

# FORUM

SPECIAL INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

**22.01.15** OPINIEBLAD VNO-NCW  
ONDERNEMERS EN POLITIEK

An aerial night view of a city skyline, likely Singapore, featuring numerous illuminated skyscrapers and a river. A rainbow is visible in the sky over the water. The foreground shows residential buildings with red roofs.

Buitenland lonkt, voor wie durft  
**Er is een wereld  
te winnen**

#### INTERVIEW

Minister Ploumen: 'Hupsakee, mee op handelsmissie mkb' 4

#### REPORTAGE

Ambassadeur nieuwe stijl: in dienst koning én bedrijven 16

#### ACHTERGROND

Ondernemen overzee: 'In Nepal kijken ze anders naar deadlines' 10



## 3 Voorwoord

## 4 Lilianne Ploumen wil de grens over

Zet in op export en onderneem over de grens, zegt Lilianne Ploumen. De minister voor Buitenlandse Handel roept mkb-ondernemers op zich nu eens op onbekend terrein te wagen. 'De wereld ligt voor ons open.'

## 8 Oriënteren op ondernemen in het buitenland?

## 10 Ondernemers overzee

Worden we wel betaald? Hoe betrouwbaar is dit land? En wat als het niet veilig is? Hoe vergaat het ondernemers die hun geld in het buitenland verdienen? 'In het buitenland kun je grotere stappen zetten.'

## 14 Ondernemen in het buitenland?

## 16 Voor koning en ondernemers

Miljoenencontracten slepen ze binnen voor de bv Nederland. De ambassadeurs nieuwe stijl moeten dagelijks aan de bak om het merk Nederland te verkopen. Een reportage. 'Het gaat om de gunfactor.'





## Internationaal ondernemen: WAAR BLIJFT DE KWANTUMSPRONG?

Als er één moment is. Eén moment waarop we de kans moeten grijpen om het meest welvarende land in de wereld te worden, de onbetwistbare kampioen als het gaat om internationaal ondernemen, dan is het nu. Niet volgend jaar, niet de volgende kabinetsperiode, nú. Klinkt misschien raar, nu de kranten dagelijks volstaan over de vele brandhaarden op de wereld, maar toch is het zo.

Tel maar op. De rente staat historisch laag, investeren was nog nooit zo goedkoop. De euro is niet duur. Onze bedrijven zitten boordevol innovatie. We scoren hoog op duurzaamheid, maatschappelijk verantwoord ondernemen en de *happiness index*. We hebben een geweldig potentieel, voor onszelf en voor de wereld. maar de stap over de grens is wel essentieel. Sterker nog, duurzame welvaart voor allen is simpelweg onmogelijk als we ons beperken tot slechts de thuismarkt van 17 miljoen.

Nederlandse ondernemers gaan in het buitenland voor goud én brengen goud. Elke handelsmissie toont dat. Onze unieke expertise – duurzame voedselproductie vol technisch kunnen, cybersecurity via unieke chips, leefbare steden met veilig vervoer, vitale vergrijzing, schone energie – vindt in het buitenland gretig aftrek. Ik zag dat zelf van dichtbij bij het Staatsbezoek aan Japan en Korea. Heel veel Nederlandse ondernemers zijn succesvol in het buitenland en ik ben ervan overtuigd dat een nog veel grotere groep dat óók in zich heeft. Zeker als zo goed wordt samengewerkt met de overheid als tijdens het staatsbezoek aan Korea en Japan.

Een bedrijfsleven dat niet maximaal gesteund wordt door zijn overheid, belandt echter onherroepelijk op achterstand. Ik waardeer wat de Nederlandse overheid nu al doet, maar ik pleit voor een kwantumsprong. Op alle fronten moet het beleid voor internationaal ondernemen in een hogere versnelling. Het kabinet moet een exportteam Nederland zijn, waarin alle export bevorderende ministeries nauw samenwerken – Buitenlandse Zaken, EZ en Landbouw, Infrastructuur en Milieu, Volksgezondheid, Onderwijs. Met goede exportfinanciering en een 'Export ANWB' die ondernemers op weg helpt. Met meer Europese samenwerking, om de Interne Markt en handelsverdragen met de VS en Japan te realiseren. Met gerichte Task Forces voor de export van onder meer de Topsectoren. Ook nieuwe sectoren, zoals de hightech niche-spelers en de semi-publieke sector, moeten meer bij de exportbevordering betrokken worden. Het spreekt voor zich dat ook de ondernemers zelf en hun organisaties hun export-beleid moeten intensiveren.

Voor internationaal ondernemen zijn relaties en kennis nodig. Onze ambassades en consulaten-generaal spelen daarbij een sleutelrol. Terwijl de Nederlandse economische diplomatie steeds beter vorm krijgt, zijn veel posten door de bezuinigingen tot op het bot uitgekleeft. Dat is 'Penny-wise Pound-foolish'.

Deze Special van *Forum* zet de schijnwerper op het belang van het buitenland, een sterk buitenlands economisch beleid en het werk van onze posten. Internationale markten zijn doorslaggevend voor onze welvaart. Daarom moeten we nu in actie komen. Daar zet ik graag met ondernemers en de overheid de schouders onder.

Hans de Boer  
Voorzitter VNO-NCW

## Colofon

Forum is het wekelijkse opinieblad van ondernemingsorganisatie VNO-NCW dat tien keer per jaar in print en dertig keer per jaar in tabletformaat verschijnt. VNO-NCW vertegenwoordigt samen met de aangesloten

160 brancheorganisaties en vijf regionale verenigingen in totaal 115 duizend ondernemingen. VNO-NCW wordt in de regio vertegenwoordigd door: VNO-NCW Noord, VNO-NCW Midden, VNO-NCW West, de Brabants-Zeeuwse Werkgeversvereniging (BZW) en de Limburgse Werkgevers Vereniging (LWV). Voor managers tot 40 jaar is er Jong Management.

**Redactieadres** Bezuidenhoutseweg 12, 2594 AV Den Haag, Postbus 93002, 2509 AA Den Haag, telefoon: 070 - 3490 165, e-mail: e-mail: forum@vnoncw-mkb.nl

**Forum op internet** [www.vno-ncw.nl](http://www.vno-ncw.nl)

**Redactie** Karin Bojorge (hoofdredacteur), Jiska Vijselaar (eindredacteur), Marcia Timmermans (bureau-redacteur), Remko Ebbers, Miran de Groot, Frank den Hoed, Judith Katz, Paul Scheer

**Dit nummer werd mede mogelijk gemaakt door** het ministerie van Buitenlandse Zaken

**Aan dit nummer werkten mee** Janneke Juffermans, Sang-Ah Yoo, Angélique Heijl, Winand Quaadvlieg

**Abonnementen op de printeditie van Forum en adreswijzigingen hiervoor** Sander Kok, telefoon: 070 - 3490 336, e-mail: kok@vnoncw-mkb.nl, ISSN 1384 - 2102. De printeditie van Forum wordt gericht – kosteloos – toegezonden aan een groot aantal Nederlandse ondernemingen, organisaties en particulieren. Betaalde abonnementen kosten € 25 per jaar exclusief btw. Opzegging van een kosteloos abonnement kan per direct, van een betaald abonnement per 1 januari. Hiervoor geldt geen opzeggingstermijn. Abonneren op de tablet Forum kan door de Forum-app te downloaden in de App Store (iPad) of de Google Play Store (Android). Zowel de app als de tablet Forum zijn gratis.

**Informatie over het lidmaatschap van VNO-NCW** Informatie bij Rita ter Steeg, telefoon: 070 - 3490 351, e-mail: steeg@vnoncw-mkb.nl. Opzegging van het lidmaatschap van VNO-NCW moet vóór 1 september van een jaar worden gedaan. Het lidmaatschap eindigt dan per 31 december van datzelfde jaar. De schriftelijke opzegging kan worden gericht aan Rita ter Steeg, coördinator lidmaatschapszaken VNO-NCW, Postbus 93002, 2509 AA Den Haag.

**Vormgeving** Concept, basisontwerp en vormgeving: Link Design, Amsterdam

**Cover Foto** Ng Hock How/Getty Images

**Drukwerk** Em. de Jong bv, Visweg 8, Postbus 8, 5110 AA Baarle-Nassau





# ‘Durf de stap in het onbekende te zetten’

Nederland had een primeur: handel en hulp in één ministerhand. Lilianne Ploumen is de eerste minister van Buitenlandse Handel én Ontwikkelingssamenwerking. Wat heeft deze combinatie opgeleverd voor de bv Nederland? En: hoe gaat de minister zorgen dat in de toekomst meer ondernemers de sprong over de grens wagen? ‘Hupsakee, kom mee op handelsmissie.’

Tekst: Sang-Ah Yoo | Foto's: Christiaan Krouwels

**D**e minister oogt fris, wat opvallend is als je bedenkt dat ze in één week tijd twee dagen in Mali is geweest, daarna een EU-overleg in Brussel bijwoonde, deelnam aan een debat in de Amsterdamse Rode Hoed, meeschreef met het Nationaal Dictee, en het startschot gaf aan het populaire Glazen Huis van Radio 3 FM. Meer dan 72 landen staan op haar conto, waarvan China, India, Congo, Rwanda en Colombia de meest recente bestemmingen zijn. Maar jetlags? Ho maar. ‘Nee, daar heb ik geen last van. Echt niet’, verzekert ze. ‘Er is iets in mijn lichaam...Ik slaap altijd en overal bij. Anders zou ik dit werk niet kunnen doen.’ Twee jaar is Lilianne Ploumen nu minister van Buitenlandse Handel en Ont-

wikkelingssamenwerking, de eerste met deze nieuwe portefeuille.

## **Wat heeft deze nieuwe combinatie tot dusver opgeleverd voor het Nederlandse bedrijfsleven?**

‘Heel veel. Ik vind dat ik er als minister voor Handel en Hulp verantwoordelijk voor ben zoveel mogelijk bedrijven, groot en klein, kennis te laten maken met nieuwe markten. Zeker in tijden dat het economisch moeilijker gaat in de eurozone – waar we als Nederland nog steeds 75 procent van onze handel uit halen – moeten we op zoek gaan naar andere mogelijkheden voor ondernemers. Ook nu de handel met bijvoorbeeld Rusland moeilijker gaat,

is het nodig verder om ons heen te kijken. En de groeipercentages in opkomende landen liggen veel hoger dan in de ons omringende regio's. Daar zijn dus de kansen. U zult in mijn agenda voor handelsmissies dan ook bestemmingen zien als China, Turkije, Brazilië, Congo, Rwanda en Nigeria.’

## **En meer concrete resultaten?**

‘Missies leveren vaak eerst contacten op voordat ze contracten genereren. Toch hebben we goede resultaten behaald. We hebben een lijst met talloze voorbeelden. Zelf willen we natuurlijk ook bijhouden wat het beleid oplevert.’ Ze somt op: mkb-bedrijf Styleshoots, een van de winnaars van het zogeheten Oranje Handels- ■

## Wie is Lilianne Ploumen?

- 1983** Sociaal cultureel werker in Rotterdam-Crooswijk
- 1985** Projectleidster onderzoek bij het Instituut voor Psychologisch Marktonderzoek
- 1990** Manager marketing en onderzoek bij Foster Parents Plan in Amsterdam
- 1993** Over naar PLAN, de koepelorganisatie van Foster Parents, in Londen
- 1995** Ploumen Projecten (marketingonderzoek en idee-ontwikkeling voor (non-)profit Opdrachtgevers)
- 1995** Coördinator fondswerving voor Mama Cash
- 1996** Directeur van Mama Cash
- 2001** Hoofd kwaliteit en strategie Cordaid
- 2004** Directeur internationale programma's Cordaid
- 2007** Voorzitter van de PvdA
- 2012** Minister voor Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking



missiefonds, een initiatief van onder andere het ministerie van Buitenlandse Zaken en MKB-Nederland, mocht dit jaar gratis met de minister mee op handelsmissie naar China. Daar bezocht het bedrijf een matchmakingdag en is daarna met een aantal orders naar huis gegaan, aldus de minister. In China werd tijdens de laatste handelsmissie een half miljard euro aan deals binnengehengeld. Tijdens de missie naar India in 2014 werden in totaal acht contracten met Indiase partners ondertekend, gezamenlijk ter waarde van ruim 250 miljoen euro. Het gaat onder meer om bedrijven die actief zijn in de ict, waterzuivering, landbouw en gezondheidszorg. Uit Nigeria en Ghana bracht het bedrijfsleven ongeveer 25 miljoen euro aan opdrachten mee.

### Levert het beleid ook iets op voor de allerarmsten in de wereld?

'Sommige mensen hebben gewoon keihard hulp nodig. Daarom hebben we voor de komende jaren meer geld vrijgemaakt voor noodhulp, dat bijvoorbeeld gaat naar Syrië en Zuid-Sudan. En daarom hebben we de Karel Doorman (marineschip; red.) met hulpgoede-

ren gestuurd naar de door Ebola getroffen landen. Maar het belangrijkste is dat een land op eigen benen kan staan. Dat een land economisch groeit, en dat die groei ook bij iedereen in de samenleving terecht komt. Daarvoor is wel méér nodig dan alleen ondernemerschap. De overheid in dat land moet zorgen voor goede regelgeving, schoon drinkwater, recht op onderwijs. Daar proberen we ook aan bij te dragen als Nederlandse overheid – samen met bedrijven en ngo's. We zetten daar met zijn allen op in. Daar is vaak nog veel inspanning voor nodig, om die markt op een goede manier zelf te laten functioneren. Maar die leveren we met zijn allen. U moet bedenken dat op een missie met mij net zo goed een Heineken en Unilever meegaan als een ngo als Max Havelaar. Natuurlijk zijn bedrijven uit op winst – als dat niet zo was dan zou ik toch een hartig woordje met ze moeten spreken – maar ze kijken ook naar de lange termijn. Bedrijven willen goede toeleveranciers, in een stabiele situatie, en zijn vaak bereid daarin te investeren. Ik moet daarbij opmerken dat Nederlandse bedrijven wel veel verder zijn als het gaat om maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Verder dan andere EU-landen ja, maar ook verder dan de Verenigde Staten.'

### Ligt uw focus meer op het stimuleren van de Nederlandse handel of op het belang van ontwikkelingslanden?

'Dat kun je zo niet zeggen, dat gaat echt hand in hand. Het is juist een teken van deze tijd dat je deze twee niet kunt scheiden. Tijdens overleg met lokale overheden in die landen denken mensen daar niet: daar zit een minister die deels van handel is en deels van hulp. Zij vragen zich af: hoe laten we onze economie groeien? Hoe bestrijden we armoede? Hoe zorgen we ervoor dat meisjes naar school gaan? Zij zien hulp en handel ook niet los van elkaar. En eigenlijk doen we als Nederland niks anders dan ons beter verhouden tot de werkelijkheid daar. En wat ik merk, is dat met name in opkomende landen de combinatie hulp en handel goed werkt. Zij stellen het op prijs dat er een gelijkwaardige relatie bestaat; en dát opent vanzelf deuren. Nederland was de eerste met deze portefeuille en het is niet voor niets dat de Denen ons volgen.'



### **Hoe is het topsectorenbeleid – denk aan hightech – te combineren met ontwikkelingslanden? Die zijn daar toch helemaal niet klaar voor?**

‘Onze topsectoren zijn juist relevant daar. Ik zie ze als Nederlandse oplossingen voor de uitdagingen van die landen. Een mooi voorbeeld is het Dutch Risk Reduction Team: experts uit bedrijven, kennisinstellingen en ngo’s die wereldwijd worden ingezet om overheden te adviseren over kwesties als het voorkomen van overstromingen, het tegengaan van watervervuiling en het verzekeren van watertoegang voor de bevolking. Onze mensen zijn aan de slag geweest in onder meer de Filipijnen en Bangladesh. De waterexperts inventariseren problemen, doen voorstellen van oplossingen en uiteraard willen ze graag zelf die oplossingen helpen realiseren. Dat levert weer kansen op voor onze bedrijven.’

### **Nederland is het zevende exportland in de wereld. Wat gaat u eraan doen om ons in de top-3 te krijgen?**

‘Nu vind ik de zevende plaats op zichzelf best goed. Maar of we China, die op nummer

één staat kunnen verslaan, weet ik niet. We moeten ook een beetje realistisch zijn (lacht). En als je de exportwaarde per hoofd van de bevolking bekijkt, dan bezetten we trouwens al de eerste plek binnen de top-10 exportlanden. Maar goed, vraag blijft: hoe versterken we onze economie vanuit de export? Het antwoord op die vraag ligt niet alleen bij de overheid. Ik denk dat het goed is dat mkb’ers zich ervan bewust zijn hoe belangrijk het is om innovatief te zijn, en om te internationaliseren. Je ziet dat mkb’ers die de afgelopen jaren de grens overgingen, beter de moeilijke jaren zijn doorgekomen dan bedrijven die dat niet deden. Het betekent ook dat zij vooral moeten inzetten op die opkomende markten.’

### **Toch blijkt maar eenderde van alle mkb-bedrijven in Nederland de blik over de grens richten.**

‘Klopt. Daar liggen dus nog veel verbetermogelijkheden. Ik merk dat het voor mkb’ers een grote stap is om te nemen: het is toch onbekend terrein. Niet elk mkb-bedrijf leent zich overigens voor export. Bovendien gaat het om een investering in tijd én geld; niet elke ondernemer heeft dat op de plank liggen. Nederlandse mkb’ers zijn wel sterk in sectoren waar de wereld op zit te wachten. Dan heb ik het over landbouw, olie en gas, water, zorg. Als je het potentieel van het Nederlandse mkb – dus die tweederde die nog in Nederland blijft – kruist met het groeipotentieel in opkomende markten, ja, dan ligt de wereld echt voor ons open.’

### **Wat zou u tegen die tweederde willen zeggen?**

‘Nou ja, hupsakee, kom mee op handelsmissie. Wij doen er van onze kant alles aan om de stap te vergemakkelijken. Zo gaat de overheid in 2015 nadrukkelijker inzetten op internationaal ondernemen en mkb’ers wijzen op de mogelijkheden die er zijn om ondersteuning te krijgen bij het verkennen van nieuwe markten. We bieden allerlei financiële middelen aan om ondernemers te ondersteunen. Denk aan het Dutch Good Growth Fund, aan exportkredietgaranties, publiek-private partnerschappen waarbij je je als ondernemer kunt aansluiten.’  
‘In januari lanceren we een gratis exportapp,

NL Exporteert, die de ondernemer praktisch en concreet helpt met alle informatie die hij nodig heeft om de stap over de grens te zetten. Je ziet per land een marktanalyse, de instanties waar je terecht kunt, de fondsen die bestaan. Ik zou willen zeggen: bereid je als ondernemer goed voor in Nederland. Praat met andere ondernemers, wissel ervaringen uit, maak gebruik van al die mkb-netwerken die er zijn. En de deur van ambassades en consulaten staat altijd open voor ondernemers.’

### **Ja? Want er zijn wel minder ambassades en consulaten.**

‘We hebben natuurlijk een forse bezuinigingsoperatie in Nederland – bijna – achter de rug. Daaraan konden we niet ontsnappen, dat was nodig om de langetermijneconomie een impuls te kunnen geven. We hebben de pijn wel enigszins kunnen verzachten. Op een aantal plekken hebben we juist kantoren kunnen openen, in Myanmar bijvoorbeeld en in Panama. Daarbij focussen we natuurlijk vooral op de gebieden waarin kansen liggen. Zeker in opkomende markten is de overheid vaak sterk aanwezig. Dan kun je als Nederlandse ondernemer wel steun van de ambassade gebruiken, die de marktpartijen en de lokale overheden kent.’

### **Economie wordt steeds politieker, hoe gaat u daarmee om?**

‘Als er in betrekkingen tussen landen politieke kwesties spelen, wil dat niet zeggen dat je niet tegelijkertijd economische betrekkingen kunt onderhouden. Op politiek niveau zijn er veel mogelijkheden om constructieve gesprekken te voeren waarin je ook moeilijke kwesties aan de orde kunt stellen. Ja, zelfs gevoelige onderwerpen als mensenrechten. Mijn ervaring is dat alles bespreekbaar is. Mvo is voor Nederlandse bedrijven erg belangrijk, dat is een belangrijk gespreksonderwerp in gesprekken tussen overheden. Zo heb ik onlangs een bezoek gebracht aan Colombia, samen met ngo’s en energiebedrijven. We hebben daar goede gesprekken gehad over de misstanden in de mijnbouwsector en hebben met de Colombiaanse overheid afgesproken te gaan samenwerken om de situatie in de mijnen te verbeteren. Echt positieve ervaringen dus.’ ■

# Ondernemen in het buitenland?

Tekst: Janneke Juffermans | Beelden: Link Design

## Algemeen

De **Rijksdienst voor ondernemend Nederland** (RVO) helpt ondernemers met hun internationale ambitie met van informatie over de exportmarkt. Daarnaast helpt het RVO bij het leggen van contacten met zakenpartners met behulp van ambassades, consulaten en Netherlands Business Support Offices (NBSO's). [www.rvo.nl](http://www.rvo.nl)

## Gebruik de handelsapp 'NL exporteert'

Vanaf 1 februari is de nieuwe app **NL exporteert** beschikbaar. De gratis app is te vinden in de App Store of in de Google Play Store. Wie heel snel de weg wil vinden naar de juiste ondersteuning om buitenlandse markten te verkennen, kan de app hiervoor gebruiken. Een interactieve wereldkaart maakt het Nederlandse handelsnetwerk zichtbaar op de markt van keuze en geeft informatie over de (financiële) ondersteuning op deze markt, evenementen en over handelsstromen en exportvereisten (tarieven, documenten, procedures).

Ook zijn er expor tips te vinden voor startende, gevorderde en ervaren ondernemers over toegang tot relevante documenten, regelingen, maatschappelijk verantwoord ondernemen en het opstellen van bijvoorbeeld een exportplan.

De app is een initiatief van het ministerie van Buitenlandse Zaken in samenwerking met onder meer VNO-NCW, MKB-Nederland, RVO, KvK, Fenedex en de banken. Deze app wordt door alle partners regelmatig van nieuwe en relevante exportinfo voorzien.

Zoek op 'NL exporteert' en download de app.

### Verken de markt

- Ook met marktverkenning kan de RVO ondernemers verder helpen. De dienst heeft voor bijna elk land informatie over de markt en de beste manier om die te betreden opgenomen in een handige lijst, te vinden op [www.rvo.nl/onderwerpen/internationaalondernemen/landeninformatie](http://www.rvo.nl/onderwerpen/internationaalondernemen/landeninformatie)





# Onderneem in ontwikkelingslanden

Wie meer informatie zoekt over zaken doen in nieuwe markten kan terecht op het digitale platform **ondernemen in ontwikkelingslanden**. Daar is *hands-on* kennis en kunde van experts uit het bedrijfsleven, de overheid en ngo's met specifieke kennis over verschillende ontwikkelingslanden en sectoren te vinden. De experts bieden tips, tricks en persoonlijk antwoord op alle vragen van ondernemers.

Het platform is een gezamenlijk initiatief van VNO-NCW, MKB-Nederland, het ministerie van Buitenlandse Zaken, Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO.nl), NCDO en Partos, de branchevereniging voor internationale samenwerking.

Meer info? Kijk op [www.ondernemeninontwikkelingslanden.nl](http://www.ondernemeninontwikkelingslanden.nl)



## Financiering: hoe?

Voor starters en voor grotere bedrijven is financiering beschikbaar bij fondsen of via *business challenges*.

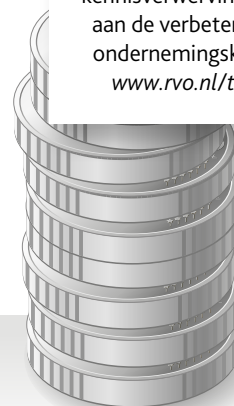
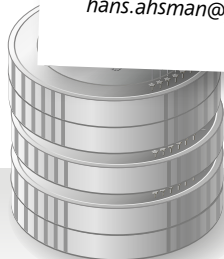
### ENKELE FONDSEN:

Het **Dutch Good Growth Fund** helpt Nederlandse bedrijven ondernemen in ontwikkelingslanden. Wie een *business case* heeft voor een investeringsproject in een ontwikkelingsland en bijdraagt aan de ontwikkeling van de lokale economie, kan een beroep doen op het Dutch Good Growth Fund (DGGF).  
Meer info op [www.rvo.nl/DGGF](http://www.rvo.nl/DGGF)

Bij **Partners voor water** kunnen Nederlandse partijen uit de watersector met een idee voor een innovatief project in het buitenland een subsidie aanvragen om dit project te realiseren. Meer informatie: [www.partnersvoorwater.nl](http://www.partnersvoorwater.nl)

**Fonds Opkomende Markten (FOM)** verstrekt (middel)langetermijnfinancieringen (FOM) aan lokale dochterondernemingen of samenwerkingsverbanden van Nederlandse bedrijven die een financieringsbehoefte hebben voor de (verdere) ontwikkeling van hun activiteiten in opkomende markten. Meer informatie bij: [hans.ahsman@pnoconsultants.nl](mailto:hans.ahsman@pnoconsultants.nl)

De **Transitiefaciliteit** (transitielanden Colombia, Vietnam en Zuid-Afrika) richt zich op het Nederlandse bedrijfsleven en Nederlandse kennisinstellingen. Het verstrekt subsidie voor haalbaarheidsstudies, voor demonstratieprojecten, voor kennisverwerving en voor bijdragen aan de verbetering van het lokale ondernemingsklimaat. Meer info: [www.rvo.nl/transitiefaciliteit](http://www.rvo.nl/transitiefaciliteit).



## ONDERNEEM EENS OVER DE GRENS

# ‘IN HET BUITENLAND KUN JE

Ondernemers laten nog geld liggen: in het buitenland valt prima zaken te doen. Hoe vergaat het de ondernemers die de stap al waagden? ‘In Nederland beland je sneller in een sleur.’

Tekst: Janneke Juffermans | Foto's: Arenda Oomen

**KLAAS DE GROOT, ARCADIS (INFRASTRUCTUUR, WATER, MILIEU)**

## ‘Voor veel landen is de Nederlandse aanpak nieuw’

‘In veel landen duurt het even voor je vertrouwen hebt. Maar als dat zo is, dan kun je er grotere stappen zetten dan in Nederland.’ Klaas de Groot werkt als senior adviseur en business developer bij ARCADIS, een bedrijf met onder meer expertise op het gebied van watermanagement, met kantoren in ruim veertig landen en projecten verspreid over bijna de hele wereld. Soms worden die gefinancierd met lokaal geld, maar soms ook met geld van onze eigen ministeries van buitenlandse zaken of van infrastructuur en milieu. De Groot vindt de dynamiek van het werken in het buitenland erg inspirerend. ‘In Nederland beland je sneller in een sleur.’ Bovendien kan hij met die grote stappen echt iets bijdragen. ‘Het geeft een goed gevoel als je de kans krijgt de wereld wat beter maken.’ Elke context vraagt om een andere aanpak. In Myanmar dacht ARCADIS in opdracht van de Nederlandse overheid mee over een nationale waterstrategie. Een interessante uitdaging vond De Groot. ‘Aziaten zijn minder uitgesproken dan Nederlanders, dus je moet omzichtiger communiceren.’ Maar niet alleen cultuurverschillen spelen een rol: ‘In Colombia opereren we in een ander politiek krachtenveld dan in Nederland. We luisteren daarom goed naar Colombiaanse collega's. Alleen dan kun je iedereen op



een goede manier bij de projecten betrekken.’ Want dat laatste is volgens De Groot waarin Nederlands watermanagement zich onderscheidt van andere landen. ‘Voor veel landen is de Nederlandse aanpak nieuw. Ook anderen kunnen een brug of dam aanleggen. Vaak goedkoper dan wij. Onze meerwaarde ligt in hoe we een besluitvormingsproces ingaan, de juiste mensen betrekken en rekening houden met ecologische, sociale en institutionele aspecten. Het geheel moet elkaar goed aanvullen.’

### POPULAIR

En die aanpak werpt zijn vruchten af. Vaak merkt De Groot dat projecten tot nieuwe opdrachten leiden. ‘In Colombia werkten we aan een ‘ruimte voor de rivier’ project, om de kans op overstromingen te verkleinen. Inmiddels denken we nu ook mee over het optimaliseren van transport over water en steunen we de overheid bij een masterplan op het gebied van kustbeheer.’

Wereldwijd werken, het klinkt aantrekkelijk. Maar ARCADIS stapt nooit zomaar in een project. ‘Belangrijk is *health* en *safety*: kunnen we er veilig werken? Is het land betrouwbaar? Hoe zit het met transparantie? Weten

# GROTERE STAPPEN MAKEN'



we zeker dat we betaald worden? Ook hebben we onze *general business principles*. Daar moeten partijen aan voldoen.' Voorlopig ziet De Groot echter nog veel mogelijkheden. 'We willen wereldleider zijn en als center of expertise Nederlandse kennis en technologie naar buiten brengen', vertelt hij enthousiast. De Nederlandse overheid steunt die ambitie van harte. 'Nederlandse ministeries en ambassades proberen overal markten voor Nederlandse bedrijven te openen. Niet alleen op het gebied van water, maar ook voor andere kennisvelden waarin Nederland toegevoegde waarde heeft. Daar ben ik heel enthousiast over.'

**MAURITS TEUNISSEN,  
STYLESHOOTS (KLEDINGFOTOGRAFIE)**

## 'China was een groot vraagteken'

China is een van de snelst groeiende economieën ter wereld. Nederland organiseert er regelmatig handelsmissies. Styleshoots was een van de bedrijven die afgelopen voorjaar met zo'n missie meeging. Een bedrijf dat 'de wereld van kledingfotografie voor internet totaal veranderd heeft,' volgens directeur Maurits Teunissen. Styleshoots ontwikkelde apparatuur waarmee kleding binnen 60 seconden loepzuiver gefotografeerd en vervolgens aantrekkelijk op internet gepresenteerd wordt. 'Een tijdswinst van soms wel twee uur, in vergelijking met de traditionele manier van fotograferen en nabewerken,' aldus Teunissen. In januari 2012 maakte het bedrijf een vliegende start en zette dat jaar al miljoenen om. Sindsdien ging het hard. Zalando en Marks & Spencer maken gebruik van de apparatuur naast klanten in Duitsland, Denemarken en Turkije. 'In Europa gaat het lekker. Maar we zijn benieuwd naar China,' vertelt Teunissen. 'De belangrijkste textielschuren voor het Westen zitten er. Die hebben baat bij goede samplefotografie. Bovendien is er een hard werkende middenklasse ontstaan. Die shopt vooral op internet. En daar moeten goede foto's op staan.' Styleshoots diende daarom een aanvraag in bij het Oranje Handelsmissiefonds, een samenwerkingsverband van ING, KLM, het ministerie van Buitenlandse Zaken en MKB-Nederland. Elk jaar steunt het fonds tien geselecteerde bedrijven bij het realiseren van exportambities. En zo zag Teunissen zichzelf in gezelschap van minister Ploumen, in China uitleggen wat Styleshoots te bieden heeft.

Een bijzondere ervaring. 'China was een groot vraagteken. Het is anders dan elk ander land waar ik werkte. Er is bijvoorbeeld een geleide economie. Als je er handel drijft, moet je ook iets met staatsrelaties'. Niet alleen

het land, ook de inwoners verbaasden Teunissen. 'Ze zijn allemaal even vriendelijk en lachen allemaal. Maar ik kan ze niet doorgronden. Als je me vraagt of ik nu weet hoe de Chinezen in elkaar zitten, moet ik 'nee' tegen je zeggen'.

#### CACHET

Toch is Teunissen door de handelsmissie alleen maar enthousiaster geworden. 'De handelsmissie was een goede *stepping stone*. De aanwezigheid van de minister gaf de missie bovendien cachet.' De volgende reis naar China, deze keer op eigen gelegenheid, staat alweer gepland. Vooral om contacten en afspraken opvolging te geven, vertelt Teunissen. Hoewel de overheid er deze reis niet bij is, zal Teunissen nog steeds gebruik maken van haar expertise.

'We komen dilemma's tegen. Is bijvoorbeeld het Nederlandse handelsrecht van toepassing of het Chinese? Hoe is de aansprakelijkheid geregeld en is de certificering van onze technologie in China ook geldig? Bovendien heeft China in sommige gevallen importblokkades,' aldus Teunissen. Voor het laatste probleem biedt het Nederlandse consulaat in Shanghai soelaas. 'Het consulaat maakt ons wegwijs in *free trade zones*, waarmee import betaalbaar blijft.'

Zo gaat Teunissen steeds nieuwe uitdagingen aan. 'Zaken doen in China heeft tijd nodig. Ik maak me geen illusie dat ik in januari terugkom met een grote tas met opdrachten. Maar het is niet onmogelijk.'



#### CARLIEN HELMINK STUDIO JUX (DUURZAME MODE)

## 'Een deadline wordt in Nepal heel anders opgevat'

'JUX, van de uitdrukking *Jux und Tolerei*, betekent plezier maken. Dat willen wij. Niet alleen voor onszelf, maar óók voor onze werknemers in Nepal,' vertelt Carlien Helmink enthousiast. Samen met modeontwerpster Jitske Lundgren runt ze een kledingatelier in Nepal. De ontwerpen worden gemaakt van duurzame stoffen die het tweetal overal ter wereld opduikt. In Nepal liggen veel kansen voor modeproductie aldus Helmink. Van oudsher had het land een grote kledingindustrie, maar sinds de guerrilla-oorlog staan fabrieken en machines er verlaten bij. Interessant voor buitenlandse producenten zoals Helmink en Lundgren.

Inmiddels bestaat JUX vijf jaar. 'Het loopt uitstekend. Onze kleding is verkrijgbaar in zestig winkels, waarvan Wehkamp voor Nederlanders het bekendst is.' De kleding wordt verkocht in veertien landen, maar vooral in Nederland en Duitsland. Behalve in Nepal is er ook een atelier in Portugal, om 'duurzame stof uit Europa niet naar



Nepal te hoeven vliegen.' Een mooi resultaat na vijf jaar, maar om zover te komen heeft Studio JUX flink geïnvesteerd in onderzoek naar duurzame stoffen. 'Het geeft ons een frontrunner-positie ten opzichte van andere duurzame modeproducenten. Steeds meer modelabels willen via ons produceren.' Studio JUX kreeg in het afgelopen jaar meerdere steuntjes in de rug. JUX won de Green Fashion Award in 2012. Een geldprijs van 25.000 euro voor duurzame mode. De award is een gezamenlijk initiatief van het ministerie van Economische Zaken en Amsterdam Fashion Week. Ook won Studio JUX eerder een exportsubsidie naar Japan, verstrekt door de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland en is het momenteel samen met andere kledingmerken de Duitse markt aan het betreden via partners van het business programma, ook van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland.

#### **NIET VOORTREKKEN**

Studio JUX heeft behalve aandacht voor milieu

ook zorg voor mensen. 'Nepalese fabrieks-eigenaren zijn verbaasd over onze lage doorstroom. Maar wij betalen een maandloon en geen stukloon. Dat geeft onze medewerkers veel meer zekerheid.' Bovendien heeft oprichter Jitske Lundgren vier jaar in Nepal gewoond en er de fabriek samen met een vrouwelijke Nepalese manager gerund. Het heeft geresulteerd in veel vertrouwen van de werknemers. 'Ze voelen zich bij ons thuis,' vertelt Helmink trots. Enthousiast verhaalt ze over de sieradenlijn van studio JUX, die gemaakt wordt door alleenstaande en ongeschoolde Nepalese vrouwen. Ze kunnen zo voorzien in hun bestaan. Toch zit er een grens aan de mate waarin JUX anderen kan helpen. 'Een broertje van onze accountant heeft reuma. Maar veel mensen zijn hier hulpbehoevend of kennen anderen die dat zijn. Hoewel we hem willen helpen, is het toch een werkgevers-werknemersrelatie. We kunnen geen mensen voortrekken.'

Behalve het verschil in welvaart komt Helmink ook cultuurverschillen tegen. 'Een deadline

wordt in Nepal heel anders opgevat dan bij ons, dus inmiddels zetten we die wat vroeger. Ook hebben we het personeel getraind om ze de kwaliteit te laten leveren waar we naar zoeken. Uiteindelijk vinden we overal een oplossing voor.' ■

# Ondernemen in het buitenland?

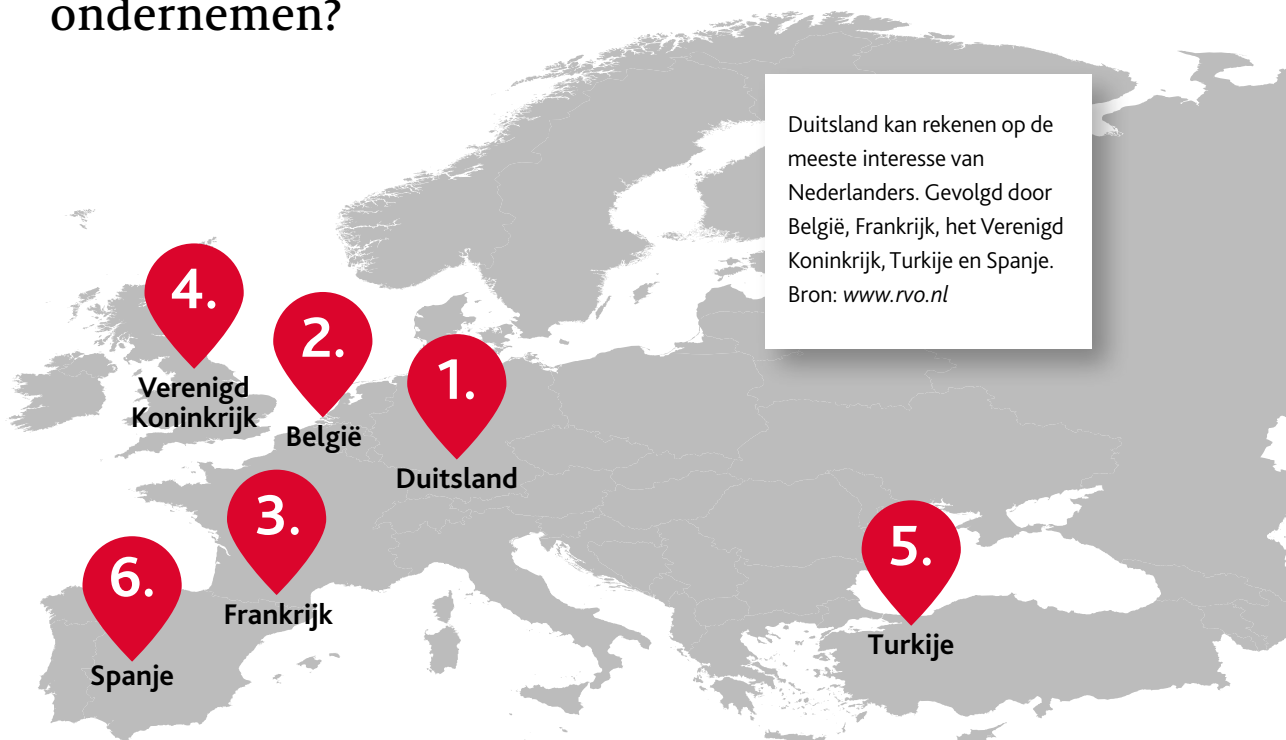
Tekst: Janneke Juffermans | Beelden: Link Design

## Doe mee aan wedstrijden

**Ondernemen Zonder Grenzen** is een programma voor Nederlandse startende ondernemers die zaken willen doen in Afrika, Azië of Latijns-Amerika. Het programma biedt gratis adviseurs die mee denken over een *business case*. Bovendien kan worden meegedaan aan de *business challenge*, waarmee investeerders overtuigd kunnen worden van een plan.  
[www.ondernemenzondergrenzen.nl](http://www.ondernemenzondergrenzen.nl)

De **partnership verkiezing** is een samenwerkingsverband tussen maatschappelijke organisaties, de Rijksdienst voor ondernemend Nederland en FMO. Voor goede business cases in ontwikkelingslanden van bedrijven die samenwerken met een ngo en/of de overheid. Prijzen die gewonnen kunnen worden zijn bijvoorbeeld een startkapitaal van 2.500 euro of een mediapakket van 10.000 euro. Kijk op [www.departnershipverkiezing.nl](http://www.departnershipverkiezing.nl) ■

## Waar willen Nederlanders ondernemen?



# Neem deel aan economische missies

Ondernemers die al weten in welk land ze zaken gaan doen of al zaken doen in het buitenland, kunnen zich opgeven voor een economische missie. In korte tijd worden veel nieuwe contacten opgedaan. En omdat de Nederlandse overheid betrokken is bij de economische missies is sneller een basis van vertrouwen gelegd. Er gaan deuren open die anders gesloten blijven.

Op het programma van elke economische missie staan individuele gesprekken (matchmaking) met geselecteerde potentiële buitenlandse zakenpartners en overheden, seminars en workshops, Holland Trade Lunches/Diners, netwerkevenementen en de mogelijkheid om op politiek niveau belangen en belemmeringen aan te kaarten als het gaat om onder meer markttoegang

Kijk op [www.rvo.nl/onderwerpen/internationaal-ondernemen/](http://www.rvo.nl/onderwerpen/internationaal-ondernemen/)

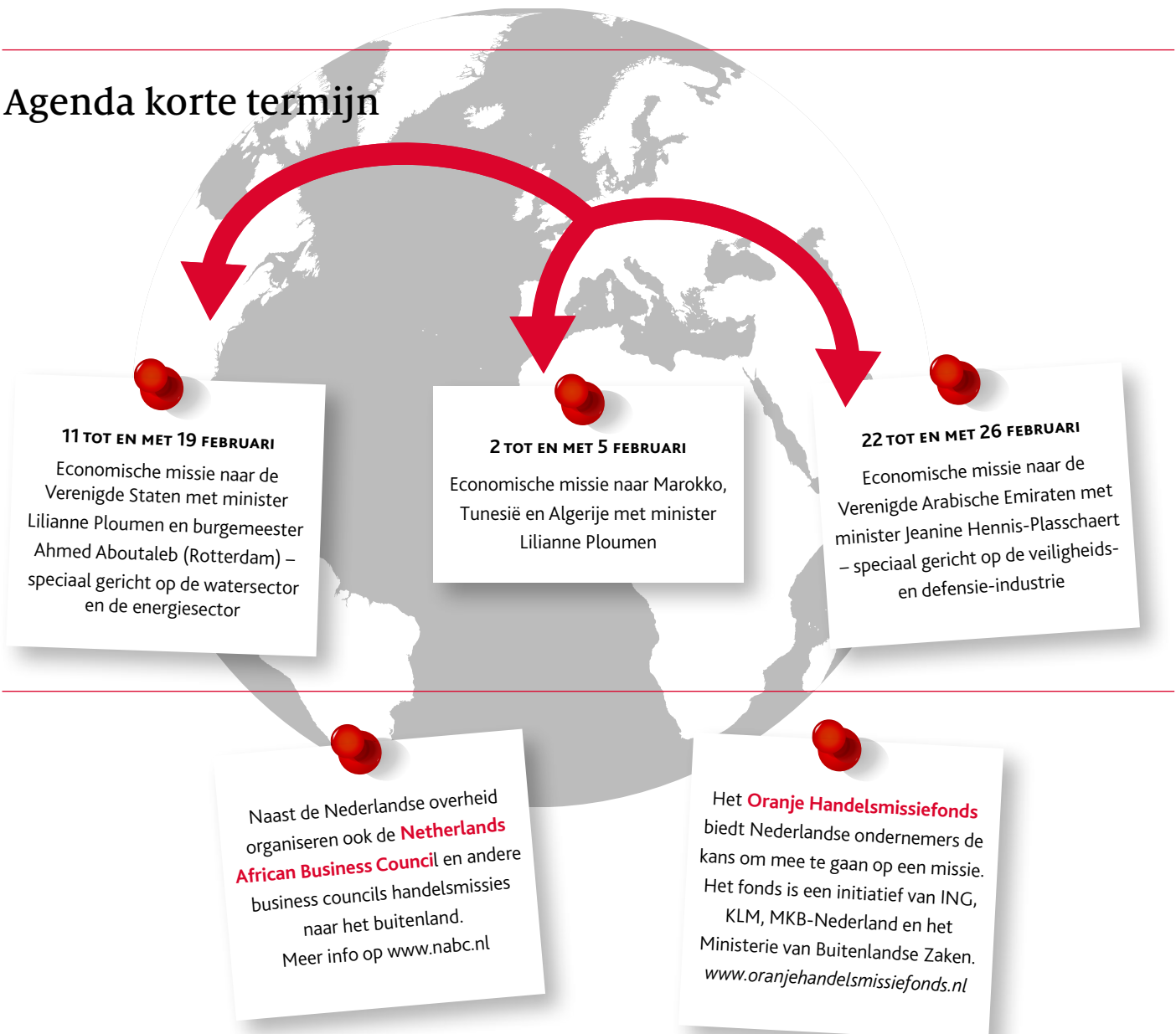
*exportbegeleiding/missies-en-handelsreizen/agenda* voor economische handelsmissies die op korte termijn plaatsvinden.

## WAT DOET HET KABINET?

Het kabinet organiseert regelmatig economische missies naar het buitenland. De economische reisagenda geeft een overzicht van voorgenomen missies van centrale en decentrale overheden. Het ministerie van Buitenlandse Zaken is verantwoordelijk voor de coördinatie. De reisagenda is nauw afgestemd op bedrijfsleven, topsectoren en decentrale overheden.

*Meer weten? Kijk op <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/internationaal-ondernemen/documenten-en-publicaties/jaarplannen/2014/02/20/economische-reisagenda-2015.html>*

## Agenda korte termijn



JAGEN OP CONTRACTEN,  
VERZAMELEN VAN CONTACTEN

# AAN DE BAK OM HET MERK NEDERLAND TE VERKOPEN

Ambassadeurs werken in een ivoren toren, en hebben nauwelijks contact met ondernemers. Toch? Niet dus. De ambassadeur anno 2015 stroopt de mouwen op en gaat actief op pad om Nederland te verkopen. Drie ambassadeurs vertellen over hun dagelijkse praktijk.

Tekst: Sang-Ah Yoo

Ontelbare scooters scheuren langs koloniale Franse huizen en voorbij glazen kantoorgebouwen. Beladen met kratten fris of levende kippen. Met zijn vijven op één scooter? Geen probleem in Vietnam. 'Het land beweegt zich per scooter', zegt ambassadeur Nienke Trooster, standplaats Hanoi. 'Elke dag verbaas ik me opnieuw dat het verkeer hier gewoon doorstroomt.'

Trooster gaat ook mee in deze verkeersflow. Vrijwel elke dag is ze op pad. Zo is de ambassadeur net terug uit Ho Chi Minhstad, waar zij het openingslintje doorknipte voor de vestiging van Ekoko. Dit Nederlandse bedrijf maakt samen met een Vietnamese partner natuurlijke verzorgingsproducten.

De week ervoor bezocht ze in havenstad Hai Phong de nieuwe vestiging van het Nederlandse Winel, producent van onder meer scheepsdeuren. Trooster wil met haar aanwezigheid laten zien dat ze achter het Nederlandse bedrijfsleven staat. Bovendien trekt



Paul Bekkers (midden, rode das), ambassadeur in Polen tijdens de Trans Poland Expo



In gesprek met de Vietnamese pers. Op de rug gezien: ambassadeur Nienke Trooster



Ambassadeur Yvette van Eeoud tijdens de 3D Dutch Design tentoonstelling in Doha (Qatar)



bezoek van een 'hoge' ambassadeur de aandacht van lokale kranten. 'En dat is weer goed voor de promotie van Nederland', vindt ze.

### QATARESE KOEK

In een ander werelddeel is ambassadeur Yvette van Eechoud eveneens druk doende de bv Nederland op de kaart te zetten. Haar post bevindt zich in Doha, Qatar. Dit emiraat is dankzij haar olie- en gasindustrie een van de rijkste landen ter wereld. Als Van Eechoud uit haar raam kijkt, ziet ze behalve palmbomen, zee en spiegelende gebouwen meteen al zo'n veertig hijskranen. 'De staat Qatar is jong, het is een land in ontwikkeling. In twintig jaar wil het een wereldspeler zijn, met westerse levensstandaarden', vertelt de ambassadeur. Daarom maakt de overheid zoveel budget vrij voor de bouw van wegen, vliegvelden, scholen, ziekenhuizen. En daarom is Qatar zo gebrand op het organiseren van internationale evenementen, zoals het WK kortebaanzwemmen vorige maand, het WK handbal in

2015, het WK atletiek in 2019 en natuurlijk het WK voetbal in 2022.

Die miljoenenprojecten, al die aanbestedingen – iedereen wil een stuk van de Qatarese koek. Van Eechoud wil Nederlanders helpen een deel te bemachtigen, want dat is voor bedrijven niet altijd eenvoudig. 'Qatar is een overheidsgedomineerde economie. Economische diplomatie is hier belangrijk. Ze worden hier platgelopen door bedrijven en consultants. Als je als Nederlandse ondernemer steun krijgt van je eigen overheid en ambassadeur, win je veel aan geloofwaardigheid.'

Van Eechoud ondervindt veel concurrentie van andere ambassades. 'Wij werken op de Nederlandse ambassade in totaal met zijn zessen. De Amerikanen, Britten en Fransen met een veelvoud hiervan.' Dus moet van Eechoud flink aan de bak om 'het merk Nederland' te verkopen, zoals ze het zelf zegt. Zichtbaar zijn. Aanwezig. Daarom spreekt ze op de openingsceremonie van de internationale bloemenbeurs in Doha. Vertelt ze op de Inter-

national School of London over Nederlandse duurzame initiatieven als de Fairphone en Wakawaka. Gaat ze op bezoek bij personen die belangrijk zijn voor het Nederlandse bedrijfsleven: de president van de publieke werken autoriteit, de minister van Gezondheid, het hoofd van het havenbedrijf, grote investeerders als Qatar Investment Authority, en bedrijven als Qatar Petroleum en Qatargas. Ze drinkt een kopje thee met de beslissers, bezoekt hun evenementen. 'Ik kweek een vertrouwensband met ze. In Qatar moet men denken: 'Goede lui, die Nederlanders.' De gunfactor speelt hier een grote rol. Ik zorg ervoor dat beslissers een positief beeld hebben van Nederland en het land kennen als betrouwbaar, innovatief en duurzaam en als het land dat ze vooruit helpt bij hun ontwikkeling.' Ze lacht: 'Een soort verzamelaar van contacten en een jager op contracten.'

Onlangs vroeg een groot technologiebedrijf een zakenpartnerscan aan bij de ambassade. 'Wij gaan dan op zoek naar potentiële part-



Ambassadeur Nienke Trooster (op stoel) en haar team in Hanoi (Vietnam)



Bij de opening van de World Press Photo in Opolskie. Uiterst links op de foto: ambassadeur Paul Bekkers



Speeches, bedrijfsbezoeken. Ambassadeur Bekkers is veel op pad



FOTO: MINZUA

Ambassadeur Trooster (Vietnam) op bezoek bij scheepswerf Damen



FOTO: AMARA PHOTOS

Yvette van Eeouchoud tijdens Doha Flowers (Qatar)



FOTO: MINZUA

Op werkbezoek bij het laboratorium van East West Seeds. Links ambassadeur Trooster

## ‘SOMS FUNGEREN WE ALS EEN LUXE TAXISERVICE’

ners voor de ondernemer. Omdat *cold calls* hier niet werken, bezoeken wij eerst de Qatarrese partij en maken vervolgens een afspraak met hen en de Nederlandse ondernemer. Het gebeurt regelmatig dat wij het vervoer van de ondernemers ook verzorgen. In Qatar is er nog nauwelijks openbaar vervoer. Taxichauffeurs weten vaak de weg niet goed. Dan fungeren we inderdaad als een luxe taxiservice.’

### KOPPELAAR

Dichter bij huis, in Warschau, vat ambassadeur Paul Bekkers nog eens samen wat ambassades voor het bedrijfsleven betekenen. ‘De ambassade is een onderneming, met de ambassadeur als ceo. Belangrijke klant van ons is het Nederlandse bedrijfsleven. Net als een onderneming verdienen we geld, met als grootste verschil dat het geld niet bij ons terecht komt, maar bij onze klanten. Wij als intermediair zorgen ervoor dat bedrijven contracten binnenkrijgen.’

De ambassade in Polen is creatief als het om het laatste gaat. Zo organiseert ze bijvoorbeeld een water-roadshow, waar Nederlandse experts van onder meer ARCADIS, Deltares en

DHV in een conferentie- of hotelzaal in gesprek gaan met lokale autoriteiten over samenwerkingsmogelijkheden in de regio. Ze deden Szczecin aan (bij de grens met Duitsland) en eerder bezochten ze Krakau en Lublin. ‘De bedrijven treden naar buiten op als een partij’, vertelt Bekkers. ‘Via het programma Partners in International Business doen we iets soortgelijks op het terrein van logistiek.’ Dat programma financiert dergelijke initiatieven in de hoop dat groepen bedrijven samen effectiever de buitenlandse markt kunnen betreden.

De ambassade in Polen heeft verder een seminar over aanbesteding op poten gezet, waar deskundigen van onder meer Rijkswaterstaat en Witteveen en Bos hun aanbestedingservaringen delen met plaatselijke overheden. Polen ontvangt veel geld uit Europese structuurfondsen, waarmee nieuwe wegen worden gebouwd en spoorwegen, maar waarmee ook duurzame energieprojecten worden bekostigd.

Prima mogelijkheden dus ook voor Nederlandse bedrijven. ‘Valkuil is alleen dat Polen bij aanbestedingen puur naar de prijs kijkt,



FOTO: AMARA PHOTOS

Na afloop van haar speech op de ISL School Doha. Midden: ambassadeur Van Eechoud



FOTO: AMARA PHOTOS

Yvette van Eechoud en haar team tijdens een bezoek van Frans Timmermans, toen minister van Buitenlandse Zaken



FOTO: MINBUZA

Ambassadeur Trooster (in jurk met bloemen) tijdens de feestelijke opening van het Nederlandse bedrijf Okoko in Ho Chi Minhstad

en Nederland meer naar kwaliteit. Nederlanders komen er dus bijna niet tussen', aldus Bekkers. Het seminar moet daarom de lokale autoriteiten 'kneden' om bij aanbestedingen ook naar andere factoren te kijken.

'Ons team van de Economische Afdeling doet uitstekend werk', benadrukt Bekkers. Hijzelf opent de bijeenkomst. Verder is Bekkers' rol daarin vooral een van achter de schermen. 'Van te voren praat ik bijvoorbeeld met de vice-minister. Ik tast af of partijen open staan voor een seminar met dit thema en we zorgen dat de juiste mensen worden uitgenodigd.'

Aanbesteding is niet het enige gevoelige onderwerp waarmee Bekkers te maken heeft. De ambassadeur in Polen is regelmatig bezig de beeldvorming over Nederland bij te stellen. Een week geleden opende hij de World Press Photo tentoonstelling in de provincie Opolskie, een streek waar veel arbeiders die naar gaan Nederland vandaan komen, vertelt hij. Aansluitend was hij gevraagd bij een diner met Poolse parlementariërs. Dan gaat het gesprek toch veel over het imago van Polen in Nederland. Pijnpunt is soms nog het Polen-meldpunt in Nederland. De ambassade

draaide net na de oprichting ervan overuren om de brokstukken te lijmen. De gemiddelde Pool is het meldpunt alweer vergeten, maar veel mensen binnen de overheid nog niet, weet Bekkers. Ook malafide tussenkantoren in Polen, die werknemers ronselen voor werk in Nederland, moeten nodig worden aangepakt, vinden de Nederlandse en de Poolse overheid.

### EER

Met lastige thema's hebben alle ambassadeurs wel een keer te maken. In Vietnam is de regering druk aan het onderhandelen over een vrijhandelsakkoord met de Europese Unie, dat er dit jaar moet komen en beide partijen nieuwe handel moet opleveren. Trooster: 'Eens per maand ga ik in Hanoi naar het ambassadeuroverleg, waar alle ambassadeurs bijeenkomen. Wij brengen belemmeringen in beeld waartegen het buitenlandse bedrijfsleven aanloopt. De overheid is nog sterk aanwezig in Vietnam – niet vreemd in een communistisch land. Staatsbedrijven zijn belangrijk. Dat zorgt soms voor het ontbreken van een *level playing field* en voor wei-

nig transparante wetgeving. Trooster: 'Wij geven onze bevindingen door aan Den Haag, die ze op zijn beurt weer doorspeelt aan Brussel.' Zo draagt de ambassade indirect een steentje bij aan het akkoord.

In Qatar komen de slechte arbeidsomstandigheden van de bouwers van stadions, bruggen en wegen vaak in de publiciteit. In Qatar wonen zo'n 2,6 miljoen mensen, van wie slechts 278 duizend 'lokaal' zijn. De rest bestaat uit buitenlanders en vooral: arbeidsmigranten. Die leven en werken vaak onder belabberde condities en worden soms slecht betaald. Van Eechoud: 'Bij elk Nederlands bedrijf dat in de bouwsector zit, vragen we aandacht voor het probleem van recruitering en arbeidsomstandigheden. Als bedrijf heb je toch je ketenverantwoordelijkheid, ook voor je onderaannemers. Nederlandse bedrijven laten gelukkig zien dat het ook anders kan.'

Alliedrie de ambassadeurs vinden het een eer om op te treden voor de bv Nederland, en om als hoogste vertegenwoordiger van Nederland in het land te opereren. Trooster: 'Het opent allerlei deuren en je komt met alle geledingen van de samenleving in aanraking.' ■

# “China, we shall meet again!”

Zo sprak Maurits Teunissen, Directeur Styleshoots, nadat hij terugkeerde van zijn handelsmissie naar China. Een trip die met de steun van de partners in het Oranje Handelsmissiefonds een groot zakelijk succes werd. Lees meer over de succesverhalen en jouw kansen in het buitenland op [www.oranjehandelsmissiefonds.nl](http://www.oranjehandelsmissiefonds.nl)

Het Oranje Handelsmissiefonds steunt elk jaar 10 Nederlandse ondernemingen met internationale ambitie.