

Ministerie van Buitenlandse Zaken, Buitenlandse Handel en
Ontwikkelingssamenwerking
T.a.v. de Minister van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking
mevrouw S.A.M. Kaag
Postbus 20061, 2500 EB Den Haag

Den Haag, 22 maart 2018,

Betreft: Consultatie vernieuwd beleid Buitenlandse Handel en
Ontwikkelingssamenwerking

Geachte mevrouw Kaag,

Nederland is met een aandeel van 29,5 % wereldwijd de grootste exporteur van creatieve diensten. En onze creatieve industrie staat internationaal hoog aangeschreven. *Endemol*, *G-star*, *Guerrilla Games*, *Blendle*, *ID&T* en *OMA* hebben het pad geëffend voor kleinere bedrijven die kansen zien over de grens. De internationale ambities van de creatieve industrie zijn groot. Een actief handelsbeleid, waarbij het bedrijfsleven en in het bijzonder het MKB op alle noodzakelijke punten beter wordt ondersteund, is van groot belang om deze ambities te realiseren.

De Federatie Dutch Creative Industries (FDCI) vertegenwoordigt de zakelijke creatieve dienstverlening en verenigt onder andere de brancheorganisaties BNA (architecten), BNO (ontwerpers), DDA (digital consultants), DGA (game developers), DuPho (fotografen), MODINT mode), Popcoalitie en VEA (reclamebureaus).

De FDCI ondersteunt met de portal '[Creative Holland](#)' creatieve bedrijven die hun grenzen (willen) verleggen. Wij zien daarbij in de praktijk de kansen, maar ook de knelpunten waar deze organisaties tegenaan lopen. We maken dan ook graag gebruik van de geboden mogelijkheid om middels deze internetconsultatie inbreng te leveren voor het Vernieuwd Beleid Buitenlandse Handel en Ontwikkelingssamenwerking.

Als vertegenwoordiger van het MKB focussen wij ons op verbeterpunten voor het MKB en de uitvoering van het advies van de commissie Buijink (*Team Nederland: Samen sterker in de wereld*). Dit advies bevat veel goede aanbevelingen en wordt door de FDCI gesteund. De uitwerking wordt echter te complex gemaakt en wordt daardoor onvoldoende effectief. We pleiten daarom voor aanpassing van de uitwerking en de besteding van de jaarlijks structureel door het Kabinet vrijgemaakte 10 miljoen euro. Specifiek is van belang:

- 1. Een sterke vereenvoudiging van het internationaliseringsinstrumentarium:** In plaats van bijvoorbeeld één 'loket buitenland' zijn er als gevolg van de uitvoering van het advies van de commissie Buijink drie (3) loketten toegevoegd aan het bestaande al onoverzichtelijke instrumentarium: *RVO, NBSO, EEN, NFIA, Consulaten, Ambassades, Innovatie- en andere raden*, etc. etc. Nog afgezien van de inzet en bijdrage van cultuur (*DutchCulture* etc). Het instrument **Partners in International Business (PIB)** is veel te complex, kent een hoog afbreukrisico en dient sterk te worden vereenvoudigd.
- 2. Een slimmere en effectievere besteding van middelen:** Een deel van de beschikbare 10 miljoen dient meer dan nu is voorzien exclusief ter beschikking te komen voor het MKB en de hen vertegenwoordigende (branche-)organisaties. Zij beschikken over de kennis van de sector en kunnen bestaande de kansen beter inschatten en nieuwe kansen beter benutten. De ongewenste situatie die nu dreigt te ontstaan is dat de met deze middelen ingezette business developers terug zullen vallen op beperkte capaciteit van deze organisaties.
- 3. Stimuleren van de vraagontwikkeling:** het merendeel van vooral het kleinere MKB is niet in staat om zelfstandig de vraag uit het buitenland op te halen. Er dient daarom een mechanisme te worden ontwikkeld om in het buitenland een (latente) lokale uitdaging tot een gearticuleerde vraag te ontwikkelen en die vervolgens naar Nederland te geleiden.
- 4. Stimuleren van cross-sectorale thematische uitgaande maar vooral inkomende handelsmissies:** De onder 3 beschreven strategie dient niet alleen te worden ingevuld met verkennende uitgaande missies, maar vooral ook met inkomende missies. Door het halen van de vraag naar Nederland kan niet alleen een veel groter deel van het MKB bij deze internationaliseringsstrategie worden betrokken, het is ook veel effectiever (goedkoper) en sluit beter aan bij de te verwachten vraag. Dus bijvoorbeeld inzetten op 'ouderenzorg' in een lokale context door meerdere sectoren.
- 5. Bevorderen van kennisverbindingen:** Kennisverbindingen zijn impliciet duurzaam. In de uitwerking van bovenstaande strategie passen bijvoorbeeld

'Fieldlabs'. Een buitenlands lokaal probleem wordt tot uitgangspunt genomen bij het matchen van het Nederlandse aanbod op deze lokale vraag, waarbij ook Nederlandse en lokale kennisinstellingen worden betrokken.

6. **Versterking Holland Branding:** Een sterke en op alle fronten en niveaus uitgedragen aansprekend narratief is randvoorwaardelijk voor een succesvolle internationaliseringsstrategie. Deze dient te worden ondersteund met *'symbolic actions'*, showcase projecten die onze kernwaarden illustreren.

Vanzelfsprekend zijn wij van harte bereid om het bovenstaande nader toe te lichten en werken wij graag samen met de overheid aan het verder vormgeven van een effectief en succesvol internationaal handelsbeleid.

Met vriendelijke groet



Gerbrand Bas
secretaris