



Dit onderzoek is gefinancierd door NCDO en SNV met participatie door FMO.

Dit onderzoek is het resultaat van samenwerking tussen NCDO en EIM. Het onderzoek is uitgevoerd door:

Thierry Sanders (NCDO)
Coen Bertens (EIM)
Anouk Mensen (EIM)
John van Duursen (Fair Ventures)

Met dank aan Kees Zevenbergen, Fleur Tonies, Sander Neijssen, Ronald Brevkens, Marcel Leijzer, Petra de Boer en Martin de Jong.

Voor vragen over dit onderzoek kunt u terecht bij Thierry Sanders, NCDO, t.sanders@ncdo.nl

Dit onderzoek is te downloaden van www.businessindevelopment.nl

EIM, Zoetermeer, februari 2004



De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij NCDO en EIM. 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 NCDO en EIM. EIM aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with NCDO and EIM. Quoting of numbers and/or text as an explanation or support 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 NCDO and EIM.

EIM does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

	Conclusies en aanbevelingen	5
1	Inleiding	9
2	Typering activiteiten in ontwikkelingslanden	15
3	Maatschappelijke verantwoordelijkheid	25
4	Informatie en regelingen	37
5	Business in development	47
	Bijlage	
I	Korte vergelijking met eerder onderzoek (1985)	51

Conclusies en aanbevelingen

Onderzoeksdoel en opzet

Door middel van deze verkenning wensen NCDO, SNV en FMO inzicht te krijgen en te geven in de behoeften van Nederlandse bedrijven die ondernemen in en met ontwikkelingslanden. Met deze verkenning is getracht zo veel mogelijk inzicht te geven in de motieven, kansen en belemmeringen van bedrijven om duurzaam te ondernemen in en met ontwikkelingslanden. Belangrijk is daarbij te vermelden dat de grote variatie aan economische activiteiten en geografische gebieden waarin de Nederlandse bedrijven werkzaam zijn en ook kansen zien voor nieuwe activiteiten, het moeilijk maakt om algemene conclusies te trekken.

De onderzoeksresultaten zijn gebaseerd op een door EIM uitgevoerde telefonische enquête onder 100 bedrijven die actief zijn in ontwikkelingslanden en 15 door NCDO gehouden diepte-interviews onder veelal grotere bedrijven met uitgebreide ervaring en activiteiten in ontwikkelingslanden (NCDO). Het telefonische onderzoek is uitgevoerd onder 65 MKB-bedrijven en 35 grote bedrijven.

De resultaten dragen een bias in zich vanwege de selecties vooraf (alleen bedrijven met activiteiten in ontwikkelingslanden en de voorkeur voor respectievelijk Afrika, Latijns Amerika, Azië en Centraal en Oost-Europa). Het merendeel van de ondernemers is actief in de landbouw, veeteelt en visserij, handel en dienstverlening. Lokaal produceren is veel minder vaak vertegenwoordigd.

Typering activiteiten in ontwikkelingslanden

Bijna de helft van de bedrijven is actief in de Landbouw, Veeteelt en Visserij, maar ook Industrie en Handel worden veelvuldig genoemd. Binnen de genoemde sectoren richten de bedrijven zich vaak op een breed scala aan activiteiten. Zo geeft zo'n 60% van de bedrijven aan dat hun activiteiten betrekking hebben op dienstverlening en op handel in de regio. Tot dienstverlening behoren onder andere het bieden van educatie, milieu-advisering en het verstrekken van ICT-advies.

Veel bedrijven noemen commerciële kansen - zoals omzetvergroting, groeiende markt en nieuwe afzetmarkten - de belangrijkste reden om in ontwikkelingslanden te ondernemen. Ook grote of groeiende regionale markten vormen een belangrijke reden. Kostenoverwegingen zoals lage productie- of arbeidskosten worden weinig genoemd als reden voor activiteiten in ontwikkelingslanden.

De omzetbijdrage van de activiteiten in de ontwikkelingslanden bedraagt gemiddeld 42% van de totale bedrijfsomzet. Dit percentage ligt in het MKB overigens beduidend hoger dan in het grootbedrijf (ongeveer de helft versus een kwart).

Veel bedrijven uit het onderzoek zijn al jarenlang actief in ontwikkelingslanden. Dit toont aan dat het goed mogelijk is om duurzame (langdurige) economische activiteiten op te zetten in ontwikkelingslanden. Driekwart van de ondervraagde bedrijven geeft ook aan op dit moment nog steeds nieuwe kansen te zien. Opvallend is dat zelfs 42% van de bedrijven ook in Afrika nog ruimschoots mogelijkheden ziet.

Maatschappelijke verantwoordelijkheid

De meeste bedrijven vinden hun bijdrage aan de lokale gemeenschap belangrijk. Het vormt een voorwaarde voor succes op lange termijn. Bedrijven zien hun bijdrage aan de lokale gemeenschap in de zaken waar zij zelf ook het beste in zijn: via training en kennisoverdracht, werkverschaffing en eerlijke beloning. De opleiding van lokaal personeel wordt meestal gezien als een cruciaal punt van aandacht om een duurzame relatie te kunnen opbouwen in het ontwikkelingsland.

Sponsoring vindt door minder dan de helft van de bedrijven plaats en gebeurt eigenlijk voornamelijk door de grotere bedrijven.

Hoewel er inmiddels verschillende gedragscodes bestaan, geven de bedrijven aan dat de eigen (Nederlandse) gedragscodes veelal gehanteerd worden als norm.

Informatie- en ondersteuningsbehoefte

De meeste bedrijven maken gebruik van overheidsinformatie, waarbij de EVD de belangrijkste bron is. Meer dan de helft van de bedrijven heeft ook gebruik gemaakt van subsidieregelingen. De PSOM-regeling wordt het meest gebruikt.

Er bestaat duidelijk behoefte aan een centrale informatievoorziening (virtueel loket) voor het beter toegankelijk maken van kennis en instrumentarium voor zakendoen in ontwikkelingslanden. De dienstverlening ten behoeve van ondernemen in ontwikkelingslanden is momenteel te gefragmenteerd (meerdere loketten, veelheid aan regelingen met ieder eigen criteria, landenlijsten, etc.). Het beschikbare instrumentarium lijkt bij veel ondernemers ook niet of onvoldoende bekend.

Er bestaat vooral veel vraag naar accurate en toegankelijke landen- en sectorinformatie.

De knelpunten die ondernemers ervaren, hebben veelal betrekking op de vele onzekerheden en hoge risico's, en op de omslachtige en onduidelijke lokale regelgeving en procedures. Daarnaast wordt het vinden van betrouwbare lokale partners als een belangrijk knelpunt genoemd.

Meer stimuleringsregelingen van de overheid en de EU zien de meeste bedrijven daarom als zeer wenselijk. Bedrijven vragen vooral om garantstellingen en aantrekkelijke financieringsconstructies. Daarnaast wordt in het bijzonder aandacht gevraagd voor het gemakkelijker doorlopen van subsidieprocedures.

Bedrijven geloven dat de overheid en het bedrijfsleven elkaar kunnen aanvullen, maar geven ook duidelijk aan dat ze niet met elkaar moeten worden verstrengeld. Een PPP-regeling zou volgens tweederde van de bedrijven wel een goede stimulans kunnen zijn om activiteiten in ontwikkelingslanden op te zetten. Het bedrijfsleven ziet de overheid daarbij echter primair als 'facilitator' en 'riskmitigator', maar minder als partner.

Bijna de helft van de bedrijven vindt dat het bedrijfsleven ook zelf kan bijdragen aan het stimuleren van investeringen in ontwikkelingslanden.

Een toegankelijke website is volgens bedrijven de interessantste ondersteuningsactiviteit die het 'Business in Development programme' van NCDO zou kunnen bieden. Kleinere bedrijven (veel nieuwkomers) geven daarentegen aan dat men ook behoefte heeft aan het delen van ervaringen.

Aanbevelingen

De volgende aanbevelingen kunnen worden gedaan met betrekking tot het stimuleren van duurzaam ondernemen in ontwikkelingslanden:

- Nederlandse bedrijven blijken een belangrijke bijdrage te leveren aan lokale ontwikkeling primair door hun ondernemerschap. Hiermee dragen ze bij aan werkgelegenheid, kennisoverdracht, belastinginkomsten en economische activiteit. Communiceer helder dat ondernemen in ontwikkelingslanden investeringen vergt in kennisoverdracht en trainingen. Dat het langetermijnrelaties betreft en niet iets is voor 'korte successen'. Activiteiten in ontwikkelingslanden kunnen op verschillende manieren opgezet worden. Vooral grote bedrijven openen er vestigingen, maar voor het MKB zijn ook joint ventures, vertegenwoordigingen en intensieve subcontracting interessante mogelijkheden.
- Het opleiden van lokaal personeel blijkt cruciaal. Er dient meer aandacht te worden gegeven aan 'business education en vocational training'.
- Er dient te worden nagegaan of de huidige stimuleringsregelingen wel voldoende zijn afgestemd op de typen economische activiteiten die door Nederlandse bedrijven worden ontplooid in ontwikkelingslanden (bijvoorbeeld veel dienstverlening).
- Stimuleringsregelingen voor de private sector die ontwikkelingsdoelen nastreven zouden beter afgestemd moeten worden op de bijdrage die bedrijven denken te kunnen leveren: training, werk en eerlijke arbeidsomstandigheden.
- Bedrijven vragen nadrukkelijk om overzichtelijker, toegankelijker en accurate landen- en sectorinformatie over ontwikkelingslanden en om toegankelijker stimuleringsregelingen (subsidieprocedures en overzichten). Hierbij zou de rol van de EVD kunnen worden versterkt. De informatie is nog erg diffuus en bundeling via toegankelijke portals kan hier een uitkomst bieden.
- Bedrijven moeten zelf worden gestimuleerd om hun inzichten en 'best practices' uit te wisselen met andere, geïnteresseerde bedrijven.
- Ambassades zouden een belangrijkere rol kunnen spelen bij begeleiding en ondersteuning van het Nederlandse MKB ter plekke. Op dit moment lijken juist de kleinere bedrijven deze ondersteuners niet te kunnen vinden.
- Aangezien voor veel bedrijven de eigen gedragscodes de norm zijn, is het wellicht verstandig om eenvoudige gedragscode templates aan te bieden aan bedrijven die op zoek zijn naar een 'eenvoudige' standaard.
- Het vinden van betrouwbare lokale partners blijkt een belangrijke succesfactor. Het is belangrijk om hiervoor aandacht te vragen bij de ondernemers en het proces zoveel mogelijk te faciliteren, zowel in Nederland als in de ontwikkelingslanden.
- Grote congressen en bijeenkomsten zouden alleen nog moeten worden gehouden voor die bedrijven die zich oriënteren of nieuwkomer zijn.

1 Inleiding

Betrokkenheid van Nederlandse bedrijfsleven en het draagvlak voor duurzame ontwikkeling en internationale samenwerking bevorderen

Aanleiding

In 1985 is door FMO, SMO en NCO (nu de NCDO) een onderzoek uitgevoerd naar de ervaringen van Nederlandse bedrijven met investeren in ontwikkelingslanden. Met het onderhavige onderzoek hebben FMO, SNV en NCDO in 2003 een vergelijkbaar onderzoek uitgevoerd. Dit onderzoek legt meer nadruk op de ervaringen met ondernemen dan op het investeren in ontwikkelingslanden.

De initiatiefnemers FMO, SNV en NCDO van dit onderzoek hebben allen belang bij een beter beeld van de behoeften van Nederlandse ondernemers in ontwikkelingslanden. FMO wil haar financieringsaanbod voor Nederlandse bedrijven die investeren in ontwikkelingslanden en opkomende markten zo goed mogelijk afstemmen op de behoeften van zowel Nederlandse ondernemers als hun lokale counterparts. Voor SNV biedt dit onderzoek inzicht in de mogelijkheden om capacity building diensten in ontwikkelingslanden beter aan te laten sluiten op Private Sector Development. De NCDO begint in 2004 met het programma "Business in Development". Nederlandse ondernemers worden met behulp van dit programma aangemoedigd om actiever en duurzamer te ondernemen in ontwikkelingslanden.

Dit onderzoek biedt hopelijk ook inzicht voor u als lezer, voor beleidsmakers bij de overheid, voor bedrijven die zich oriënteren op opkomende markten, maar ook voor alle andere organisaties die op de één of andere manier actief zijn met het stimuleren van ondernemerschap in ontwikkelingslanden. Voor organisaties als Senter, EVD, MKB Nederland, PUM, VNO-NCW, Kamers van Koophandel en de Ministerie van Buitenlandse Zaken en Economische Zaken ligt in deze verkenning een relevante boodschap.

Meer inzicht in de behoeften, kansen en knelpunten

Doel van de verkenning

Door middel van deze verkenning wensen de initiatiefnemers inzicht te krijgen en te geven in de behoeften van Nederlandse bedrijven die ondernemen in en met ontwikkelingslanden. De verkenning biedt inzicht in de motieven, kansen en belemmeringen van bedrijven om duurzaam te ondernemen in en met ontwikkelingslanden.

Bedrijven aan het Woord:

→ *welke bedrijven en mensen zijn geïnterviewd?*

Van de vijftien geïnterviewde bedrijven zijn er twaalf in meer dan vijf ontwikkelingslanden en opkomende markten actief. In veel gevallen hebben de bedrijven activiteiten in tientallen ontwikkelingslanden.

Tweederde van de geïnterviewde bedrijven heeft een ruime ervaring met het zakendoen in en met ontwikkelingslanden. De meerderheid heeft hier al meer dan tien jaar ervaring mee.

De functies van de geïnterviewde medewerkers waren onder andere CEO, divisiehoofden voor bepaalde gebieden, commerciële directeuren, Business Development Managers.

<p>Resultaten onderzoek zijn verzameld door diepte-interviews en enquête</p>	<p><i>Onderzoeksaanpak</i></p> <p>De resultaten van de verkenning zijn verzameld via diepte-interviews onder 15 grotere Nederlandse ondernemingen met veel ervaring met zakelijke activiteiten in ontwikkelingslanden en via een telefonische enquête onder 100 Nederlandse bedrijven.</p> <p>Deze rapportage is als volgt ingedeeld:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Op de even pagina's (linkerpagina's) zijn de belangrijkste conclusies en enkele typische uitspraken weergegeven van de 15 <i>diepte-interviews</i>. – Op de oneven pagina's (rechterpagina's) zijn de resultaten van de <i>telefonische enquête</i> onder 100 bedrijven weergegeven.
<p>Selectieve steekproef doordat alleen bedrijven zijn benaderd met activiteiten in ontwikkelingslanden</p>	<p>De telefonische enquête is in december 2003 door EIM uitgevoerd¹. Ten behoeve van de enquête is gebruik gemaakt van een selectieve steekproef. De steekproef is opgebouwd vanuit verschillende bronnen: gebruikers van de PSOM-regeling², het Nederlands Centrum voor Handelsbevordering (NCH), bedrijven verbonden aan het Nederlandse Dagin en het Internationale Wisard Initiatief, alsmede bedrijven waarmee de NCDO zelf contact onderhoudt. Door deze selectie is het uiteraard mogelijk dat er in de respons sprake is van een regionale bias (bijvoorbeeld relatief veel bedrijven zijn actief in Afrika en Azië).</p> <p>Als selectie op de respondenten voor de enquête is gewerkt met de volgende criteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Zo veel mogelijk MKB-bedrijven (uiteindelijk ruim 60% in de steekproef). – Dat het Nederlandse bedrijven dienen te zijn met bestaande (of gestaakte) activiteiten in ontwikkelingslanden (met een voorkeur voor respectievelijk Afrika, Latijns Amerika, Azië en Oost-Europa). <p>Daarnaast is in de enquête gebruik gemaakt van de 'snowballing'-techniek waarbij respondenten gevraagd is om bedrijven te noemen die aan de criteria voldoen. Die zijn vervolgens benaderd om aan de enquête mee te werken.</p>
<p>15 diepte-interviews met verschillende bedrijven</p>	<p>De diepte-interviews zijn in december en januari 2004 uitgevoerd door NCDO. Er zijn door NCDO 15 diepte-interviews gehouden: 7 interviews met multinationale bedrijven (van 250 tot 55.000 medewerkers), 4 interviews met middelgrote bedrijven (tussen de 100 en de 250 medewerkers) en 4 met kleinere bedrijven (minder dan 100 medewerkers). De gesprekspartners waren inhoudelijk goed op de hoogte van het zakendoen in en met ontwikkelingslanden.</p>

¹ In 2002 is door EIM in het kader van een onderzoek voor het Ministerie van Economische Zaken (MVO-monitor) onder andere gevraagd aan 300 bedrijven of "men investeert in ontwikkelingslanden of goederen of diensten importeert uit ontwikkelingslanden?". Uit het onderzoek bleek 10% van de kleine bedrijven (0-9 werkzame personen), 10% van de middelgrote bedrijven (10-99 wp) en 25% van de grote bedrijven (> 100 wp) dit te doen.

² De PSOM-regeling van het Ministerie van Buitenlandse Zaken wordt uitgevoerd door Senter.

Analyses op verschillende indelingen

Uitgevoerde analyses

In de analyses op het datamateriaal is expliciet nagegaan of er significante verschillen konden worden vastgesteld binnen de volgende variabelen:

- Het gebied waarin de respondenten actief zijn (Afrika, Latijns Amerika, Azië of Oost-Europa).
- De grootteklasse (grootbedrijf, MKB¹).
- De economische activiteit waarmee de bedrijven zich bezighouden (landbouw/veeteelt/visserij, handel, dienstverlening en industrie).
- Het aantal jaren dat het bedrijf actief is in de genoemde gebieden.

Voor zover er significante verschillen konden worden vastgesteld, is dit weergegeven in de rapportage.

De resultaten van de diepte-interviews zijn door NCDO verwerkt tot algemene conclusies en enkele typische uitspraken en reacties van bedrijven ('Bedrijven aan het Woord').

Indeling verkenning

In deze rapportage wordt achtereenvolgens stilgestaan bij de activiteiten van Nederlandse bedrijven in ontwikkelingslanden (hoofdstuk 2), de mate van en belangstelling voor maatschappelijk verantwoord ondernemen in de ontwikkelingslanden waarin men actief is (hoofdstuk 3), het gebruik van informatiebronnen en regelingen (hoofdstuk 4) en de belangstelling voor ondersteunende activiteiten (hoofdstuk 5).

¹ Voor de responsverwerking geldt de volgende verdeling:
- kleinbedrijf = t/m 10 werkzame personen (15%)
- middenbedrijf = 11 t/m 250 werkzame personen (47%)
- grootbedrijf = > 250 werkzame personen (34%).

Bedrijven aan het Woord:

→ *welke activiteiten worden er in ontwikkelingslanden ontplooid?*

De wijze waarop de verschillende geïnterviewde bedrijven actief zijn, is vrij divers. Een meerderheid is bezig met handel en/of heeft een lokale vestiging voor productie. Vooral de grotere bedrijven hebben productiefaciliteiten in eigen beheer. Veel bedrijven kiezen ook voor samenwerkingsovereenkomsten met subcontractors.

In 7 van de 15 geïnterviewde bedrijven is er sprake van dienstverlenende activiteiten in de ontwikkelingslanden, in 5 bedrijven gaat het om handelsactiviteiten en bij 3 ligt het accent op industriële productie.

In 11 van de 15 gesprekken werd uiteindelijk gesproken over ervaringen met ondernemen op het Afrikaanse continent.

2 Typering activiteiten in ontwikkelingslanden

In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij de activiteiten van de bedrijven die aan het onderzoek hebben deelgenomen. Het betreft hier de activiteiten in ontwikkelingslanden.

Geselecteerde bedrijven zijn vooral in Afrika actief

Ervaren bedrijven in steekproef meest actief in Centraal- en Oost-Europa en in Latijns Amerika

De bedrijven uit de steekproef zijn vooral actief in Afrikaanse landen. Maar liefst driekwart van de bedrijven heeft in dit werelddeel een vestiging dan wel een joint venture, vertegenwoordiging of intensieve subcontracting. Opvallend is dat Centraal- en Oost-Europa vooral populair zijn onder bedrijven die in meer dan vijf ontwikkelingslanden actief zijn. Dit geldt ook, maar in mindere mate, voor Latijns Amerika.

tabel 1 Gebieden waarin de respondenten actief zijn (naar het aantal ontwikkelingslanden waarin men actief is)

	<i>In minder dan 5 ontwikkelings-landen actief</i>	<i>In meer dan 5 ontwikkelings-landen actief</i>	<i>Totaal</i>
Afrika	67%	88%	79%
Latijns Amerika	16%	72%	48%
Azië	44%	93%	72%
Centraal - en Oost-Europa	5%	83%	49%
Andere regio	2%		1%
Totaal aantal bedrijven	43	57	100

Bron: EIM, 2004.

Het lijkt erop dat de kleine bedrijven vaker starten met hun buitenlandse activiteiten in Afrika of Azië. Bij grote bedrijven, die doorgaans in meer dan één werelddeel actief zijn, zijn Latijns Amerika en Centraal- en Oost-Europa beduidend meer in trek dan bij de 'nieuwkomers'.

tabel 2 Gebieden waarin bedrijven actief zijn (naar grootteklasse)

	<i>Klein</i>	<i>Middelgroot</i>	<i>Groot</i>
Afrika	80%	77%	82%
Latijns Amerika	7%	43%	74%
Azië	53%	70%	79%
Centraal- en Oost-Europa	27%	43%	68%
Andere regio			3%
Totaal aantal bedrijven	15	47	34

Bron: EIM, 2004.

De tabellen 1 en 2 tellen niet op tot 100% omdat bedrijven in meerdere gebieden actief zijn.

Bedrijven aan het Woord:

Een greep uit de citaten:

"When doing business in Afrika, forget the word "normally". It does not exist. Re-adjust and re-design the way you make agreements, do business, approach people, approach leadership, etc."

"De Les: heb en hou interesse en begrip voor de lokale cultuur en regelgeving.
Verder: Duidelijkheid voor alles! Altijd eerst beginnen met een handtekening"

"Goederen importeren is altijd een probleem! Corruptie en bureaucratie, noem het maar op. Dus, importeer alles tegelijkertijd. Nodig een minister uit, de lokale pers en een band - maak het een zichtbaar evenement!! Op deze manier komt alles lekker snel, veilig en zonder steekpenningen door de douane heen"

"Import your own standard. This way, you can attract money from the IMF or others and count on their support in times of trouble"

"Let vooral op ketenbeheer. Kijk naar het geheel! Kijk 2 tot 3 spelers vooruit en achteruit"

"Always apply the bottom-up approach if you want anything (business venture or NGO project) to be successful"

"Zorg ervoor dat je betaald krijgt in goederen om inflatieproblemen tegen te gaan"

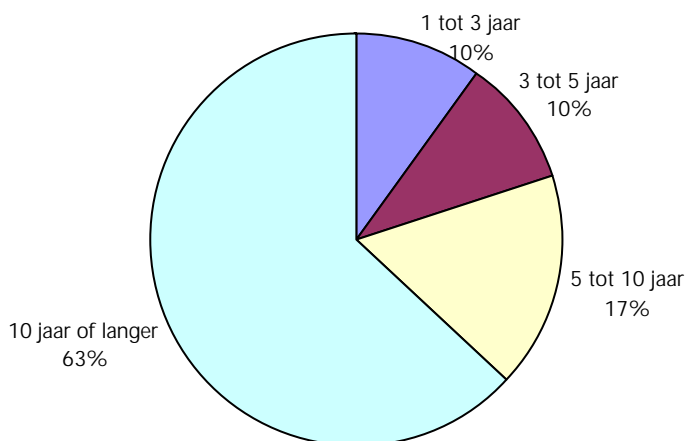
Grootteklasse indicator voor ervaring en uithoudingsvermogen

Merendeel respondenten meer dan 10 jaar actief in ontwikkelingsland

De meeste bedrijven zijn al jarenlang actief in deze landen. Bijna tweederde zelfs meer dan 10 jaar. Dat geldt duidelijk meer voor de grotere bedrijven dan voor de kleinere (79% versus 33%)

Eén op de tien bedrijven bevindt zich nog in het beginstadium waar het gaat om activiteiten in ontwikkelingslanden. Deze groep is gemiddeld niet langer dan drie jaar actief in een ontwikkelingsland. Het betreft hier vooral de kleine bedrijven (27%).

figuur 1 Aantal jaren actief in ontwikkelingsland(en)



Bron: EIM, 2004.

Vooral grotere bedrijven hebben vestigingen in ontwikkelingslanden

Meer dan de helft van de respondenten heeft een vestiging in ontwikkelingsland

Bij ruim de helft van de respondenten is sprake van een of meerdere vestigingen in ontwikkelingslanden. Dit zijn ook met name de grotere bedrijven. Bij de bedrijven zonder vestiging (42%) worden de activiteiten vorm gegeven via joint ventures, vertegenwoordigingen of intensieve subcontracting.

Bij de bedrijven die een vestiging hebben in een ontwikkelingsland gaat het in de meeste gevallen om niet meer dan vijf vestigingen. Bij een vijfde van de bedrijven blijft het aantal vestigingen beperkt tot één.

Bedrijven aan het woord:

→ *Heeft u belangrijke knelpunten ervaren bij de start van uw activiteiten in of met ontwikkelingslanden?*

12 van de 15 geïnterviewde bedrijven hebben belangrijke knelpunten ervaren bij de start van activiteiten in of met ontwikkelingslanden. De belangrijkste knelpunten die worden genoemd bij het opstarten zijn dat er te veel onzekerheden en te hoge risico's zijn. Andere knelpunten hebben betrekking op de omslachtige en onduidelijke lokale regelgeving en procedures. Veel bedrijven hebben slechte ervaringen met de inconsistentie en ondoorzichtigheid van het beleid en regels van de nationale en regionale overheden. Investeringskeuzes worden gemaakt op basis van contractuele afspraken met de lokale overheid, onder andere op het gebied van belastingen en in- export-quota's. Ondanks het bestaan van contractuele afspraken worden deze afspraken vaak niet (geheel) nageleefd en komt het bedrijf hierdoor in problemen.

De operationele problemen bij activiteiten in of met ontwikkelingslanden zijn legio. De meeste problemen worden ervaren op het gebied van de omslachtige lokale regelgeving, procedures (door 9 bedrijven genoemd). Overige operationele knelpunten zijn de inflatie, valuta en wisselkoersen (door 7 bedrijven genoemd). Tot slot wordt vaak gereferreed aan corruptie, zowel op laag als op hoog niveau.

Citaten:

"(Mede)financiering, verkrijgen van vergunningen, institutionele medewerking, politieke onzekerheid"

"Legal insecurity. This is the cornerstone. The financial system is unreliable and the infrastructure (electricity, power, roads) is often bad. Local regimes are unreliable - we base investment decisions of millions on agreements with guarantees. But after two years the conditions change and we are shafted"

"Er zijn zoveel onzekerheden, daarom moeten de marges erg hoog zijn"

"Betrouwbare en resultaatgerichte partners vinden is ons topprobleem"

"Geen betrouwbare partner kunnen vinden die de distributie naar het platteland kan regelen en financieel sterk genoeg is. Vooral lokale Nederlandse consultants zijn in onze ervaring slechte partners"

"De lokale overheid is ons grootste risico. Onze opdrachtgevers werken met lokale overheden, die soms contracten annuleren of niet betalen"

"Onvoldoende steun en rugdekking van de Nederlandse overheid bij problemen met een niet puur zakelijke achtergrond"

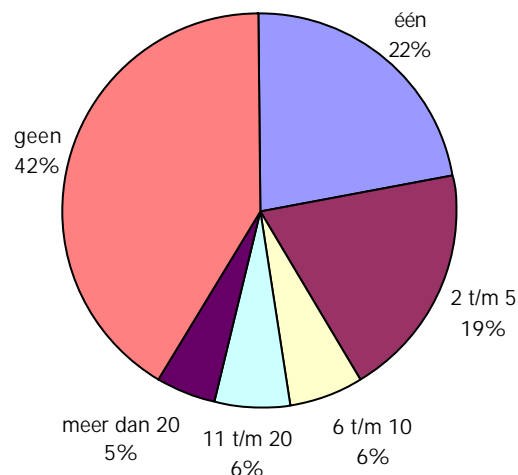
"Het opleidingsniveau van de meeste arbeidskrachten is erbarmelijk, opleiding is van levensbelang. Wij doen daarom veel aan interne opleiding"

"Dit soort problemen omzeil je door het allemaal uit te besteden aan een ervaren lokale organisatie"

"Opleiding is hard nodig voor lokale arbeid"

"Prijskoncurrentie door gesubsidieerde ontwikkelingssamenwerkingsprojecten vormt een groot probleem. De hele markt raakt erdoor verstoord"

figuur 2 Aantal vestigingen in ontwikkelingsland(en)



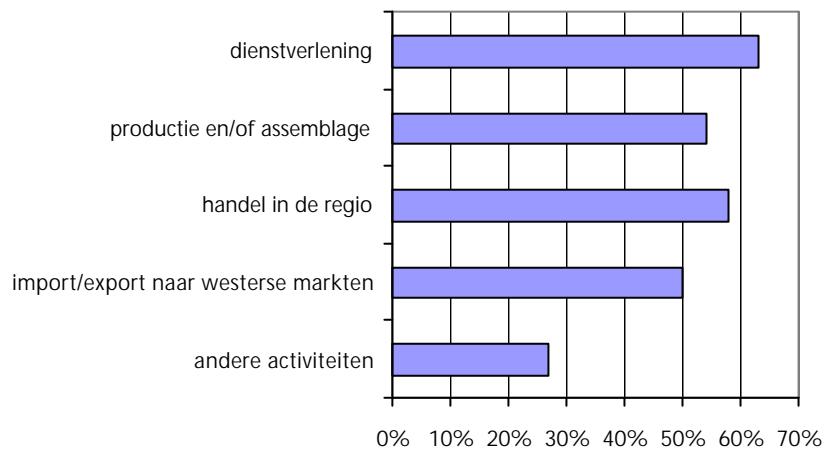
Bron: EIM, 2004.

Activiteiten respondenten betreffen vooral dienstverlening en handel

Dienstverlening en handel meest voorkomende activiteiten

Aan de bedrijven is gevraagd met welke economische activiteit men actief is in de ontwikkelingslanden. De meeste respondenten geven aan in de ontwikkelingslanden bezig te zijn met enigerlei vorm van dienstverlening (63%). Daarnaast betreft het vaak handels- (58%), productieactiviteiten (54%) of im- of export naar westerse landen (50%).

figuur 3 Activiteiten in ontwikkelingsland(en)



Bron: EIM, 2004

Uit figuur 3 valt af te lezen dat bedrijven veelal verschillende activiteiten richten op de ontwikkelingslanden (het totaal telt immers niet op tot 100%). Opvallend is dat in de categorie 'dienstverlening' vaak genoemd worden: het verzorgen van educatie en trainingen en het aanbieden van verschillende vormen van milieutechnologie, consultancy op dat gebied en ICT. De groep 'andere activiteiten' betreft vooral export vanuit Nederland naar ontwikkelingslanden.

Bedrijven aan het woord:

→ *ziet u op korte termijn nieuwe kansen voor uw bedrijf in ontwikkelingslanden?*

Driekwart van de bedrijven (zowel groot als klein) heeft momenteel of op korte termijn zicht op 'nieuwe marktkansen' in ontwikkelingslanden. Deze marktkansen zijn zeer divers. Geografisch wordt Oost- en Centraal-Europa als een enorme kans ervaren, naast China en West-Afrika. Sectoraal worden mobiele telecom in Afrika, opwekking van energie uit biomassa en off-season fruit en groente als interessante kansen ervaren.

Citaten:

"We hebben technologie in huis waar de lokale bedrijven wat aan hebben"

"Partnerships met NGO"s voor opbouw van lokale communities. Wij zijn toch al aanwezig!"

"Samenwerken op het gebied van productie en marketing met de concurrent in plaats van beconcurreren. Regionale markten zijn al klein en ze worden steeds krappere."

"Onze klanten vinden de opportuniteiten, wij volgen onze klanten."

"Het bevorderen van afzet richting Engeland en de VS want consumenten uit deze landen handelen vanuit kwaliteitsbesef en niet vanuit schuldgevoel".

"Rurale huishoudens hebben vaak geen elektriciteit, maar een derde kan en wil er wel voor betalen. Als wij ze voorzien van stroom kan er veel meer gebeuren - van opslag met koeling, tot telefonie, enz."

"Liever een goed product neerzetten in bestaande landen, waar ik al geïnvesteerd heb, dan uitbreiden naar nieuwe landen"

Omzetaandeel

Activiteiten in ontwikkelingslanden leveren flinke omzetbijdrage

De omzetbijdrage van de activiteiten in de ontwikkelingslanden bedraagt gemiddeld 42% van de totale bedrijfsomzet. Dit percentage ligt in het MKB beduidend hoger dan in het grootbedrijf (ongeveer de helft versus een kwart).

Nieuwe kansen

Milieu- en transportprojecten meest genoemd

Maar liefst driekwart van de bedrijven ziet op dit moment nog nieuwe kansen in ontwikkelingslanden. Middelgrote bedrijven geven aan de meeste kansen te zien (83%). Bijna de helft van deze bedrijven ziet nog kansen in Azië. Maar ook Afrika biedt nog ruimschoots mogelijkheden (42%).

Als nieuwe kansen worden vooral genoemd de ontwikkeling van milieu- en transportprojecten. Daarnaast worden verschillende landbouwprojecten genoemd.

Landbouw, veeteelt en visserij en dienstverlening zijn de belangrijkste activiteiten

Belangrijkste activiteit

In de inleiding is reeds aangegeven dat aan de bedrijven is gevraagd om aan te geven in welk gebied men het meest actief is. Daarop zouden immers de vragen met betrekking tot maatschappelijk verantwoord ondernemen betrekking hebben. Voor meer dan de helft van de bedrijven is Afrika het gebied waarin men het meest actief is, voor 22% Azië, voor 13% Latijns Amerika en voor 10% Centraal- en Oost-Europa.

In tabel 3 is weergegeven op welke sectoren de uitspraken betrekking hadden. Bijna de helft van de bedrijven is actief in de sector landbouw, veeteelt en visserij. Daarnaast blijken dienstverlening en handel belangrijke activiteiten in ontwikkelingslanden.

tabel 3 Belangrijkste sectoractiviteiten

<i>Sector</i>	<i>% bedrijven actief in sector</i>
landbouw, veeteelt, visserij	47
dienstverlening	45
handel	31
industrie: voedings- en genotmiddelen	17
industrie: overige producten	14
vervoer, opslag en communicatie	15
industrie: machines en apparaten, metaal	9
onderwijs en gezondheids- en verzorgingszorg	7
industrie: farmaceutische en chemische producten	5
bouwnijverheid	4
productie, distributie en handel in elektriciteit/aardgas/stoom/water	4
recreatie en toerisme	3
winning van delfstoffen	1

Bron: EIM, 2004.

Bedrijven aan het woord:

→ *waarom bent u actief in ontwikkelingslanden?*

De redenen voor bedrijven om te ondernemen in en met ontwikkelingslanden hebben hoofdzakelijk te maken met omzetvergroting, de groei en de omvang van de markt. Andere redenen zijn dat bepaalde gewassen en/of grondstoffen uitsluitend uit die regio komen. Van minder belang zijn de lagere arbeids- of productiekosten.

Citaten:

"Er is veel behoefte aan goede dienstverlening. Je kan je makkelijk onderscheiden op gebieden waar de concurrentie slechte kwaliteit levert. In deze markten 'is één oog koning' en kan gewerkt worden met hoge marges"

"Wij volgen onze klanten. Onze Europese klanten waren al actief in West-Afrika en zij vroegen ons om hen daar te ondersteunen"

3 Maatschappelijke verantwoordelijkheid

In dit hoofdstuk wordt allereerst stilgestaan bij de redenen waarom bedrijven actief zijn in ontwikkelingslanden. Ook wordt gevraagd naar de mate waarin de bedrijven het belangrijk vinden om bij te dragen aan de lokale bevolking in de ontwikkelingslanden. Vervolgens worden enkele vormen van maatschappelijke verantwoordelijkheid en betrokkenheid behandeld.

Zoals in de vorige paragraaf weergegeven, is tijdens het gesprek over dit onderwerp gevraagd naar het gebied of land waarin het bedrijf het meest actief is.

Ondernemen in ontwikkelingslanden is geen kwestie van lage kosten

De reden waarom de respondenten actief zijn in het betreffende land, is vaak simpelweg omzetvergroting. Dit geldt voor vier op de vijf bedrijven. Daarnaast is er in de betreffende regio's vaak sprake van een grote of groeiende markt waarin men dus kansen ziet.

Voor slechts een klein deel van de bedrijven (circa één op de vijf) zijn kostenoverwegingen een expliciete reden om in deze landen actief te worden. Daarnaast worden ideële motieven en sociale betrokkenheid (dienstverlening) en het klimaat (landbouw) genoemd.

Kostenoverwegingen
van beperkt belang

tabel 4 Reden voor activiteit in ontwikkelingsland

	<i>Totaal</i>
omzetvergroting	80%
groeiende markt	64%
omvang van de lokale/regionale markt	61%
distributievergroting	52%
reputatie, imago	46%
beschikbaarheid van natuurlijke hulpbronnen	36%
springplank naar andere markten	36%
lage productiekosten	25%
lage arbeidskosten	22%

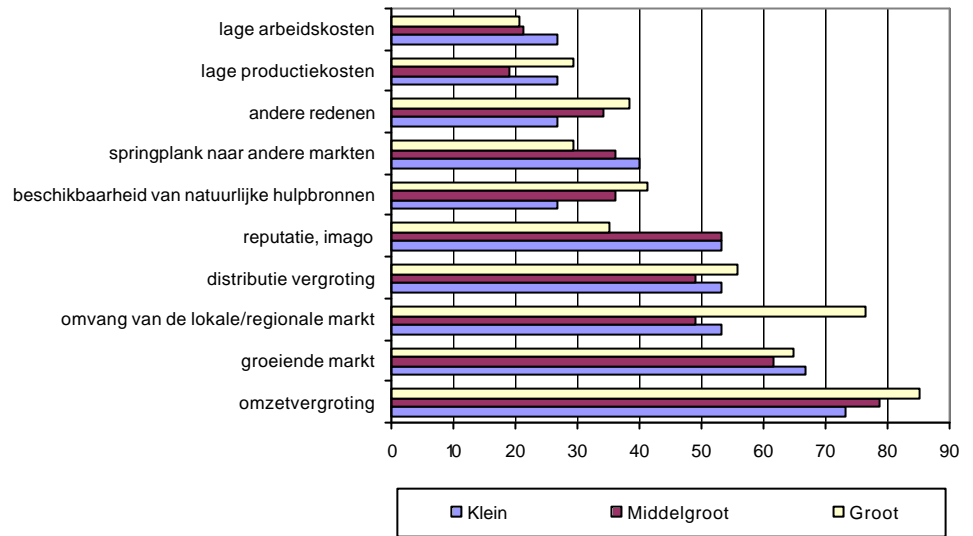
Bron: EIM, 2004.

Bedrijfsimago en
springplankeffect voor
kleinere bedrijven een
belangrijkere reden

Tussen de verschillende grootteklassen van bedrijven bestaan nogal wat verschillen als het gaat om de redenen die ze geven om actief te zijn in een ontwikkelingsland. Uit figuur 4 blijkt dat omzetvergroting c.q. marktomvang in het betreffende land, voor grote bedrijven relatief gezien een belangrijker argument vormt dan voor kleine bedrijven.

Opvallend is dat voor kleine (en middelgrote) bedrijven het bedrijfsimago in verhouding tot grotere bedrijven een belangrijker rol speelt. Datzelfde geldt voor het argument dat de aanwezigheid in het ontwikkelingsland een springplank vormt tot andere markten.

figuur 4 Redenen voor activiteit in ontwikkelingslanden naar grootteklasse



Bron: EIM, 2004.

Bedrijven aan het woord:

→ *Vindt u het belangrijk dat uw activiteiten bijdragen aan de lokale gemeenschap?*

Zowel grote als kleine bedrijven vinden het in 60% van de gevallen 'erg belangrijk' dat de activiteiten bijdragen aan de lokale gemeenschap. Dit wordt vaak gezien als een voorwaarde voor het langetermijnsucces van de operatie. Het draagt bij aan een goede, stabiele, langetermijnrelatie met medewerkers, toeleveranciers en overheden. Dit beperkt de risico's. Verder gaat het om de goodwill lokaal en de reputatie internationaal.

De wijze waarop bedrijven bijdragen aan de lokale gemeenschap varieert. De meeste (87%) doen dit middels training en kennisoverdracht. Driekwart draagt bij middels werkverschaffing en eenzelfde percentage doet dit door bij te dragen aan de lokale economische groei. Het is opvallend dat het vooral de grotere bedrijven zijn die menen bij te dragen door werkverschaffing en kennisoverdracht.

Citaten:

"Wij zitten in een hightech business. Lokale ingenieurs moeten getraind worden. Call-centerpersoneel moet ook getraind worden. Wij houden ons bezig met basisvaardigheden zoals: hoe ga je met klanten om. Dit heeft een mooie voorbeeldfunctie, want onze klanten verwachten ons serviceniveau nu ook van andere lokale bedrijven."

"Dit is een voorwaarde voor een gezonde langetermijnrelatie met medewerkers en toeleveranciers, dit is policy."

"Rust, opleiding en kostenefficiëntie is een voorwaarde voor de lange termijn en stabiele toeleverantie."

"Bij de opstart hebben wij veel geïnvesteerd. Nu worden wij juist heel erg veel geholpen. Deze goodwill is essentieel"

"Als je het niet doet, zit je binnen de kortste keren met 70% ziekteverzuim"

"We bouwen aan een nieuwe lokale merknaam, onze reputatie moet solide en zuiver zijn!"

"Werkverschaffing is een kernbijdrage. Zo ook training en kennisoverdracht. Wij plaatsen machines en managen het proces. In beginsel nemen zij het gaandeweg over"

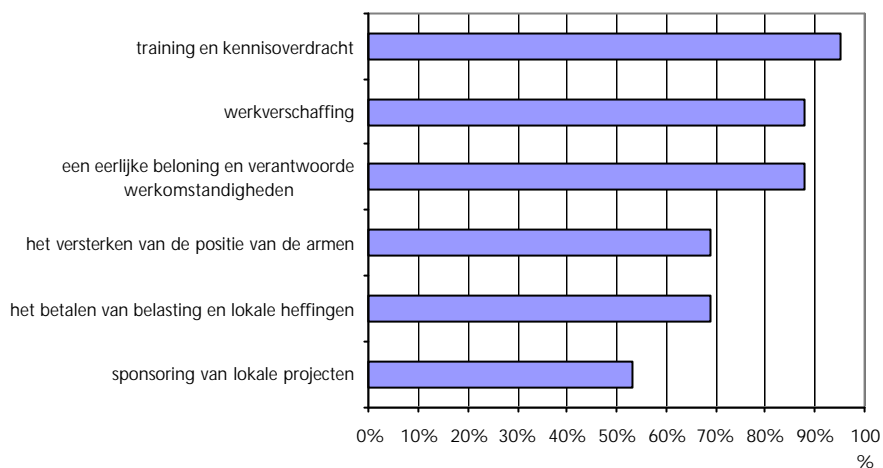
"Dit hoort niet bij het zakendoen"

Bedrijven leveren een belangrijke bijdrage aan de lokale gemeenschap

Merendeel bedrijven wil bijdragen aan de lokale gemeenschap

Bijna 80% van de bedrijven vindt het in meer of mindere mate belangrijk dat hun activiteiten bijdragen aan de lokale gemeenschap.¹ Bij de meeste bedrijven vindt dit plaats vanuit sociaal oogpunt. De wijze waarop hun activiteiten bijdragen aan de lokale gemeenschap heeft vooral te maken met training en kennisoverdracht, werkverschaffing en een eerlijke beloning samen met verantwoorde werkomstandigheden, zo blijkt uit figuur 5. Hieruit valt te concluderen dat veel bedrijven vinden dat hun aanwezigheid alleen al bijdraagt aan de lokale gemeenschap. Extra uitgaven via sponsoring en het financieel steunen van projecten worden het minst vaak genoemd.

figuur 5 Wijze waarop activiteiten bijdragen aan lokale gemeenschap



Bron: EIM, 2004.

Naast de bovenstaande bijdragen worden nog genoemd: medische zorg voor medewerkers, verplicht onderwijs voor de kinderen, voedsel- en drinkwatervoorzieningen en aandacht voor de gehandicapten ('als we een goed jaar achter de rug hebben').

Veel landbouwers en dienstverleners vinden een lokale bijdrage belangrijk

De bedrijven die aangeven het tamelijk tot erg belangrijk te vinden om bij te dragen aan de lokale gemeenschap zijn erg betrokken bij het wel en wee van de lokale bevolking. Opvallend is dat het hier vooral gaat om bedrijven die actief zijn in de landbouw of dienstverlening. De volgende uitspraken worden gedaan:

- "als je ergens werkt, zijn de mensen waarmee je werkt erg belangrijk";
- "het gaat om een langdurige positie, dus moet je het gaan zien als een eigen productie-unit";
- "ondernemen in ontwikkelingslanden is tweerichtingsverkeer: als je niets voor de bevolking doet, blijf je niet lang!"

De bedrijven die niet bijdragen aan de lokale bevolking ondernemen vanuit uitsluitend economische overwegingen. Men geeft eenvoudigweg aan niet aan ontwikkelingshulp te doen.

¹ Hierbij moet men zich afvragen in hoeverre bedrijven een sociaal wenselijk antwoord hebben gegeven.

Bedrijven aan het woord:

→ *sponsort uw bedrijf lokale projecten die ten goede komen aan de lokale gemeenschap?*

7 bedrijven sponsoren lokale projecten. Dit zijn vooral de grote bedrijven. In sommige gevallen is dit onderdeel van het bedrijfsbeleid. Soms echter komt dit tot stand vanwege de persoonlijke betrokkenheid van de bedrijfsleider/manager.

De meeste bedrijven sponsoren projecten op het gebied van scholing en gezondheid (HIV/AIDS). Vaak gaat het om hulp in de vorm van geld maar ook in de vorm van goederen, kennis of infrastructuur.

Citaten:

"Dit hoort niet bij het zakendoen" maar even verder tijdens het interview wordt gezegd: "Ik zou graag een AIDS- en gezondheidsproject willen opzetten met de naam: "Iedereen naar de dokter". Dit wil ik sponsoren omdat dit uiteindelijk veel kosten bespaart."

"Wij zijn toch al aanwezig en we hebben ervaring. NGO"s kunnen hiervan gebruik maken: voor de selectie van meest geschikte regio om bijvoorbeeld anti-AIDS programma"s te implementeren, wij vervullen vervolgens een operationele rol (controle, monitoring, etc.)"

Vooral grote bedrijven
doen aan sponsoring

Sponsoring van lokale projecten

Ongeveer de helft van de bedrijven sponsort tevens lokale projecten. Opvallend is dat de grote bedrijven dit beduidend vaker doen dan kleine bedrijven (62% versus 20%). Vaak gaat het dan om scholingsprojecten (79%), projecten voor kinderen (65%) en om gezondheidsprojecten (58%).

Daarnaast wordt sponsoring genoemd van sport, cultuur, kindertehuizen, milieuprojecten en 'empowerment' (onderhandelingsvaardigheden en politieke beleidsbeïnvloeding) van de lokale bevolking.

Bedrijven aan het woord:

→ *wat doet uw bedrijf ter plekke aan het milieu?*

De wijze waarop bedrijven het lokale milieu beïnvloeden is afhankelijk van de aard van de activiteiten van het bedrijf. Vooral de grotere bedrijven voeren een officieel milieubeleid. Het uitgangspunt hierbij zijn de westerse normen op het gebied van bijvoorbeeld waterzuivering, afvalverwerking en uitstoot. Het merendeel van de bedrijven voert een milieubeleid. Niettemin blijkt wel duidelijk dat milieubeleid bij grotere bedrijven meer en strategischer aandacht krijgt dan bij kleinere bedrijven.

Citaten:

"Stofkapjes, schoonhouden, geen ratten en schone toiletten"

"Wij hebben geen milieubeleid ter plekke, maar wij leveren wel milieubevorderende producten en diensten"

"Wij doen aan milieuefficiëntie vanuit kostenoverwegingen of daar waar de wetgeving het verplicht, bijvoorbeeld om aan de importeisen van de EU te voldoen"

"Zonder subsidies valt er weinig te doen aan milieuverbeteringen"

→ *hanteren uw vestigingen in ontwikkelingslanden gedragscodes, normen, standaarden of bepaalde verdragen?*

Veel bedrijven hanteren een eigen gedragscode, meestal op het gebied van arbeidsomstandigheden, hygiëne en veiligheid. Een beperkt aantal bedrijven voert Europese normen door en is ISO-gecertificeerd. Verder blijken de eigen gedragscodes van de bedrijven doorgaans de norm, vaak ook omdat de lokale overheid de regelgeving zelf niet of onvoldoende handhaaft.

Milieu

Bijna alle bedrijven geven aan op milieubewuste wijze te werken

De meeste bedrijven geven aan op een milieubewuste wijze te werken in het ontwikkelingsland. Zo'n 90% van de bedrijven geeft aan geen lucht- of bodemvervuiling te veroorzaken. Meer dan de helft zegt tevens schoner te produceren en bij iets minder dan de helft is er sprake van milieuvriendelijke producten. Hierbij moet wel in acht worden genomen dat een aanzienlijk deel van de bedrijven dienstverleners zijn.

Het sponsoren van milieuactiviteiten gebeurt door ruim een vijfde van de bedrijven. Andere voorbeelden die worden genoemd, zijn advisering van de lokale bevolking waar het gaat om milieuvriendelijk gedrag zoals het bevorderen van milieuvriendelijke gewasbescherming, het sponsoren van zonnepanelen, interveniëren in land use planning en het introduceren van milieuvriendelijke verpakkingen.

Gedragscodes

Meeste bedrijven hanteren vooral eigen gedragscodes

Ruim tweederde van de bedrijven hanteert bij z'n activiteiten in deze landen bepaalde gedragscodes of normen die verder gaan dan de lokale wet- en regelgeving. Ook hier geldt dat sterker voor grote bedrijven dan voor kleine (74% versus 53%).

De gedragscodes hebben betrekking op verschillende terreinen zoals hygiëne (90%), arbeidsomstandigheden (87%) en beloning (78%). In de meeste gevallen (72%) gaat het om eigen gedragscodes of normen. In andere gevallen gaat het om ISO 9000 (44%), om OESO-richtlijnen (43%), om de landbouwnorm EUREP GAP¹ (10%) of om de hygiënenorm HACCP (9%).

Ten slotte worden gedragscodes genoemd om corruptie te voorkomen ('iedereen moet tekenen voordat er betalingen plaatsvinden').

¹ GAP = Good Agricultural Practice.

Bedrijven aan het woord:

→ *aan welke informatie bestaat er volgens u het meeste behoefte?*

De informatiebehoefte van bedrijven richt zich vooral op betrouwbare en accurate landen- en sectorinformatie. Verder is er een behoefte aan duidelijke en overzichtelijke informatie op het gebied van subsidies en financieringsvormen en op het gebied van de lokale procedures en regels. Op dit moment is de gewenste informatie nog erg diffuus voor de bedrijven.

Citaten:

"Met de economische attachés hebben wij goede ervaringen. Onder andere voor het regelen van NCM-kredieten en het vinden van lokale partners."

"Ik vind de economisch attachés bij de ambassades vrijwel nutteloos. Ze zijn denk ik eerder voor de Nederlandse multinationals erg handig. Verbeter dit of plaats er op roulerende basis de Business Development managers van lokale Nederlandse bedrijven in."

"We gebruiken alleen de VS ambassade, dit is de enige goede informatiebron."

"Correcte en realistische markt- en risicoanalyses van landen. Daar heb ik behoefte aan."

"Wij (als multinational) hebben reeds goede informatiebronnen. Maar bij het MKB is er veel behoefte aan informatie."

"Laat de lokale ambassades een nieuwsbrief maken waarin kansen, ontwikkelingen en bedreigingen beschreven worden."

"Ik heb behoefte aan gestructureerde informatie. Nu is het versnipperd. Info over lokale regelgeving en procedures is vaak niet te vinden en dan ook nog incorrect. Verder is er veel onduidelijkheid over internationale wetgeving voor belastingen, boekhoudingsprincipes en dergelijk."

"Er wordt meer informatie gemaakt dan ik kan bijhouden."

4 Informatie en regelingen

In dit hoofdstuk wordt stilgestaan bij het door de bedrijven aangegeven gebruik van informatiebronnen en stimuleringsregelingen, bij hun ervaringen en behoeften op dat gebied.

EVD belangrijke informatiebron

Tweederde van de bedrijven gebruikt overheidsinformatie

De meeste bedrijven (63%) maken gebruik van informatie van overheidsinstanties voor hun activiteiten in ontwikkelingslanden. Grotere bedrijven doen dit iets vaker dan kleine.

De belangrijkste informatiebron is de EVD van het Ministerie van Economische Zaken. Ruim de helft van de bedrijven die wel eens overheidsinstanties raadplegen, maakt gebruik van de diensten van de EVD. Vooral door de bedrijven die actief zijn in Centraal- en Oost-Europa en de kleine bedrijven wordt de EVD vaak gebruikt (resp. 70% en 75%).

Ambassades worden vaker door grote dan door kleine bedrijven gebruikt als informatiebron

Daarnaast worden Ambassades, de Ministeries van LNV en BuZa en Senter regelmatig genoemd. Opmerkelijk is dat de Ambassades beduidend vaker door grote bedrijven worden geraadpleegd dan door kleine (46% versus 25%). In tabel 5 is het totaaloverzicht van informatiebronnen weergegeven.

tabel 5 Informatiebronnen t.b.v. activiteiten in ontwikkelingslanden

<i>Informatiebron</i>	<i>%</i>
EVD	59
Ambassades/economisch attachés	32
Senter	25
Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit	21
Ministerie van Buitenlandse Zaken	19
Kamer van Koophandel	11
Ministerie van Ontwikkelingssamenwerking	11
Lokale investment- and trade centers	8
Europese regelingen/informatie	6
Nederlands Centrum voor Handelsbevordering (NCH)	6
Anders	27

Bron: EIM, 2004.

Bedrijven aan het woord:

→ *van welke subsidies en stimuleringsregelingen wordt gebruik gemaakt?*

Slechts 3 van de 15 geïnterviewde bedrijven blijken gebruik te maken van stimuleringsregelingen voor hun activiteiten in ontwikkelingslanden.

Citaten:

"Garantieregelingen zijn niet correct. Als je zelf de lening te riskant vindt, waarom zou iemand anders dat risico wel voor je moeten dekken."

"Nee: dit leidt tot oneerlijke concurrentie, en subsidies worden vaak toegekend aan ondernemers met veel zitvlees."

"De PESP-regeling is te exportgedreven en begint bij een te hoog minimumbedrag. Het moet leiden tot uitvoerbare pilots."

"De beste initiatieven liggen tussen de € 0 en € 1 miljoen, terwijl de bulk van de garanties voor bedragen boven de € 15 miljoen is."

"Het NCM is essentieel. Een mini-NCM zou handig zijn omdat de minimumbedragen té hoog zijn."

"Hoe kom je aan informatie over subsidies? Laat eerst maar zien hoe je aan informatie komt."

PSOM-regeling duidelijk het meest gebruikt

Meer dan de helft van de bedrijven maakt gebruik van stimuleringsregelingen voor hun activiteiten in het buitenland. Vooral door kleine bedrijven wordt veel gebruik gemaakt van deze regelingen (67% versus 41% bij de grote).

De regeling die het meest wordt gebruikt is de PSOM-regeling ('opkomende markten'). Een andere genoemde regeling is Oret. Daarnaast wordt FMO regelmatig genoemd als financieringsbron.

Vanzelfsprekend moet bij deze uitkomst rekening worden gehouden met het feit dat Senter en FMO bijdragen hebben geleverd bij het opstellen van de groep bedrijven die voor het onderzoek is benaderd (selectieve respons).

Bedrijven aan het woord:

→ *aan welke stimuleringsregelingen bestaat volgens u het meeste behoefte?*

De geïnterviewde bedrijven hebben vooral behoefte aan regelingen in de vorm van garanties of leningen. Er is behoefte aan risicokapitaal, als multiplier-effect voor het aantrekken van andere financiering. De grotere bedrijven zien iets meer waarde in subsidies dan kleinere bedrijven.

Citaten:

"Nu ligt de nadruk van het beleid op het opstarten van bedrijvigheid. Er moet meer accent komen op het ondersteunen van al bestaande activiteiten, en op het continueren van de activiteiten. Er ontbreekt begeleiding op middellange termijn. Een te hoog aantal van de initiatieven faalt!"

"Volg het geld. Door de investeringen nauwlettend te volgen kunnen de overheid en subsidiegevers veel beter oordelen waar geld gegeven moet worden en bepalen wat het meest oplevert."

"MKB"ers hebben geen behoefte aan geld voor haalbaarheidstudies. Zij hebben behoefte aan kleinschalige subsidies (euro 25.000 tot 50.000) voor het opzetten van pilot projecten."

"Alle inspanningen van de overheid moet gericht zijn op het weg nemen van risico"s. Het moet sneller. Tegen de tijd dat wij de subsidie hebben is het project allang afgerond. De bedragen die men krijgt zijn net genoeg om de voorloop- en acquisitiekosten te dekken."

"Regelingen zijn hypocriet - hoe kan je stimuleren terwijl je zelf de grenzen dicht houdt?"

"Ze (de overheid) heeft geen idee hoe moeilijk het is - financiën, veiligheid, risico"s. Het mooie van PSOM is dat het de taken en risico"s van de ondernemer verlicht"

"Er kan meer informatie verschaft worden vanuit de ambassades. Denk aan handelskansen, onrust, lokale wetgeving, tekortkomingen voor verdere bedrijfsmatige ontplooiing en eventuele oplossingen hiervoor"

"Stimuleer het multiplier-effect! 10% hoog risicodragend kapitaal van de overheid vereenvoudigt het financieringsvraagstuk enorm! Dit geeft een hefboomwerking"

"De Nederlandse overheid kan zich veel daadkrachtiger opstellen t.o.v. de andere overheid en een "dwangfactor" inzetten. Laat de ondernemer niet in het hemdje staan. De Japanse ambassades zijn erg goed in daadkrachtig optreden!"

"Laat bedrijven doen waar ze goed in zijn. De overheid moet kaderscheppend bezig zijn. Ondersteunend en gericht op het verbeteren van de randvoorwaarden en het verlagen van drempels en het wegnemen van de extreme risico"s."

"Be more responsive! Be less bureaucratic! Create an incentive for them to respond! For specific poverty reduction strategy programs, look at a revenue guarantee for the farmer not a price guarantee. Involve businesses in the planning."

"De overheid moet vooral zorgen dat infrastructuur in de breedste zin des woords wordt ontwikkeld. Van wegen tot telefonie tot onderwijs. En vooral onderwijs is van belang. Ik denk dan aan computervaardigheden, taalles (Frans, Engels), boekhouden en business administration."

Kleinere bedrijven verwachten meer hulp van de overheid dan grote

Bedrijven vragen om meer stimuleringsregelingen

De meeste bedrijven (71%) zijn van mening dat de Nederlandse overheid of de Europese Unie meer moet doen om Nederlandse bedrijven te stimuleren actiever te investeren in ontwikkelingslanden. Met name onder de kleine bedrijven is de behoefte aan zo'n stimulans groot (93% versus 59%).

Er bestaat vooral behoefte aan financiële regelingen zoals subsidies (32%) en kredieten (16%). Daarnaast bestaat er behoefte aan garantieregelingen (20%).

De bedrijven is gevraagd om hun wensen rond overheidssteuning toe te lichten. Zij geven daarbij aan:

- "Graag minder bureaucratie ("ik doe projecten waarbij ik inmiddels 12 ordners per project met overheidsrespondentie heb")".
- "De subsidies moeten toegankelijker worden gemaakt".
- "Waarom niet meer van het Amerikaanse model waarbij ontwikkelingshulp primair wordt ingezet om bedrijven te activeren in ontwikkelingslanden?".
- "De Nederlandse overheid moet de handelsgeest van de MKB'er meer stimuleren. Dat kan alleen door de handelsrisico's - waar mogelijk - te beperken".
- "Bedrijven moeten door de overheid beter worden geïnformeerd over de situaties en ontwikkelingen in ontwikkelingslanden. We moeten meer van elkaar leren".
- "Maatschappelijk verantwoord ondernemen in ontwikkelingslanden moet meer worden beloond".
- "Als we te weinig doen in die landen dan komen de vluchtelingen hier naar toe".

Nieuwkomers

Onder nieuwkomers bestaat vooral behoefte aan marktinformatie

Aan de bedrijven die pas sinds kort actief zijn in ontwikkelingslanden is gevraagd aan welk soort stimulering en stimuleringsregelingen er behoefte bestaat bij het starten van activiteiten in of met ontwikkelingslanden.

Ongeveer de helft van de bedrijven is van mening dat er vooral behoefte is aan sector- en marktinformatie en informatie over marktkansen. Ook blijkt er behoefte te bestaan aan extra informatie over lokale procedures en regels (23%).

Ten slotte wordt genoemd dat onduidelijk is wanneer en hoe Nederlandse afgevaardigden of handelsattachés door de nieuwkomers kunnen worden ingezet.

Bedrijven aan het woord:

→ *hoe staat u tegenover samenwerking tussen bedrijven?*

Een kleine meerderheid van de bedrijven ziet 'samenwerking tussen bedrijven' als een goed middel om investeringen in ontwikkelingslanden te stimuleren. Er bestaat eenduidigheid over de vorm waarin dit moet plaatsvinden: een joint venture of partnership.

Citaten:

"Houd altijd het eigen belang is de gaten. Neem dat als uitgangpunt in de keuzes."

"Partnerschappen tussen bedrijven kan je het beste bevorderen door zo veel mogelijk uit te besteden aan lokale organisaties."

"Bedrijven zijn zeker niet goed in alles! Dus, haal geld van mensen met geld, en machines van mensen die goed zijn in machines".

"Over synergie gesproken: sticht een gebouw in Nederland waarin alle "International Business Development" managers te vinden zijn. Samen met alle Senter, PSOM, EVD en anderen".

"Grote en ervaren bedrijven bieden steun aan minder ervaren bedrijven."

Stimulering ondernemen in ontwikkelingslanden is ook een taak voor het bedrijfsleven

Terwijl bedrijven hoge verwachtingen hebben van de overheid als het gaat om het stimuleren van investeringen in ontwikkelingslanden, vindt iets minder dan de helft van de bedrijven (45%) dit ook een taak voor het bedrijfsleven zelf.

Bedrijven moeten ook
meer delen

De bedrijven die hierin een taak voor het bedrijfsleven weggelegd zien, vinden vooral dat het bedrijfsleven elkaar betere informatie moet verstrekken over risico's in ontwikkelingslanden, handelsmissies aan zou moeten gaan, of meer zou moeten samenwerken en/of kennis uitwisselen ('best practices').

Ten slotte wordt door enkele bedrijven gevraagd naar de visie van het Nederlandse bedrijfsleven op maatschappelijk verantwoord ondernemen in ontwikkelingslanden, in het bijzonder naar de criteria die daarbij minimaal dienen te worden gehanteerd.

Bedrijven aan het woord:

→ *hoe staat u tegenover Publiek-Private Partnerships?*

Over de vraag of 'partnerships' met de Nederlandse overheid meer kansen biedt voor investeren in ontwikkelingslanden' zijn de meningen verdeeld. Een kleine meerderheid denkt van wel, maar stelt voorwaarden. De bedrijven hebben een vrij eenduidige mening als het gaat om de verantwoordelijkheden en rollenverdeling. Het moet duidelijk zijn wie de regie heeft en hoe de belangen liggen. De bedrijven menen dat de Nederlandse overheid de juiste kaders moet scheppen en de risico's voor de onderneming moet verlagen. Er mag geen inhoudelijke rol en/of bemoeienis zijn met betrekking tot de bedrijfsvoering.

Tweederde van de geïnterviewde bedrijven heeft interesse in een tender voor Publiek-Private Samenwerking. Dit echter wel onder voorwaarden.

Citaten:

"Overheid staat te vaak langs de zijlijn en ook is de strategische richting vaak onduidelijk. De overheid moet een PARTNER zijn en betrokken zijn. Niet alleen om te scoren maar vooral betrokken zijn voor het opbouwen van een langetermijnrelatie - op basis van efficiëntie."

"Overheid als risicodragers - Ja. Voor de bedrijfsvoering - Nee"

"Een duidelijker rolverdeling is belangrijk. De overheid moet drempels verlagen en bepaalde risico's afdekken. Bedrijfsleven moet de inhoudelijke kennis en belangen hebben. De overheid moet er zo snel mogelijk uit! Alleen medefinanciering."

"Laat maar - Te omslachtig, te veel administratie, te veel regels... te frustrerend. Wij doen het zelf wel."

"De rol van de NL overheid is om het risico te doen afnemen. Zij mogen geen inhoudelijke rol en/of bemoeienis m.b.t. bedrijfsvoering hebben. Deze rol is voor bedrijven. De toegevoegde waarde moet helder zijn. De Nederlandse overheid mag actiever zijn bij ambtelijke weerstand, corruptie en baan maken voor het afnemen van financiële risico's en baan maken naar lokale overheden en regels en procedures."

"De overheid moet zich niet met de inhoud en met het ondernemen bemoeien. De overheid moet kaders scheppen en risico's verminderen."

"Een PPP-regeling lijkt wel op samenwerking tussen bureaucratieën."

"Bottom-up, not top-down. The business in the local country should initiate. They have the contact and the relevant information and the sense of priority."

"Het duurt te lang en is te bureaucratisch."

"In principe kan een Publiek-Private samenwerking wel goed werken, maar in de praktijk werkt het niet echt".

Geen voorkeur voor actieve partnership met Nederlandse overheid

Bedrijven staan op zich positief tegenover partnerships

Ongeveer tweederde van de bedrijven denkt dat samenwerking met partners in ontwikkelingslanden, in de vorm van een partnership waarin ook de Nederlandse overheid participeert, investeringen in die landen aantrekkelijker maakt. Veel bedrijven zien hierbij echter slechts een beperkte rol voor de Nederlandse overheid weggelegd. Deze zou zich moeten beperken tot het bieden van garantstelling of financiering.

Ervaren bedrijven hebben weinig vertrouwen in een partnership met de Nederlandse overheid

De bedrijven geven aan dat het risico van belangenverstrengeling een effectief partnership in de weg zou staan. Door verschillende bedrijven met meer dan 10 jaar ervaring in ontwikkelingslanden wordt gesteld dat men weinig vertrouwen heeft in een partnerschap met de overheid: de overheid mist de kennis van het ondernemen en participatie beperkt het vrije ondernemen vanwege de regelgeving waaraan men zich dan moet houden en de traagheid waarmee de overheid opereert.

Naast financieringsfaciliteiten en garantstelling ziet het bedrijfsleven wel een interessante rol weggelegd voor de overheid om het bedrijfsleven gemakkelijker te maken om toe te treden tot nieuwe markten. Het betreft daarbij het wegnemen van handelsbelemmeringen.

'Ieder zijn eigen plaats'

Er is volgens de bedrijven sprake van een tweedeling: bedrijven werken in de private sector, overheden in de publieke sector. Die kunnen elkaar aanvullen, maar moeten niet met elkaar worden verstrengeld.

Wel veel belangstelling voor partnerships met flinke financiële steun

Niettemin zou bijna tweederde van de bedrijven bereid zijn te investeren c.q. samen te werken in een partnership als de overheid een tender uit zou zetten voor voorstellen op het gebied van een publiek-privaat partnership in ontwikkelingslanden en circa 50% of tot een maximum van 1 miljoen euro wordt bijgedragen door de overheid. De bereidheid is het grootst onder de middelgrote bedrijven (74%). Het terrein waarop men dan een voorstel in zou dienen betreft bij bijna de helft van de bedrijven de landbouw. En bij meer dan de helft van de bedrijven zou het dan gaan om een Afrikaanse regio. Daarnaast is er veel belangstelling voor Aziatische regio's (iets minder dan de helft van de bedrijven).

Bedrijven die aangeven weinig belangstelling te hebben, geven onder andere aan met 1 miljoen euro niet veel te kunnen doen of geven aan dat hun bedrijfsstrategie partnerships niet toelaat.

Bedrijven aan het woord:

→ *hoe kunnen bedrijven worden gestimuleerd om actiever en duurzamer te ondernemen in ontwikkelingslanden?*

Citaten:

"Accurate risicoanalyses van landen. Een "one-stop-shop" vanuit EZ. Bijvoorbeeld wat zijn de risico"s en beleid t.a.v. Cap Verde."

"Beeld je maar in in een bedrijf met een plan - wat wil je? Waar schort het aan? --> "de situatie" moet inzichtelijk gemaakt worden - ambassades, landeninformatie, subsidies, risico"s, aanknopingspunten, etc."

"De informatie is te diffuus. Dit moet gekanaliseerd worden. Categoriseren op land of sector of op type subsidie."

"Stimuleer de bestaande activiteiten van Nederlandse bedrijven in ontwikkelingslanden. Niet alleen maar de new ventures."

"Onder de oudere generatie Afrikanen wordt zaken gedaan met de EU. Onder jongeren ontbreekt deze geest en dat moet gestimuleerd worden."

5 Business in development

Hoe bedrijven ondersteunen?

In 2004 start de Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkelingen (NCDO) met het programma 'Business in Development'. Dit programma is erop gericht om Nederlandse bedrijven te stimuleren om actiever en duurzamer in en met ontwikkelingslanden te ondernemen. Het programma financiert een aantal activiteiten waarvan groepen van bedrijven gebruik kunnen maken.

Vooraf interesse in makkelijk informatie vergaren via een website

Toegankelijke website staat op nummer 1

Om vast te stellen voor welke ondersteunende activiteiten de bedrijven de grootste voorkeur uitspreken is een aantal mogelijke activiteiten aan de bedrijven voorgelegd. In tabel 6 staat weergegeven in hoeverre de bedrijven deze activiteiten interessant vinden. Hieruit blijkt dat de bedrijven het meeste zien in een website.

Naast het overzicht van mogelijke ondersteuningsactiviteiten is aan de bedrijven op de man af gevraagd of men de voorkeur geeft aan een website met bruikbare informatie of aan regelmatig overleg met gelijkgestemde ondernemers. De meeste bedrijven geven de voorkeur aan toegang tot een website met bruikbare informatie (56%) boven een regelmatig overleg met gelijkgestemde ondernemers (18%). Er bestaan in dit opzicht geen grote verschillen tussen de verschillende grootteklassen.

Daarnaast is er duidelijke interesse aanwezig in participatie in pilotprojecten. Over een personeelsuitwisselingsprogramma en seminars over zaken doen in ontwikkelingslanden zijn de bedrijven niet echt enthousiast.

Aan de bedrijven is gevraagd of men nog andere suggesties had voor ondersteuning. Die bleek men nauwelijks te hebben. De suggesties die worden genoemd, richten zich bijvoorbeeld op samenwerking met lokale partners, samenwerking in sectorale partnerships en financiële ondersteuning.

tabel 6 Interesse in ondersteuningsactiviteiten

	<i>heel interessant</i>	<i>wel interessant</i>	<i>niet interessant</i>
website	50	39	11
participatie in pilotprojecten	34	47	18
bijeenkomsten met andere ondernemers	27	42	31
matchmaking faciliteit	19	46	34
personeelsuitwisselingsprogramma	19	31	50
beurzen of congressen	16	32	51
handels- en investeringsmissies	15	47	37
seminars over zaken doen in ontwikkelingslanden	12	39	49

Bron: EIM, 2004.

Als aanvullende suggesties voor ondersteuningsactiviteiten noemen enkele bedrijven:

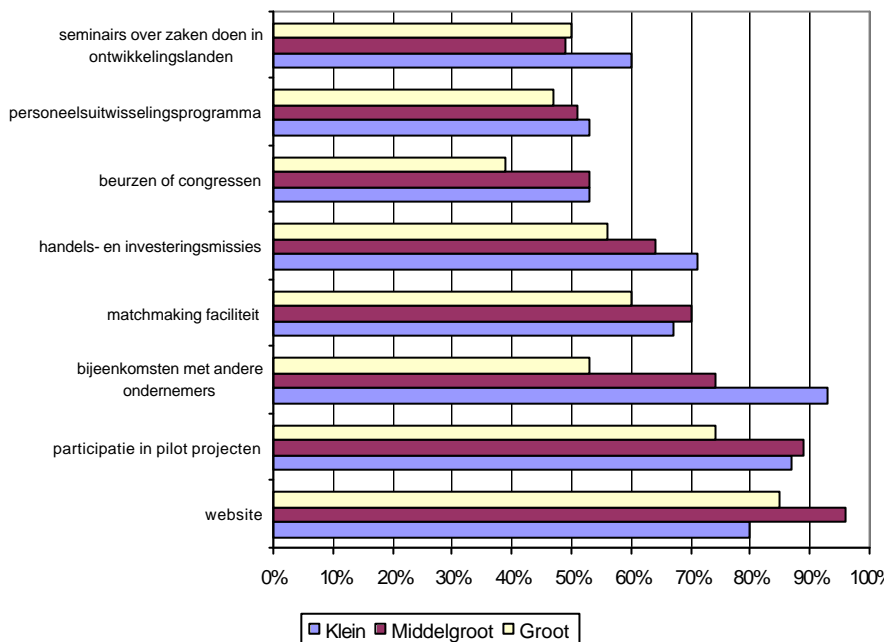
- "Er moeten in Nederland meer expertisecusters worden ontwikkeld".
- "Er is behoefte aan vervolfinanciering bij succesvolle projecten".
- "Wanneer is er sprake van voldoende maatschappelijke verantwoordelijkheid of duurzame ontwikkeling"?
- "Hoe kunnen ministeries en beleidsverantwoordelijken het beste (door Nederlandse bedrijven) worden beïnvloed"?

Kleinere bedrijven vragen om meer ondersteuning

Kleinere ondernemers
willen wel bijeenkomsten

In figuur 6 staat weergegeven in hoeverre de bedrijven interesse hebben in de genoemde activiteiten, naar grootteklasse. De interesse in dergelijke activiteiten is bij kleine ondernemers in het algemeen sterker dan bij grote ondernemers. Met name waar het gaat om bijeenkomsten met andere ondernemers is duidelijk dat de kleine ondernemers hier de meeste belangstelling voor tonen.

figuur 6 Interesse in activiteiten naar grootteklasse



Bron: EIM, 2004.

Bijlage I Korte vergelijking met eerder onderzoek (1985)

Stichting Maatschappij en Ondernemen (SMO) heeft in 1985¹ in samenspraak met de Nederlandse Financieringsmaatschappij voor Ontwikkelingslanden (FMO) en de Nationale Commissie Voorlichting en Bewustwording Ontwikkelingssamenwerking (NCO)² – een vergelijkbaar onderzoek uitgevoerd onder Nederlandse bedrijven die in ontwikkelingslanden actief waren met de titel: “ *Nederlandse Investerings in Ontwikkelingslanden*”. De hoofdvraag in dit onderzoek was ‘in hoeverre kan het Nederlandse bedrijfsleven worden aangemoedigd om in ontwikkelingslanden te investeren?’. In de onderstaande tabel worden de meest opvallende verschillen tussen het onderzoek uit 1985 en deze van 2003 weergegeven.

Onderzoek van 1985	Enquête van 2003
Investeren in het Midden-Oosten en Zuidoost Azië	Investeren in Oost- en Centraal Europa en China
Alle knelpunten m.b.t. ondernemen in ontwikkelingslanden zijn vergelijkbaar, behalve: ‘belemmeringen om lokale mensen in dienst te nemen’, ‘nationalisatierisico’ en ‘de financiële positie van het bedrijf’	Veel overeenkomst in de knelpunten van ondernemen in ontwikkelingslanden.
Relatief veel ‘export en import’	Relatief veel ‘dienstverlening’
Politieke Instabiliteit is een grote risico	Politieke instabiliteit wordt amper genoemd
Reden voor activiteit in ontwikkelingslanden: omzetvergroting	Reden voor activiteit in ontwikkelingslanden: omzetvergroting
Wordt hier niet genoemd	Bijdragen aan lokale gemeenschap is belangrijk
Komt niet ter sprake	Milieu, gedragscodes, duurzaamheid.
Rol van de overheid niet verschillend met 2003. Er is meer nadruk op bescherming van patenten en rechten.	Rol van de overheid niet verschillend met 2003. Er is meer nadruk op publiek-private partnerships.
Veel gebruikte informatiebronnen: ambassades en ministeries.	Veel gebruikte informatiebronnen: de EVD en internet.
Vershil in begrippen	
Kennisinvesteringen	Licenties, technische ondersteuning, opleidingen
Kapitaalinvesteringen	Investeren in dochterondernemingen of joint-ventures
Duurzaam wordt alleen gebruikt om continuïteit aan te duiden, zoals in ‘duurzame contacten’	De term “duurzaam” wordt veel gebruikt met wisselende betekenissen.

¹ Nederlandse Investerings in Ontwikkelingslanden; O.J. Carmaux & Drs. D. Huisman; SMO 1986

² Later opgegaan in de Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling (NCDO)

NCDO, de Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling

De NCDO heeft als missie om het draagvlak in de Nederlandse samenleving voor internationale samenwerking en duurzame ontwikkeling te handhaven en te versterken, en om betrokkenheid van mensen en organisaties daarbij te bevorderen. De NCDO stimuleert het Nederlandse publiek en organisaties om deel te nemen aan publieke meningsvorming voor beleidsbeïnvloeding en beïnvloeding van besluitvorming.

NCDO biedt bedrijven:

A) het *Business in Development* programma

Dit NCDO programma *Business in Development* wil de betrokkenheid van het Nederlandse bedrijfsleven bij duurzame ontwikkeling en internationale samenwerking bevorderen.

Het *Business in Development* programma stimuleert duurzaam ondernemen in ontwikkelingslanden door:

- 1) **toegang tot informatie** aan te bieden over ondernemen in ontwikkelingslanden door
 - de behoeften van Nederlandse bedrijven toetsen in deze enquête;
 - bijeenkomsten te organiseren over zaken doen in ontwikkelingslanden;
 - de website www.businessindevelopment.nl dat o.a. 300 links en 70 best practices aanbiedt.
- 2) Stimuleren van **debat** over ondernemen en duurzame ontwikkeling door
 - het organiseren van een prijsvraag/businessplan competitie onder scholieren, studenten en bedrijven over hoe armoedebestrijding en winst het beste valt te combineren;
 - themaseminars en bijeenkomsten voor Nederlandse MKB ondernemers te organiseren.
- 3) het **stimuleren van activiteiten** tussen ondernemers in Nederland en in ontwikkelingslanden door:
 - een personeelsuitwisselingsprogramma;
 - het ontwikkelen en aanbieden van een "Development Scorecard" om de ontwikkelingsbijdrage van bedrijven te toetsen en daarvoor aanbevelingen te doen.

B) Projectsubsidies

Bedrijven (en stichtingen) met projectvoorstellen die bijdragen aan publieke meningsvorming over duurzame ontwikkeling in Nederland kunnen in aanmerking komen voor financiering. Zie de subsidiewijzer op de website www.ncdo.nl;

C) Deelname aan NCDO programma's

Medewerkers van bedrijven kunnen deelnemen in diverse NCDO programma's zoals de Derde Kamer, de Club van 2000, Sport en Ontwikkeling. zie www.ncdo.nl voor meer informatie.

Informatie:

Ga naar → www.businessindevelopment.nl of www.businessindevelopment.pagina.nl
of neem contact op met Thierry Sanders, t.sanders@ncdo.nl



Consultancy tegen armoede

SNV is een organisatie die zonder winst oogmerk consultancydiensten levert aan de armen. Wij geloven dat armoede een conditie is die kan en moet worden overwonnen. In de allereerste plaats door mensen de kans te geven zelf verantwoordelijkheid te nemen voor hun eigen lot, en ze in staat te stellen hun eigen oplossingen te creëren voor ontwikkeling.

Samenwerken

Met dat doel voor ogen werken onze adviseurs in meer dan 25 landen samen met publieke, private en maatschappelijke organisaties. Dat doen we op het gebied van het duurzaam gebruik van natuurlijke hulpbronnen, goed bestuur, en lokale economische ontwikkeling. Ons hoofdkantoor is gevestigd in Nederland.

SNV heeft een jaarmzet van circa 80 miljoen Euro, en heeft ruim 700 consultants in dienst. Van hen werken er 140 op het gebied van lokale economische ontwikkeling. In toenemende mate gebeurt dat in samenwerking met het Nederlandse bedrijfsleven.

Maatwerk

Onze consultants werken vraaggericht: SNV levert altijd maatwerk. Daarbij kunnen we niet alleen onze eigen teams van ervaren adviseurs inzetten, maar ook onze partners ter plaatse, of andere lokale experts uit ons uitgebreide netwerk. Hieronder volgen een aantal voorbeelden van economische ontwikkelingsprogramma's uit de dagelijkse praktijk.

- **Handelsketen opzetten**

In Ecuador levert SNV teelttechnische en bedrijfseconomische adviezen aan een organisatie van bananenproducenten. SNV ondersteunde hen ook bij het verkrijgen van productcertificering, en hielp met het leggen en onderhouden van contacten met een Nederlandse importeur. Inmiddels liggen de Ecuadoriaanse bananen bij verschillende grote supermarktketens in de schappen.

Dergelijk werk deed SNV ook voor producenten van koffie uit Nicaragua, mango's uit Burkina Faso, textielnijverheid uit Vietnam en eco-toerisme.

Daarnaast wordt SNV vanwege haar uitgebreide netwerk ook gebruikt door internationale bedrijven die een gedeelte van hun productie willen uitbesteden (outgrower/ subcontracting). Dat hebben we de afgelopen jaren in verschillende delen van Afrika bijvoorbeeld met succes gedaan op het gebied van paprika, oliehoudende noten, bloemzaden en zonnebloemolie.

- **Ondernemingsklimaat bevorderen**

In een groot aantal landen ondersteunen consultants van SNV organisaties die in dienst staan van het midden en kleinbedrijf. In Vietnam en Tanzania werken adviseurs van SNV bijvoorbeeld met Kamers van Koophandel aan hun strategische planning, en bij hun lobby voor het vereenvoudigen van de lokale regelgeving. Daarnaast is SNV veelvuldig betrokken bij het ondersteunen van microkrediet instituten.

Meer weten?

Meer informatie is beschikbaar op onze uitgebreide cd-roms '*Business Development Services*' en '*Trade in Agricultural Products*', verkrijgbaar via www.snvworld.org, of neem contact op met Fons de Zeeuw of Marcel Leijzer, tel.: 070 – 3440244.

FINANCIEREN VOOR ONTWIKKELING

De Nederlandse Financierings-Maatschappij voor Ontwikkelingslanden (FMO) financiert private bedrijven en financiële instellingen in ontwikkelingslanden en opkomende markten. FMO verlaagt de investeringsdrempel voor lokale en internationale investeerders in deze landen. Doel is het bevorderen van een gezonde lokale private sector als motor voor economische groei en duurzame ontwikkeling van een land.

FMO Finance verstrekt financiering op marktconforme voorwaarden aan bedrijven en financiële instellingen in Afrika, Azië, Europa en Latijns Amerika. Dit gebeurt in de vorm van leningen, participaties, garanties, syndicaten en handelsfinanciering. Daarnaast beheert FMO Finance speciale fondsen voor het lokale MKB en voor grensverleggende investeringen in meer risicovolle landen en sectoren.

FMO Investment Promotion faciliteert niet-commercieel haalbare activiteiten dankzij een aantal subsidieprogramma's van de Nederlandse overheid.

NL-desk

Ook voor Nederlandse bedrijven die willen investeren in ontwikkelende markten kan FMO optreden als risicopartner. Het moet daarbij gaan om risicodragende investeringen in gezonde, veelbelovende lokale ondernemingen. Afhankelijk van de investering zijn verschillende voorwaarden van toepassing. FMO's NL-Desk is het eerste aanspreekpunt voor West-Europese bedrijven die in ontwikkelingslanden of opkomende markten zaken willen doen.

Triple A-rating

FMO is opgericht in 1970 en heeft anno 2004 een investeringsportefeuille van EUR 2 miljard en meer dan 200 medewerkers. Dankzij ruim 30 jaar ervaring in ontwikkelingsfinanciering kent FMO als geen ander de lokale markt en beschikt over een uitgebreid partnernetwerk. Zij behoort tot de grootste bilaterale ontwikkelingsbanken wereldwijd. FMO is een solide financiële instelling met een triple A-rating van Standard & Poor's.

Meer informatie: www.fmo.nl