

BAROMETER Q3 2013

METAAL & TECHNIEK

VAKBLAD VOOR HET MKB IN DE METAAL

EXPORT

KRIMP NEEMT AF, OP NAAR GROEI **4**

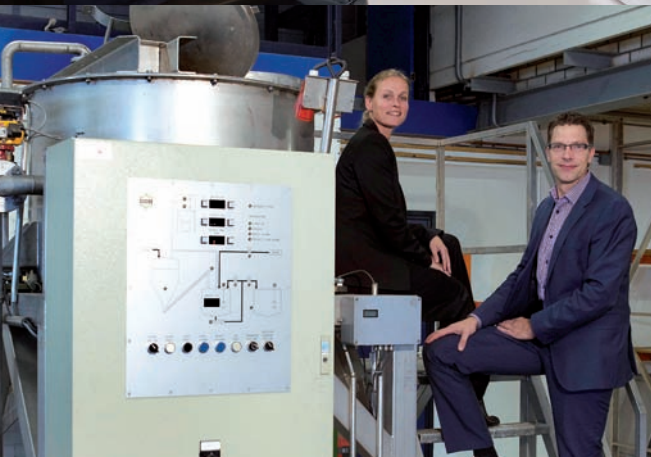
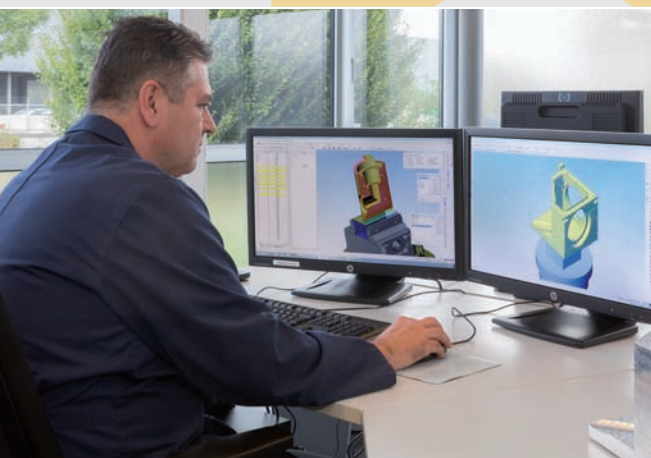
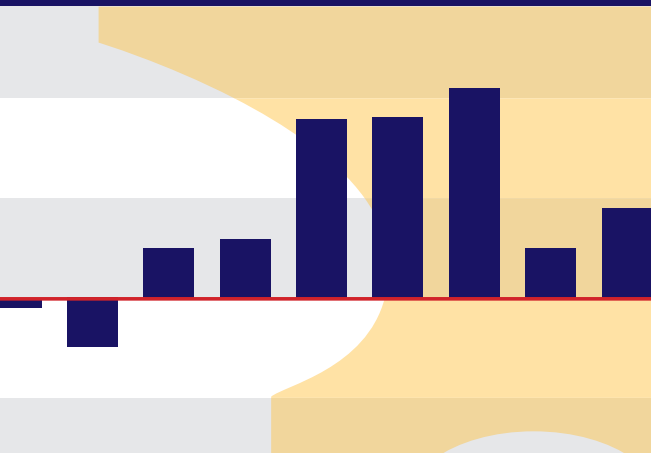
Daling van de werkgelegenheid in het mkb-metaal is in het derde kwartaal (Q3) van 2013 tot stilstand gekomen. Verwachtingen van ondernemers over de binnenlandse orderpositie zijn iets positiever geworden dan het vorige kwartaal, maar daar tegenover staat een minder groot optimisme over de export. Aldus de Economische Barometer Q3 van Metaalunie.

EXPORT VERGT GEDULD EN DOORZETTINGSVERMOGEN **6**

Export is niet weggelegd voor alle mkb-metaalbedrijven, maar voor ondernemers die kansen zagen hun afzet over de grens te tillen, geeft het exportdeel meer lucht. Al moet je om zover te komen wel een lange adem hebben, weet Rob Goumans, directeur van Kusters Goumans BV uit Beek en Donk.

EXPORT LOGISCH GEVOLG VAN MARKTKANSEN **8**

HENAN Process Systems B.V. uit Sappemeer begon als een management-buy-out van AVEBE en wist in amper drie jaar tijd 80% van de omzet in het buitenland te realiseren.



EN VERDER...

10 Export, niet alleen goed voor u

We blijven het zeggen omdat het waar is, exporterende metaalbedrijven presteren gemiddeld beter dan bedrijven die voor hun omzet volledig van Nederland afhankelijk zijn. Een goed gevulde export portefeuille is prettig voor de betreffende metaalondernemer, maar het belang van export is veel groter. Rob van der Werff analyseert de cijfers.

Colofon

Dit katern genaamd Barometer is een bijlage bij Metaal & Techniek, vakblad voor het midden- en kleinbedrijf in de metaal en tevens het officiële orgaan van Koninklijke Metaalunie. Dit katern verschijnt elk kwartaal en is gebaseerd op de Economische Barometer; het kwartaalonderzoek onder leden van Koninklijke Metaalunie naar de economische stand van de mkb-metaal.

Uitgave

mybusinessmedia

Adres

Essebaan 63c, 2908 LJ
Capelle aan den IJssel
Postbus 8632, 3009 AP Rotterdam
Tel.nr. +31 (0)10 289 40 78
Faxnr. +31 (0)10 289 40 76

Uitgever

MYbusinessmedia

Redactie

Jan Kloeze (hoofredacteur)
j.kloeze@mybusinessmedia.nl
Esther Pelgrim (eindredacteur)
Tel.nr. +31 (0)10 289 40 29
E-mail: redactie.metaalentechniek@mybusinessmedia.nl

Redactie Metaalunie

Tony van der Meer

Basisontwerp

Vormbreker Nieuw-Vennep

Advertentieverkoop

Margarita Robertson
m.robertson@mybusinessmedia.nl
Advertentietarieven op aanvraag
+31 (0)10 289 40 69

Abonnementen Metaal en Techniek

Abonnementsprijs NL 11 nummers € 114,50.
Los nummer € 14,25 (incl. btw).
Proefabonnement 3 nummers € 19,-.
Buitenland € 129,50 (prijzen excl. 6% btw en € 3,75 administratiekosten).

Opgave abonnementen

Tel.nr. +31 (0)10 289 40 08
(tussen 09.00 en 12.00 uur)
Faxnr. +31 (0)10 289 40 76
E-mail:
metaalentechniek@mybusinessmedia.nl

Voor de algemene voorwaarden, zie
www.mybusinessmedia.nl/
algemenevoorwaarden
Bank: 1421.46.439.

Voor informatie over Koninklijke Metaalunie

Koninklijke Metaalunie
Einsteinbaan 1
Postbus 2600
3430 GA Nieuwegein
Tel.nr. +31 (0)30 605 33 44
Faxnr. +31 (0)30 605 31 22
www.metaalunie.nl

Opmaak

De Opmaakredactie, Wehl

Infographics

Anke Nobel (anobel@euronet.nl)

Druk

Senefelder Misset, Doetinchem

©2013

MYbusinessmedia
ISSN: 0026-0479
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervaelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever. Hoewel dit tijdschrift zorgvuldig en naar beste weten wordt samengesteld, kan de uitgever niet instaan voor de juistheid of volledigheid van de informatie. Uitgever en auteurs aanvaarden geen enkele aansprakelijkheid voor schade, van welke aard ook, die het gevolg is van handelingen en/of beslissingen die gebaseerd zijn op de in dit tijdschrift gegeven informatie. Gebruikers van het tijdschrift wordt nadrukkelijk aangeraden de vaktechnische informatie niet geïsoleerd te gebruiken, maar altijd mede af te gaan op hun professionele kennis en ervaring, en de te gebruiken informatie te controleren.



Afbraak exportbeleid niet te rijmen

In de economische barometer die voor u ligt, zetten wij bedrijven die exporteren in de schijnwerpers. De ondernemers die zijn geïnterviewd kenmerken zich door een geheel eigen aanpak voor de export. Het zijn boeiende verhalen die hopelijk ook andere ondernemers kunnen inspireren om serieus te kijken hoe zij kunnen exporteren of hun omzet in het buitenland kunnen vergroten.

Exporteren kun je doen om verschillende redenen: omdat je minder afhankelijk wilt zijn van de binnenlandse markt en dus minder conjunctuurgevoelig wilt zijn, of bijvoorbeeld omdat de binnenlandse markt verzadigd is en je groeikansen in het buitenland wilt benutten. Uit recent onderzoek van de ING bank bleek dat mkb-bedrijven kansen laten liggen op het gebied van export.

In een economie waar juist bedrijven die exporteren het (zo laat ook onze economische barometer al een aantal jaren zien) beter doen dan bedrijven die zich uitsluitend op de binnenlandse markt

richten, is het onbegrijpelijk dat de overheid juist op het gebied van exportstimulering bezuinigen doorvoert die averechts zullen werken. De voorgenomen sluiting van een aantal consulaten, waaronder die in München en Milaan wekt bevreemding. In de omgeving van bijvoorbeeld München bevindt zich veel hoogwaardige industrie waar ook kansen liggen voor Nederlandse bedrijven.

Uit eigen ervaring weten wij dat dergelijke consulaten ook voor leden van de Metaalunie deuren hebben geopend die anders wellicht gesloten zouden zijn gebleven. Heel bizar een dergelijk voorstel om deze belangrijke voorposten van de Nederlandse export te sluiten.

Wij zullen ons als Metaalunie inzetten om deze voorstellen van tafel te krijgen en een goed exportbeleid voor het mkb te behouden.

*Bert Jaarsma,
Directeur Organisatie Koninklijke Metaalunie*

WINDSTILTE

Krimp neemt af, op naar groei

De daling van de werkgelegenheid in het mkb-metaal is in het derde kwartaal (Q3) van 2013 tot stilstand gekomen. Verwachtingen van ondernemers over de binnenlandse orderpositie zijn iets positiever geworden dan het vorige kwartaal, maar daar tegenover staat een minder groot optimisme over de export. Dit laat de Economische Barometer Q3 van Koninklijke Metaalunie zien.

Bijna alle ontwikkelingen gevolgd door de Economische Barometer laten een stabilisatie zien. Een echt stijgende lijn is nog niet gevonden, toch zijn er lichtpunten te ontdekken zoals een aantal berichten van CBS en NEVI ook tonen.

ARBEIDSMARKT

De werkgelegenheid in de metaalsector kreeg het vorige kwartaal een flinke deuk. Na een lange periode van stabiele werkgelegenheid liep deze in het tweede kwartaal toch weer terug. Met de matige vooruitzichten voor de binnenlandse omzet leek deze trend zich in het derde kwartaal van dit jaar door te zetten. In het derde kwartaal blijkt de werkgelegenheid echter gelijk gebleven.

Een kwart van de bedrijven heeft minimaal een vacature open staan. Een jaar geleden was dit nog 35%. Een gezonde economie heeft veel vacatures die op korte termijn ingevuld worden. Er zijn nog vacatures in de metaalsector, maar dit

blijken vooral lastig invulbare en specialistische vacatures te zijn. Verspanende bedrijven verwachten bijvoorbeeld dat zij meer dan de helft van de openstaande vacatures niet binnen een half jaar in kunnen vullen. Dit ondanks de grote hoeveelheid werklozen op dit moment. Het gebrek aan gekwalificeerd personeel wordt in deze sector nu goed zichtbaar. De roep om goed geschoold personeel blijft derhalve groot.

BINNENLANDSE MARKT

Ook het afgelopen kwartaal blijft de binnenlandse markt moeilijk. Er zijn evenveel ondernemers waarbij de omzet is toegenomen (29%) als ondernemers waarbij deze is afgenomen (28%). Wederom valt op dat bij veel bouwgerelateerde bedrijven de orderportefeuille is toegenomen! Een ander lichtpunt is de verwachting dat de binnenlandse orderpositie voor Q4 weer beter wordt.

EXPORT

Export ontwikkelt zich doorlopend substantieel beter dan de binnenlandse markt. Het verschil is in het derde kwartaal echter kleiner geworden. Een kwartaal geleden was de ontwikkeling van de orderportefeuille beduidend positiever dan nu. Per saldo geeft nu 9% aan dat de orderportefeuille is toegenomen, vorig kwartaal was dit nog 26%. Dezelfde ontwikkeling doet zich in wat mindere mate ook voor bij de waardering van de exportportefeuille en de verwachtingen voor het vierde kwartaal.

Bedrijven kunnen op verschillende manieren bijdragen aan export, direct en/of indirect. Bedrijven die indirect exporteren, leveren bijvoorbeeld een onderdeel voor een machine die vervolgens in het buitenland wordt verkocht; 53% exporteert direct, 17% exporteert alleen indirect en 30% heeft alleen binnenlandse afzet. Een op de drie ondernemers in de metaalsector draagt bij aan indirecte export. Machinebouwers en Metaalwarenbedrijven zijn de grote exporteurs van de sector, 70% van deze bedrijven exporteert gemiddeld de helft van de omzet.

OPVALLEND

Slechts 4% van de export gaat naar Afrika. Bij bedrijven die dat doen beslaat de export naar Afrika wel gemiddeld 30% van hun totaal. Lees meer over het belang van export in de analyse van Rob van der Werff op pagina 10.

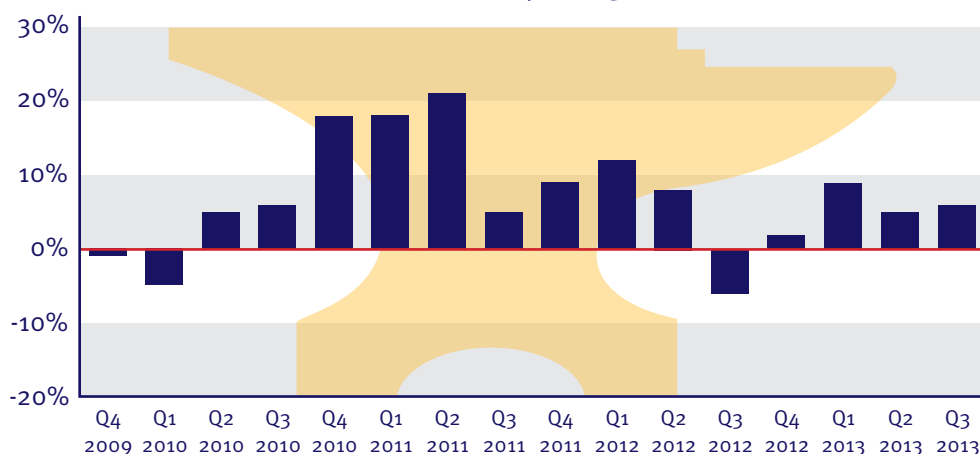
ORDERPORTEFEUILLE

De gemiddelde ordervoorraad in weken is voor het vierde kwartaal op rij geleidelijk toegenomen van 7,3 weken een jaar geleden naar 9,5 weken nu. Er is nog steeds werk, maar deze ontwikkeling staat niet gelijk aan de winstverwachting. De prijzen staan immers al lange tijd onder druk. Wel duiden deze cijfers op een verhoogde kans op continuïteit.

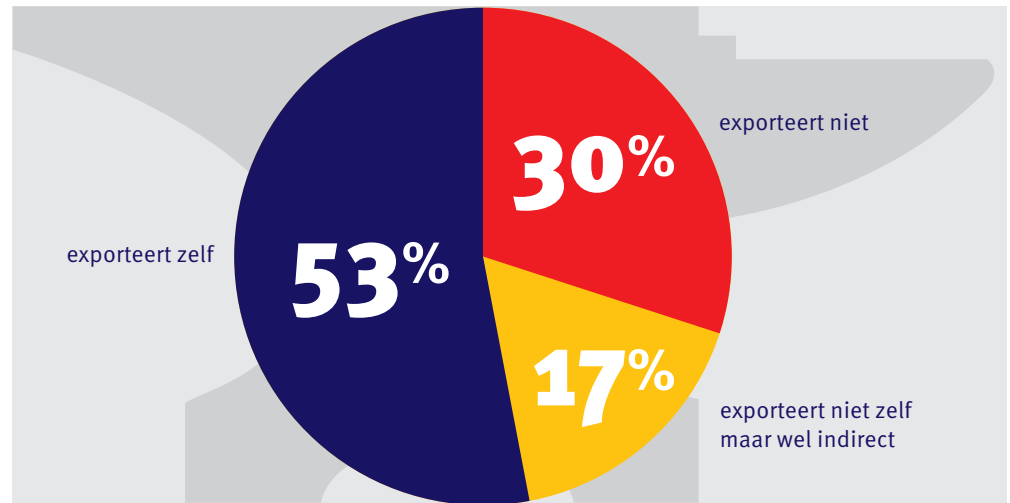
BEDRIJFSRESULTAAT

De waardering van het bedrijfsresultaat ligt nu enkele maanden op het zelfde niveau. Circa 20%

De stand van het mkb-metaal (2009 - 2013)



Aandeel directe en indirecte export van het mkb-metaal (sept 2013)



van de bedrijven geeft aan een slecht bedrijfsresultaat te hebben behaald tegen 30% dat aan geeft een goed bedrijfsresultaat te hebben behaald.

Het te verwachten bedrijfsresultaat voor het vierde kwartaal wordt positiever ingeschat. Opvallend is dat het ondernemers zijn met relatief veel export die het meest positief zijn over het verwachte bedrijfsresultaat voor het vierde kwartaal.

Het aantal bedrijven dat winst maakt, is in het derde kwartaal weer iets slechter geworden: 47% van de bedrijven maakt winst, 31% draait quitte en 22% lijdt verlies.

INVESTERINGSVERWACHTING

Sinds de aanvang van de crisis in het 4e kwartaal van 2008 is de investeringsverwachting sterk negatief. Dit is in het derde kwartaal van 2013 niet anders. De investeringsbereidheid is in de verspanende sector het grootst.

SECTOREN

Staalconstructie voor de bouw

Voor de aan de bouw toeleverende bedrijven geldt dat zij niet meer 'het slechtste jongentje van de klas zijn'. Zowel de uitslag van de Economische Barometer over het tweede als over het

derde kwartaal laten een stabilisering zien. Dit kan erop duiden dat de sector het laagste punt nu bereikt heeft.

Constructie-en lasbedrijven

Deze groep bedrijven scoort het derde kwartaal ruim beneden gemiddeld. Dit wordt veroorzaakt door zowel de relatief slechte verwachtingen van de orderpositie in het vierde kwartaal als de slechte prijzen.

Verspanende bedrijven

Verspanende bedrijven presteren bovengemiddeld. Voor het vierde kwartaal wordt door relatief veel bedrijven een betere orderpositie verwacht. Daarnaast lijkt de druk op de prijzen iets

minder te worden. Dit is de enige sector waar er meer ondernemers aangeven meer te gaan investeren dan er ondernemers zijn die zeggen minder te gaan investeren.

Machinebouw

Ook deze bedrijven scoren goed in vergelijking tot het hele mkb-metaal. De hoge exportquote zal hier debet aan zijn. Ook veel machinebouwers verwachten een beter vierde kwartaal.

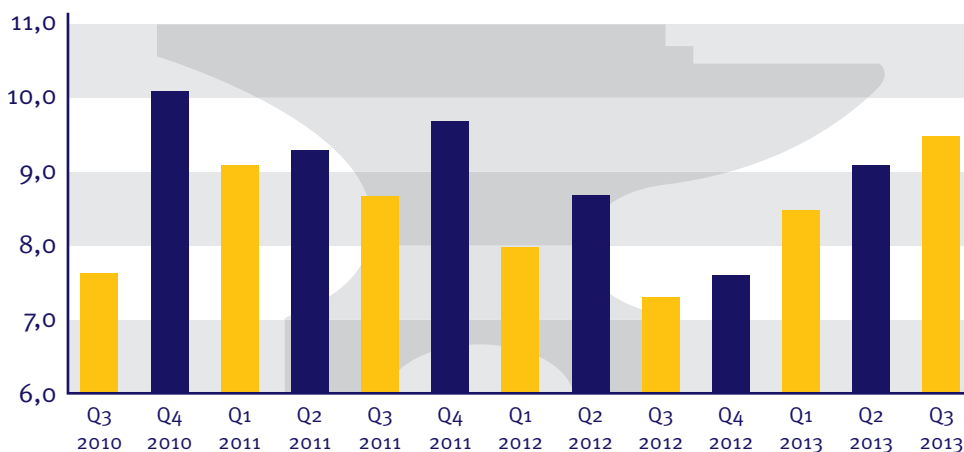
Onderhoud en service

De onderhoud- en servicebedrijven hebben een beter derde kwartaal achter de rug dan gemiddeld. Dit wordt veroorzaakt door een betere binnenlandse orderportefeuille en wat minder druk op de prijzen dan in andere sectoren. De sector kent dan ook meer bedrijven waar de werkgelegenheid is toegenomen.

Metaalwaren

Terwijl er onder de metaalwarenbedrijven veel exporterende bedrijven zijn, presteerde de sector het derde kwartaal toch slechter dan gemiddeld in het mkb-metaal. De reden hiervoor was een sterk tegenvallende orderportefeuille binnenland. Ook had de sector meer last van prijsdruk dan de andere sectoren waar relatief veel geëxporteerd wordt. •

Orderportefeuille in weken van het mkb-metaal (2010 - 2013)



In de grafieken worden de positieve en negatieve antwoorden of het saldo weergegeven. De antwoorden geven geen absolute indicatie.

KUSTERS GOUMANS MINDER CONJUNCTUURGEVOELIG

Export vergt geduld en doorzettingsvermogen

Export is niet weggelegd voor alle mkb-metaalbedrijven, maar voor ondernemers die wel kansen zagen hun afzet over de grens te tillen, geeft het exportdeel meer lucht. Al moet je om zover te komen wel een lange adem hebben, weet Rob Goumans, directeur van Kusters Goumans BV uit Beek en Donk. “Op een beurs staan en denken dat je met een stapel orders thuiskomt, werkt niet. Je moet er eerst in investeren, wil je er rendement uit halen.” Dat is precies wat het Brabantse bedrijf deed en doet.



Rob Goumans: geografische spreiding is een logische stap (foto: fotoburo Brabant)

Kusters Goumans levert mechanische onderdelen die veelal door verspanende bewerkingen, zoals draaien, frezen, slijpen en honen, uit metaal en kunststof worden vervaardigd. Geleverd wordt onder meer aan aerospace, halfgeleiderindustrie, medische apparatenbouw, optische industrie en algemene machinebouw. Ook bewerkt en giet het bedrijf lood. Deze loodproducten worden toegepast als stralingsafscherming in allerlei sectoren van de industrie waar röntgenstraling, elektronenstraling en nucleaire toepassingen aan de orde zijn. De afnemers van Kusters Goumans zijn multinationale bedrijven, maar daarnaast ook diverse kleinere, vaak regionale klanten. Export vindt plaats naar Duitsland, Zwitserland, Tsjechië, Polen, Slowakije, België en de Verenigde Staten.

CONJUNCTUURGEVOELIG

Goumans: “Van de omzet wordt 40 procent gerealiseerd door directe export en als je het indirecte deel daarbij telt wordt bijna 99 procent van onze omzet in het buitenland gerealiseerd.” Het is voor een klein bedrijf en zeker in de markt waarin Kusters Goumans opereert een hoog percentage. Iets dat niet van de ene dag op de andere dag is aan komen waaien. “Dat is een heel proces”, beaamt Goumans. “Philips was van oudsher de primaire klant. Op het moment dat je voor ASML of andere spin offs van Philips gaat leveren, creëer je een netwerk en krijg je door die versnippering meer verschillende klanten. Het is een organisch proces.” Organisch, maar ook strategisch. “We bewegen ons in een conjunctuurgevoelige sector. Het is daarom belangrijk om enerzijds meer differentiatie en spreiding te krijgen en anderzijds te kijken of er mogelijkheden zijn om minder conjunctuurgevoelig te zijn. Dan is geografische spreiding een logische stap. En daardoor ben je ook beter in staat toe te leveren aan andere sectoren zoals de luchtvaart.”

ding te krijgen en anderzijds te kijken of er mogelijkheden zijn om minder conjunctuurgevoelig te zijn. Dan is geografische spreiding een logische stap. En daardoor ben je ook beter in staat toe te leveren aan andere sectoren zoals de luchtvaart.”

BEGIN

Goumans startte zijn exportplannen binnen het eigen netwerk. Goumans: “We hebben contacten met bedrijven die internationaal georiënteerd zijn. Het gemakkelijkste is dan die contacten te vragen of je niet eens aan een vestiging in Duitsland of Engeland voorgesteld kunt worden. Zo zijn we aan een aantal nieuwe klanten gekomen. In het begin geeft export een hoop extra werk. De communicatie wordt anders en er moeten allerlei zaken opgetuigd worden, maar dat is een keuze die we gemaakt hebben.” In eerste instantie beperkte de export zich tot Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. Inmiddels levert het bedrijf ook aan Zwitserland, Tsjechië, Polen, Slowakije, België en een beperkt deel aan de Verenigde Staten.

MISSIES

In 2008 raakte de high-tech industrie in een dip en vond Goumans het niet meer voldoende om op de automatische piloot of via/via exportcontacten te leggen. “We moesten er meer uithalen en zijn na gaan denken welke instrumenten er bestaan om export te laten groeien. In 2010 hebben we daar een aantal strategieën op losgelaten en middelen gebruikt. De website is in een aantal talen vertaald, er kwamen anderstalige folders, we stonden op beurzen en hebben inmiddels deelgenomen aan zo’n acht handelsmissies. Daar komen nieuwe contacten uit”, ervaart Goumans. “We hebben er niet veel nodig in een jaar, omdat wij op zoek zijn naar duurzame relaties voor de lange termijn. We zijn een relatief klein bedrijf en onze toegevoegde waarde zit vooral in het kennen en begrijpen van een klant. Dan is het noodzakelijk dat het aantal klanten overzichtelijk blijft. Bijvoorbeeld in Brazilië wordt het daarom lastig om ons te profileren als zelf-

standig bedrijf, daar hebben wij te weinig marketingpower voor. Wij focussen ons de laatste twee jaar op Duitsland en Zwitserland. De cultuur verschilt daar niet zo erg en er is een enorm marktpotentieel voor ons.”

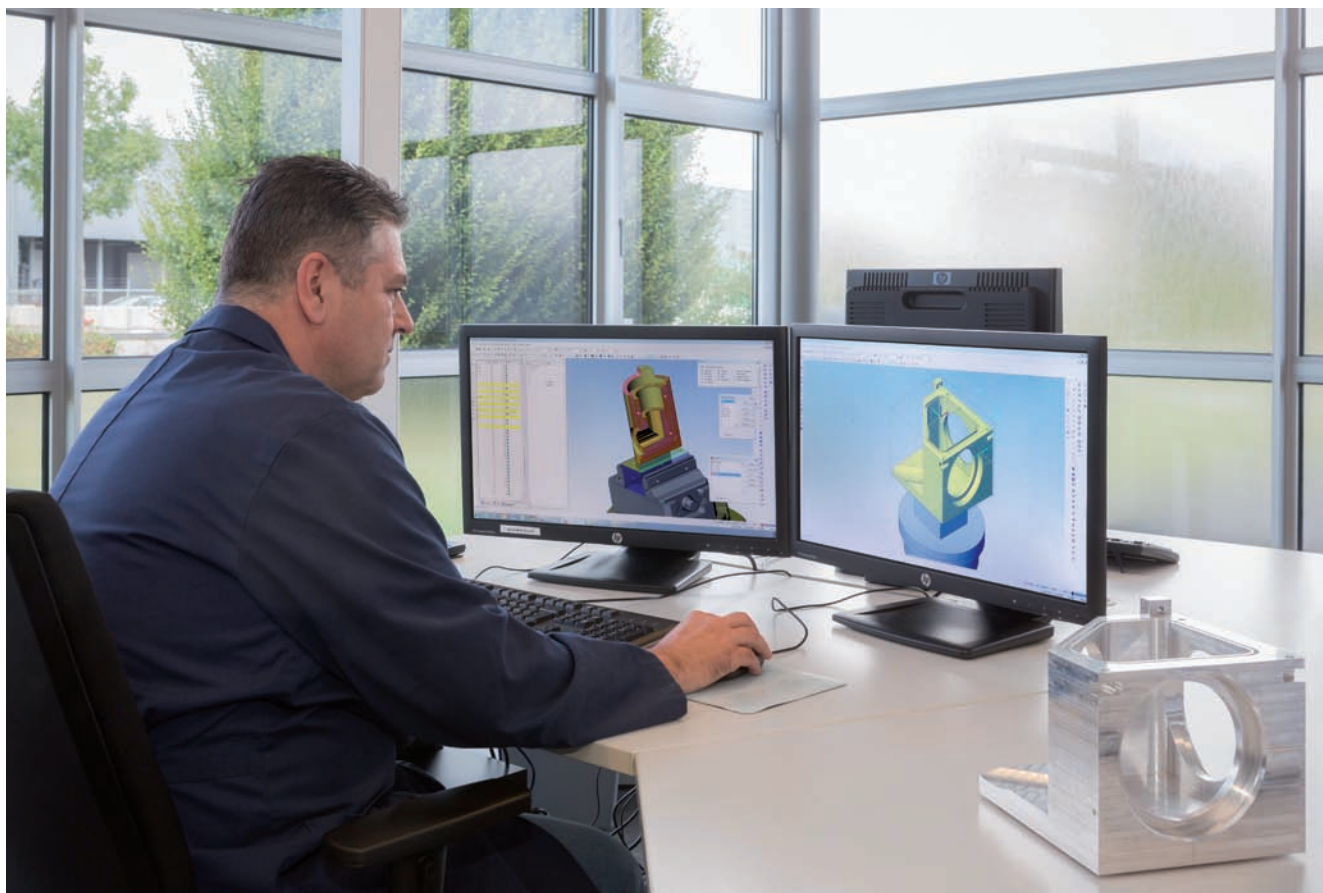
Volgens Goumans is het geen toeval dat juist Nederlandse bedrijven (inclusief het zijne) in Duitsland en ook Zwitserland succesvol zijn. “Voor Duitsers en ook Zwitsers is prijs één ding, maar het allerbelangrijkste vinden ze betrouwbaarheid. En, dat geldt in Zwitserland nog sterker, Duitsers zijn risicomijdend en willen dat hun eigen sterke merk overeind blijft. Ze zijn heel huiverig om naar het Oostblok te gaan of verder weg. Nederland wordt gezien als een betrouwbare partner.”

GEDULD

Goumans vindt export vooral iets dat geduld en doorzettingsvermogen vergt. “Of het een succes wordt weet je van te voren niet maar dat is inherent aan het ondernemen”, zegt hij. “De eerste order levert geen geld op en de tweede en derde waarschijnlijk ook niet. Je moet de lange termijn in de gaten houden. Als je betrouwbaar bent en doet wat is afgesproken, moet het gek lopen wil er niet iets goeds uitkomen. Dat is een kwestie van geduld hebben”.

Als voorbeeld noemt hij de deelname aan een Metaalunie handelsmissie in 2011 naar Duitsland. “Daaruit is een contact ontstaan met een Zwitsers bedrijf en daar leveren we nu voor het derde jaar aan.” Goumans vindt de handelsmis-

sies een ‘uitstekende formule’. “Wij moeten niet met hagel schieten, maar heel gericht klanten zoeken. Daarom vind ik het ook jammer dat het CPA-programma is verdwenen. Ik vond het een van de meest toegankelijke instrumenten om een markt in een bepaalde regio of land te benaderen. De aanpak van Metaalunie werkte: zij zorgden voor het matchmakingproces, wat betekende dat er van tevoren heel breed naar de kansen werd gekeken in een bepaalde regio. Op basis van profielen werden bedrijven benaderd die ik als klein bedrijf niet kan benaderen. Bij CPA ging het om relatief kleine bedragen, terwijl de effectiviteit heel hoog was. Als ik zie hoeveel onzinsubsidies er nu zijn, vind ik het onbegrijpelijk dat dat losgelaten is.” •



Kusters Goumans levert mechanische onderdelen die veelal door verspanende bewerkingen, zoals draaien, frezen, slijpen en honen, uit metaal en kunststof worden vervaardigd (foto: Fotoburo Brabant).

HENAN PROCESS SYSTEMS BV:

Export logisch gevolg van marktkansen

Exporteren betekent lef hebben. Als er ergens een bedrijf is waar deze stelling voor 100% opgaat, is het wel bij HENAN Process Systems B.V. uit Sappemeer. De fabrikant van jet cookers, enzymatische converters en dispersie- en doseerunits begon als een management-buy-out van AVEBE en wist in amper drie jaar tijd 80% van de omzet in het buitenland te realiseren. Samenwerken, social media en... inderdaad lef zijn daarbij de sleutelwoorden.

De machines van HENAN verwerken alle soorten zetmeel: maïs, tapioca, aardappel en tarwe. Kernactiviteit is het vervaardigen van zetmeel-cookers en enzymatische converters. Deze worden wereldwijd ingezet in de papier- en karton-

industrie, de lijm- en kleefstoffenindustrie en in de voedingsindustrie. Het bedrijf bouwt tussen de acht en de elf cookers per jaar. Alle apparatuur wordt in de eigen werkplaats in Nederland ontworpen en vervaardigd. Om vervolgens

terecht te komen in landen als Rusland, de Verenigde Staten en China. “Wij exporteren zo’n 50% van onze omzet naar Rusland en een kleine 20% naar Italië”, vertelt Erik Takens, managing director. “Het deel dat we nu nog aan AVEBE leveren, komt indirect ook in het buitenland terecht.” De focus van het bedrijf ligt vanaf het begin af aan op het buitenland. “De Nederlandse markt is te beperkt voor ons”, verklaart general manager Hélène Vliegers. “Toen we het onderdeel bij AVEBE uitkochten, sloten we een contract met ze, dat was onze lifeline. Maar het was tijdelijk. Onze groeikansen lagen in het buitenland.”



Hélène Vliegers en Erik Takens: ondernemers met lef. (foto: Jan Buwalda fotografie).



Vanaf het begin lag de focus op exporteren. (foto: Jan Buwalda fotografie)

Waar Duitsland voor een bedrijf uit Groningen een logische eerste exportstap lijkt, kwam de eerste buitenlandse order uit China. “Dat was een volledige verrassing, er was helemaal niets gepland”, herinnert Takens. “Het was in ons eerste jaar. Weliswaar via een gerenommeerd Zweeds bedrijf, maar toch. Je vraagt je wel even af ‘hoe pak ik dit aan’ en ‘hoe betaal je het?’ Het is een opdracht geweest waarbij ik de klant nooit gezien heb, alleen maar gesproken via de telefoon of via e-mail. Maar ze wisten precies wat ze wilden en wij wisten precies wat ze bedoelden.” Het bleek het begin te zijn van een exportavontuur dat zich naast China voortzette in landen als Rusland en veel Europese landen.

ERVARING

Het voordeel van het overnemen van een bedrijfsonderdeel was dat Takens en Vliegers veel kennis meekregen. “Dat en ervaring is belangrijk voor export”, vertelt Vliegers. “En omdat we beiden gewerkt hebben bij bedrijven die gewend waren te exporteren ben je niet bang voor export. Veel ondernemers hebben een bepaalde angst voor het onbekende. Je gaat namelijk over de grens, je gaat buiten Europa en het zijn hele andere manieren van verkopen. Sommige bedrijven exporteren omdat ze per ongeluk de grens bij Nieuweschans zijn overgestoken, maar daar zit dan geen gerichte aanpak achter.”

De grote uitdaging was potentiële klanten te vinden en te herkennen. Takens: “We hebben dat echt onderschat. In eerste instantie werden internationale klanten van AVEBE naar ons doorverwezen door AVEBE als ze onderdelen of advies nodig hadden. Maar een echt structurele aanpak was het niet. We leerden hoe je naamsbekendheid kunt opbouwen, hebben direct geïnvesteerd in een moderne website en papierbeurzen bezocht. Dat laatste is een belangrijke tool. Van te voren bekeken we welke bedrijven standhouder waren en wie zich aangemeld hadden. Zo kun je vooraf doelgerichte afspraken plannen. Rondlopen, een praatje maken en netwerken werkt eigenlijk het beste. Nu zijn we benaderd door iemand uit Amerika die we twee jaar geleden tijdens een beurs ontmoet hebben. Het duurt soms lang...”

SAMENWERKEN

“Referenties op de industriële markt zijn van levensbelang”, vult Vliegers aan. “Gerichte verkoop in het buitenland gebeurt alleen maar als je de juiste contacten weet te leggen. Dat eerste contact geschiedt bij ons met name via bezoek aan beurzen en onze eigen website, en door de juiste contacten binnen een bedrijf te benaderen. Dat doen we via LinkedIn of de website. Als je gaat exporteren is het belangrijk dat je ter plekke zo snel mogelijk iemand zoekt die erva-

ring heeft. En andere ondernemers vraagt hoe zij het doen. Financier je voor in Rusland of moet je daar nooit aan beginnen?”

Naast het zelf leggen van contacten en het opzetten van een netwerk zoekt HENAN ook bewust samenwerking. “In Noord-Amerika werken wij samen met een bedrijf dat in feite hetzelfde doet als wij, alleen zijn zij groter”, vertelt Takens. “Het heeft bij ons even geduurd voordat het bedrijf durfde over te stappen naar een samenwerking met een bedrijf dat eigenlijk je concurrent is. We hebben tijdens een beurs twee uur met elkaar gesproken en na afloop voelde ik dat er ruimte was voor samenwerking. Het bleek dat ze onze enzymatische converters niet in het leveringsprogramma hadden. We konden iets toevoegen. Zij hadden daarnaast ook een zevenjarige samenwerking in Azië waar wij ook gebruik van konden maken.”

AFRIKA

Eind vorig jaar brachten Takens en Vliegers de missie, strategie en visie voor de komende drie jaar in kaart. Het gaf ook een heldere blik op de verschillende markten waarop het bedrijf nu actief is. Zo is het bedrijf volop in beweging om de voedingsmarkt van een innovatief concept te voorzien. De eerste focus ligt in Afrika waar het concept vanwege de slechte infrastructuur miljoenen besparingen oplevert voor de grote bieren- en frisdrankfabrikanten. Vliegers: “We kennen op dit moment eigenlijk drie verschillende manieren van verkopen omdat we actief zijn in Rusland, startend in China en bezig zijn in Noord-Amerika. Het zijn, naast de bestaande Europese markt, drie volledig verschillende werelden.

Zuid-Amerika is een heel ander verhaal dan China. In Zuid-Amerika heb je veel last van importheffingen. Dat is de reden dat we hebben deelgenomen aan de Metaalunie-handelsmissie naar Brazilië. Je kunt niet op die markt je eigen machines importeren. Je moet het lokaal maken en dus iemand vinden die dat kan. Samenwerken is dan de oplossing en tijdens de handelsmissie zijn daar de eerste contacten voor gelegd.” •

ANALYSE

TEKST: ROB VAN DER WERFF
INFOGRAPHIC: ANKE NOBEL

Export, niet alleen goed voor u!

We blijven het zeggen omdat het waar is, exporterende metaalbedrijven presteren gemiddeld beter dan bedrijven die voor hun omzet volledig van Nederland afhankelijk zijn. Een goed gevulde export portefeuille is prettig voor de betreffende metaalondernemer, maar het belang van export is veel groter.

Na vijf jaar van crisis kijkt Nederland uit naar economische groei. Voor heel 2013 wordt nog een krimp van 1,25% verwacht en voor 2014 een bescheiden groei van 0,25%. De economische groei van een land wordt bepaald door: 1)overheidsconsumptie, 2)particuliere consumptie, 3)bedrijfsinvesteringen en 4)export.

1. Over de **overheidsconsumptie** wordt dagelijks gediscussieerd door de politiek. De door Europa opgelegde 3% begrotingstekort is weliswaar niet meer heilig, maar Rutte II heeft nog steeds als doel daar niet te ver van af te wijken. De overheidsconsumptie zal dus niet de motor van de Nederlandse economie zijn.

2. De **particuliere consumptie** staat mede door toedoen van datzelfde kabinet op een dramatisch laag niveau. Dat deze consumptie op korte termijn aantrekt is niet de verwachting. Het CPB voorspelt dat de huishoudens volgend jaar weer een procent minder zullen besteden.

3. Ook met de **bedrijfsinvesteringen** gaat het nog lang niet goed. Kijkend naar de metaalsector, dan geven sinds 2008 aanzienlijk meer ondernemers aan minder te gaan investeren dan er ondernemers zijn die meer denken te gaan investeren.



*Rob van der Werff,
Bedrijfseconomisch
adviseur, Koninklijke
Metaalunie*

4. Uit onderzoek van het CBS van dit jaar blijkt dat **uitvoer** in de periode 1988 tot en met 2010 voor bijna de helft heeft bijgedragen aan de economische groei. Gezien voorgaande drie factoren zal het herstel ook dit keer van de export moeten komen. Dat onze sector daarbij een belangrijke bijdrage levert, blijkt uit onderzoek van de OECD en de WTO. Dit onderzoek laat zien dat er grote verschillen bestaan in de waarde die belangrijke exportsectoren per geëxporteerde euro toevoegen aan de Nederlandse economie. Zo blijkt de machinebouw 63 cent aan Nederlandse toegevoegde waarde te exporteren per euro. De toegevoegde waarde bestaat o.a. uit de lonen van werknemers van exporterende bedrijven en hun toeleveranciers en de winst van deze bedrijven. Zestig procent van de mensen in onze sector is werkzaam bij bedrijven die zelf exporteren.

NEDERLAND

Als het mkb-metaal in de toekomst nog meer in staat is haar producten rechtstreeks te exporteren of, als halffabricaat via Nederlandse afnemers in het buitenland af te zetten, dan profiteert niet alleen de metaalondernemer daarvan maar ook zijn medewerkers, ja sterker nog heel Nederland. •

Bestemmingen export van het mkb-metaal (2013)

