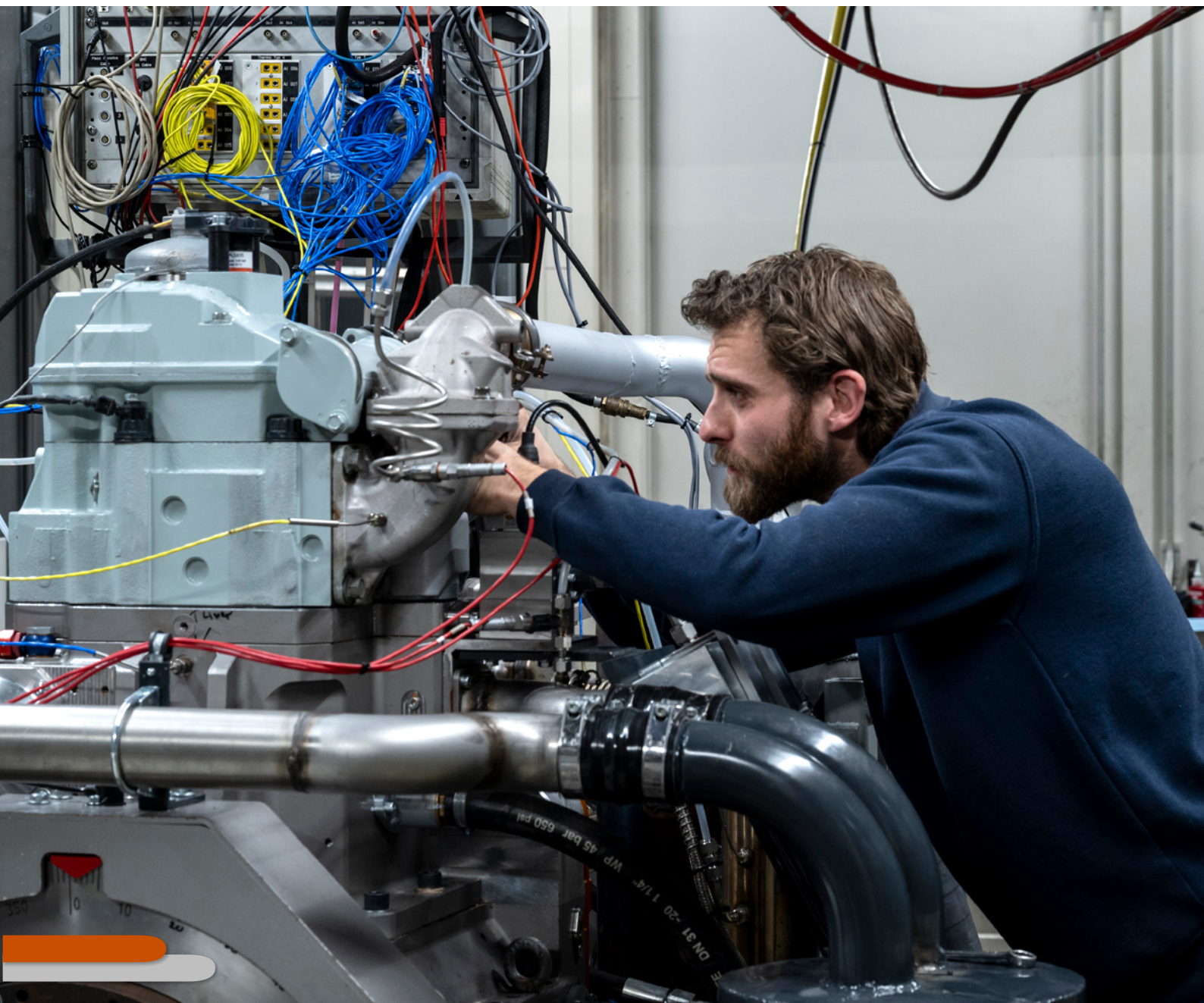


De kijk van Nederlandse bedrijven op internationaal zakendoen in 2024

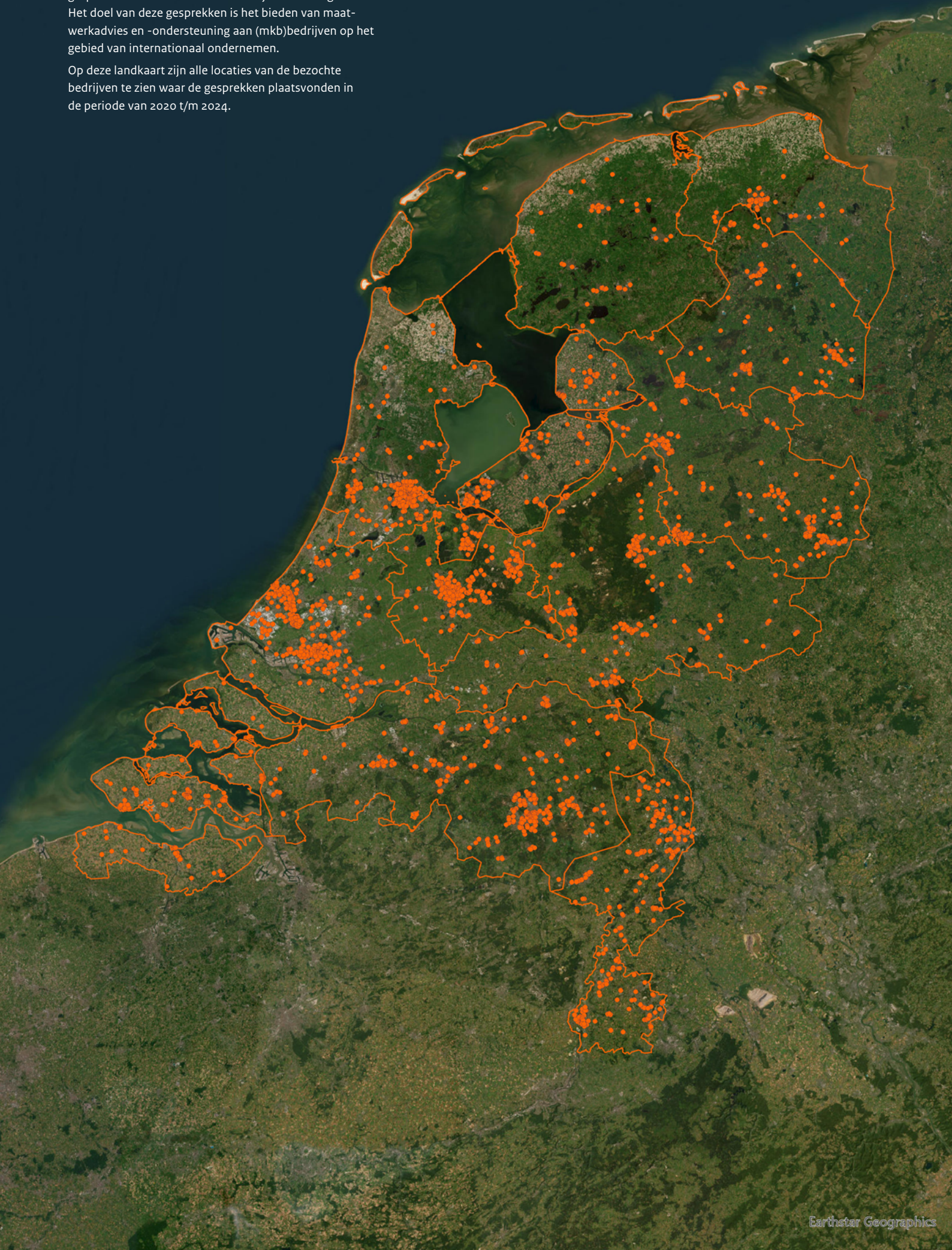
*Rapportage over 859 Trade Relations-gesprekken in 2024
met Nederlands mkb; proactief relatiemanagement met
Nederlandse bedrijven in de regio*

jan feb mrt apr mei jun jul aug sep okt nov dec 2024



Trade & Innovate NL-partners voeren Trade Relations-
gesprekken met vernieuwende bedrijven in de regio.
Het doel van deze gesprekken is het bieden van maat-
werkadvies en -ondersteuning aan (mkb)bedrijven op het
gebied van internationaal ondernemen.

Op deze landkaart zijn alle locaties van de bezochte
bedrijven te zien waar de gesprekken plaatsvonden in
de periode van 2020 t/m 2024.



Voorwoord

Met genoegen presenteer ik in deze rapportage de resultaten van de gesprekken die alle Trade & Innovate NL (TINL)-partners in 2024 hebben gevoerd met vernieuwende mkb-bedrijven. De uitkomsten van deze 859 gesprekken geven ons een goed beeld van de wensen, kansen, belemmeringen en ontwikkelingen die van invloed zijn op de internationale activiteiten van Nederlandse ondernemers. In dit rapport laten we zien welke markt-themacombinaties ondernemers kansrijk achten binnen en buiten Europa. Daarnaast brengt het rapport in kaart welke knelpunten ondernemers ervaren in hun bedrijfsvoering binnen specifieke markten, en welke ondersteuning zij hiervoor zoeken.

Internationaal actieve ondernemers staan in 2024 opnieuw voor aanhoudende uitdagingen. Ook in 2024 is de toenemende invloed van geopolitieke spanningen en conflicten uit de afgelopen jaren merkbaar. Dit vergroot de complexiteit voor de ondernemer en daarmee de behoefte aan goede ondersteuning en advies.

Het veranderende wereldtoneel zet de internationalisering van bedrijven en de economie onder druk. In andere Europese landen zien we grote investeringen in sectoren die ook voor Nederland van belang zijn. Duitsland investeert bijvoorbeeld in de verduurzaming van energie, zoals wind- en zonne-energie (de zogeheten “Energiewende”). Frankrijk ondersteunt start-ups via initiatieven zoals “French Tech”, terwijl Zwitserland wereldwijd vooroploopt in farmaceutisch onderzoek en life sciences. Het Verenigd Koninkrijk investeert aanzienlijk in technologie en biotech via “Innovate UK”. Nederland kan hierin niet achterblijven.

Bij TINL geloven we sterk in de waarde van samenwerking met partners in zowel de publieke als de private sector, verspreid over diverse regio's. We ondersteunen samenwerkingsinitiatieven en betrekken hierbij de juiste ondernemers en stakeholders op regionaal niveau. Met ons werk dragen we bij aan een sterke Nederlandse economie met een groot verdienvermogen.

TINL benadrukt het belang van goede mkb-ondersteuning bij internationalisering, met dienstverlening op maat en het vermogen om snel in te spelen op veranderende behoeften. Zo kunnen we aansluiten bij Europese programma's. Voorbeelden hiervan zijn Horizon Europe¹, COSME (*Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises*)², het Digital Europe Programme³ en andere initiatieven die het mkb helpen bij innovatie, financiering en markttoegang. TINL werkt de komende jaren aan het versterken van de banden met Nederlandse bedrijven, met als doel de Nederlandse exportpositie te handhaven en verder te ontwikkelen.

Namens alle TINL-partners,



A.G. (Annemieke) Broesterhuizen
Voorzitter Management Overleg Trade & Innovate NL

- ¹ Horizon Europe is het grootste onderzoeks- en innovatieprogramma van de Europese Unie. Het biedt bedrijven – waaronder mkb-bedrijven – de mogelijkheid te profiteren van ondersteuning op het gebied van onderzoek en ontwikkeling in uiteenlopende sectoren, van technologie tot duurzame energie. ([Horizon Europe - Europese Commissie](#))
- ² Dit programma is specifiek gericht op het versterken van de concurrentiekracht van Europese mkb-bedrijven, onder meer door het verbeteren van de toegang tot financiering en markten, en door ondersteuning bij internationalisering. ([COSME - Europese Commissie](#))
- ³ Dit programma ondersteunt bedrijven – waaronder mkb-bedrijven – bij hun digitale transformatie, een essentiële voorwaarde voor internationale groei in een steeds digitaler wordende wereld. ([Digitaal Europa – Shaping Europe's Digital Future](#))

Inleiding

Het Trade Relations Programma (TRP) van Trade & Innovate NL (TINL) loopt inmiddels vijf jaar. Dit heeft al geresulteerd in circa 4.165 gesprekken met vernieuwende bedrijven in de regio. Tijdens deze gesprekken brengen de trade advisors bij de bedrijven de wensen, behoeften en belemmeringen op het gebied van internationaal ondernemen in kaart. Het doel is om de bedrijven zo goed mogelijk te adviseren en te ondersteunen in hun internationaliseringsproces.

In dit rapport staan de resultaten van de TRP-gesprekken die in 2024 met 859 bedrijven zijn gevoerd. Door deze gesprekken kunnen we bedrijven adviseren en hen optimaal begeleiden in hun groeipad naar buitenlandse markten. Het rapport levert waardevolle inzichten op, niet alleen voor de bedrijven zelf, maar ook voor regionale en nationale overheden, die hiermee hun internationaliseringsbeleid kunnen vormgeven en onderbouwen. We voorzien hen van concrete data over de behoeften en ambities van bedrijven in verschillende regio's. Dit helpt bij het ontwikkelen van gerichte beleidsmaatregelen en het bepalen van prioriteiten bij het ondersteunen van ondernemers.

Bovendien stellen de inzichten ons in staat om de ondersteuning die wordt geboden door de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) en de regiopartners binnen het TINL-netwerk beter af te stemmen op de daadwerkelijke interesses en wensen van bedrijven. Of het nu gaat om

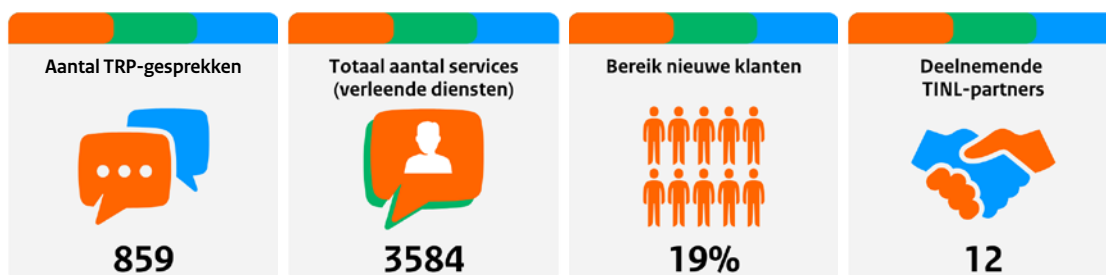
informatievoorziening, het faciliteren van deelname aan internationale beurzen, het verbinden van bedrijven met relevante partners, of het helpen bij het verkrijgen van subsidies: onze aanpak zorgt ervoor dat bedrijven precies de ondersteuning krijgen die zij nodig hebben. Het TRP is daarmee al vijf jaar niet alleen een belangrijk middel om het mkb te ondersteunen bij hun internationalisering, maar ook een waardevolle bron van informatie waarmee we beleid en diensten kunnen verbeteren.

• Leeswijzer

Het jaarrapport begint met een management-samenvatting. In hoofdstuk 1 wordt het TRP-programma nader beschreven en wordt verder ingegaan op het TINL-netwerk. Hoofdstuk 2 presenteert de resultaten van de kwalitatieve data-analyse. In dit hoofdstuk worden marktontwikkelingen en algemene trends besproken, evenals kansrijke combinaties van markten en thema's voor de internationale groei en ontwikkeling van het Nederlandse mkb. Daarnaast worden de behoeften, knelpunten en verwachtingen van ondernemers ten aanzien van overheidssteuning bij internationaal zakendoen belicht. In hoofdstuk 3 wordt toegelicht hoe het TRP-programma zich in de komende periode verder zal ontwikkelen. Hoofdstuk 4 presenteert de aanbevelingen die voortkomen uit de analyse van de gesprekken met ondernemers. In de bijlagen worden de resultaten van de kwantitatieve data-analyse samengevat en weergegeven in figuren en diagrammen.

Managementsamenvatting

Figuur 1 Resultaten TRP



In dit rapport presenteren we de uitkomsten van het Trade Relations Programma (TRP) 2024. We geven inzicht in de trends die bedrijven signaleren, de kansrijke internationale groeiemarkten die zij identificeren, de knelpunten die zij ervaren en de ondersteuningsbehoeften die zij hebben. Met deze inzichten bieden we lokale en nationale overheden handvatten voor het vormgeven en onderbouwen van hun internationaliseringsbeleid. Ook stellen de resultaten ons in staat om de ondersteunende activiteiten van RVO en de TINL-partners beter af te stemmen op de daadwerkelijke interesses en behoeften van bedrijven.

• Trade Relations Programma 2024

In het kader van het Trade Relations Programma (TRP) brengen de regionale TINL-partners bezoeken aan Nederlandse mkb-bedrijven en start-ups. Het TRP is een belangrijk instrument voor het adviseren en ondersteunen van bedrijven bij hun internationaliseringsambities. Door middel van 1-op-1-gesprekken wordt een sterkere relatie met ondernemers opgebouwd, wat leidt tot beter inzicht in hun wensen en behoeften, en tot advies op maat. In 2024 voerden de TINL-partners gesprekken met 859 bedrijven.

• Kenmerken van de bezochte bedrijven

Bijna 90% van de bezochte bedrijven behoort tot het mkb. Het merendeel, eveneens circa 90%, is ouder dan drie jaar. De meeste bedrijven maken onderdeel uit van de topsector HTSM, die goed is voor 23% van het totaal, gevolgd door de ICT-sector (15%) en de Creatieve Industrie (15%). Een ruime meerderheid van de bezochte bedrijven (71%) hanteert een B2B-businessmodel. Daarnaast is 73% van de bedrijven al internationaal actief. De overige 27% heeft concrete stappen gezet of de ambitie uitgesproken om zijn internationale activiteiten uit te breiden.

• Trends

De gesprekken in 2024 laten zien dat mkb-bedrijven opereren in een snel veranderende internationale context. Geopolitieke ontwikkelingen, verdienvermogen, duurzaamheid, energietransitie, en digitalisering worden daarbij als de belangrijkste trends genoemd. De geopolitieke ontwikkelingen zorgen ervoor dat veel bedrijven hun internationale supply chains heroverwegen. Ze streven naar meer robuuste en flexibele ketens door risico's te spreiden en hun afhankelijkheid van specifieke landen te verkleinen via diversificatie naar andere regio's en markten. Mkb-bedrijven zonder eigen productie kiezen daarbij steeds vaker voor lokale sourcing, om zo de kwetsbaarheid van wereldwijde logistieke ketens te verminderen. Tegelijkertijd groeit de aandacht voor economische veiligheid en weerbaarheid. Veel bedrijven passen hun bedrijfsmodellen aan, verkennen nieuwe markten en omarmen duurzamere handelspraktijken. Het uitvoeren van worst-case-scenario-analyses wordt steeds gebruikelijker. Ook zien we dat de belangstelling voor China verder afneemt. Ondernemers richten zich steeds vaker op andere opkomende markten in Azië, zoals India, Vietnam en Indonesië.

Wat betreft het verdienvermogen zien we dat de belangrijkste uitdagingen voor ondernemers onverminderd blijven: de krapte op de arbeidsmarkt, beperkte fysieke ruimte, stikstofbeperkingen en netcongestie. Het wordt voor bedrijven steeds moeilijker om talent aan te trekken en te behouden. Dit zet aan tot het nemen van arbeidsbesparende maatregelen, zoals automatisering en robotisering. Ook de beperkte fysieke ruimte remt uitbreiding. Om die reden kijken bedrijven steeds vaker over de grens en overwegen zij om productie te verplaatsen naar landen in Oost-Europa. Daarnaast horen we dat steeds meer Nederlandse ondernemers overwegen om hun start-up in het buitenland te lanceren, omdat de financieringsmogelijkheden daar vaak beter zijn geregeld dan in Nederland.

Net als in voorgaande jaren is duurzaamheid niet meer weg te denken. Uit de gesprekken blijkt dat duurzaam ondernemen niet langer alleen een reactie is op wet- en regelgeving, maar ook een antwoord vormt op marktontwikkelingen. De consumentenvraag naar duurzame producten en diensten groeit. Dit biedt bedrijven kansen om zich te onderscheiden, langdurige klantrelaties op te bouwen en hun concurrentiepositie te versterken als koplopers in duurzaamheid. Strengere klimaatwetgeving dwingt bedrijven tot verduurzaming, maar biedt tegelijkertijd ook mogelijkheden om zich te onderscheiden op internationale markten. Vooral in sectoren als de maritieme en energie sector wordt geïnvesteerd in CO₂-neutrale technologieën en infrastructuur, zoals offshore wind en waterstof.

Digitalisering blijft een terugkerend onderwerp. Voor veel mkb-bedrijven vormt het in toenemende mate een structureel onderdeel van hun groei-strategie. Vooral in sectoren als HTSM, medtech en de creatieve industrie zijn digitale toepassingen direct gekoppeld aan nieuwe verdienmodellen en internationale expansie. De digitale aard van hun producten vereist minder investeringen in fysieke productie, waardoor bedrijven sneller kunnen opschalen. Dit zijn ook de sectoren die AI-toepassingen als essentieel beschouwen voor hun internationale activiteiten. Ondanks de groeiende digitalisering is het versterken van de digitale weerbaarheid bij veel ondernemers nog geen prioriteit. Hoewel zij de kansen van digitalisering willen benutten, worden de bijbehorende risico's vaak onvoldoende gemitigeerd. Dit vergroot de vraag naar cybersecurity-oplossingen, wat kansen biedt voor bedrijven die zich willen onderscheiden in deze markt. Hoewel het moeilijk is om te concurreren met China op het gebied van hardware, biedt de Europese focus op hoogwaardige software en strikte privacy- en veiligheidsnormen een belangrijk concurrentievoordeel. Veel westerse bedrijven geven de voorkeur aan producten met westerse software.

• Marktonwikkelingen en kansrijke internationale groeimarkten

Net als in voorgaande jaren is de beperkte omvang van de Nederlandse afzetmarkt de belangrijkste reden voor ondernemers om te internationaliseren. Andere veel genoemde motieven zijn de uitbreiding naar bestaande en nieuwe markten en het feit dat veel bedrijven vanaf hun oprichting al internationaal actief zijn.

De voornaamste regio's voor internationalisering zijn Europa (49%), Noord-Amerika (19%) en Azië (18%). De belangrijkste markten waarin bedrijven momenteel actief zijn, zijn Duitsland (49%), België (33%) en de Verenigde Staten (25%). Ondernemers beschouwen deze landen ook als de meest interessante exportbestemmingen voor verdere groei, met een mix van uitbreiding in bestaande markten en verkenning

van nieuwe markten. Opvallend ten opzichte van vorig jaar is dat Frankrijk de derde plaats heeft ingenomen, ten koste van België.

Naast de top drie exportmarkten hebben ondernemers aangegeven welke andere kansrijke markten zij zien en wat daar de meest relevante groeikansen zijn. In Noord-Europa liggen er kansen op het gebied van duurzaamheid, technologische innovaties en de bereidheid om te investeren in hightech oplossingen. In Centraal- en Oost-Europa zijn er kansen in e-commerce, logistiek en technologie. In de Baltische Staten liggen de kansen vooral in duurzame energie, circulaire bouw en logistiek, met focus op multimodale mobiliteit. In Noord- en Zuid-Europa, evenals in markten buiten Europa, zijn er uiteenlopende mogelijkheden per markt geïdentificeerd.

• Knelpunten

Bedrijven ervaren zowel interne (bedrijfskundige) als externe (omgevings) knelpunten bij internationaal zakendoen. Daarnaast signaleren zij knelpunten in specifieke sectoren, evenals in specifieke markten, zowel binnen als buiten Europa.

Interne knelpunten

Wat betreft de interne knelpunten blijkt dat veel mkb-bedrijven hun internationale activiteiten op een toevallige en ongeplande wijze starten, vaak via incidentele export. Deze aanpak blijkt in de praktijk zelden duurzaam of rendabel. Regelmatig ontbreekt het aan focus, middelen en tijd, waardoor internationale kansen onbenut blijven. Ook vormen beperkte schaalgrootte en maturiteit van het bedrijf een uitdaging. Het is essentieel dat internationale ambities worden verankerd in een duidelijke bedrijfsstrategie, ondersteund door een sterke organisatie en een solide positie op de thuismarkt.

Externe knelpunten

Veel ondernemers geven aan dat het verslechterende ondernemersklimaat in Nederland internationalisering extra uitdagend maakt. Zij ervaren hinder van een onzeker overheidsbeleid, hoge lasten, complexe duurzaamheidsregels, netcongestie, lange vergunningstrajecten en personeelstekorten. De toenemende en regelmatig veranderende wet- en regelgeving, bijvoorbeeld rond productveiligheid, duurzaamheid (zoals CSRD) en dataprotectie (zoals GDPR), maakt het moeilijker en duurder om nieuwe markten te betreden. Daarom richten veel mkb'ers zich liever op stabielere markten, zoals de EU. Tegelijkertijd biedt regelgeving op transitiegebieden (energie, water, voedsel) ook kansen voor bedrijven met duurzame technologie. De toegang tot financiering is problematisch. Bestaande regelingen zijn vaak te complex of onvoldoende toegankelijk voor kleinere bedrijven. Export brengt bovendien financiële risico's met zich mee, zoals langere betaaltermijnen, valuta-onzekerheid en wanbetaling.

waarvoor passende afdekinstrumenten vaak ontbreken. De kloof tussen grote bedrijven en het mkb groeit. Grote ondernemingen kunnen beter omgaan met regeldruk, technologische veranderingen en financieringsbehoeften, terwijl kleinere bedrijven hierdoor juist in het nauw komen. Dit ondermijnt hun internationale slagkracht en vergroot hun kwetsbaarheid.

Knelpunten in specifieke sectoren en thema's

Voor de sector agrofood geven ondernemers aan dat het huidige subsidiebeleid een knelpunt vormt. Dit beleid richt zich op robotisering, terwijl veel technologieën in de sector nog niet volledig zijn ontwikkeld. Juist subsidies voor tussenstappen zijn wenselijk. Bedrijven in de LSH-sector geven aan dat complexe regelgeving een belemmering vormt, met name in de VS, waar de strikte eisen van de FDA als uitdagend worden ervaren. Binnen het thema duurzaamheid wordt aangegeven dat inconsistentie tussen landen op het gebied van certificeringen en de wijze van meten en rapporteren het moeilijk maakt om aan de gestelde eisen te voldoen. Voor het thema energietransitie ervaren bedrijven een sterke afhankelijkheid van subsidies, terwijl het ontbreekt aan duidelijke langetermijnvisies en garanties. Ook zijn de administratieve lasten vaak hoog.

Knelpunten binnen Europa

Mkb-bedrijven ervaren een hoge administratieve druk door complexe Europese regelgeving. In tegenstelling tot grote bedrijven beschikken zij vaak niet over gespecialiseerde medewerkers om aan alle verplichtingen te voldoen. Nieuwe wetgeving zoals CBAM, CSRD, EPD en EUDR, brengt extra lasten en nalevingskosten met zich mee, vooral bij handel met landen waar de regels minder strikt zijn. Grote bedrijven schuiven de nalevingsdruk vaak door naar hun kleinere leveranciers. Ondernemers signaleren bovendien dat Europese wetgeving in Nederland strikter wordt toegepast dan in andere landen, wat leidt tot een oneerlijk speelveld binnen de EU. Toch biedt regelgeving ook kansen, bijvoorbeeld in sectoren als energie en recycling. Daarnaast vormt inflatie een groeiende uitdaging. Die verhoogt de kosten voor grondstoffen, arbeid en transport. Hierdoor kiezen bedrijven vaker voor behoud en groei in bestaande markten, in plaats van uitbreiding naar nieuwe.

Knelpunten buiten Europa

Mkb-bedrijven ervaren buiten Europa aanzienlijke belemmeringen door toenemend protectionisme, complexe regelgeving en verhoogde marktrisico's. Landen als de VS, het VK, China en India stimuleren lokale productie ('buy local'), wat toetreding tot deze markten bemoeilijkt. De VS kent hoge juridische risico's en China kampt met gebrekkige bescherming van intellectueel eigendom en exportbeperkingen. Ook zijn CE-certificeringen vaak niet geldig buiten de

EU en verschillen nationale regels sterk, wat leidt tot vertragingen en productaanpassingen. Betrouwbare lokale partners zijn essentieel, maar lastig te vinden, terwijl distributiemanagement vaak onderbelicht blijft. Daarnaast zorgen lage lonen en grondstofprijzen in bijvoorbeeld China en Latijns-Amerika voor scherpe prijsconcurrentie. Duurzame productiemogelijkheden zijn schaars en duur, wat de marges onder druk zet. Tot slot vormt de afnemende kredietwaardigheid van buitenlandse klanten een risico voor de cashflow, wat leidt tot strengere betalingsvoorwaarden en onzekerheid over betalingen.

• **Ondersteuningsbehoeften**

Ondernemers geven aan dat er een groeiende behoefte is aan ondersteuning bij internationalisering. Publieke dienstverlening – bijvoorbeeld via ambassades, consulaten en NBSO's – wordt over het algemeen als waardevol ervaren, onder meer in de vorm van handelsmissies, beurzen en netwerkevenementen. De ondersteuningsbehoefte verschilt sterk per bedrijf, afhankelijk van sector, omvang, ontwikkelingsfase en internationale ervaring. Ondanks deze diversiteit kan er wel een algemeen beeld worden geschetst van de behoeften. De genoemde ondersteuningsbehoeften zijn onder te verdelen in vier categorieën: (1) Meer informatie over publieke dienstverlening; (2) Meer kennis en advies over internationalisering, bijvoorbeeld over regelgeving, cultuurverschillen en duurzaamheid; (3) Ondersteuning bij matchmaking en netwerken; en (4) Financieringsmogelijkheden. Voor het overgrote deel van deze behoeften bestaat al publieke of private dienstverlening. Het gaat meer om de zoektocht van de ondernemers naar het vinden van deze dienstverlening. TINL draagt bij aan het vinden van passende dienstverlening door advisering en het bevorderen van samenwerking tussen Rijk en regio's.

• **Aanbevelingen**

Op basis van de gesprekken met ondernemers worden de volgende vijf aanbevelingen gedaan om de handelsbevordering verder te versterken: (1) Vergroot de transparantie van het internationaliseringsinstrumentarium door na gesprekken met ondernemers structurele follow-upmomenten te introduceren, waarin zowel generieke als sectorspecifieke informatie over de beschikbare instrumenten wordt aangeboden. (2) Verbeter de toegang tot publieke financiering. (3) Verbind mkb-bedrijven met grotere ondernemingen binnen ecosystemen en stimuleer samenwerking binnen waardeketens en innovatieve netwerken. (4) Benut compliance en due diligence als concurrentievoordeel. (5) Ondersteun netwerkvorming, nationaal en internationaal, via handelsmissies, beurzen en het European Enterprise Network en stimuleer cross-sectorale samenwerking rond thema's zoals duurzaamheid. Deze aanbevelingen kunnen in samenwerking met andere partijen worden opgepakt.

Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Inleiding	5
Managementsamenvatting	6
Hoofdstuk 1 TINL en TRP	10
1.1 Trade & Innovate NL (TINL); regionale samenwerking en ondersteuning voor succesvol internationaal ondernemen	10
1.2 Trade Relations Programma (TRP); impact op TINL-partner, regio en klanten	10
Hoofdstuk 2 Kwalitatieve analyse TRP-data	12
2.1 Kenmerken van de bezochte bedrijven	12
2.2 Marktontwikkelingen en algemene trends	13
2.3 Overzicht kansrijke internationale groeimarkten	22
2.3.1 Binnen Europa	22
2.3.2 Buiten Europa	23
2.4 Knelpunten bij internationaal zakendoen	24
2.4.1 Uitdagingen voor de bedrijfsvoering mkb-bedrijven	24
2.4.2 Uitdagingen in specifieke sectoren en thema's	26
2.4.2.1 In specifieke markten - Binnen Europa	28
2.4.2.2 In specifieke markten - Buiten Europa	29
2.5 Ondersteuningsbehoeften ondernemers bij internationalisering	29
Hoofdstuk 3 Doorontwikkeling TRP	34
Hoofdstuk 4 Aanbevelingen	37
Colofon	40
Bijlage 1 Kwalitatieve data TRP-cijfers en conclusie	41
Bijlage 2 Overzicht van samenwerkingen tussen onderwijsinstellingen en mkb-bedrijven per thema	46

Hoofdstuk 1

TINL en TRP

Het Trade Relations Programma (TRP) wordt uitgevoerd door de regiopartners binnen het Trade & Innovate NL (TINL)-netwerk. In dit hoofdstuk wordt uitgelegd wat de rol van het TINL-netwerk is en wat het TRP precies inhoudt.

• 1.1 Trade & Innovate NL (TINL); regionale samenwerking en ondersteuning voor succesvol internationaal ondernemen

Trade & Innovate NL (TINL) ondersteunt Nederlandse bedrijven bij hun internationale activiteiten. Veel ondernemers, met name binnen het midden- en kleinbedrijf (mkb), lopen tegen de grenzen van de Nederlandse markt aan. Om te kunnen groeien en toekomstbestendig te blijven, is het essentieel om internationaal te ondernemen. TINL helpt deze ondernemers door hen in contact te brengen met de juiste partijen, op regionaal, nationaal én internationaal niveau. Daarbij maakt TINL gebruik van zijn netwerken, kennis en expertise om ondernemers uit het hele land te ondersteunen bij hun internationalisering. Zo wordt er gezamenlijk waarde gecreëerd voor Nederland.

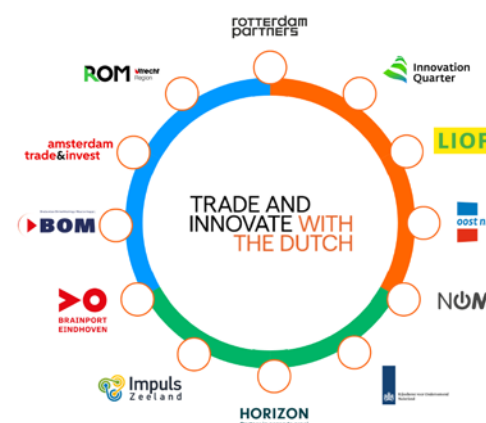
De TINL-partners werken nauw samen om ondernemers op lange termijn strategisch te begeleiden. Samen geven we uitvoering aan de oproep in het hoofdlijnenakkoord van het kabinet⁴:

“De portefeuille van Buitenlandse Handel en Ontwikkelingshulp (BHO) is onderdeel van het bredere buitenlandbeleid dat gericht is op een sterk, welvarend en weerbaar Nederland in de wereld. Een sterke economie met een groot verdienvermogen vergroot de veiligheid en weerbaarheid van ons land. Buitenlandse handel draagt hier in belangrijke mate aan bij. Het kabinet zal dit verdienvermogen versterken door prioritaire markten te blijven identificeren, met oog voor de Nederlandse Groeimarkten en de Nationale Technologie Strategie. Dit zal samen met bedrijven en Trade & Innovate NL (TINL) partners, waaronder regionale ontwikkelingsmaatschappijen, worden vormgegeven. De economische functie van het postennet, handelsmissies en -instrumenten worden ingezet om hierop in te spelen”.

Het TINL-netwerk bestaat uit twaalf regionale en nationale partnerorganisaties die verspreid over het hele land actief zijn. De partners zijn: Amsterdam Trade & Invest, Brabantse Ontwikkelings Maatschappij (BOM), Brainport Development, Horizon Flevoland,

Impuls Zeeland, InnovationQuarter, Limburgs Instituut voor Ontwikkeling en Financiering (LIOF), Noordelijke Ontwikkelingsmaatschappij (NOM), Oost NL, Rotterdam Partners, ROM Utrecht Region en de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO).

Figuur 2 TINL-netwerk; samenwerkende publieke partners om de Nederlandse ondernemers te ondersteunen op internationale markten



“ LIOF has been supportive in our international efforts. As an interdisciplinary company in the neurotech and AI space, collaborations across different fields are paramount to our success. Through our connection with LIOF, we were able to form meaningful relationships with several companies and universities across Europe.

Nitzan Merguei, Alpha Brain Technologies B.V. Maastricht

• 1.2 Trade Relations Programma (TRP); impact op TINL-partner, regio en klanten

Binnen het Trade Relations Programma (TRP) bezoeken de regionale TINL-partners mkb-bedrijven en start-ups in hun regio. Tijdens deze 1-op-1-

⁴ [Regeerprogramma. Uitwerking van het hoofdlijnenakkoord door het kabinet.pdf](#)

maatwerkgesprekken denken zij met ondernemers mee over kansen, behoeften, knelpunten, risico's en de impact van actuele ontwikkelingen op hun internationalisering. Ook bespreken zij de beschikbare ondersteuningsmogelijkheden om succesvol over de grens te ondernemen. Veel ondernemers hebben hun behoeften nog niet scherp in beeld. De gesprekken helpen hen om focus aan te brengen. De TINL-partner pakt een ondersteuningsverzoek direct op, of verwijst de ondernemer door naar passende private en/of publieke partners, marktpartijen of trainingen. Ook binnen het TRP werken de TINL-partners samen, bijvoorbeeld door ondernemers te verwijzen naar evenementen in andere regio's, wanneer deze goed aansluiten bij hun behoeften.

Dankzij het TRP krijgt TINL een goed beeld van wat er speelt bij ondernemers in diverse sectoren en regio's. Dit is essentieel om de ondersteuning, programma's en handelsmissies goed te laten aansluiten op de behoeften van ondernemers. Jaarlijks maken ongeveer 800 ondernemers gebruik van deze adviesgesprekken.

De uitvoering en financiering van het TRP vallen onder de verantwoordelijkheid van het ministerie van Buitenlandse Zaken. De 2023-versie van het rapport is besproken tijdens een vergadering van de Commissie voor Buitenlandse Handel in de Tweede Kamer. Het rapport droeg bij aan de discussie over het belang van overheidssteun voor het Nederlandse mkb bij hun internationaliseringsambities. Daarbij werd de waarde van gerichte ondersteuning onderstreept om bedrijven te helpen internationaal succesvol te worden.

“ We hebben zowel vanuit het LIOF als RVO een positieve en snelle reactie ontvangen. De RVO heeft voor ons een mooi document opgesteld wat als handvat kan dienen om de Duitse markt op te gaan. ”

Jeroen Franssen, Sales Manager KOM Innovative Solutions Heerlen

Ondernemersverhaal van Smit Composite B.V. door Amsterdam Trade & Invest

Smit Composite B.V. is een gespecialiseerde onderneming in de renovatie van putten door middel van een gepatenteerde relining-technologie. Hun kernproduct is een waterdichte, chemisch bestendige composietput die in een bestaande put wordt geplaatst. Deze oplossing wordt in de fabriek voorbereid en kan op locatie in slechts één dag worden geïnstalleerd, waardoor de overlast voor de omgeving tot een minimum wordt beperkt. De organisatie opereert in de sector van riool- en putrenovatie en neemt een onderscheidende positie in met haar innovatieve werkwijze, gericht op het efficiënt en duurzaam herstellen van infrastructuur. Hiermee vervult het bedrijf binnen het ecosysteem een rol als voorloper in technische innovaties voor het onderhoud en de renovatie van ondergrondse voorzieningen.

Smit Composite B.V. bevindt zich momenteel in een fase van internationale opschaling. Er is inmiddels veel vraag in Nederland, en het bedrijf beschikt over twee mobiele eenheden die het operationele werk op locatie uitvoeren. De potentie voor verdere groei, vooral in Duitsland — waar de markt naar schatting negenmaal groter is — is enorm. Om deze buitenlandse markt te betreden, heeft Smit Composite B.V. een samenwerkingspartner gezocht. Deze partner is een internationaal toonaangevende fabrikant van textiele versterkingen van carbon, glas, aramide en natuurlijke vezels, met een groot netwerk en marktaandeel in Duitsland. De uitdaging is om de innovatiekracht van Smit Composite B.V. te behouden en tegelijkertijd te profiteren van de omvang en expertise van de grotere partner. Dit vraagstuk staat momenteel centraal in hun internationaliseringsproces. In de toekomst wil het bedrijf de samenwerking met deze partij verder uitdiepen en op die manier structureel toegang krijgen tot de veel grotere Duitse markt. De RO-KA-TECH (European Trade Fair for Pipe and Sewage Technology in Kassel) fungeert daarbij als belangrijk platform om hun product te presenteren en waardevolle contacten te leggen. Het bedrijf verwacht de internationale groei in 2025 verder te versterken en de weg vrij te maken voor grootschalige toepassingen van de relining-technologie.

Hoofdstuk 2

Kwalitatieve analyse TRP-data

In dit hoofdstuk worden de bevindingen gepresenteerd op basis van de 859 gevoerde 1-op-1-gesprekken met ondernemers. Eerst worden de kenmerken van de bezochte bedrijven beschreven. Vervolgens volgen de resultaten van de kwalitatieve data-analyse, waaronder marktontwikkelingen, algemene trends, en kansrijke markt-themacombinaties voor de internationale groei en ontwikkeling van het Nederlandse mkb. Tot slot komen de behoeften, knelpunten en verwachtingen van ondernemers ten aanzien van overheidsondersteuning bij internationaal zakendoen aan bod.

• 2.1 Kenmerken van de bezochte bedrijven

Het TRP richt zich op de ondersteuning van het midden- en kleinbedrijf (mkb). Bijna 90% van de bezochte bedrijven behoort tot deze groep. Het merendeel van de bedrijven (ongeveer 90%) bestaat

al langer dan drie jaar. Deze trend bevestigt dat het TRP in toenemende mate meer bedrijven bereikt die verder gevorderd zijn in hun ontwikkeling en groei.

De meeste bezochte bedrijven zijn actief in de topsector High Tech Systemen en Materialen (HTSM), goed voor 23% van het totaal, gevolgd door de ICT-sector (15%) en de Creatieve Industrie (15%). Dit wijst op een sterke vertegenwoordiging van innovatieve en technische bedrijven in de gevoerde gesprekken. Een ruime meerderheid van de bedrijven (71%) werkt met een B2B-businessmodel. Daarnaast is 73% al internationaal actief. De overige 27% heeft concrete stappen gezet of spreekt de ambitie uit zijn internationale activiteiten verder uit te breiden. Uit onze data-analyse blijkt dat Nederlandse mkb-bedrijven vooral internationaal actief zijn in Europa (49%), gevolgd door Noord-Amerika (19%) en Azië (18%). De belangrijkste afzetmarkten zijn Duitsland (49%), België (33%) en de Verenigde Staten (25%). Voor meer details verwijzen we naar bijlage 1.

Ondernemersverhaal van IB Food-Machines door Horizon Flevoland

IB Food-Machines, gevestigd op Urk, is al jaren een vertrouwde leverancier van nieuwe en tweedehands machines voor de vis-, gevogelte- en vleesverwerking, zowel bestaande modellen als maatwerkoplossingen. Sinds 2024 heeft het bedrijf ook een Deens bedrijf overgenomen, wat direct kansen biedt om naast de wereldwijde handel in tweedehands machines ook nieuwe machines op buitenlandse markten aan te bieden. De machines van IB Food zijn onder andere geschikt voor het fileren, portioneren en verpakken van vis en andere producten, waarmee het bedrijf oplossingen biedt voor diverse verwerkingsprocessen.

Om de Amerikaanse markt te verkennen, heeft IB Food-Machines met twee vertegenwoordigers deelgenomen aan een handelsmissie van Horizon Flevoland naar de visverwerkingsindustrie in het noordwesten van de Verenigde Staten. Operations Director Liesbeth Karsten vertelt dat de missie veel inzichten heeft opgeleverd. In de VS is veel vraag naar Nederlandse kennis, omdat de Amerikaanse visverwerkende industrie nu voor uitdagingen staat die de Nederlandse sector al eerder heeft doorgemaakt. Dit biedt kansen om naast machines ook expertise over te dragen. De reis bleek bovendien waardevol voor het leggen van contacten met diverse afnemers langs de gehele westkust van de VS.

“ Impuls Zeeland is ontzettend belangrijk voor mijn bedrijf en voor mij. Ze hebben zoveel deuren voor ons geopend – en dat doen ze nog steeds, het blijft zich uitbreiden. Ik ben een enorme voorstander van Impuls Zeeland en van het kennisnetwerk dat zij voor ons beschikbaar stellen.”

Prince Kunststof, Kathleen Metz

“ Als je internationaal zaken wilt gaan doen is het fijn, als je een partij hebt waar je altijd op terug kunt vallen, en Impuls Zeeland is zo’n partij.

Appeleare, Janine Tazelaar

• 2.2 Marktentwikkelingen en algemene trends

Inleiding

Op basis van de gesprekken met bedrijven zijn verschillende trends en marktentwikkelingen geïdentificeerd. Deze zijn onderverdeeld in de volgende hoofdcategorieën: geopolitieke ontwikkelingen, verdienvermogen, duurzaamheid, energietransitie en digitalisering.

In de onderstaande tabellen worden de trends en marktentwikkelingen weergegeven, gevolgd door een nadere toelichting.

Tabel A geeft een overzicht van hoe geopolitieke veranderingen het Nederlandse mkb beïnvloeden. Hierin worden de belangrijkste trends, sector-voorbeelden en de bijbehorende kansen en impact op een gestructureerde manier gepresenteerd.

Tabel A: Overzicht van geopolitieke veranderingen en de impact op het Nederlandse mkb

Geopolitieke ontwikkelingen	Relevante sectoren	Kansen en Impact
• Veranderende wereld, verhoogde kostprijzen	• Energie, Logistiek, Techniek	• Bedrijven heroverwegen hun internationale strategieën, bijv. door leverancierslocaties en markten te diversifiëren.
• Supply chain heroverwegingen	• Logistiek, Productie, Inkoop	• Strategische aanpassingen in de supply chain en lokale sourcing wordt steeds gebruikelijker voor mkb-bedrijven.
• Focus op economische veiligheid en weerbaarheid	• Alle sectoren, met een focus op exportgerichte mkb-bedrijven	• Bedrijven minimaliseren risico's d.m.v. scenarioanalyses en zoeken stabiliteit in nabije markten als Duitsland en Oost-Europa.
• Regionale handelsblokken	• Techniek, Voedingsmiddelen-industrie, IT	• Bedrijven profiteren van intensievere samenwerking binnen regio's zoals de EU. Begrip over nieuwe dynamieken van handelsblokken is noodzakelijk.
• Afnemende belangstelling voor China	• Export, Productie, IT	• Veel mkb-ondernemers verschuiven hun focus naar andere Aziatische markten, zoals India, Vietnam en Indonesië, waar gunstigere vooruitzichten zijn door een groeiende middenklasse.

Veranderende wereld, verhoogde kostprijzen

De recente geopolitieke ontwikkelingen hebben grote gevolgen voor het Nederlandse mkb dat zich richt op internationalisering. De oorlog in Oekraïne heeft de energiemarkten verstoord, wat leidt tot hogere kosten en onzekere toeleveringsketens. De sancties tegen Rusland bemoeilijken de handel en dwingen bedrijven om alternatieve markten en leveranciers te zoeken, wat de complexiteit van internationale handel vergroot. Daarnaast zorgen de spanningen tussen de VS en China voor verstoringen in wereldwijde supply chains. Deze ontwikkelingen, in combinatie met de gestegen energieprijzen, hebben directe invloed op de kostprijsstructuur van internationaal opererende bedrijven.

nemen veel bedrijven strategische maatregelen. Ze proberen de afhankelijkheid van specifieke landen te verminderen, diversifiëren naar andere regio's en markten, en bouwen extra capaciteit en flexibiliteit in hun processen in. Vooral mkb-bedrijven zonder eigen productie heroverwegen hun inkoopstrategieën en kiezen steeds vaker voor lokale sourcing, om zo de onbetrouwbaarheid van wereldwijde logistieke ketens te beperken.

“ RVO is een belangrijk aanspreekpunt voor ondernemers en biedt een breed scala aan informatie en ondersteuning. ”

Mahmud Hassani

Supply chain heroverwegingen

Uit gesprekken met ondernemers blijkt dat geopolitieke ontwikkelingen in toenemende mate van invloed zijn op de manier waarop bedrijven hun supply chains beheren. Ondernemingen zijn op zoek naar robuustere ketens en meer risicospreiding. Wereldwijde incidenten en verstoringen leiden regelmatig tot tekorten, vertraagde leveringen en hogere kosten. Om zich beter voor te bereiden,

Focus op economische veiligheid en weerbaarheid

Een andere belangrijke ontwikkeling is de toenemende bewustwording onder ondernemers over economische veiligheid en weerbaarheid. Geopolitieke veranderingen vereisen snelle reacties van bedrijven om kansen te benutten en risico's te beperken. Dergelijke ontwikkelingen beïnvloeden

de internationale strategieën van bedrijven, die zich steeds meer richten op risicobeheer en het vinden van stabiele markten. **Veel bedrijven passen hun bedrijfsmodellen aan, verkennen nieuwe markten en omarmen duurzame handelspraktijken. Het uitvoeren van worst-case-scenario-analyses wordt steeds gebruikelijker**, zodat zij beter voorbereid zijn op mogelijke verstoringen. **Daarnaast investeren bedrijven in de flexibiliteit van hun medewerkers, wat bijdraagt aan de veerkracht van de organisatie.** Er is een duidelijke verschuiving richting stabielere markten, zoals West-Europa, met Duitsland als belangrijke handelspartner. Ook groeit de belangstelling voor alternatieve markten in Midden- en Oost-Europa, die aantrekkelijk zijn vanwege lagere arbeidskosten en geografische nabijheid.

Regionale handelsblokken

Uit gesprekken met ondernemers blijkt dat de verschuiving van globalisering naar regionale handelsblokken grote gevolgen heeft voor de exportstrategieën van bedrijven. De Brexit heeft bijvoorbeeld de internationale handelsstromen in de technieksector bemoeilijkt, waardoor het voor bedrijven lastiger is geworden om gebruik te blijven maken van eerder efficiënte handelsroutes. Ook kleinere bedrijven richten zich steeds vaker op specifieke markten binnen een bepaald handelsblok, bijvoorbeeld omdat zij binnen de EU minder complexiteit ervaren dan bij wereldwijde

operaties. Hoewel deze verschuiving uitdagingen met zich meebrengt, biedt zij ook kansen. Bedrijven kunnen profiteren van intensievere samenwerking binnen regionale markten, zoals de Europese Unie. Het is dan ook essentieel dat ondernemers de nieuwe handelsdynamiek goed begrijpen en hun exportstrategieën hierop afstemmen.

Afnemende belangstelling voor China

Een opvallende trend is de **afnemende belangstelling van het mkb voor China als handelspartner. Deze daling wordt veroorzaakt door meerdere factoren die de aantrekkelijkheid van de Chinese markt de afgelopen jaren hebben verminderd.** Economische uitdagingen, zoals de vastgoedcrisis en hoge jeugdwerkloosheid, belemmeren noodzakelijke hervormingen. Hierdoor zijn de **groeiverwachtingen voor China afgezwakt** en blijft de Chinese economie achter bij andere Aziatische landen. Veel mkb-ondernemers **richten hun aandacht inmiddels op andere opkomende markten in Azië**, zoals India, Vietnam en Indonesië. Deze landen bieden gunstigere vooruitzichten dankzij een jonge bevolking en een snelgroeende middenklasse.

Tabel B biedt een overzicht van het verdienvermogen binnen het Nederlandse mkb, waarin de belangrijkste trends, sectorvoorbeelden en bijbehorende kansen en impact op gestructureerde wijze worden gepresenteerd.

Tabel B: Overzicht van verdienvermogen van het Nederlandse mkb

Verdienvermogen	Relevante sectoren	Kansen en Impact
Arbeidsmarktkrapte	Techniek, Zorg, Productie	Bedrijven kunnen arbeidsbesparende maatregelen treffen, zoals automatisering en robotisering, samenwerken met onderwijsinstellingen, internationaal wervingsbeleid voeren en arbeidsvoorwaarden verbeteren.
Bepaalde ruimte voor groei	Productie, Technologie	Bedrijven worden gedwongen om productieprocessen aan te passen. De concurrentiepositie van Nederland op lange termijn komt onder druk te staan.
Reshoring (terughalen van productie)	Productie, Techniek, High-tech, Farmaceutica	Grotere controle over productie, kostenreductie, en risicospreiding. Groei in 'nearshoring' en 'friendshoring' als alternatieven voor 'offshoring'. Oost-Europa en andere regio's dichterbij kunnen uitkomst bieden, mits bedrijven bereid zijn tot flexibele en innovatieve productieoplossingen.

Verdienvermogen	Relevante sectoren	Kansen en Impact
Verschuiving van traditionele naar opkomende markten	Digitale sector, Handel, Maakindustrie	Dienstverlenende bedrijven kunnen sneller internationaal opschalen. Bedrijven passen hun risicobeheer aan op geopolitieke realiteiten, en stemmen hun exportstrategie af op nieuwe economische dynamiek.
Start-ups lanceren in het buitenland	Start-ups, Tech, Creatieve sector	Buitenlandse markten bieden betere toegang tot groeikapitaal. Er is behoefte aan gerichte start-up missies en internationale ondersteuningsprogramma's om Nederlands innovatiepotentieel beter te benutten.

Arbeidsmarktkrapte

Eén van de belangrijkste uitdagingen voor ondernemers is de schaarste op de arbeidsmarkt. Hierdoor wordt het voor bedrijven steeds moeilijker om talent aan te trekken en te behouden, vooral in sectoren zoals techniek en zorg. Het probleem van arbeidskrapte wordt versterkt door een vergrijzend personeelsbestand. Dit zet bedrijven aan tot het nemen van arbeidsbesparende maatregelen, zoals automatisering en robotisering. De toenemende concurrentie om talent leidt tot hogere eisen aan arbeidsvoorwaarden en stimuleert bedrijven om samen te werken met onderwijsinstellingen, zowel nationaal als internationaal, om personeel aan te trekken. Veel bedrijven maken inmiddels ook gebruik van internationale wervingskanalen binnen de EU en daarbuiten.

Beperkte ruimte voor groei

Het gebrek aan stikstofruimte, geschikte bedrijfslocaties en de verouderde infrastructuur, zoals het elektriciteitsnetwerk, zorgt voor capaciteitsproblemen. Hierdoor is het moeilijk om nieuwe productieprocessen te starten of verduurzaming door te voeren. Bedrijven die overwegen uit te breiden of de productie terug te halen naar Europa, kijken daarom verder en overwegen om productie te verplaatsen naar landen in Oost-Europa. Deze belemmeringen zijn niet nieuw, maar worden wel steeds belangrijker in gesprekken over internationalisering. Ze hebben een negatieve invloed op de concurrentiepositie van Nederland op de lange termijn en vormen obstakels voor essentiële bedrijfsprocessen zoals innovatie, digitalisering en verduurzaming.

Reshoring (terughalen van productie)

Steeds meer ondernemers streven ernaar minder afhankelijk te zijn van het buitenland, met name op het gebied van medicijnen, energie en kritieke grondstoffen. Er is een duidelijke verschuiving zichtbaar van 'offshoring' en 'outsourcing' naar 'reshoring', 'nearshoring' en 'friendshoring'. Steeds meer bedrijven overwegen hun productie terug te halen naar het thuisland of dichterbij de thuismarkt, bijvoorbeeld naar Midden- en Oost-Europa of zelfs Nederland. Deze trend vloeit voort uit de wens om meer controle te krijgen over productieprocessen. Dit leidt tot lagere kosten en vermindert risico's op verstoringen, lange leveringsketens en stijgende transportkosten.

Verschuiving van traditionele naar opkomende markten

Uit gesprekken met bedrijven blijkt een duidelijke balans tussen de focus op nabije markten en het verkennen van verder gelegen markten. Hierbij is een verschuiving zichtbaar van traditionele naar opkomende markten. Veel bedrijven volgen een dubbele strategie: ze willen hun positie in nabije markten, zoals Europa, verder versterken, maar blijven tevens openstaan voor groeikansen in opkomende markten. Deze markten zijn aantrekkelijk vanwege lagere kosten of een groeiende vraag. Vooral digitale bedrijven, die relatief gemakkelijk internationaal kunnen groeien, en handelsbedrijven, die flexibel kunnen inspelen op nieuwe markten, zien hier kansen. Producterende bedrijven zijn doorgaans selectiever in hun keuze voor nieuwe markten vanwege de hogere kosten en complexiteit van productie en logistiek. Zij richten zich voornamelijk op het uitbreiden van hun bestaande omzet, in plaats van actief te streven

naar extra internationale groei. Voor bedrijven blijven traditionele markten, zoals Duitsland en België, van groot belang. Daarnaast zijn opkomende markten in Oost- en Midden-Europa, Zuidoost-Azië en het Midden-Oosten aantrekkelijk vanwege de groeimogelijkheden die ze bieden.

Start-ups lanceren in het buitenland

Steeds meer Nederlandse ondernemers overwegen om hun start-up in het buitenland te lanceren. Dit komt doordat de financieringsmogelijkheden in het buitenland vaak beter zijn geregeld dan in Nederland.

In het Verenigd Koninkrijk hebben start-ups bijvoorbeeld gemakkelijker toegang tot risicokapitaal, subsidies en investeringsprogramma's, met name in de vroege ontwikkelingsfase. Dit vergemakkelijkt het verkrijgen van de middelen die nodig zijn om een idee uit te bouwen tot een succesvol bedrijf. Ook in de Verenigde Staten is het vaak eenvoudiger voor start-ups om financiering aan te trekken. Dit is te danken aan een goed ontwikkelde en dynamische investeringsmarkt, met veel durfkapitaal

en angel investors die actief op zoek zijn naar innovatieve ideeën.

Ondernemers geven aan dat wereldwijde producenten Nederland vaak beschouwen als een bron van innovatie, maar dat buitenlandse partijen doorgaans sneller openstaan voor het implementeren van nieuwe innovaties dan Nederlandse bedrijven zelf. Dit verschil lijkt samen te hangen met een meer flexibele houding en een grotere bereidheid om risico's te nemen in andere markten, terwijl Nederlandse bedrijven vaak voorzichtiger zijn in het adopteren van nieuwe technologieën of werkwijzen. Ondernemers geven aan behoefte te hebben aan gerichte start-upmissies en ondersteuningsprogramma's die specifiek zijn afgestemd op hun behoeften en internationale ambities.

Tabel C biedt een overzicht van de thema's duurzaamheid en energietransitie binnen het Nederlandse mkb. De belangrijkste trends, sectorvoorbeelden en bijbehorende kansen en impact worden hierin op gestructureerde wijze gepresenteerd.

Tabel C: Duurzaamheid en energietransitie: trends, sectorvoorbeelden en marktkansen

Duurzaamheid	Relevante sectoren	Kansen en Impact
Milieubewust ondernemen en circulariteit	Bouw, Voeding, Kleding, Recycling, Waterbeheer	Vermindering ecologische voetafdruk, voldoen aan regelgeving, inspelen op consumentenvraag, versterking marktpositie.
Klimaatmaatregelen en duurzaamheid	Maritiem, Energie, Productie-industrie	Positionering als duurzame marktleider, versnelling toegang tot Europese markt, duurzame innovatie als onderdeel van productontwikkeling en exportstrategieën.
Afname vraag naar energie-intensieve producten en toename energiemanagement	Bouw- en utiliteit	Energie-efficiëntie, nieuwe bedrijfsmodellen, technologische innovatie, innovatief netbeheer.
Duurzaamheidsuitdagingen in de agrifoodsector	Algemeen: verhuur-modellen voor machines en voertuigen	Verlies van economische activiteit en investeringen in Nederland, kansen voor export naar markten met groeiende vraag naar duurzame en gezondere producten (plantaardige eiwitten, biologische alternatieven).
Duurzame gezonde leefstijl en vergrijzing	Agrifood, Life Sciences & Health	Nieuwe marktkansen binnen Nederland en exportmarkten zoals Duitsland, het VK, en Frankrijk, door de verschuiving naar gezondere voeding. Groeiende marktvraag naar zorgoplossingen voor ouderen, met belangrijke kansen in de VS door grotere marktomvang en uniforme regelgeving.

Milieubewust ondernemen en circulariteit

Bedrijven zijn zich in toenemende mate bewust van hun ecologische voetafdruk en hun verantwoordelijkheid richting toekomstige generaties. Dit resulteert in een sterkere focus op energiebesparing, het gebruik van hernieuwbare energiebronnen zoals zonnepanelen, energiezuinige apparatuur en betere isolatie. Elektrificatie van productieprocessen en de schaarste aan grondstoffen spelen hierbij een cruciale rol. Daarnaast integreren bedrijven steeds vaker circulaire principes in hun strategie, gericht op recycling, hergebruik van materialen en duurzaam afvalbeheer. Een goed voorbeeld hiervan is de bouwsector, waar circulair bouwen sterk in opkomst is. Nederlandse ontwerpers staan internationaal bekend om hun integrale benadering, waarbij gezondheid, vergroening, biobased materialen en mobiliteitsoplossingen samenkomen in innovatieve projecten. Het hergebruik van bouwmaterialen, de toepassing van prefab modulaire constructies en innovatieve materialen zoals bamboevezels onderstrepen de circulaire benadering. Dit sluit aan bij de noodzaak om bestaande gebouwen te verduurzamen, wat leidt tot een toenemende vraag naar circulaire (bouw) oplossingen.

Ook de recyclingindustrie ontwikkelt zich tot een belangrijk exportproduct, waarbij afval wordt omgezet in waardevolle grondstoffen. In de voedingsmiddelenindustrie wordt bijvoorbeeld gezocht naar alternatieven voor plastic verpakkingen. Bedrijven investeren in duurzame materialen, zoals waxpapier, gedreven door zowel strengere regelgeving als de toenemende vraag van milieubewuste consumenten.

Ondernemersverhaal van Distro Energy door InnovationQuarter

Distro Energy is een veelbelovende scale-up en een 100% dochteronderneming van het Havenbedrijf Rotterdam. Het bedrijf ontwikkelt een innovatief platform waarmee bedrijven op bedrijventerreinen lokaal energie kunnen uitwisselen tegen eerlijke, marktgebaseerde prijzen. Door vraag en aanbod elke 15 minuten op elkaar af te stemmen – tot twee dagen vooruit – helpt Distro Energy om netcongestie te omzeilen en duurzame groei mogelijk te maken. Zo ontstaat er meer ruimte voor bedrijven om binnen hun bestaande aansluiting verder uit te breiden.

Hoewel de focus momenteel ligt op de Nederlandse markt, waaronder het Rotterdamse havengebied, kijkt Distro Energy nadrukkelijk naar internationale kansen. Via een partner wordt het platform al geïntroduceerd op de Californische markt. Tegelijkertijd worden Europese landen verkend, met interesse in regio's als Duitsland, Italië, Spanje en Scandinavië, waar vergelijkbare uitdagingen spelen. De ambitie is om eind 2025 een concreet internationaliseringsplan te hebben, gebaseerd op de opgedane ervaring in Nederland en samenwerking met lokale partijen. Met een team van 17 medewerkers ligt de nadruk nu op het versterken van de Nederlandse basis, terwijl internationale groei stapsgewijs wordt voorbereid. In deze voorbereiding werkt Distro Energy nauw samen met InnovationQuarter. Via dit netwerk nam het bedrijf deel aan internationale beurzen zoals ENLIT Europe in Parijs en Milaan, en binnenkort ook in Bilbao. Daarnaast werd een sprekersplek op Elfack in Göteborg gefaciliteerd – een waardevolle kans om het verhaal van Distro Energy internationaal te delen. Deze trajecten dragen bij aan zowel de zichtbaarheid als het inzicht in internationale energiemarkten.

“De ondersteuning van InnovationQuarter is voor ons echt van grote waarde geweest,” aldus CEO Kennard Brandenburgh. “Ze helpen ons niet alleen aan relevante evenementen en netwerkkansen, maar bieden ook inhoudelijke inzichten over internationale energiemarkten.” Uit dit alles blijkt dat de internationaliseringsafdeling van InnovationQuarter een belangrijke rol heeft gespeeld – en zal blijven spelen – in Distro Energy's ambitie om internationaal te groeien.

In de mode-industrie wordt afval herontworpen tot hoogwaardige kledingstukken en duurzame luxeproducten. Daarnaast groeit de vraag naar innovatieve waterzuiveringstechnologieën, mede door de wereldwijde toename van waterschaarste. Nederlandse bedrijven, met hun sterke internationale reputatie op het gebied van waterbeheer, zijn goed gepositioneerd om op deze ontwikkeling in te spelen.

Deze ontwikkeling weerspiegelt de groeiende consumentenvraag naar ecologisch verantwoorde alternatieven en duurzame innovaties. Ze onderstreept ook het toenemende belang van transparantie binnen de toeleveringsketen. **Duurzaam ondernemen is daarmee niet langer uitsluitend een reactie op wet- en regelgeving, maar ook een strategisch antwoord op veranderende marktdynamiek en klantbehoeften. De stijgende vraag naar duurzame producten en diensten biedt bedrijven kansen om zich te onderscheiden, langdurige klantrelaties op te bouwen en hun concurrentiepositie te versterken als koplopers in duurzaamheid.**

Klimaatmaatregelen en duurzaamheid

Bedrijven die willen internationaliseren worden in toenemende mate geconfronteerd met strengere milieuwetgeving en duurzaamheidseisen, met name binnen Europa. De toenemende druk om te verduurzamen – vanuit regelgeving én klantvraag – dwingt bedrijven zich aan te passen aan deze nieuwe realiteit. Duurzaamheid speelt hierdoor een steeds belangrijkere rol in productontwikkeling en exportstrategieën. Door initiatieven op het gebied van energietransitie te integreren, kunnen bedrijven niet alleen voldoen aan milieueisen, maar ook hun concurrentiepositie op internationale markten versterken. Dit biedt strategische voordelen, zoals het toepassen van emissievrije technologieën en het optimaliseren van energieverbruik via zonne- en windenergie. De Nederlandse maritieme en energiesectoren zijn sprekende voorbeelden. Zij zetten belangrijke stappen richting CO₂-neutraliteit door de inzet van schonere brandstoffen en de ontwikkeling van offshore windenergieprojecten. Denk hierbij aan innovatieve windturbines en infrastructuur voor waterstoftransport via havens zoals Rotterdam, die fungeren als knooppunten in de Europese energietransitie.

Europa is bovendien aantrekkelijk voor bedrijven vanwege de bestaande handelsrelaties, stabiele regelgeving en goed ontwikkelde infrastructuur. Door eerst binnen Europa te internationaliseren, kunnen bedrijven hun duurzaamheidsstrategie verfijnen in een relatief vertrouwde markt, voordat zij de stap zetten naar andere werelddelen.

“ Het is fijn dat Oost NL ervoor zorgt dat we zaken prioriteren. Alvast bedankt voor al je voorwerk. Waarderen we echt enorm en we gaan ook de tijd nemen om dit serieus aan te pakken. ”

Jort Maarseveen, Hippotainer

Afname vraag naar energie-intensieve producten en toename energiemangement

Door stijgende energieprijzen en de schaarste aan fossiele brandstoffen daalt de vraag naar energie-intensieve producten, terwijl de belangstelling voor energie-efficiënte oplossingen juist toeneemt. Bedrijven zoeken actief naar manieren om hun energieverbruik te verlagen en tegelijkertijd kosten te besparen. Een veelgebruikte strategie is de overstap naar alternatieve bedrijfsmodellen, zoals het huren in plaats van kopen van machines en voertuigen. Daarnaast richten steeds meer bedrijven zich op de ontwikkeling van energiezuinige producten. In de bouwsector vertaalt dit zich onder andere naar energie-efficiënte gebouwen en installaties, zoals HVAC-systemen. Deze dragen niet alleen bij aan een comfortabel binnenklimaat, maar ook aan structurele energiebesparing.

Ook netcongestie – het overbelasten van het elektriciteitsnet – vormt een groeiende uitdaging binnen de energietransitie. Tegelijkertijd biedt dit kansen voor innovatieve oplossingen op het gebied van energiemangement. Steeds meer bedrijven investeren in technologieën zoals slimme netwerken, dynamisch netbeheer en lokale energieopslag. Voorbeelden hiervan zijn zonne-energiesystemen die geschikt zijn voor zwakkere dakconstructies, en het gebruik van energie-efficiënte systemen zoals LED-verlichting en geavanceerde verwarmings- en koelsystemen. In het kader van duurzaam bouwen worden deze systemen steeds vaker geïntegreerd in het ontwerp, met als doel de energievraag van gebouwen structureel te verlagen.

Duurzaamheidsuitdagingen in de agrifoodsector

De agrifoodsector kampt met uitdagingen zoals hoge innovatiekosten, beperkte winstmarges en lange terugverdientijden. Hierdoor verplaatst een deel van de productie zich naar landen met gunstigere financiële omstandigheden, zoals België en Duitsland. Dit leidt tot een verlies van economische activiteit en investeringen in Nederland. Tegelijkertijd groeit de vraag naar gezondere, plantaardige en biologische producten, wat nieuwe kansen biedt in zowel Nederland als op belangrijke Europese markten zoals Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. Ook in Noord-Amerika, Oost-Azië, Australië en opkomende markten zoals India en Brazilië liggen steeds meer mogelijkheden. De verschuiving naar gezondere voeding stelt bedrijven in staat zich beter aan te passen aan veranderende consumentenvoorkeuren en nieuwe exportkansen te benutten.

Ondernemersverhaal van Super Bietjes B.V. door Impuls Zeeland

Super Bietjes B.V. is een bedrijf gevestigd in Zeeland, dat zich richt op de teelt van met name rode bietjes die internationaal worden verkocht aan groothandels en diverse verwerkingsfabrieken. Daarnaast is Pieter mede-eigenaar van een akkerbouwbedrijf, samen met zijn ouders, waar onder andere aardappelen, knolselderij, uien, spruiten en suikerbieten worden geteeld. Via een familielid kwam Pieter in contact met Impuls Zeeland om ondersteuning te vragen bij zijn internationale ambities. Zijn focus ligt momenteel op Frankrijk. Daar bleek de taal echter een belemmering bij het opbouwen van zakelijke relaties. Om dit obstakel te overwinnen, volgde Pieter begin 2024 een intensieve Franse taaltraining via EBC, georganiseerd door Impuls Zeeland. Deze training gaf hem het vertrouwen om zelf initiatief te nemen in Franse zakelijke gesprekken en bracht hem bovendien in contact met andere ondernemers die actief zijn in Frankrijk. Inmiddels heeft Pieter een vervolgcursus gevolgd bij EBC om zijn taalvaardigheid, met name binnen zijn vakgebied, verder te verbeteren.

Na de taaltraining bracht Kristel Snoeij, International Trade Manager bij Impuls Zeeland, een bezoek aan Super Bietjes om verdere stappen te bespreken. Hoewel Pieter al goede connecties in Frankrijk heeft, gaf hij aan vooral ondersteuning te zoeken op het gebied van onder andere wet- en regelgeving. Hij werd direct doorverwezen naar een specialist binnen Impuls Zeeland, die hem verder kon helpen. Gedurende het jaar heeft Pieter regelmatig contact gehad met Impuls Zeeland voor ondersteuning. Zijn vragen varieerden van hulp bij het vinden van de juiste zakelijke contacten tot advies over het beoordelen van juridische contracten. Het team van Impuls Zeeland bood hem telkens de benodigde expertise en toegang tot hun brede netwerk.

Als liaison officers van het Enterprise Europe Network (het grootste internationale netwerk voor het mkb) speuren de International Trade Managers van Impuls Zeeland actief naar zakelijke kansen voor Zeeuwse ondernemers. Zo signaleerden zij een vraag van een Frans bedrijf dat op zoek was naar leveranciers van groenten. Impuls Zeeland legde het contact, en Pieter kwam in beeld als potentiële leverancier van onder andere uien. Dit resulteerde in de verzending van zijn eerste containers in september 2024. De samenwerking zal naar verwachting verder groeien met nieuwe opdrachten in de toekomst.

Dankzij de ondersteuning van Impuls Zeeland heeft Pieter belangrijke stappen kunnen zetten richting zijn internationale ambities. Hij blijft actief groeien, en naar verwachting kan Impuls Zeeland ook in de toekomst een waardevolle rol blijven spelen bij zijn verdere uitbreiding. *"Impuls Zeeland heeft veel voor mij en ons bedrijf betekend. Vooral het grote netwerk dat zij beschikbaar stellen is erg waardevol. De medewerkers van Impuls Zeeland zijn actief en betrokken. Ze komen bij je op locatie, en je kunt ze eigenlijk altijd benaderen met de vraagstukken waar je tegenaan loopt. Of het nu gaat over een financieringsvraagstuk, een cursus of subsidies: Impuls is de juiste partner voor advies. De lijnen zijn kort en ze schakelen snel, wat ons voordeel oplevert. De betrokkenheid laat zien dat het contact niet eenmalig is — we blijven met elkaar in contact."* – Pieter Goetheer, Super Bietjes B.V.

Duurzame gezonde leefstijl en vergrijzing

In de Life Sciences & Health-sector creëert de vergrijzing van de bevolking kansen voor bedrijven die zorgoplossingen en innovatieve medische technologieën ontwikkelen. De toenemende vraag naar ouderenzorg biedt vooral in de Verenigde Staten marktkansen, vanwege de grotere omvang van de markt en de relatief uniforme regelgeving in vergelijking met Europa. Daarnaast biedt de groeiende focus op gezondheid en vitaliteit ook

kansen voor de sportsector. Grote evenementen, zoals de Olympische Spelen, geven bedrijven de mogelijkheid om wereldwijd hun producten en diensten te presenteren. Dit levert zowel economische als maatschappelijke voordelen op.

Tabel D geeft een overzicht van digitalisering binnen het Nederlandse mkb, waarin de belangrijkste trends, sectorvoorbeelden en bijbehorende kansen en impact op een gestructureerde wijze worden gepresenteerd.

Tabel D: Overzicht van algemene en sectorgerichte digitaliseringstrends

Digitalisering	Relevante sectoren	Kansen en impact
Digitalisering als strategische motor	Mechatronica, eHealth/ Medtech, Hightech	Hogere klantwaarde, winstgevendheid, minder afhankelijkheid van fysieke producten. Efficiëntie, schaalvergroting, nieuwe businessmodellen.
AI-toepassingen	Medtech	Efficiëntere processen, lagere faalkosten, verbeterde gebruikerservaring.
Extended Reality (XR)	Mechatronica	Efficiëntere processen, lagere faalkosten, verbeterde gebruikerservaring.
Cybersecurity	Medtech, Hightech, Software, IT, Veiligheidsindustrie	Positionering als betrouwbare speler, voldoen aan wetgeving, risicovermindering.
E-commerce en cross-border handel	eHealth, Hightech	Toegang tot nieuwe markten, lage exportdrempels, verhoogde omzet, internationale schaalbaarheid, betere zorgresultaten.

Digitalisering als strategische motor

Digitalisering biedt bedrijven de mogelijkheid hun bedrijfsvoering fundamenteel te transformeren. Dit jaar gaven veel Nederlandse handelsbedrijven in het mkb prioriteit aan digitaliseringsprojecten, omdat deze hen belangrijke voordelen opleveren. Veel ondernemers zien digitalisering als een cruciale manier om hun bedrijfsvoering uit te breiden, vooral omdat het helpt kosten te besparen en de productiviteit te verhogen. Digitalisering maakt het mogelijk om met minder personeel te werken, wat in tijden van arbeidsmarktkrapte aantrekkelijk is. Bovendien verbetert het de arbeidsomstandigheden, vergemakkelijkt het de instroom van talent en creëert het waardevolle inzichten door het gebruik van real-time data. Deze voordelen zijn niet alleen theoretisch; ze manifesteren zich concreet binnen sectoren zoals de mechatronica, waar een duidelijke verschuiving plaatsvindt van hardwareontwikkeling naar softwaregerichte oplossingen. Door digitale technologieën te combineren met fysieke systemen ontstaan nieuwe geïntegreerde toepassingen en verdienmodellen die innovatie stimuleren en bedrijven meer flexibiliteit bieden.

Bedrijven stappen steeds vaker over van fysieke producten naar digitale diensten, zoals selfserviceportalen, monitoringsoftware en onderhoud op afstand. Dit geeft hen de kans hun aanbod te verbeteren, te vernieuwen en zich te onderscheiden van anderen. Deze digitale diensten zijn vaak winstgevender, minder afhankelijk van fysieke levering en lastiger na te maken.

In de hightechsector wordt deze ontwikkeling versterkt door de heroriëntatie van wereldwijde toeleveringsketens. Bedrijven bouwen bewust kortere, digitaal ondersteunde ketens binnen Europa op om risico's als gevolg van pandemieën en geopolitieke spanningen te beperken.

Binnen de eHealth- en Medtech-sectoren worden start-ups vaak al in een vroeg stadium internationaal actief. Nederlandse start-ups in de gezondheidszorg profiteren van het gunstige vestigingsklimaat, maar richten zich snel op buitenlandse markten om toegang te krijgen tot aanvullende financiering en strategische partners. De digitale aard van hun producten – vaak AI-gedreven diagnostische tools

of zorgapplicaties – maakt het mogelijk deze snel en efficiënt over landsgrenzen uit te rollen. In de praktijk blijkt dit echter vaak complexer dan in theorie.

Veel ondernemers ervaren het als een uitdaging om de eerste digitale stappen te zetten en ondervinden dat de transitie naar digitalisering soms lastig is. Zij hebben hierbij behoefte aan gerichte ondersteuning.

AI-toepassingen

Hoewel kunstmatige intelligentie (AI) in 2023 al bekend was, werd vooral verwacht dat het de manier van zakendoen zou beïnvloeden. In het afgelopen jaar heeft AI echter aanzienlijke vooruitgang geboekt, zowel in ontwikkeling als in toepassing. Inmiddels wordt AI door veel bedrijven gezien als een integraal onderdeel van digitale transformaties. Van gratis tools tot geavanceerde systemen waarin AI-algoritmes een substantieel deel van het werk uitvoeren, heeft AI zijn waarde ruimschoots bewezen. **Vooraf bedrijven in de creatieve industrie, hightech systemen en materialen (HTSM) en life sciences & health (LSH) beschouwen AI als essentieel voor hun internationale activiteiten.** AI wordt ingezet voor procesoptimalisatie, kwaliteitscontrole, klantinteractie en voorspellend onderhoud. **Het stelt bedrijven in staat om sneller en efficiënter internationaal te opereren door grote hoeveelheden data, zoals CRM- en salesdata, te analyseren. Hierdoor kunnen zij trends en marktvorkeuren herkennen en strategische beslissingen nemen over expansie.**

Medtech-start-ups zetten AI actief in om innovatieve, wereldwijd schaalbare oplossingen te ontwikkelen. In de gezondheidszorg speelt AI een steeds grotere rol bij het analyseren van medische beelden, het stellen van diagnoses en het ontwikkelen van gepersonaliseerde behandelingen. Hiervoor is het essentieel om over relevante data te beschikken om de modellen te trainen, zoals bijvoorbeeld röntgenfoto's in combinatie met bijbehorende diagnoses.

Extended Reality (XR)

Extended Reality (XR), waaronder Virtual Reality (VR), Augmented Reality (AR) en Mixed Reality (MR), is uitgegroeid tot een breed geaccepteerde technologie. XR wordt steeds vaker ingezet in diverse sectoren zoals de gezondheidszorg, industrie, onderwijs, entertainment en e-commerce. Bedrijven gebruiken XR om trainingen te verbeteren, productontwerpen te stimuleren, interactieve ervaringen te creëren, klantbetrokkenheid te vergroten, de klantbeleving te verrijken en processen te optimaliseren.

In de mechatronicasector biedt XR bijvoorbeeld mogelijkheden voor virtuele installatie- en onderhoudsprocessen, waardoor engineers efficiënter kunnen werken en faalkosten worden vermindert. Ook binnen hightechproductieomgevingen maakt XR samenwerking op afstand en de visualisatie van complexe processen mogelijk.

Cybersecurity

Met de snelle opkomst van digitalisering neemt de vraag naar veilige online communicatie sterk toe. Cybersecuritydreigingen en databeveiligingsproblemen vormen aanzienlijke risico's voor bedrijven, waardoor de behoefte aan veilige digitale oplossingen groeit. Dit geldt met name voor sectoren die werken met gevoelige data, zoals de medische technologie en de hightechindustrie. Deze ontwikkelingen bieden cybersecuritybedrijven de kans zich internationaal te positioneren als betrouwbare aanbieders van hoogwaardige beveiligingsoplossingen. In een steeds digitalere wereld zijn veiligheid en vertrouwen cruciale elementen van een concurrerend digitaal aanbod.

Ondanks de groeiende digitalisering is het versterken van de digitale weerbaarheid bij veel ondernemers nog geen prioriteit. Hoewel ze de kansen van digitalisering willen benutten, nemen ze vaak niet voldoende maatregelen om de daarbij behorende risico's te beperken. Dit vergroot de vraag naar cybersecurityoplossingen, wat weer kansen biedt voor bedrijven die zich in deze markt willen onderscheiden. Uit gesprekken met cybersecurity-ondernemers blijkt dat zowel publieke als private organisaties steeds vaker op zoek zijn naar producten en diensten van Europese bodem.

Hoewel het moeilijk is om te concurreren met China op het gebied van hardware, biedt de focus van Europa op hoogwaardige software en strenge privacy- en veiligheidsnormen een belangrijk onderscheidend voordeel. Veel Westerse bedrijven geven de voorkeur aan producten met Westerse software, omdat dit hen meer controle en veiligheid biedt, vooral op het gebied van gegevensbeveiliging en privacy. Dit geeft Europese fabrikanten een sterk concurrentievoordeel. Ze kunnen hun producten positioneren als veiligere en betrouwbaardere keuzes, vooral nu ondernemers zich steeds meer zorgen maken over de risico's van buitenlandse software uit landen met andere regelgeving. Deze vraag naar lokale oplossingen biedt sterke kansen voor bedrijven die zich willen profileren als betrouwbare spelers op het gebied van digitale veiligheid.

Daarnaast is data governance van essentieel belang voor bedrijven, vooral in sectoren zoals de energiesector. Er is een dringende noodzaak om data uit verschillende bronnen toegankelijk te maken, mede gedreven door netwerkoverbelasting. Bedrijven bieden steeds meer innovatieve oplossingen die de kloof tussen beveiliging, inkoop, IT-professionals en onderzoekers overbruggen, met een sterke focus op het leveren van optimale databeveiliging en het ontzorgen van klanten. Deze ontwikkelingen versterken de rol van cybersecurity als een strategisch aandachtsgebied.

E-commerce en grensoverschrijdende digitale handel

De opkomst van e-commerce en cross-border platforms biedt aanzienlijke kansen voor het exporterende midden- en kleinbedrijf. Steeds meer bedrijven zien de voordelen van online platforms en grensoverschrijdende e-commerce, waardoor zij wereldwijd kunnen opereren. Digitale distributie verlaagt de toetredingsdrempels tot internationale markten en stelt bedrijven in staat efficiënter en klantgerichter te werken. In combinatie met digitale producten en diensten kunnen bedrijven internationale markten bedienen tegen relatief lage kosten. Logistieke partners bieden bovendien 'kant-en-klare' oplossingen, specifiek afgestemd op de behoeften van kleine bedrijven, wat het exportproces vereenvoudigt. Dit heeft geleid tot een aanzienlijke groei in het aantal Nederlandse bedrijven dat actief is in cross-border e-commerce, vooral in opkomende markten waar de vraag naar Nederlandse producten toeneemt.

Hoewel cross-border e-commerce in sommige Europese landen nog niet als even belangrijk wordt gezien, blijft er onbenut potentieel. [Er zijn Nederlandse ondernemers die nog niet internationaal actief zijn via e-commerce, terwijl daar wel kansen liggen. Dit geldt ook voor ondernemers die al e-commerce toepassen, maar nog niet internationaal, en voor ondernemers die internationaal zakendoen maar nog geen gebruik maken van e-commerce.](#)

Het vinden van de juiste balans tussen online en offline verkoopkanalen is cruciaal voor het succes van mkb-bedrijven die internationaal willen opereren. Door het toenemende gebruik van e-commerce groeit tevens de vraag naar persoonlijk advies en marktinformatie. Organisaties zoals de RVO, ambassades en commerciële partners kunnen waardevolle ondersteuning bieden bij het invullen van deze behoeften.

• 2.3 Overzicht kansrijke internationale groeimarkten

Uit onze data-analyse blijkt dat van de 859 bevroegde ondernemers Duitsland (45%), de VS (28%) en Frankrijk (25%) als belangrijkste exportbestemmingen worden genoemd. Opvallend is dat Frankrijk België van de derde plaats heeft verdrongen.

Kansen voor internationaal zakendoen verschillen per bedrijf, maar enkele trends springen eruit. In dit rapport worden de meest relevante groeikansen per markt belicht, met een onderscheid tussen binnen en buiten Europa.

• 2.3.1 Binnen Europa

Hieronder staan de belangrijkste en meest opmerkelijke kansen binnen Europa.

Tabel E: Overzicht van kansen mkb binnen Europa

Regio Europa	Specifieke landen	Kansen
Noord-Europa	Denemarken, Zweden, Noorwegen, Finland	Duurzaamheid, technologische innovaties en de bereidheid om te investeren in hightech oplossingen
Centraal- en Oost-Europa	Polen, Tsjechië, Slowakije, Roemenië, Oekraïne en Hongarije	E-commerce, logistiek en technologie
Zuid-Europa	Spanje, Italië, Portugal, Griekenland	Divers
West-Europa	Duitsland, België, Frankrijk, Zwitserland, Oostenrijk, Verenigd Koninkrijk	Divers
Baltische Staten	Litouwen, Letland en Estland	Duurzame energie, circulaire bouw en logistiek, met focus op multimodale mobiliteit

Kansen Noord-Europa

Scandinavië biedt volop kansen dankzij de sterke focus op [duurzaamheid, technologische innovaties en investeringsbereidheid in hightech oplossingen](#). De markten in Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland kenmerken zich door hoge eisen op het gebied van duurzaamheid, circulaire economie en plantaardige producten.

- Denemarken: kansen in duurzame mobiliteit, landbouw, bouwinnovaties en medische apparaten.

- Zweden en Noorwegen: focus op duurzame energiebronnen, ouderenzorg en waterstoftechnologie. Noorwegen investeert ook in emissievrije scheepvaart.
- Finland: sterke technologische sector en grote kansen in offshore wind.

Voor de mode- en textielsector zijn er in alle landen mogelijkheden vanwege de vraag naar zowel functionele als esthetisch duurzame producten. Daarnaast groeit de markt voor duurzame bouwmaterialen.

Kansen Centraal- en Oost-Europa

Centraal- en Oost-Europa biedt veel mogelijkheden voor Nederlandse bedrijven. De regio kent snel-groeiende economieën en minder concurrentie dan West-Europa. Vooral sectoren als e-commerce, logistiek en technologie bieden hier aantrekkelijke kansen.

- Polen: aantrekkelijke markt door sterke economische groei, met kansen in technologie, hernieuwbare energie en agri-food, vooral in plantaardige voeding en landbouwtechnologie.
- Tsjechië: stabiele economie en mogelijkheden in technologie en innovatie.
- Slowakije: sterke automotive-sector en kansen in e-mobility en landbouwinnovatie.
- Roemenië, Oekraïne en Hongarije: mogelijkheden in infrastructuur, landbouw en defensie, met Oekraïne als interessante markt voor biogasprojecten.

Kansen Zuid-Europa

Zuid-Europa biedt diverse zakelijke kansen:

- Spanje: grote markt voor zacht fruit, groeiende vraag naar diervoeding en waterbesparende technologieën.
- Italië: sterk in wijn en auto-industrie. Jachtbouw is competitief met sterke lokale netwerken die niet altijd even makkelijk toegankelijk zijn.
- Portugal: kansen in de zeevruchtenmarkt.
- Griekenland: belangrijke maritieme hub met kansen in de scheepvaart, energieovergang, biotech en HVAC-systemen.

Kansen West-Europa

West-Europa biedt diverse zakelijke kansen in de volgende landen:

- Duitsland: kansen in verduurzaming, digitalisering, Agri & Food, biotech, bouw en duurzame energie.
- België: kansen in duurzame mobiliteit, prefab bouw, landbouwmachines, medische apparatuur en hightech.
- Frankrijk: kansen in duurzame mobiliteit, biotechnologie, medische apparatuur, landbouw en infrastructuur.
- Zwitserland: focus op biotech, duurzame bouw en medische toepassingen.
- Oostenrijk: sterke netwerken in medische en agrarische sector, met extra kansen in landelijke gebieden.
- Verenigd Koninkrijk: kansrijke sectoren zijn prefab bouw, biotech, circulaire economie, wind- en zonne-energie, gezondheidszorg, kunstmatige intelligentie en fintech.

Kansen Baltische Staten

Litouwen, Letland en Estland bieden kansen op het gebied van duurzame energie, zoals zonne-energie, waterstof en windenergie, evenals in circulaire bouw en logistiek. Er is een sterke focus op multimodale mobiliteit. De Noordzee-Baltische Corridor versterkt de verbinding met de rest van Europa, terwijl geopolitieke ontwikkelingen en Europese integratie de regio strategisch aantrekkelijk maken.

2.3.2 Buiten Europa

De belangrijkste en meest opvallende kansen buiten Europa worden hieronder toegelicht.

Tabel F: Overzicht van kansen mkb buiten Europa

Regio	Specifieke landen
Noord-Amerika	Verenigde Staten, Canada
Latijns-Amerika	Chili, Brazilië, Argentinië, Peru, Mexico
Oost-Azië	Zuid-Korea, Taiwan, Japan, China
Zuidoost-Azië	Maleisië, Indonesië, Vietnam
Zuid-Azië	Bangladesh, India
Zuidwest-Azië	Turkije
Midden-Oosten	Saoedi-Arabië, VAE
Oceanië	Australië
Afrika	Ghana, Kenia en Zuid-Afrika

Kansen Noord-Amerika

- Verenigde Staten (VS): kansen in diverse sectoren zoals biotech, groene energie, duurzame producten, medische technologieën en digitale gezondheid. Er zijn specifieke kansen voor de glastuinbouwsector in de staten Ohio, Virginia, North Carolina, Georgia, Pennsylvania en Maryland. Farmaceutische bedrijven kunnen profiteren van snellere goedkeuringen via de FDA. De sport- en

evenementensector biedt ook groeimogelijkheden, evenals AI-innovaties. Noord-Amerika biedt eveneens kansen voor vega(n) producten, offshore windenergie en medische toepassingen.

- Canada: er zijn kansen in de hightech tuinbouwsector, zoals automatisering, digitalisering, robotica en AI. Ook is er interesse in duurzame bouwprojecten en de ontwikkeling van plantaardige voeding, duurzame landbouw en cannabisproductie.

Kansen Latijns-Amerika

- Chili: groene waterstof, schone energie, mijnbouw, fruitindustrie, smart cities en industrieterreinen.
- Brazilië: watermanagement, aquatische drones, maritiem, landbouw, plantaardige voeding, green hydrogen, logistiek, biochemie, technologie en healthtech.
- Argentinië: drijvende hotels in Buenos Aires.
- Peru: fruitindustrie (avocado, mango, druiven, citroenen).
- Mexico: duurzame landbouw en modulaire kunstmatige riffen, met kansen door de lange kustlijn.

Kansen Oost-Azië

- Zuid-Korea: kansen in ICT, softwareontwikkeling, cybersecurity, IoT, 5G-technologie, zonne-energie, windenergie, batterijopslag, precisielandbouw, duurzame voedselproducten en medische technologie.
- Taiwan: kansen in industriële producten, elektronische componenten, machinebouw, zonne-energie, windenergie, batterijopslag, water- en luchtzuivering, medische apparatuur, digitale zorgoplossingen, en duurzame landbouwtechnologieën.
- Japan: kansen op het gebied van hightech en digitalisering, zoals AI, 5G, deeptech, en datawetenschappen. Ook vraag naar medische en farmaceutische producten, duurzame energie, gezonde voeding, verticale landbouw en medische technologie.
- China: innovatieve sectoren zoals scheepvaart en energie. Samenwerking met onderzoeks- en medische instituten biedt kansen.

Kansen Zuidoost-Azië

- Maleisië: strategische toegang tot de ASEAN-regio, met vrijhandelsverdragen met China, India, Japan, Zuid-Korea, Australië en Nieuw-Zeeland.
- Indonesië: groeimogelijkheden voor gezondheidszorg, digitale zorg, technologie, gespecialiseerde medische diensten en medisch toerisme.
- Vietnam: kansen in hightech landbouw, hernieuwbare energie, logistiek, verwerkende industrie, productie en toerisme.

Kansen Zuid-Azië

- Bangladesh: kansen op het gebied van watertechnologie en duurzame oplossingen voor stedelijk en industrieel afvalwaterbeheer.
- India: groei in ICT (AI, cybersecurity, digital health), hightech (e-mobility, robotics), life sciences (health tech, pharma), energie (groene waterstof) en agri/horti.

Kansen Zuidwest Azië

- Turkije: kansen in de productiesector, met stijgende vraag naar technologieën zoals automatisering, robotica, IoT, data-analyse, AI en 3D-printen.

Kansen Midden-Oosten

- Saoedi-Arabië en VAE: mogelijkheden in de bouw, groene energie, elektrische voertuigen, waterbeheer en infrastructuur.

Kansen Oceanië

- Australië: kansen in commerciële projecten rond zonne-energie en waterstof. Ook mogelijkheden in de landbouwmachinemarkt.

Kansen Afrika

- Afrika: groeimogelijkheden in hernieuwbare energie, zonne-energieprojecten en voedselzekerheid. Ghana, Kenia en Zuid-Afrika zijn belangrijke markten voor hernieuwbare energie, ICT-diensten en e-bikes.

• 2.4 Knelpunten bij internationaal zakendoen

Hier volgt een overzicht van de belangrijkste handelsbelemmeringen en knelpunten die door ondernemers zijn genoemd. Deze zijn ingedeeld in vier hoofdcategorieën: uitdagingen voor de bedrijfsvoering, sectorspecifieke uitdagingen, thema's en marktspecifieke knelpunten binnen en buiten Europa.

• 2.4.1 Uitdagingen voor de bedrijfsvoering mkb-bedrijven

Bedrijven ondervinden bij internationalisering diverse uitdagingen, zowel interne als externe.

Interne uitdagingen

Internationalisering binnen het mkb: van toeval naar strategie
Veel mkb-ondernemers starten hun internationalisering vaak op een incidentele manier. Dit begint met toevallige buitenlandse transacties, zoals een bestelling via een beurs of netwerk. In deze beginfase blijft de schaal beperkt. Export vindt aanvankelijk plaats via indirecte routes naar nabijgelegen markten en breidt zich later uit naar verder gelegen markten, naarmate de beschikbare middelen groeien. In de praktijk blijkt incidentele export vaak niet rendabel. Veel ondernemers onderschatten de complexiteit van buitenlandse markten of missen een gestructureerde aanpak. Sommige bedrijven kiezen voor een 'client followership'-strategie, waarbij ze de internationale groei van bestaande klanten volgen. Deze benadering sluit echter niet altijd aan bij de bredere bedrijfsstrategie en leidt tot een gebrek aan gerichte focus op specifieke markten.

Internationalisering vereist een duidelijke bedrijfsstrategie en de bereidheid om daadwerkelijk de stap naar het buitenland te zetten. Dit moet samengaan met een solide organisatie en een praktische uitvoering. Het oplossen van knelpunten op uitvoerend niveau alleen is onvoldoende wanneer

de strategie niet helder is en de organisatie er niet op is voorbereid. Daarnaast geven veel bedrijven aan dat ze onvoldoende tijd kunnen besteden aan internationalisering, omdat de focus vooral ligt op de dagelijkse operatie. Hierdoor blijven kansen onbenut en groeit de omzet op buitenlandse markten niet, wat de continuïteit op langere termijn bedreigt.

Voor innovatieve ondernemers is internationalisering vaak een logische volgende stap, omdat hun producten of diensten wereldwijd relevant zijn en zij opereren in een internationale concurrentieomgeving. Internationalisering volgt in dat geval vanzelf uit de groeiambities van de onderneming. Het is belangrijk om te benadrukken dat nationaal en internationaal ondernemen nauw met elkaar verweven zijn. De verdere groei van een bedrijf gaat vaak gepaard met het aantrekken van internationale klanten, maar deze ambitie moet voortkomen uit een sterke positie op de nationale markt. Daarom richten dit soort bedrijven zich in eerste instantie meestal op hun eigen markt.

We zien dat kleinere bedrijven vaak kiezen voor uitbreiding binnen de EU vanwege de relatief eenvoudige toegankelijkheid. Tegelijkertijd ontbreekt het hen regelmatig aan inzicht in belangrijke aspecten zoals marktpositionering, het selecteren van de juiste distributiekanaalen en het navigeren door lokale regelgeving. Ook worden culturele verschillen, zelfs tussen buurlanden, vaak onderschat, wat het succes op buitenlandse markten negatief kan beïnvloeden.

Maturiteit en schaalgrootte van mkb-bedrijven

Daarnaast speelt de groeifase van een bedrijf een cruciale rol bij internationalisering. Het is essentieel eerst een solide basis op de thuismarkt te leggen. Een sterk merk en een goed gevestigde positie in de nationale markt vormen vaak de sleutel tot succes in het buitenland.

De beperkte schaalgrootte van veel mkb-bedrijven vormt daarnaast een belangrijke uitdaging. Uitbreiding naar internationale markten vraagt om professionalisering, investeringen en risicomanagement. Kleine bedrijven hebben vaak moeite om voldoende te investeren in een lokale aanwezigheid of om partnerschappen aan te gaan die schaalvergroting mogelijk maken. Samenwerking met exportpartners of derden kan hierbij een oplossing bieden, maar vergt wel strategische afwegingen en organisatorische capaciteit.

Externe uitdagingen

Ondernemersklimaat

Veel ondernemers geven aan dat het verslechterende ondernemersklimaat in Nederland internationalisering extra uitdagend maakt. Onzeker overheidsbeleid, snel veranderende regelgeving, hoge belastingdruk en complexe duurzaamheidsverplichtingen tasten de concurrentiepositie aan. Daarnaast vormen praktische problemen zoals netcongestie, langdurige vergunningstrajecten en een tekort aan technisch personeel belangrijke belemmeringen voor groei.

Deze factoren beperken de kansen voor bedrijven om een sterke en duurzame positie op internationale markten op te bouwen.

Toenemende wet- en regelgeving

De toenemende wet- en regelgeving heeft een aanzienlijke invloed op de keuze van exportmarkten, vooral voor mkb-bedrijven. Strengere en wisselende eisen op het gebied van productveiligheid, duurzaamheid, importtarieven, dataprotectie en internationale normen zoals GDPR en CSRD zorgen ervoor dat bedrijven aan uiteenlopende voorschriften in verschillende markten moeten voldoen. Dit leidt tot extra kosten en bemoeilijkt de toegang tot nieuwe markten. Voor veel mkb-bedrijven is het daarom aantrekkelijker om zich te richten op stabiele markten zoals de EU, waar gemeenschappelijke regels eenvoudiger toepasbaar zijn. Daarnaast leggen multinationals vaak nalegingsverplichtingen op aan hun mkb-leveranciers, wat voor deze kleinere bedrijven een oneerlijk speelveld kan creëren.

Tegelijkertijd creëert regelgeving in specifieke transitiedomeinen, zoals energie, voedsel en water, ook kansen. Nederland beschikt over een concurrentievoordeel in sectoren zoals recycling en duurzame technologieën, waardoor mkb-bedrijven zich kunnen profileren in opkomende markten die sterk gericht zijn op duurzame ontwikkelingen.

Capaciteitsproblemen bij controlerende en certificerende instanties

Ondernemers ondervinden aanzienlijke vertragingen door capaciteitsproblemen bij controlerende en certificerende instanties, zoals de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA). Dit resulteert in vertraagde productgoedkeuringen, gemiste marktkansen, hogere operationele kosten, verlies van vertrouwen bij klanten en partners, en verhoogde juridische risico's door mogelijke niet-naleving van regelgeving. Deze problemen verstoren de bedrijfsvoering en tasten de concurrentiepositie van bedrijven aan.

Financieringsmogelijkheden

Een belangrijke uitdaging voor mkb-bedrijven is het gebrek aan toegankelijke financieringsmogelijkheden voor exporttransacties. De huidige nationale exportkredietfaciliteit is vaak te complex vanwege de betrokkenheid van meerdere instanties, wat het lastig maakt om passende financiering te vinden. Veel mkb-bedrijven missen de benodigde expertise om dit proces goed te doorlopen, terwijl de relatief beperkte financieringsbehoefte vaak niet opweegt tegen de kosten voor het verkrijgen van die expertise. Daarnaast worden kleinere bedrijven regelmatig afgewezen vanwege een te kleine balans of onvoldoende kapitaal. Nationale financieringspartijen richten zich vooral op grotere transacties, die als kosteneffectiever worden beschouwd. Dit maakt het voor kleinere bedrijven, met name die met minder dan 100 medewerkers, moeilijk om toegang te krijgen tot de benodigde financiering.

Naast het gebrek aan financiering ervaren veel bedrijven ook uitdagingen bij het afdekken van financiële risico's, vooral bij exportactiviteiten. Naarmate bedrijven groeien, neemt het werkkapitaalbeslag toe doordat debiteuren-, crediteuren- en voorraadposities groter worden. Dit vraagt om extra externe financiering, wat de kosten verhoogt. Het risico bestaat dat deze financiering pas later beschikbaar komt, bijvoorbeeld door faillissementen of annuleringen van bestellingen. Dit creëert onzekerheid over terugbetalingen en brengt druk op de solvabiliteit en liquiditeit van bedrijven. Bij export komt daar het extra risico bij van buitenlandse klanten, wat leidt tot aanvullende betalings- en economische risico's. Het ontbreken van passende financiële instrumenten om deze risico's af te dekken vormt daardoor een belangrijke belemmering voor de groei van bedrijven die internationaal willen uitbreiden.

Toenemende kloof tussen groot en klein

Uit gesprekken blijkt dat de kloof tussen grote bedrijven en het mkb steeds groter wordt. Grote bedrijven beschikken over meer financiële buffers,

strategische allianties en invloed op beleidsmakers, waardoor zij beter in staat zijn om obstakels zoals stijgende kosten, arbeidsmarktkrapte en regeldruk te absorberen. Ook kunnen zij makkelijker investeren in technologische innovaties, zoals automatisering en kunstmatige intelligentie, wat hun arbeidsproductiviteit verhoogt. Het mkb daarentegen heeft beperkte middelen en kan vaak niet dezelfde investeringen doen, waardoor zij zich kwetsbaarder positioneren. Kleine bedrijven ondervinden bovendien extra vertragingen en hogere kosten bij het integreren van nieuwe technologieën, wat hun concurrentievermogen op zowel nationale als internationale markten onder druk zet.

• 2.4.2 Uitdagingen in specifieke sectoren en thema's

Ondernemers signaleren uiteenlopende belemmeringen bij het zakendoen binnen specifieke sectoren en themagebieden. Tabel G biedt een overzicht van de meest genoemde en opvallende knelpunten.

Tabel G: Overzicht van knelpunten bij internationaal zakendoen specifieke sectoren en thema's

Sector/thema	Knelpunten
Agrofood	Het huidige subsidiebeleid richt zich voornamelijk op eindtoepassingen zoals robotisering, terwijl veel technologieën zich nog in een vroege ontwikkelingsfase bevinden. Daarom is er behoefte aan subsidies die ook tussentijdse stappen ondersteunen, zoals prototyping en testprojecten.
Life Sciences & Health	Vooraf in de VS is de regelgeving complex, waarbij met name de strenge eisen van de FDA een aanzienlijke belemmering vormen.
Duurzaamheid	Verschillen tussen landen in certificeringen en in hoe duurzaamheidsprestaties worden gemeten en gerapporteerd, maken het lastig om aan de eisen te voldoen.
Energietransitie	De sterke afhankelijkheid van subsidies, gecombineerd met het gebrek aan langetermijnvisie en financiële zekerheid, vormt een belangrijk knelpunt. Ook zijn de administratieve lasten vaak aanzienlijk.

Ondernemersverhaal van Hittech Comac door BOM

Hittech Comac in Deurne is een hightech system supplier waar supply chain management, assemblage en testen zijn verenigd binnen één organisatie. Hittech Comac assembleert mechanische en mechatronische machines, modules en apparatuur voor OEM's uit onder andere de medische-, halfgeleider (semicon)-, verpakings- en voedingsmiddelenindustrie. Het bedrijf maakt deel uit van de internationale Hittech Group, met vestigingen in Europa en Azië en circa 750 medewerkers wereldwijd.

De Hittech Group is actief in hightech markten die voortdurend groeien en waarin zij samenwerken met succesvolle OEM-bedrijven. Om deze positie te behouden, volgt het bedrijf een ambitieuze groeistrategie — niet alleen in omzet, maar ook in geografische spreiding. Het bedrijf is al meer dan tien jaar actief in Azië en zet in op verdere uitbreiding van zijn mondiale activiteiten. In de komende jaren verwacht ook Hittech Comac internationaal actiever te worden, in het bijzonder in de ASEAN-regio, waar veel klanten uit de semicon-industrie gevestigd zijn. Voor het realiseren van deze ambities in Zuidoost-Azië zocht Hittech ondersteuning van de Brabantse Ontwikkelings Maatschappij (BOM).

Tijdens het TRP-bezoek kwamen de volgende hulpvragen aan bod:

- Welke regio in Maleisië is kansrijk voor Hittech?
- Hoe komt het bedrijf in contact met de lokale businesscommunity?
- Welke bestuurders vormen relevante ingangen om in Maleisië voet aan de grond te krijgen?

BOM-projectmanager International Trade, Jelmer Hemmes, kon Hittech op alle onderdelen concreet ondersteunen. Zo leverde hij een uitgebreid marktrapport over de Maleisische semicon-industrie en faciliteerde hij deelname aan het NL-paviljoen op de SEMICON Southeast Asia. De BOM had de leiding over zowel de organisatie van het beurspaviljoen als de bijbehorende bedrijvenmissie naar Maleisië. Dankzij de intensieve samenwerking met de Nederlandse ambassade, RVO en Brainport Industries werd het een succesvolle beursweek en missie. Als exposant op het NL-paviljoen ervaarde Hittech een overweldigend aantal bezoekers en nam het deel aan matchmaking-sessies en bedrijfsbezoeken in Maleisië. Tijdens een VIP-tour verwelkomde Hittech de Nederlandse ambassadeur, samen met de Maleisische premier en de minister van Handel. Daarbij werden waardevolle contacten gelegd. Een belangrijk aanvullend resultaat van de dienstverlening door de BOM is dat Hittech zich heeft gecommitteerd aan deelname aan het SMM-ASEAN-programma dat de BOM vanaf 2025 uitvoert in samenwerking met RVO en het Nederlandse postennetwerk.

Ondernemersverhaal van Mine Kafon Lab door LIOF

Mine Kafon Lab is een innovatief onderzoeks- en ontwikkelingslaboratorium dat werkt aan oplossingen voor het wereldwijde landmijnenprobleem. Het is het verhaal van twee gedreven broers die doen waarin ze geloven. Als kinderen speelden Mahmud en Massoud Hassani naast de luchthaven van Kabul in Afghanistan, waar ze dagelijks werden geconfronteerd met het risico van landmijnen. Toen de situatie in Afghanistan verslechterde, migreerden de broers naar Europa en vestigden zich uiteindelijk in Nederland. Hier studeerde Massoud af als productontwerper in Eindhoven en Mahmud als commercieel marketingmedewerker in Maastricht.

Massoud Hassani: *“Mijn ontwerpen zijn bedoeld om landmijnen op te sporen en onschadelijk te maken. Wereldwijd liggen miljoenen landmijnen verspreid, die dagelijks onschuldige slachtoffers maken. Ik ontwikkelde een ontwerp dat lokaal kan worden geprint en toegepast.”*

Sinds 2017 is Mine Kafon gevestigd in Maastricht, waar het revolutionaire Airborne Demining System is ontwikkeld. Dit drone-systeem kan een gebied in kaart brengen, landmijnen detecteren en deze vervolgens op afstand tot ontploffing brengen. Mine Kafon ontwerpt, ontwikkelt en produceert zoveel mogelijk in eigen huis.

Lokale en centrale productie wordt gezien als essentieel om de Nederlandse industrie te versterken en haar afhankelijkheid van andere landen, zeker in tijden van geopolitieke spanningen, te verminderen. Mine Kafon streeft wereldwijd naar een leidende rol in de transitie van traditionele naar innovatieve mijnruimingsmethoden. Deze moderne aanpak biedt niet alleen een efficiëntere en veiligere manier om landmijnen op te sporen en te verwijderen, maar opent ook de deur naar grootschalige export naar landen waar landmijnen een structureel probleem vormen. Samenwerking met relevante partners is hierbij cruciaal — vooral diplomatieke ondersteuning, bijvoorbeeld vanuit het ministerie van Buitenlandse Zaken, gezien de aard van het product en de geopolitieke gevoeligheid. De actuele wereldsituatie creëert helaas een urgente vraag naar dergelijke drones.

LIOF sprak met Mine Kafon over de beschikbare ondersteuningsmogelijkheden en bracht het bedrijf in contact met een adviseur van Klantcontact Internationaal van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO), die waardevolle informatie gaf over exportvereisten voor deze technologie. Ook is het bedrijf in contact gebracht met een adviseur Intellectueel Eigendom van het Octrooiencentrum Nederland en zijn de contactgegevens gedeeld van de NIDV (Stichting Nederlandse Industrie voor Defensie en Veiligheid).

• 2.4.2.1 In specifieke markten - Binnen Europa

We hebben ondernemers gevraagd welke belemmeringen zij ervaren bij het zakendoen in specifieke markten. Daarbij maken we een onderscheid tussen uitdagingen binnen Europa en buiten Europa. Hieronder benoemen we de meest opvallende belemmeringen binnen Europa.

Europese wetgeving en administratieve lastendruk

Veel ondernemers ervaren een hoge administratieve last door complexe Europese regelgeving. Waar grotere bedrijven dit kunnen opvangen met gespecialiseerde medewerkers, vormt het voor kleinere mkb-bedrijven (met minder dan 50 medewerkers) een relatief grotere belemmering. De tijd en middelen die nodig zijn voor administratieve processen beperken het budget voor internationale groei, wat kan leiden tot vertragingen, fouten, boetes en hogere kosten. Hierdoor wordt de administratieve last vaak gezien als een belangrijke belemmering voor groei en internationalisering.

Nieuwe Europese wetgeving, zoals het Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) en de Corporate

Sustainability Reporting Directive (CSRD), leidt tot hogere kosten en extra administratieve lasten, vooral voor bedrijven die handel drijven met landen met minder strenge milieuregels. Daarnaast verplicht de nieuwe Milieuproductverklaring (EPD)-wetgeving bedrijven om uitgebreide informatie over de milieu-impact van hun producten te verstrekken. Ook strenge regels zoals de European Union Deforestation Regulation (EUDR) en voedselveiligheidswetgeving vragen om aanpassingen in de bedrijfsvoering en zorgen voor een verdere toename van administratieve lasten. Grote bedrijven leggen vaak hun nalevingsverplichtingen rondom wet- en regelgeving bij hun mkb-leveranciers neer, wat de druk op het mkb verhoogt. Toch bieden deze regels ook kansen. Sectoren zoals energie, voedsel en water, waarin Nederland vooroploopt creëren nieuwe exportmogelijkheden voor het mkb.

Op internationaal niveau ervaren veel Nederlandse ondernemers dat de strikte toepassing van EU-wetgeving hen benadeelt ten opzichte van bedrijven in andere lidstaten. In landen als Polen, Frankrijk en Spanje is er vaak meer ruimte voor nationale beleidsmaatregelen ter ondersteuning van bedrijven, terwijl Nederland strikt vasthoudt aan de EU-regels.

Inflatie

Uit gesprekken met ondernemers blijkt dat de inflatie bedrijven die internationaal willen opereren tot lastige keuzes dwingt. Gestegen kosten voor grondstoffen, energie en arbeid leiden tot hogere verkoopprijzen en een verminderde vraag, met name in de voedselindustrie. Daarnaast zorgen oplopende brandstof- en loonkosten voor hogere transport- en distributiekosten. Deze kostenstijgingen dwingen bedrijven tot strategische afwegingen, waarbij de focus vaak verschuift naar het vergroten van de omzet in bestaande markten in plaats van het betreden van nieuwe markten.

• 2.4.2.2 In specifieke markten - Buiten Europa

Buiten Europa ervaren ondernemers ook knelpunten. In onderstaande tekst worden de knelpunten buiten Europa beschreven.

Protectionisme en complexe markten

Mkb-bedrijven ondervinden aanzienlijke uitdagingen op markten buiten Europa. Er is een groeiende trend van protectionisme in landen zoals de VS, het VK, China en India. Beleidsmaatregelen richten zich steeds sterker op het stimuleren van lokale productie en consumptie, met een duidelijke nadruk op 'buy local'. Daarnaast wordt de Amerikaanse markt als risicovol ervaren vanwege de claimcultuur, wat leidt tot hoge kosten en onzekerheid. De Chinese markt is complex door problemen rondom intellectueel eigendom (IP). De handhaving van IP-rechten is vaak moeilijk, en er geldt bovendien een verbod op het terug exporteren van producten die lokaal geproduceerd kunnen worden. Dit maakt China voor veel mkb-bedrijven een risicovolle markt.

Buiten Europa opereren vraagt vaak om betrouwbare lokale partners, maar het vinden daarvan blijkt niet eenvoudig. Bij veel mkb-bedrijven krijgt professioneel distributiemanagement bovendien niet de aandacht die het eigenlijk verdient.

Wet- en regelgeving

Buiten Europa zijn documentstromen vaak complex en worden CE-certificeringen soms niet erkend. Daarnaast bestaan er aanzienlijke verschillen in wetgeving tussen landen, wat leidt tot aanpassingen van producten en vertragingen in het internationaliseringsproces.

Concurrentie uit lage lonenlanden

Bedrijven uit landen met lagere arbeids- en materiaalkosten, zoals China, bieden goedkopere alternatieven, wat de prijsdruk op Nederlandse bedrijven vergroot. Ook lokale concurrenten in Latijns-Amerika zijn goedkoper, hoewel de kwaliteitsstandaarden vaak lager zijn. Daarnaast bedreigen stijgende grondstofkosten, zoals staal, en de beperkte beschikbaarheid van duurzame CO₂-oplossingen zoals Direct Air Capture (DAC) de winstgevendheid van Nederlandse bedrijven.

Kredietwaardigheid

Ondernemers merken op dat de kredietwaardigheid van buitenlandse klanten afneemt, wat het risico op betalingsachterstanden en oninbare schulden vergroot. Dit zet de cashflow onder druk, waardoor bedrijven strengere kredietvoorwaarden hanteren of voorafbetaling eisen.

• 2.5 Ondersteuningsbehoeften ondernemers bij internationalisering

Uit gesprekken met ondernemers blijkt een groeiende behoefte aan ondersteuning bij internationalisering. Deze hulp verlaagt de drempel om succesvol internationaal te ondernemen en activiteiten verder uit te breiden.

Over het algemeen ervaren ondernemers de publieke dienstverlening als waardevol en nuttig. Zij maken gebruik van de ondersteuning van Nederlandse ambassades, consulaten-generaal en Netherlands Business Support Offices (NBSO's), bijvoorbeeld bij handelsmissies, beursbezoeken en netwerkevenementen.

De wensen en behoeften rondom internationalisering verschillen sterk en hangen af van factoren zoals de leeftijd, aard en omvang van het bedrijf. Ook de sector, ontwikkelingsfase, levenscyclus en mate van internationale ervaring spelen een belangrijke rol. [Voor het merendeel van de genoemde ondersteuningsbehoeften is er zowel publieke als private dienstverlening beschikbaar. De uitdaging ligt vooral in het vinden van de juiste manier om ondernemers effectief met deze dienstverlening te verbinden.](#)

De gevoerde gesprekken bieden inzicht in de belangrijkste behoeften die Nederlandse bedrijven ervaren bij het internationaliseren. Deze behoeften worden in tabel H vermeld en nader toegelicht.

Tabel H: Overzicht van ondersteuningsbehoeften ondernemers bij internationalisering

Informatievoorziening over publieke dienstverlening	
Inzicht in het aanbod van publieke diensten en maatwerkbegeleiding bij selectie van het aanbod.	Ondernemers willen meer duidelijkheid en eenvoud in het aanbod van publieke en private diensten, zodat zij sneller en gemakkelijker de juiste hulp kunnen vinden voor hun internationalisering. Daarnaast hebben zij behoefte aan meer gerichte begeleiding om weloverwogen keuzes uit dit aanbod te kunnen maken.
Sectorspecifieke handelsinstrumenten.	Ondernemers hebben behoefte aan handelsinstrumenten die adequaat inspelen op de specifieke uitdagingen binnen hun sector.
Kennis en advies over internationalisering	
Concrete en toegankelijke informatie over het internationalisatieproces.	(Online) uitleg over de eerste stappen die bedrijven moeten zetten.
Kennis- en informatiesessies over regelgeving, taalbarrières en cultuurverschillen.	Ondernemers beschouwen deze sessies als waardevol, omdat ze hen helpen de specifieke eisen van buitenlandse markten te begrijpen, zoals de benodigde aanpassingen in producten, strategieën, marketing of netwerken.
Toegang tot marktinformatie over e-commerce en persoonlijk advies.	Er is behoefte aan meer begeleiding op maat op het gebied van strategie, marketing, logistiek en het vinden van de juiste technologieën om een e-commercebedrijf succesvol te laten groeien.
QuickScan, Country Survey of hulp bij marktonderzoek.	Ondernemers die willen internationaliseren hebben behoefte aan begeleiding bij het verkennen van nieuwe markten, het ontwikkelen van effectieve strategieën om hun producten te promoten, en het kiezen van de juiste locatie voor productie of distributie om hun internationale ambities te realiseren.
Logistieke -operationele keuzes.	Ondernemers geven aan dat overheidssteuning kan helpen bij het vinden van efficiënte, kosteneffectieve oplossingen voor transport, douanedocumentatie en logistieke routes.
Kennis over administratieve en juridische vereisten voor internationalisering.	Veel ondernemers geven aan dat ze onvoldoende kennis hebben van de administratieve en juridische vereisten voor het betreden van nieuwe markten. Vragen zoals welke visa nodig zijn om zakelijk actief te zijn, hoe zakelijke bankrekeningen in het buitenland geopend moeten worden en welke voorwaarden gelden voor het openen van een kantoor of starten van productie in een ander land, komen vaak naar voren.
Pilotprojecten.	De behoefte aan pilotprojecten om producten in de praktijk te testen en waardevolle inzichten te verkrijgen is groot.
Training en coaching gericht op internationalisering.	Er is een groep ondernemers die hier behoefte aan heeft, met vragen die variëren van hulp bij interne veranderingen tot begeleiding bij het betreden van de externe markt.
Een helder overzicht van Europese en internationale regelgeving.	Ondernemers hebben behoefte aan ondersteuning van overheidsinstanties, met praktische richtlijnen over import- en exportbeperkingen, belastingwetgeving en arbeidsrechten.
Kennis over economische en digitale weerbaarheid.	Ondernemers geven aan dat het essentieel is om voldoende kennis te hebben over deze onderwerpen, om voorbereid te zijn op onzekerheden op internationale markten. Duidelijke informatie over regelgeving, zoals de Wet Vifo (Wet veiligheidstoets investeringen, fusies en overnames), en ondersteuning via het Ondernemersloket Economische Veiligheid zijn daarbij noodzakelijk.
Praktische kennis en tools om zich te wapenen tegen cyberaanvallen.	De overheid kan hierin voorzien door middel van voorlichting, trainingen, worstcasescenario-analyses en het beschikbaar stellen van risicomanagementtools.
Informatie over verpakkingswetgeving en de bijbehorende eisen voor bedrijven.	De wetgeving wordt vaak als ingewikkeld ervaren, vanwege de vele regels rondom materialen, recycling en etikettering. Ondernemers vragen om duidelijkheid over wat wel en niet is toegestaan, zodat zij zowel nationaal als internationaal aan de vereisten kunnen voldoen.

Informatievoorziening over publieke dienstverlening

Kennis en advies over internationalisering

Ondersteuning bij de duurzaamheidstransitie.

Bedrijven willen hulp bij het implementeren van duurzame praktijken en het voldoen aan milieuregels, terwijl ze hun bedrijfsmodellen aanpassen aan de eisen van een groene toekomst. Zij zoeken begeleiding op het gebied van financiering, regelgeving en advies, onder andere via subsidies, leningen en fiscale voordelen voor verduurzamingsprojecten. Daarnaast hebben ze behoefte aan ondersteuning bij het opzetten van duurzame handelsketens en het verkrijgen van groene certificeringen.

Matchmaking, netwerk en contacten

Intensievere ondersteuning bij het ontwikkelen van netwerken en het leggen van contacten met potentiële samenwerkingspartners.

Ondernemers waarderen de waardevolle ondersteuning die TINL biedt, maar willen vaker deelnemen aan beurzen, evenementen, ambassadeactiviteiten en handelsmissies om nieuwe contacten te leggen en zichtbaarder te worden op internationale markten. Daarnaast is er behoefte aan meer inkomende en uitgaande missies om hun kansen op buitenlandse markten te vergroten.

Structureel inzetten op NL Branding door de overheid om de internationale zichtbaarheid en reputatie van Nederlandse bedrijven te versterken.

Ondernemers hechten veel waarde aan een structurele inzet van de overheid voor NL-branding. Een consistente en herkenbare merkuitstraling van Nederland als innovatieve en betrouwbare economie versterkt namelijk de positie van Nederlandse bedrijven op internationale markten.

Meer gerichte benadering van matchmakingactiviteiten.

Bij een gerichtere benadering geven ondernemers duidelijk aan naar welk soort contacten ze op zoek zijn, zoals zakenpartners, klanten, agentschappen of distributeurs. Dit kan de effectiviteit van matchmaking vergroten.

Er is een toenemende vraag naar het inzetten van stagiaires voor onderzoeksprojecten naar marktbetreding.

De overheid kan een faciliterende rol vervullen als matchmaker, door bedrijven te verbinden met onderwijsinstellingen die stage- en onderzoeksprojecten aanbieden met het oog op internationale markten.

Financiering

Het verkrijgen van en informatie over de beschikbare financieringsmogelijkheden voor internationaal ondernemen.

Een van de meest genoemde behoeften van ondernemers is het verkrijgen van financiering. Veel ondernemers geven aan onvoldoende geïnformeerd te zijn over de beschikbare financieringsmogelijkheden en subsidies. Er is dan ook een duidelijke behoefte aan regelmatige en heldere communicatie hierover.

Op maat gemaakte financieringsmogelijkheden en maatwerk-advies.

Er is behoefte aan financieringsoplossingen die beter aansluiten bij de groei- en verduurzamingsambities van bedrijven. Daarnaast is er vraag naar advies en informatie om weloverwogen financieringskeuzes te kunnen maken en inzicht te krijgen in zowel lokale als internationale financieringsmogelijkheden.

Contacten met grote marktspelers, nationaal en internationaal.

Bedrijven hebben ook behoefte aan partnerschappen en netwerk-mogelijkheden met grote marktspelers, zoals (tech)bedrijven met het benodigde kapitaal die hun groei kunnen versnellen.

Een overzicht van Europese en internationale subsidieregelingen.

Een overzicht van Europese en internationale subsidieregelingen, inclusief de bijbehorende aanvraagloketten en contactpunten voor bedrijven die hiervan gebruik willen maken. Ondernemers geven aan dat duidelijke informatiepakketten, informatiesessies, contacten met ambassades en de mogelijkheid om in contact te komen met ervaren ondernemers hen helpen om internationale stappen te zetten.

Toegankelijkheid en transparantie van subsidieaanvragen.

Het aanvraagproces voor subsidies wordt vaak als complex en ondoorzichtig ervaren, waardoor ondernemers het als een 'black box' zien. Zij verlangen meer duidelijkheid over de voortgang van hun aanvraag en willen beter kunnen inschatten of het de moeite waard is om een subsidie aan te vragen.

Gerichte hulp voor start ups bij financiering, netwerken, en toegang tot markten.

Nederlandse start-ups doen er vaak langer over om een volgende financieringsronde te behalen en bereiken de volgende groeifase langzamer dan in landen zoals Duitsland, Frankrijk en het VK. Start-ups zoeken specifieke overheidssteun op het gebied van kennis, kapitaal en netwerkmogelijkheden om hun innovatieve technologieën en maatschappelijke impact verder te ontwikkelen.

Ondernemersverhaal van CytoBuoy door ROM UR

CytoBuoy (Woerden) is marktleider in specialistische apparatuur voor snelle laboratoriumanalyses en in situ veldanalyses van micro-organismen in water. Hun technologie ondersteunt aquatisch onderzoek, watermonitoring en bioprocesmonitoring, met als doel wetenschappers te helpen ecologische processen beter te begrijpen en zo bij te dragen aan een duurzame leefomgeving en het welzijn van toekomstige generaties. Een ontmoeting tijdens het 'Earth Valley Café', waar klimaatadaptatie centraal stond, vormde de aanleiding voor een trade visit. CytoBuoy, opgericht 25 jaar geleden, is wereldwijd actief en genereert maar liefst 95% van zijn omzet uit export. Met een distributienetwerk onder andere in Spanje, Portugal, Roemenië en China heeft het bedrijf al een stevige internationale positie opgebouwd, maar ziet het nog volop groeikansen binnen bestaande markten zoals onderzoeksinstellingen en de academische sector, evenals in nieuwe markten.

Gedreven door de toenemende vraag naar duurzame technologieën en wateranalyses wil CytoBuoy actief blijven investeren in innovatie en internationale samenwerking. Ondanks de sterke wereldwijde aanwezigheid, was er nog behoefte aan ondersteuning voor het vinden van nieuwe partners en distributiemogelijkheden. De rol van regionale ontwikkelingsmaatschappijen en netwerken werd daarbij nog onvoldoende benut. Tijdens het TRP-gesprek ontving CytoBuoy gerichte ondersteuning om zijn internationale ambities verder vorm te geven. Het bedrijf werd gekoppeld aan business development coaches en het Enterprise Europe Network (EEN), kreeg advies over relevante subsidies en financieringsmogelijkheden, en legde waardevolle contacten met regionale kennispartners binnen het ecosysteem. Deze stappen dragen bij aan het versnellen van zijn groeipad.

Quote CytoBuoy:

"Ik wilde je graag bedanken voor de enorme zet die je ons gegeven hebt in verschillende richtingen. Hierdoor is de bal sneller gaan rollen en hebben we hele interessante contacten opgedaan waar ook daadwerkelijk business uit voortkomt. Dat wilde ik je graag teruggeven, want je hebt hierin een belangrijke rol gespeeld als verbinder en netwerker. We houden ons aanbevolen voor meer tips en mogelijkheden, dus blijf ons vooral dit soort zaken toesturen!"

Ondernemersverhaal van Superimpose Architecture door Rotterdam Partners

Superimpose Architecture is een prijswinnend, internationaal opererend architectenbureau met kantoren in Rotterdam, Beijing en Hongkong. Het bureau werd in 2015 opgericht door Carolyn Leung, Ben de Lange en Ruben Bergambagt en werkt aan uiteenlopende projecten in Europa en Azië. Met een internationaal team van ontwerpers creëert Superimpose duurzame en betekenisvolle ruimtes op het gebied van architectuur, stedenbouw, interieurontwerp en tentoonstellingen. Het bureau werkt samen met overheden, vastgoedontwikkelaars en particuliere opdrachtgevers aan publieke gebouwen, retailprojecten en privé-opdrachten. Recente projecten zijn onder meer een transit-hub in Hangzhou, de Huawei Flagship Store in Beijing en de Eurostar UK Terminal op Amsterdam Centraal, die op 9 februari 2025 is geopend.

Superimpose richt zich op het versterken van zijn positie in bestaande markten (Nederland en China) en op het verkennen van nieuwe markten zoals het Verenigd Koninkrijk. Dit doet het bureau onder andere door deel te nemen aan handelsmissies naar onder meer Shanghai en Londen, in samenwerking met Rotterdam Partners. In Shanghai vertegenwoordigde Carolyn Leung de Rotterdamse creatieve sector tijdens het Shanghai-Rotterdam Sustainable Urban Regeneration Seminar, onderdeel van de viering van de 45-jarige stedenband tussen Rotterdam en Shanghai. Superimpose presenteerde daar haar Nederlandse ontwerpfilosofie, gericht op duurzame oplossingen die culturele en milieutechnische contexten uit Oost en West met elkaar verbinden. Het seminar bood waardevolle netwerkmogelijkheden en versterkte de relatie tussen beide steden. Carolyn over haar deelname: *“Deze missie was een unieke en eervolle kans, die mijn persoonlijke, culturele en professionele perspectief weerspiegelt en een brug slaat tussen Oost en West.”* In Londen verkende Ruben Bergambagt de kansen in het Verenigd Koninkrijk, met een focus op duurzame transitontwikkelingen. De missie bood inzicht in stedelijke duurzaamheidsstrategieën en leidde tot versterkte contacten met organisaties als Amsterdam & Partners, Rotterdam Partners en Amsterdam Trade & Innovate. Ruben: *“Samenwerking staat centraal in onze bureaufilosofie. Handelsmissies als deze bieden ons de kans om andere culturen en potentiële partners te ontdekken.”*

Beide handelsmissies leverden Superimpose waardevolle inzichten en connecties op. In Shanghai werd de positie op de Chinese markt verstevigd, terwijl in Londen nieuwe samenwerkingsmogelijkheden werden verkend. Deze internationale activiteiten dragen bij aan de groei en marktontwikkeling van het bureau. Daarnaast ziet Superimpose kansen om de samenwerking met Nederlandse overheidsinstellingen verder te verdiepen, zoals eerder gebeurde bij het ontwerp van het Nederlands paviljoen voor het consulaat-generaal in Guangzhou.

Hoofdstuk 3

Doorontwikkeling TRP

De kern van het Trade Relations Programma (TRP) blijft de komende jaren ongewijzigd, maar de publieke en private dienstverlening aan bedrijven wordt verder versterkt. Het TRP, dat nu nog incidenteel wordt gesubsidieerd, verandert vanaf 2026 in een structureel subsidieprogramma voor de periode 2026–2028. Dit programma is inmiddels gepubliceerd in de Staatscourant⁵.

Het TRP als International Business Development-programma

Het TRP ontwikkelt zich steeds meer tot een programma voor 'International Business Development', waarbij binnen de organisaties van de TINL-partners intensiever wordt samengewerkt tussen verschillende disciplines en domeinen. De samenwerking tussen tradeteams, business development-, investerings- en innovatieteams, en het Enterprise Europe Network (EEN) wordt steeds nauwer. Er vindt regelmatig overleg plaats, en de afstemming en doorverwijzing van klanten, leads en specifieke casussen neemt toe. Bedrijven worden steeds vaker gezamenlijk op locatie bezocht, en er worden meer cross-disciplinaire activiteiten georganiseerd. Deze integrale benadering versterkt de synergie tussen business units en leidt tot een meer samenhangende en effectieve ondersteuning van internationaliserende bedrijven.

In de komende jaren willen we deze samenwerking verder verdiepen, zodat bedrijven nog gericht geholpen kunnen worden op het gebied van innovatie, financiering, internationalisering en marktverbindingen.

De integrale dienstverlening komt ook duidelijk naar voren uit de TINL Bereik- en Effectmonitor⁶, waarin de klantreis van TRP-bedrijven over de afgelopen vijf jaar is geanalyseerd. In totaal zijn deze TRP-bedrijven ondersteund met meer dan 18.000 verleende diensten – waaronder services, deelname aan evenementen en het afnemen van intelligencediensten (zie figuur 3).

Om de intensiteit van de dienstverlening beter te duiden, is gekeken naar de mediaan van het aantal verleende diensten per bedrijf. De mediaan is het middelste getal in een gesorteerde reeks en geeft daarmee een robuust beeld van de centrale tendens. Voor TRP-bedrijven ligt de mediaan op 5 diensten, terwijl deze voor alle Nederlandse bedrijven die gebruikmaken van dienstverlening op het gebied van internationaal ondernemen op 2 diensten ligt. [Hieruit kan worden geconcludeerd dat TRP-bedrijven succesvoller navigeren binnen het bredere Publieke Economische Netwerk.](#)

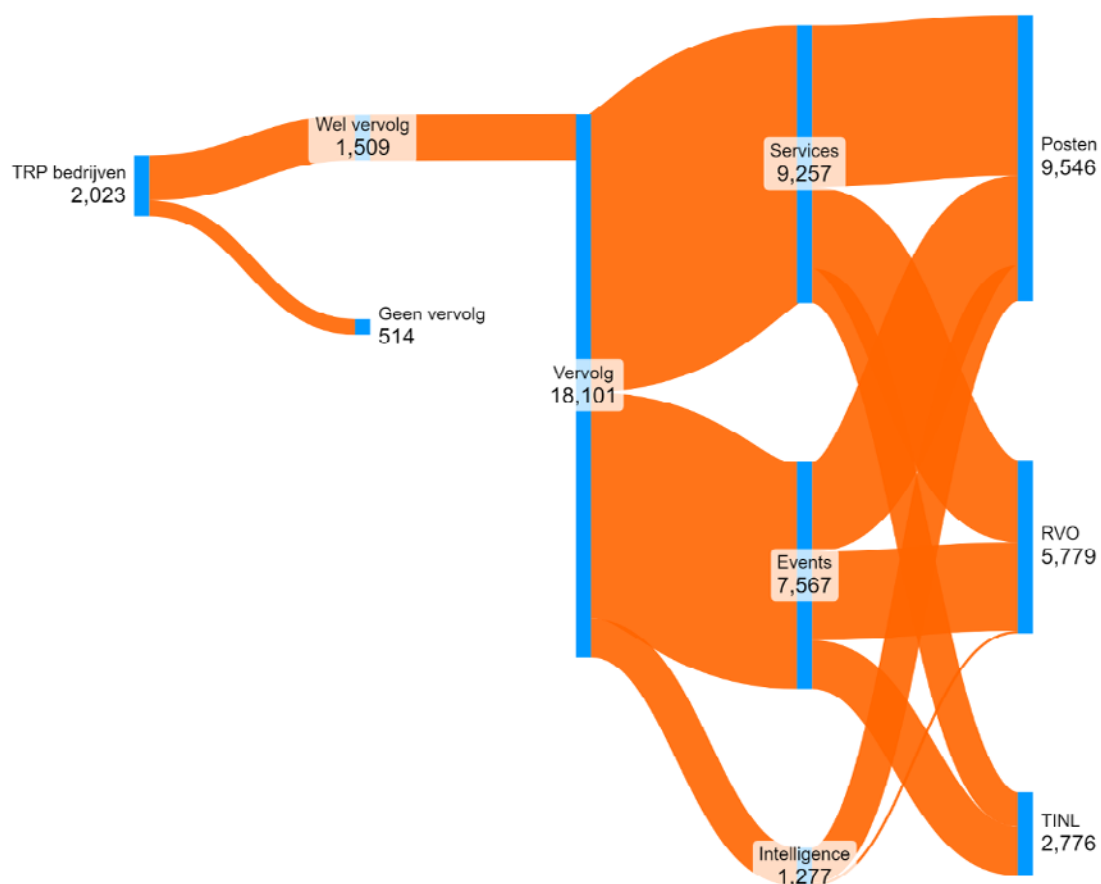
“ RVO biedt diverse subsidies om internationalisering te stimuleren, zoals de DHI-regeling. Onlangs werd een aanvraag goedgekeurd voor een demonstratieproject in Oekraïne, wat een belangrijke stap is in onze internationale ambities.

Mahmud Hassani

⁵ Staatscourant 2025, 11730 | Overheid.nl > Officiële bekendmakingen

⁶ Bereik- en effectmonitor 2024

Figuur 3 Vervolgdiensverlening na TRP-gesprek



Nationaal en internationaal innoveren en internationaliseren

Het combineren van de expertise van innovatie-afdelingen en internationaliseringsteams levert krachtige synergiën op. Innovatie-afdelingen beschikken over diepgaande kennis van technologie en productontwikkeling, terwijl internationaliseringsteams goed inzicht hebben in de kansen en uitdagingen op buitenlandse markten. Door deze kennisgebieden te verbinden, kunnen innovatieve bedrijven hun producten en strategieën effectiever aanpassen aan internationale contexten. Tegelijkertijd stellen innovatieve oplossingen internationaliseringsteams in staat om sneller en gericht nieuwe markten te betreden. Deze samenwerking versterkt beide processen en vergroot de kans op duurzame groei en internationaal succes.

Aantoonbare impact door exportgroei in doellanden

De impact op exportgroei is het afgelopen jaar opnieuw onderzocht bij bedrijven die eerder deelnamen aan het Trade Relations Programma. Een effectmeting werd uitgevoerd onder bedrijven die in 2020 zijn bezocht in het kader van het TRP. Deze bedrijven is gevraagd naar de landen waarin

zij exportambities hadden. Uit de gesprekken zijn 142 doellanden naar voren gekomen, genoemd door in totaal 675 bedrijven. Van deze 675 bedrijven, die vervolgens door het CBS zijn gevolgd, rapporteerden 265 bedrijven (41,4%) een stijging in exportwaarde naar één of meerdere van de genoemde doelmarkten. De cumulatieve groei in exportwaarde bedroeg 685,4 miljoen euro per jaar, gemeten over de drie opvolgende jaren. Deze substantiële toename kan deels worden verklaard door het grote aantal genoemde doellanden, en door de aanwezigheid van enkele grootbedrijven, die mogelijk een significant effect hebben gehad op de totale exportgroei.

Wanneer de groei in exportwaarde naar de genoemde doellanden wordt vergeleken met de totale jaarlijkse exportwaarde van de TRP-bedrijven, ontstaan interessante inzichten. De gemiddelde jaarlijkse groei van 685,4 miljoen euro bij de bedrijven die een stijging in de doelmarkten lieten zien, ligt aanzienlijk hoger dan de 402,1 miljoen euro groei voor alle bedrijven die in 2020 aan het TRP deelnamen. [Dit wijst erop dat TRP-bedrijven relatief meer succes boeken in de doelmarkten van de TRP-dienstverlening dan in andere markten waarin zij actief zijn.](#)

Ondernemersgesprekken met breder perspectief

De TRP-gesprekken, die oorspronkelijk vooral op handel gericht waren, behandelen nu ook bredere bedrijfsaspecten. Naast internationalisering komen thema's aan bod zoals het ondernemersklimaat, innovatie, investeringen, financiering, subsidies,

verduurzaming, bedrijfsstrategie en personeel.

Deze bredere aanpak stelt bedrijven in staat gerichter advies te krijgen en hun strategische positie te versterken. Ondernemers waarderen vooral de direct toepasbare oplossingen, wat de effectiviteit van de gesprekken en ondersteuning vergroot.

Ondernemersverhaal van Hippotainer door Oost NL

Hippotainer, een innovatieve start-up uit Wageningen die zich richt op duurzame, verticale landbouw in zeecontainers, wordt door Oost NL ook wel een 'born global' genoemd. Dit betekent dat ze niet direct een markt hebben in Nederland, maar direct in het buitenland beginnen. Extra uitdagend vanwege andere talen, culturen en wetgeving. Oost NL helpt Hippotainer goed te landen op de internationale markt.

Hoe kun je duurzaam en vooral verticaal landbouw bedrijven?

Jort Maarseveen, CEO en medeoprichter Hippotainer: 'Wij telen diverse soorten bladgroente, kruiden en jonge zaailingen verticaal in zeecontainers. De temperatuur en luchtvochtigheid binnenin de container sturen we via Deep Water Culture hydroponicsystemen zo efficiënt mogelijk. Mijn medeoprichter Tijmen Blok en ik ontwikkelen dit soort voedselproductiesystemen voor locaties waar voedsel produceren normaal gesproken niet mogelijk is. Denk aan oorlogssituaties, een plek waar een natuurramp heeft plaatsgevonden of waar gebrek aan beschikbare ruimte is zoals op afgelegen eilanden of in de woestijn.'

Welke maatschappelijke impact heeft dit?

Wibo van Wier, senior trade advisor bij Oost NL: 'Hippotainer laat heel mooi zien dat voedsel produceren ook op andere manieren mogelijk is. Dat inzicht hebben we als maatschappij hard nodig om door de volgende fases van transitie te komen. We lopen tegen de grenzen aan van een groei die lang geleden is ingezet. Zeer intensieve landbouw en monoculturen zijn niet langer haalbaar en ook niet wenselijk. De wereldbevolking groeit en het klimaat verandert. We moeten openstaan voor innovatie, ook op het gebied van food en technologie, en alle traditionele kennis achter ons laten. Hippotainer heeft een heel nieuw bedrijfsconcept ontwikkeld en laat zien dat we op veel meer plekken voedsel kunnen produceren dan we tot nu toe dachten.'

Maarseveen: 'Een groot deel van de wereld heeft geen toegang tot goede en gezonde voeding, mede als gevolg van klimaatverandering. We hebben dus klimaat adaptieve landbouw nodig. Door te telen in zeecontainers kunnen we dat decentraal doen, heel dicht bij de gebruikers. Uit één container komen wel duizend kroppen sla per week.'

Hoe helpt Oost NL Hippotainer?

Van Wier: 'Oost NL wil investeren in innovatieve start-ups die het verschil maken in deze wereld. Daarom helpen we Hippotainer nu eerst met business development om het bedrijf verder door te ontwikkelen. Hierna zal een investeringsronde volgen en waarschijnlijk vrij snel een tweede. Er moet nu worden doorgepakkt om tot productie te kunnen overgaan en snel te kunnen opschalen. Reguliere investeerders en banken zijn huiverig in deze fase. De technologie is nog onvoldoende doorontwikkeld en het businessplan is nog niet compleet. In die fase wil Oost NL juist helpen. En als Oost NL instapt, werkt dat als een hefboom voor andere investeerders. Zij weten dat het huiswerk is gedaan en dat de grootste risico's zijn gedekt en doorgenomen. Voor iedere euro die wij als Oost NL investeren, komen er uiteindelijk zes euro's bij. Alleen omdat de basis goed gelegd is.'

Maarseveen: 'Oost NL heeft ons als startende ondernemer zonder meer behoed voor mogelijke fouten. We hadden bijvoorbeeld nog niet de juiste focus en zijn met teveel verschillende dingen tegelijkertijd bezig. Horen wat je niet goed doet, is niet altijd leuk – maar wel het meest leerzaam. Dankzij Oost NL hebben we meegedaan aan het BIPF-programma: een ontwikkelingsprogramma voor start-ups, dat je klaarstoomt voor een investeringsfase. Hierdoor ligt er nu een gedegen businessplan. Ook zijn we in contact gebracht met het Business Angels-netwerk. We weten nu waar we terecht kunnen met een specifieke coach – of investeringsvraag.'

Hoe bevalt de samenwerking?

Maarseveen: 'Soms heb je al heel veel aan kleine adviezen. Wibo gaf ons bijvoorbeeld de tip om een pop-up op onze website te plaatsen, zodat mensen meer informatie kunnen aanvragen en wij in beeld krijgen wie onze potentiële klanten zijn. Daar zouden we zelf nooit aan hebben gedacht. Binnen het BIPF-programma hebben we ook een consistentiescan gemaakt, waardoor we leerden dat de verschillende pilaren onder je bedrijf tegelijkertijd moeten groeien. Je kunt je bijvoorbeeld niet alleen op productontwikkeling richten, je moet óók aan je financiering denken. Het is fijn dat Oost NL zorgt dat we zaken prioriteren. Dat mensen met zoveel ervaring en een groot netwerk over je schouder meekijken, is enorm waardevol en geeft veel vertrouwen.'

Hoofdstuk 4

Aanbevelingen

In dit hoofdstuk bespreken we de onderwerpen die tijdens de gesprekken naar voren kwamen en die mogelijk in samenwerking met andere partijen kunnen worden aangepakt. Voor de toekomst worden de volgende aanbevelingen gedaan ter versterking van de handelsbevordering:

1. Inzicht vergroten in instrumenten

Een eenvoudige win-win is het introduceren van een standaard aanvullende service, passend binnen het 'no wrong door'-principe. Dit biedt bedrijven extra inzichtsinstrumenten bij het internationaliseren. Bijvoorbeeld door elke TRP-gesprekspartner drie maanden na het gesprek een informatieve e-mail te sturen. Deze mail bevat het volledige, generieke internationaliseringsinstrumentarium, aangevuld met gratis toegang tot het eerstvolgende Trends in Export-evenement. Zes maanden na het gesprek ontvangen de gesprekspartners een sectorspecifiek overzicht van beschikbare dienstverlening. Het TRP-bedrijf kan vervolgens zelf bepalen of het op basis van deze informatie gerichter advies wil inwinnen, of contact opneemt met de regionale trade-advisor voor meer maatwerkadvies.

2. Mogelijkheden publieke financiering verruimen

Ondernemers in het mkb ervaren dat het verkrijgen van financiering vaak lastig is, vooral voor kleinere bedrijven die doorgaans intern gefinancierd worden. De toegang tot externe private financiering is voor het mkb moeilijker dan vroeger. Om deze toegang te verbeteren, geven ondernemers de volgende aanbevelingen:

- Ontwikkel een gevarieerd en toegankelijk financieringsaanbod, bestaande uit publieke en private bronnen, inclusief subsidies voor innovatie, belastingvoordelen voor duurzame productie en lage renteleningen voor technologische verbeteringen.
- Verbeter de toegang tot Europese financieringsmiddelen, zodat mkb-bedrijven hun productie kunnen uitbreiden zonder te verhuizen naar landen met gunstigere financieringsvoorwaarden.
- Stimuleer gecombineerde financieringsvormen, waarbij publieke en private middelen worden gemixt, ter ondersteuning van exporterende mkb-bedrijven bij het opschalen van productie. De overheid kan hierin een faciliterende rol spelen door samenwerkingen te bevorderen en toegang te bieden tot zachte leningen en garanties.
- Zorg voor meer transparantie en betere vindbaarheid van financieringsmogelijkheden, zodat ondernemers sneller en eenvoudiger de juiste financiering kunnen vinden.
- Verhoog de professionalisering van financieringsadviseurs, zodat zij mkb-bedrijven

effectief kunnen begeleiden bij het verkrijgen van passende steun.

- Verbeter de beschikbaarheid en kwaliteit van data rondom mkb-financiering, om de zoektocht naar passende financiering te versnellen en ondernemers beter te informeren.
- Moedig exporterende mkb-bedrijven aan strategische allianties aan te gaan met grote bedrijven, onderzoeksinstituten en overheden.
- Herzien het exportkredietverzekering (EKV)-mandaat, bijvoorbeeld door het te verbreden voor duurzame projecten, om zo de concurrentiepositie van het mkb te versterken.
- Bied op maat gerichte financiering aan voor moeilijk bereikbare markten en optimaliseer de samenwerking tussen RVO, Invest International en Atradius Nederland.

3. Verbinden mkb en grootbedrijf gericht op samenwerking ecosystemen

De overheid kan de weerbaarheid van het mkb vergroten door innovatieve mkb-bedrijven te verbinden met internationaliserende mkb-bedrijven en grotere bedrijven. Voor internationaal succes is het van belang dat producten en diensten schaalbaar zijn en aansluiten bij de wereldmarkt. Door mkb-bedrijven te koppelen aan koplopers en innovators binnen ecosystemen – netwerken waarin overheden, ondernemers, onderwijs- en kennisinstellingen samenwerken aan waardeketens – krijgen zij toegang tot nieuwe technologieën, processen en marktkansen. Dit versterkt hun flexibiliteit en concurrentiepositie. Zie bijvoorbeeld bijlage 2, waarin een interessante niet-uitputtende opsomming staat van samenwerkingen tussen bedrijven en onderwijs- en kennisinstellingen in 2024.

Samenwerking tussen mkb's en grotere bedrijven binnen waardeketens stimuleert de integratie van kleinere bedrijven in internationale markten. Hierdoor profiteren zij van schaalvoordelen en meer zichtbaarheid, wat hun economische positie en stabiliteit versterkt – zowel individueel als voor Nederland als geheel – en hen wendbaarder maakt in het internationale speelveld. Wanneer alle TRP-partners zich richten op gesprekken met bedrijven binnen specifieke Nederlandse ecosystemen, en deze structureren binnen een gezamenlijke meerjarige programmering op basis van marktthema-combinaties, kan het TRP behoeften en trends beter in kaart brengen. Dit stelt het programma in staat om gerichter impact te maken voor het mkb.

4. Compliance en Due Diligence als concurrentievoordeel

Een belangrijke aanbeveling is om diensten op het gebied van compliance en due diligence in te zetten als concurrentievoordeel bij internationalisering.

Bedrijven die proactief voldoen aan regelgeving en grondige risicoanalyses uitvoeren, vermijden niet alleen juridische en financiële risico's, maar versterken ook hun positie op internationale markten.

5. Ondersteuning bij opbouwen en versterken van binnen- en buitenlandse netwerken en contacten

Internationalisering ontstaat door interactie met netwerkpartners, wat bedrijven helpt kansen te identificeren en hun positie op buitenlandse markten te versterken. Netwerken verminderen onzekerheid, verlagen toetredingsbarrières en versnellen het internationaliseringsproces. Zowel nationale als internationale netwerken zijn essentieel voor (innovatieve) mkb-bedrijven om te groeien, kennis te delen en toegang te krijgen tot benodigde middelen. De overheid kan netwerkvorming op verschillende manieren stimuleren:

- Overheden kunnen netwerken versterken via handelsmissies, beurzen, matchmaking (onder andere via het Enterprise Europe

Network⁷) en prijsprogramma's zoals het Oranje Handelsmissiefonds. Organisaties zoals Invest International ondersteunen mkb-bedrijven bij het vinden van partners en investeringsmogelijkheden.

- Het stimuleren van samenwerking tussen bedrijven uit verschillende sectoren creëert kansen voor schaalvoordelen en vergroot de zichtbaarheid op internationale markten. Gerichte matchmaking en gezamenlijke handelsmissies kunnen cross-sectorale samenwerking bevorderen, vooral op het gebied van duurzaamheid.
- Kennisinstanties kunnen internationalisering ondersteunen door onderzoek en ontwikkeling (R&D), het benutten van netwerken en het ontwikkelen van curricula voor (internationaal) ondernemerschap.
- Het versterken van de samenwerking tussen nationale en internationale afdelingen van de RVO helpt ondernemers beter te ondersteunen bij hun internationalisering en duurzame groei.

Ondernemersverhaal van Bypoint door NOM

'Bijna elk land vraagt om een andere strategie'

Van een valdetectiesysteem en een innovatieve helm tot een tracker die hulp biedt na fietsdiefstal. Bypoint uit Assen wil de veiligheid van fietsers en hun fiets in heel Europa vergroten. Oprichter Joris Koops kiest voor een weloverwogen aanpak: *'Eerst de thuismarkt perfect op orde, dan pas échte stappen over de grens.'* Hij groeide op in Assen, naast het autobedrijf dat zijn vader met twee broers bestierde. Ondernemer worden, dat leek Joris Koops ook wel wat. Als kind al bedacht hij bedrijfsideetjes en liep hij nieuwsgierig rond in de showroom van het familiebedrijf. Waarom verkoopt de ene verkoper meer dan de andere? Hoe gaan medewerkers met elkaar en klanten om? De autowereld was interessant, dat zeker. Maar ook viel het Joris op dat zich rondom het familiebedrijf steeds meer fietsenwinkels vestigden. Hij dacht: in de fietsindustrie moet echt wel iets aan de hand zijn.

Europese speler

Inmiddels is hij oprichter van Bypoint, een start-up die innovatieve oplossingen ontwikkelt en distribueert die de fietsveiligheid vergroten. Zo introduceerde het bedrijf in 2022 's werelds eerste valdetectiesysteem voor de fiets dat niet wordt gekoppeld aan een mobiele telefoon of app. Of preciezer: een klein apparaatje dat eenvoudig op de zitbuis wordt gemonteerd en na een val een SMS stuurt naar vooraf opgegeven contactpersonen. Is de val niet ernstig, dan heeft de fietser een minuut de tijd om een knop in te drukken. Joris steekt zijn ambitie niet onder stoelen of banken. *'Uiteindelijk willen we op het gebied van fietsveiligheid een grote Europese speler worden'*, zegt hij vastberaden. *'Overall waar gefietst wordt liggen kansen. Maar eerst willen we in Nederland alles perfect op orde hebben. Pas dan kun je échte stappen over de grens maken.'*

Golden hour

Het idee voor Bypoint ontstond tijdens zijn studie Ondernemerschap en Retail Management aan de Hanzehogeschool Groningen. Joris was zich aan het verdiepen in innovaties en transities toen wederom zijn aandacht werd getrokken door de fietsindustrie. Door de fietsveiligheid vooral. Die laat nogal te wensen over, merkte hij. Jaarlijks vinden er in Nederland zo'n 50.000 eenzijdige fietsongevallen plaats, waarvan een flink aantal met dodelijke afloop. Onder hen naar verhouding veel 70-plussers, mogelijk door de populariteit van e-bikes. Joris besloot er zijn afstudeerscriptie aan te wijden en voerde gesprekken met onder meer ambulancebroeders, SEH-verpleegkundigen en een traumachirurg. Steeds weer kwam de term 'golden hour' voorbij. Dat wil zeggen dat het eerste uur na een fietsongeval vaak cruciaal is. Oftewel, als je snel efficiënte hulp krijgt, is de kans op herstel het grootst. Alleen: veel fietsers worden niet binnen het eerste uur naar de spoedeisende hulp gebracht. Omdat ze op een afgelegen pad of een onbekende weg zijn gevallen, bijvoorbeeld. Of wellicht helemaal niet in staat zijn om hulp te vragen. Vanuit die wetenschap wilde hij voor fietsers een valdetectiesysteem ontwikkelen.

⁷ Enterprise Europe Network (EEN) | RVO.nl

Eerste financiering

In 2020, kort voor zijn afstuderen, meldde hij zich aan voor de Rabo Ondernemersprijs. Met eigen middelen en hulp van een productontwikkelaar werd een prototype van het systeem gebouwd. Met resultaat, want Joris werd uitgeroepen tot winnaar en ontving een cheque van 10.000 euro. *‘Ja, dat was een mooie opstap’, glimlacht hij. ‘Maar daarna begint het pas écht. Wat heb ik en waar wil ik naartoe? Daar rolt natuurlijk een financieringsbehoefte uit. Ik Ben Drents Ondernemer, kortweg IBDO, heeft mij vervolgens geholpen om daarvoor de lijnen uit te zetten, het netwerk te verbreden en de businesscase aan te scherpen.’* Eind 2021 werd bij stichting Boost Up, een groep Asser Investeerders en de provincie Drenthe een eerste financiering van drie ton opgehaald. Genoeg om samen met verschillende partners het product verder te ontwikkelen. Een jaar later was het valdetectiesysteem gereed en kon worden gestart met de productie en distributie. *‘Wij focussen ons voornamelijk op de business-to-businessmarkt’, vertelt Joris. ‘Op fiets gerelateerde retailers, op winkels, om precies te zijn. Momenteel heeft Bypoint in Nederland meer dan 260 verkooppunten. Fietsenwinkels, uiteraard, maar ook de ANWB is een van onze resellers.’*

Meerdere producten

De afgelopen jaren is het aantal fietsongelukken alsmaar gestegen. En daarmee ook de aandacht en bewustwording voor het belang van fietsveiligheid. Voor Bypoint reden om te verbreden en dus meer te gaan bieden dan alleen het valdetectiesysteem. *‘Dat we nu meerdere producten hebben komt vooral door de groeiende vraag naar veiligheidsproducten’, licht Joris toe. ‘Maar ook heeft het te maken met schapruimte en zichtbaarheid. Je wordt pas zichtbaar als je in een winkel meer schapruimte hebt en dus vaker gaat opvallen.’*

Hij haalt een helm uit een verpakkingendoos. *‘Kijk, dit is de Bypoint S-ERT helm. De fietshelm is voorzien van Energy Reduction Technology, een speciale schuimlaag die extra demping geeft als je op je hoofd valt. Bijzonder is ook de oplaadbare verlichting, helemaal rondom. Daarnaast hebben we in samenwerking met BouwTag, de bedenkers van BouWatch, een track & trace-systeem ontwikkeld waarbij de fiets als die kwijt of gestolen is, door een professionele opsporingsdienst wordt opgespoord. Dus naast veiligheid voor de fietser is onze productontwikkeling ook nadrukkelijk gericht op veiligheid voor de fiets.’*

Doordacht en gestructureerd

Bypoint blijft innoveren en met nieuwe oplossingen komen. Niet alleen voor de Nederlandse markt, maar ook daarbuiten. Sterker nog, in Duitsland zijn de eerste winkels al aangesloten. *‘Dat is een soort pilot’, licht Joris toe. ‘We willen wat meer gevoel krijgen bij de internationale markt, te beginnen met Duitsland. Hoe wordt er gekeken naar fietsveiligheid en hoe kunnen we onze producten daar nu het best introduceren? Tegelijkertijd verkennen we ook de mogelijkheden in België.’* Het afgelopen jaar lag de focus van Bypoint met name op productontwikkeling en de sales in Nederland. De komende periode wil de Asser start-up de internationalisering actiever gaan vormgeven. Hoewel het aan kansen niet ontbreekt, benadrukt Joris dat het heel zorgvuldig en stapsgewijs moet gebeuren. *‘Bijna elk land vraagt weer om een andere strategie. Op allerlei vlakken zijn er tal van zaken waar je rekening mee moet houden voordat je een buitenlandse markt betreedt.’*

Zorgvuldige voorbereiding

Met andere woorden: als je als mkb-bedrijf met je product of dienst de grens over gaat of dat wilt gaan doen, vereist dat een zorgvuldige voorbereiding. Vandaar dat Joris zijn internationale ambitie al in een vroeg stadium aan IBDO, waarmee hij nog regelmatig contact had, kenbaar maakte. Nou, dan moet je zeker een keer met Han Smidt, onze adviseur Internationaliseren, om tafel, kreeg hij als reactie. Dat is ook gebeurd en sindsdien ontmoeten ze elkaar frequent en helpt Han Bypoint waar nodig om de juiste stappen op de internationale markt te zetten. Als adviseur, maar vooral ook als sparringpartner. *‘Han heeft een schat aan ervaring in de internationale handel en weet exact voor welke vragen en uitdagingen we staan’, betoogt Joris. ‘Al tijdens het eerste gesprek kwam hij met een flinke waslijst aan handige tips en aandachtspunten. Over wet- en regelgeving, exportmarketing, het vertalen van communicatiemiddelen en de eisen voor je administratie als je zakendoet met andere EU-landen. Het zijn soms kleine dingen, maar ze kunnen grote impact hebben.’*

Potentiële nieuwe markten

De samenwerking tussen de adviseur Internationaliseren en Bypoint blijft niet beperkt tot advies alleen. Zo bracht Han het bedrijf ook in contact met NHL Stenden voor het verrichten van onderzoek naar potentiële nieuwe markten. Daar zijn al een aantal interessante landen uit voortgekomen, waaronder Denemarken en Spanje. *‘Het is voor ons met name belangrijk om te weten hoe je de producten moet distribueren en op een slimme manier een voet tussen de deur krijgt’, stelt Joris. ‘Ik heb de wijsheid niet in pacht. Maar gelukkig word ik ondersteund door een goede groep mensen: een Raad van Advies, investeerders en andere betrokkenen zoals Han. Ik ben de enige founder, dus de beslissingen die ik nu neem hebben vaak grote gevolgen voor de lange termijn. Dan is het prettig om mensen om je heen te hebben die al die dingen al eens hebben meegemaakt.’*

• Colofon

Dit rapport is een publicatie van:

[Rijksdienst voor Ondernemend Nederland](#)

Prinses Beatrixlaan 2 | 2595 AL Den Haag

Postbus 93144 | 2509 AC Den Haag

De Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO) stimuleert duurzaam, agrarisch, innovatief en internationaal ondernemen. Met subsidies, het vinden van zakenpartners, kennis en het voldoen aan wet- en regelgeving. RVO werkt in opdracht van ministeries en de Europese Unie. RVO is een onderdeel van het ministerie van Economische Zaken.

• Foto voorpagina

TNO

Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan onder voorwaarde van de bronvermelding. Deze publicatie is tot stand gekomen in opdracht van het ministerie van Buitenlandse Zaken en in samenwerking met de TINL-partners.

De TINL-partners hebben een unieke positie als uitvoeringsinstrument van Rijk en Regio. Zij versterken de innovatie- en concurrentiekracht in hun regio en vervullen een rol bij het ontwikkelen van (internationale) ecosystemen, bovenregionale samenwerking en het versnellen van maatschappelijke transitie. Ook dragen de TINL-partners bij aan het geïntegreerd inzetten van innovaties, investeringen en export voor (internationale) ecosysteemontwikkeling.

Een krachtig publiek netwerk dat het verdienvermogen van Nederland versterkt.



Ministerie van Buitenlandse Zaken

Bijlage 1

Kwalitatieve data TRP-cijfers en conclusie

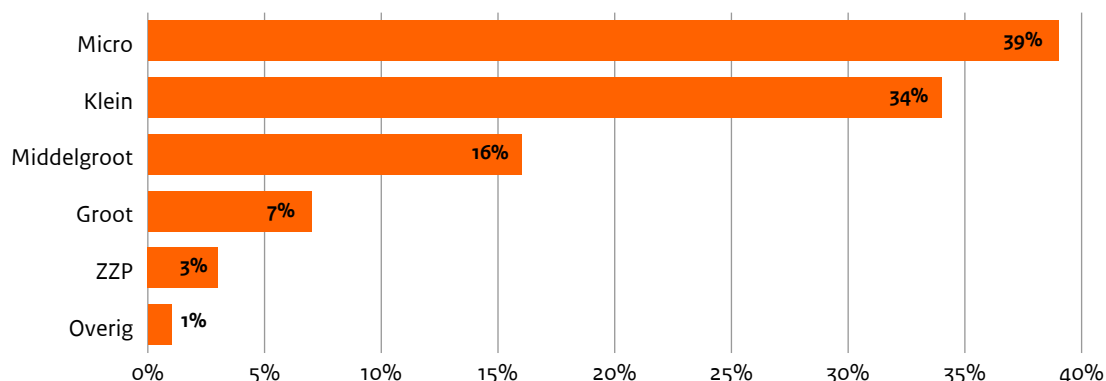
In de bijlage presenteren we een weergave van de kwantitatieve data die uit de gesprekken zijn verzameld. Alle TRP-gesprekken, gerealiseerde dienstverlening, uitgevoerde handelsmissies, beurzen en evenementen worden zorgvuldig geregistreerd in het Achilles-systeem.

Op basis van de geregistreerde gegevens kunnen we de volgende conclusies trekken:

- Het TRP richt zich specifiek op het mkb, met als doel ten minste 70% van de betrokken bedrijven te bereiken. In 2024 valt meer dan 90% van de bezochte bedrijven onder middelgrote, kleine en micro-ondernemingen, zoals gedefinieerd door de Europese Commissie⁸ (zie figuur A pagina 41).
- Ongeveer 90% van de betrokken bedrijven bestaat uit ondernemingen die ouder zijn dan drie jaar, gebaseerd op de oprichtingsdatum geregistreerd bij de Kamer van Koophandel. Dit percentage wordt elkaar jaar hoger, wat aangeeft dat we steeds meer “volwassen” bedrijven spreken (zie figuur B pagina 41).
- Nationaal gezien bevinden de meeste bezochte bedrijven zich in de topsector High Tech Systemen en Materialen (HTSM), met 23%, gevolgd door ICT (15%) en de Creatieve Industrie (15%) (zie figuur C pagina 41). Het overgrote deel van de bedrijven (ongeveer 71%) hanteert het B2B-businessmodel.
- Ongeveer 73% van de bezochte bedrijven is al op enige manier actief internationaal, terwijl 28% nog niet actief is, maar wel de ambitie heeft of concrete stappen heeft gezet richting internationalisering (zie figuur D pagina 42).
- De belangrijkste reden voor ondernemers om te internationaliseren is de beperkte grootte van de Nederlandse afzetmarkt (41%), gevolgd door de uitbreiding naar bestaande en nieuwe markten (23%), en het feit dat veel bedrijven vanaf de oprichting al internationaal actief zijn (19%) (zie figuur E pagina 42).
- De voornaamste regio's voor internationalisering zijn Europa (49%), Noord-Amerika (19%) en Azië (18%) (zie figuur F pagina 42).
- De belangrijkste markten waarin bedrijven momenteel actief zijn, zijn Duitsland (49%), België (33%) en de Verenigde Staten (25%) (zie figuur G1 pagina 43).
- Ondernemers beschouwen Duitsland (45%), de Verenigde Staten (28%) en Frankrijk (25%) als de meest interessante exportbestemmingen voor groei, met een mix van uitbreiding in bestaande markten en verkenning van nieuwe markten. Opvallend ten opzichte van vorig jaar is dat Frankrijk de derde plaats heeft ingenomen, ten koste van België (zie figuur G2 pagina 43).
- Ondernemers geven aan dat zij vooral behoefte hebben aan overheidssteuning voor toegang tot (buitenlandse) netwerken en contacten (25%) om (samenwerkings)partners en leads te vinden. Daarnaast is er behoefte aan georganiseerde (economische) missies (11%) en beurzen (9%). Opvallend is dat ondernemers dit jaar aangeven meer behoefte te hebben aan beurzen, omdat vorig jaar de vraag naar matchmaking op de derde plaats stond (zie figuur H pagina 44).
- In 2024 werden de meeste diensten geleverd op het gebied van het verkrijgen van informatie (55%) en het faciliteren van toegang tot zakelijke contacten en netwerkpartners (35%) (zie figuur I pagina 44).

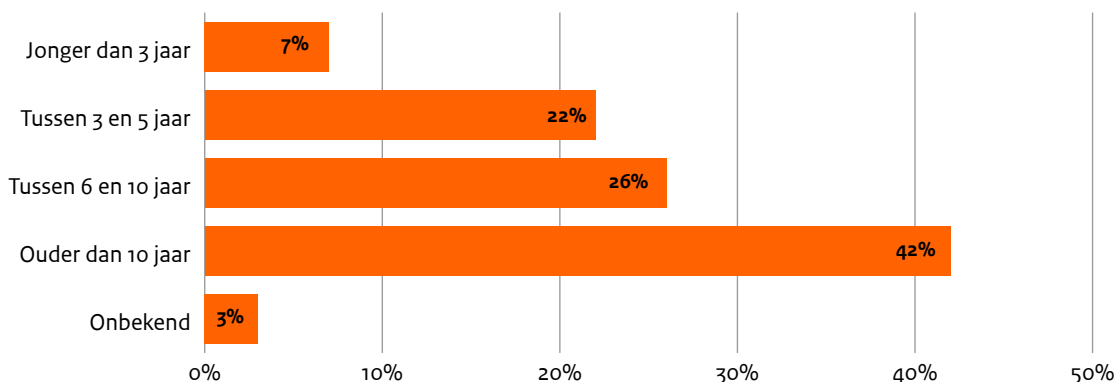
⁸ OJ L 124, 20.5.2003, p. 36-41 https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-definition_en

Figuur A Verdeling naar bedrijfsgrootte, in %



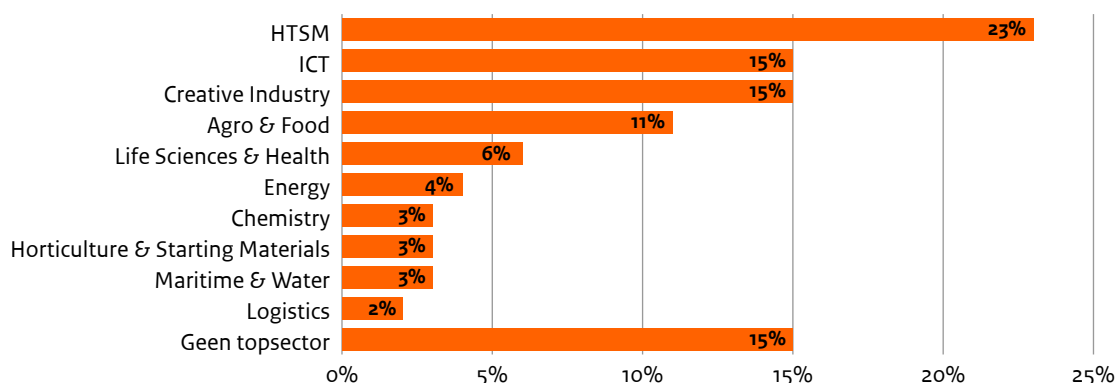
NB. Voor het bepalen van de bedrijfsgrootte van een bedrijf baseren we ons op het aantal werkzame personen zoals geregistreerd bij de KVK. Van ongeveer 1% van de bezochte bedrijven is de bedrijfsgrootte onbekend. Voor de meesten is niet bekend in het Handelsregister om hoeveel werkzame personen het gaat in de betreffende KVK-inschrijving. Enkele bezochte bedrijven staan (nog) niet ingeschreven bij de KVK.

Figuur B Verdeling naar bedrijfsleeftijd in jaren, in %



NB. Voor het bepalen van de leeftijd van een bedrijf baseren we ons op de oprichtingsdatum zoals geregistreerd bij de KVK. Van ongeveer 3% van de bezochte bedrijven is de bedrijfsleeftijd onbekend. Voor de meesten geldt dat de bedrijven (nog) niet ingeschreven staan bij de KVK.

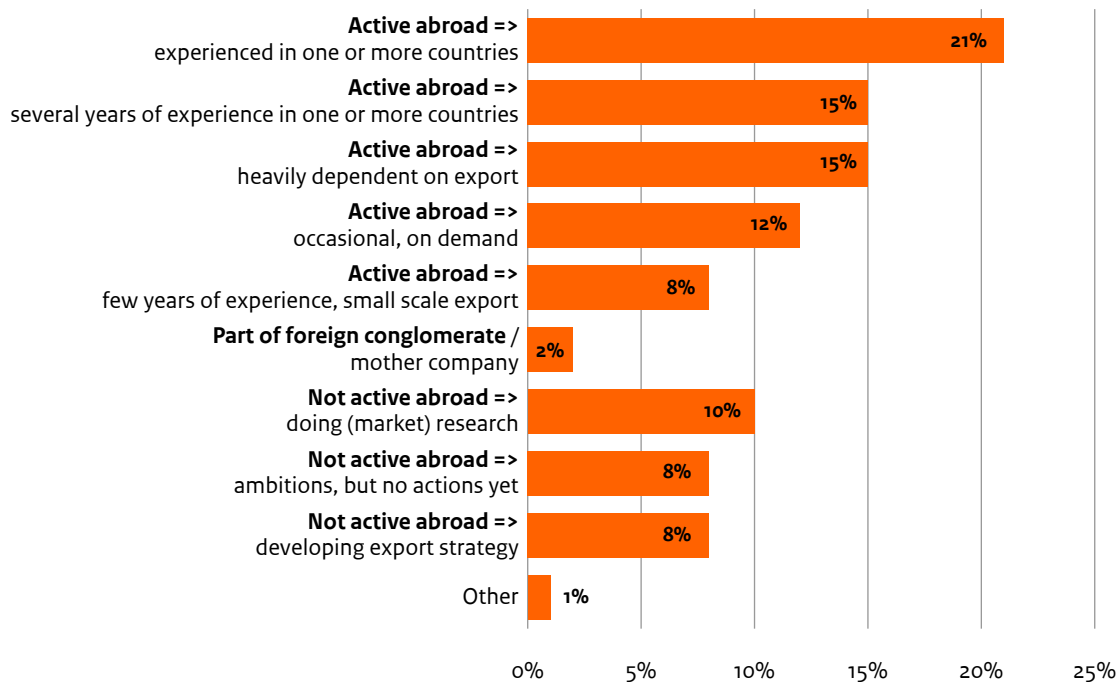
Figuur C Verdeling naar (top)sectoren, in %



NB. Ongeveer 15% van de bezochte bedrijven behoort niet tot een topsector⁹.

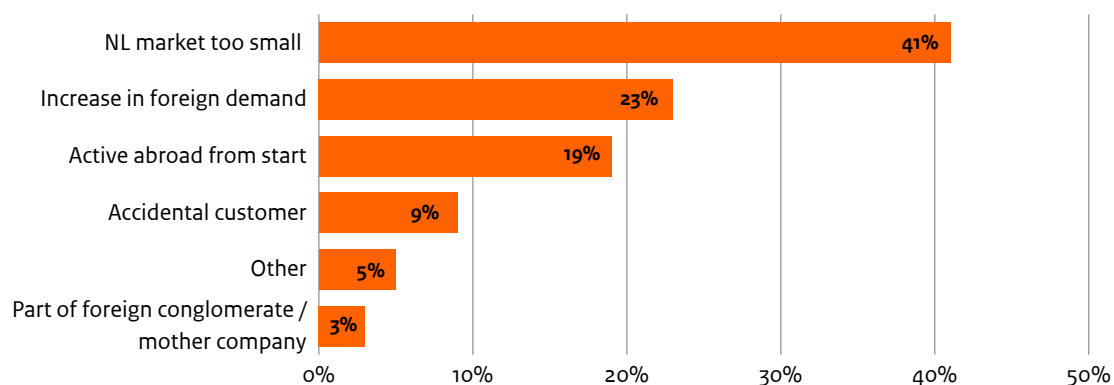
⁹ Topsectorenbeleid. In 2011 werd het topsectorenbeleid geïntroduceerd. Topsectoren zijn de sectoren waarin Nederland internationaal uitblinkt en waar extra op wordt ingezet om de Nederlandse kenniseconomie te stimuleren. In de topsectoren werken bedrijven, wetenschap en de overheid samen aan innovatie en kennisdeling. De topsectoren zijn: Agri & Food, Chemie, ICT, Creatieve Industrie, Energie, Life Sciences & Health (LSH), Logistiek, Hightechsystemen en Materialen (HTSM), Tuinbouw en Uitgangsmaterialen, Water & Maritiem (zie: <https://www.topsectoren.nl/>).

Figuur D Verdeling naar mate van internationalisering, in %

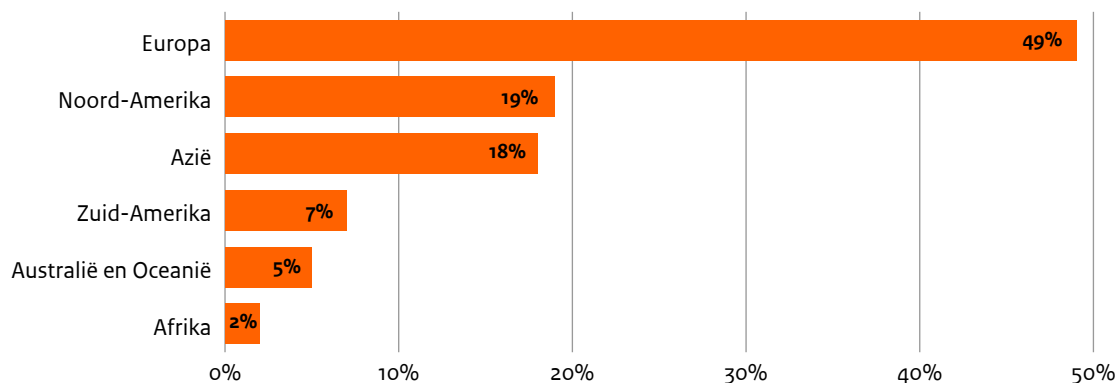


NB. Van ongeveer 1% van de bezochte bedrijven is de mate van internationalisering onbekend.

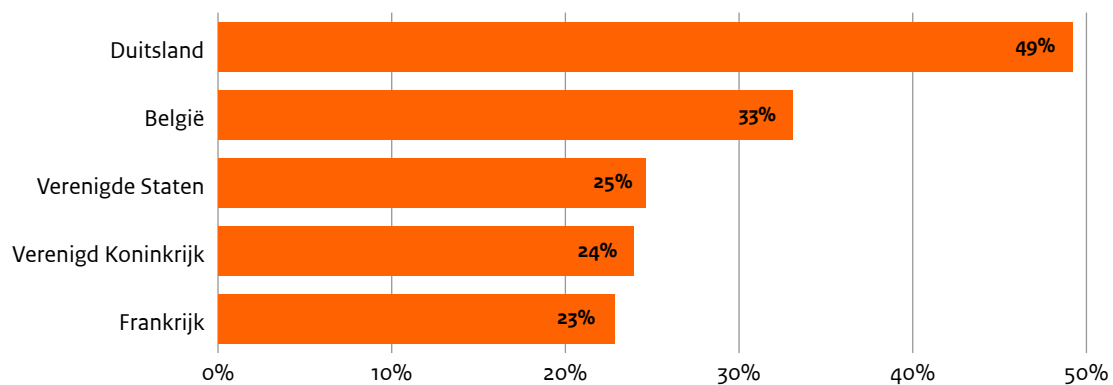
Figuur E Meest genoemde motieven voor internationalisering, in %



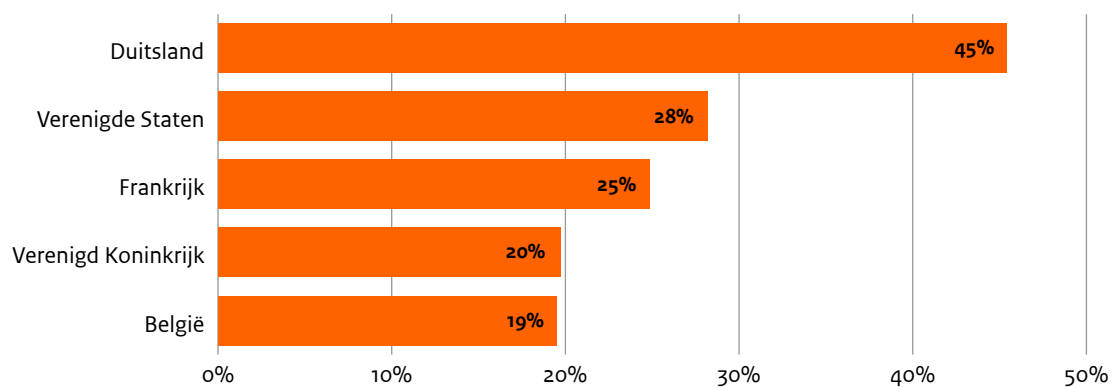
Figuur F Continenten waarin bedrijven internationaal actief zijn, in %



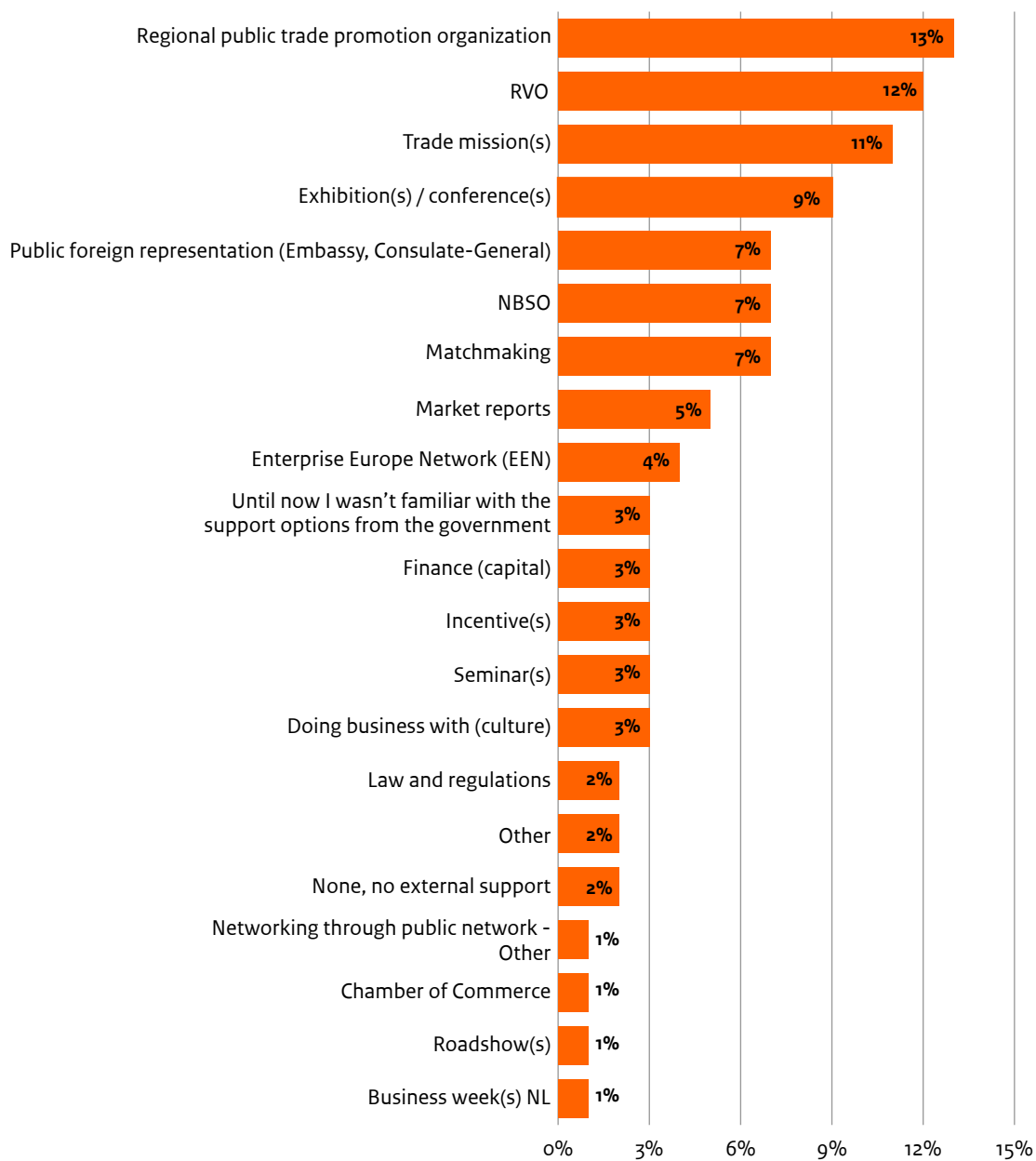
Figuur G.1 Top 5 huidige afzetmarkten wereldwijd, in %



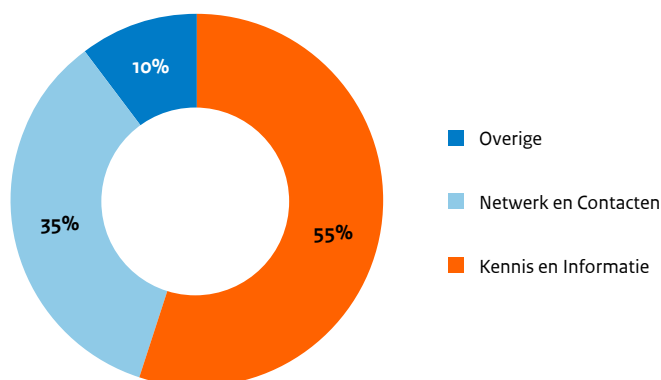
Figuur G.2 Top 5 groeimarkten wereldwijd, in %



Figuur H Gewenste overheidsdiensten, in %



Figuur I Gerealiseerde diensten (services), in soorten en %



Bijlage 2

Overzicht van samenwerkingen tussen onderwijsinstellingen en mkb-bedrijven per thema

Dit jaar hebben we aan de bezochte bedrijven gevraagd op welke terreinen zij samenwerken met kennis- en onderwijsinstellingen. Deze samenwerkingen zijn gericht op het bevorderen van innovaties in verschillende sectoren, zoals duurzame landbouw, medische technologieën, circulaire economie en energie. De focus ligt op R&D, marktontwikkeling en het ontwikkelen van technologische oplossingen voor mondiale uitdagingen. De partnerschappen tussen kennis- en onderwijsinstellingen en bedrijven omvatten een breed scala aan projecten en technologieën. Deze samenwerkingen spelen een rol in het versnellen van technologische vooruitgangen en het aanpakken van de belangrijkste maatschappelijke vraagstukken. Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- **HvA:** Lokaal voedsel, biologische drankjes, luchtkwaliteitsmonitoring via satellietdata.
- **TU Eindhoven:** Lithium-ion batterijen, AI-technieken, marktonderzoek, robotdemontage, brandstofcellen, software voor voorraadbeheer, akoestisch onderzoek, luchtvaartonderhoud, fotonica, 3D-printen, logistieke oplossingen.
- **TU Delft:** Lithium-ion batterijen, bamboevezels, methaanmeting, prefab woningen, bouwontwerpen, betonrecycling, circulaire oplossingen, AI-gegenereerde data, heupairbags.
- **WUR:** Duurzaam landbouwbeheer, CO₂-recyclingtechnologie, palmolieproject, eiwittransitie, plantaardige ingrediënten, spirulina-productie.
- **VU:** Organische drankjes, slimme verlichting, platform voor luchtkwaliteitsdata, immunologische doorbraken.
- **UVA:** Slimme verlichting, eye-tracking technologie.
- **HAN:** Luchtveringsystemen, duurzame afvalverwerking, biotechnologische validatie.
- **NHL Stenden:** Industriële chemicaliën, prefab bouw-AI, anatomie-app, premium jachtuitrusting, landbouwtechniek, röntgenbodyscanners, waterzuivering, internationalisering en marktonderzoek, biopharma, speciale machines.
- **Universiteit Maastricht:** Data science, medische technologieën, verwarmde handschoenen.
- **TU Wageningen:** Optimalisatie van de voedselindustrie, AI, plantaardige voedingsingrediënten, verticale boerderijen, innovatieve landbouw.
- **Universiteit Gent:** Plantaardige ingrediënten en eiwitten, lab-scale testen.
- **Fontys Venlo:** Webgebaseerde landbouwautomatisering, marktonderzoek, robotdemontage.
- **TNO/Syntens:** Hoogwaardige ophangsystemen, vacuümtechnologie, offshore liften, zonne-energie software, exoskeletten, FSO-systemen.
- **Aeres Dronten:** Geitenijs, zaadteeltadvies, landbouwmachines, autonome machines.
- **Universiteit Twente:** Medische technologieën, CO₂-verwijdering, vliegtuigonderhoud, medische hulpsoftware.
- **Windesheim:** Energieovergang, IT-ontwikkeling, marktonderzoek.
- **Hanzehogeschool:** Landbouwtechniek, waterstofvalleien.
- **Erasmus Rotterdam:** Strategisch advies maritiem, orthopedische technologieën, medische diagnostiek.
- **HAS Den Bosch:** Schoonkamer renovatie, weerinstrumenten, landbouwoplossingen.
- **Radboud Nijmegen:** Data management, biomarker assays, IVD medische producten.
- **Leiden University:** Potty training onderzoek, zwangerschapsbh-innovatie.
- **Rijksuniversiteit Groningen:** Eco-vriendelijke energieopslag, AI-productontwikkeling.

De TINL-partners hebben een unieke positie als uitvoeringsinstrument van Rijk en Regio. Zij versterken de innovatie- en concurrentiekracht in hun regio en vervullen een rol bij het ontwikkelen van (internationale) ecosystemen, bovenregionale samenwerking en het versnellen van maatschappelijke transities. Ook dragen de TINL-partners bij aan het geïntegreerd inzetten van innovaties, investeringen en export voor (internationale) ecosysteemontwikkeling.

Een krachtig publiek netwerk dat het verdienvermogen van Nederland versterkt



Rijksdienst voor Ondernemend
Nederland

