedrijven doet hier zaken. Toch vindt maar liefst 62 procent van deze ondernemers deze regio (zeer) aantrekkelijk qua groeimogelijkheden en nauwelijks complex (18 procent). Hier liggen dus mogelijkheden voor uitbreiding.

Innovatiekracht onder druk door gebrek aan ambitie

Op het gebied van innovatie tonen bedrijven weinig ambitie. Slechts 3 op de 10 ondernemers omschrijven het Nederlandse bedrijfsleven als innovatief en voor slechts 19 procent is innovatie een strategische prioriteit. Ondernemers beschouwen vooral de handelsgeest (68 procent), talenkennis (55 procent) en open cultuur (42 procent) als de belangrijkste krachten van het

Nederlandse bedrijfsleven. Hoewel 9 op de 10 ondernemers benadrukken dat innovatie wel belangrijk is voor het onderscheidend vermogen van Nederlandse bedrijven in het buitenland geven zij volgens ABN AMRO hieraan in de praktijk nog te weinig invulling.

Wilt u het onderzoeksrapport ontvangen en/of heeft u vragen, neem dan contact op met:

ABN AMRO

Jeroen van Maarschalkerweerd

jeroen.van.maarschalkerweerd@nl.abnamro.com

Telefoon: 020 - 628 4748