



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Global trade & the Dutch hub: understanding variegated forms of embeddedness of international trade in the Netherlands: clothing, flowers, and high-tech products

Levelt, M.

Publication date
2010

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Levelt, M. (2010). *Global trade & the Dutch hub: understanding variegated forms of embeddedness of international trade in the Netherlands: clothing, flowers, and high-tech products*. Uitgeverij BOXPress.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Samenvatting

Nederland staat erom bekend een handelsland te zijn: een plek waar goederenstromen van over de hele wereld samenkomen en waarvandaan goederen over Europa en de wereld worden gedistribueerd. De kracht van Nederland als handelsland wordt regelmatig geïllustreerd aan de hand van het hoge en groeiende wederuitvoercijfer van Nederland (ESB-Dossier, 2003, WRR, 2003, Kusters and Verbruggen, 2001, Mellens et al., 2007). Bij wederuitvoer worden goederen uitgevoerd die eerder zijn ingevoerd. Zonder enige noemenswaardige industriële bewerking verlaten deze ingevoerde goederen ons land. Het enige wat er werkelijk met deze goederen gebeurt in Nederland is eigendomsoverdracht: de goederen komen in het bezit van een Nederlands ingezetene en vervolgens in dat van iemand in het buitenland. Wederuitvoer is daarmee iets wezenlijks anders dan doorvoer, waarbij geen sprake is van eigendomsoverdracht.

De groeiende wederuitvoer heeft, zoals gezegd, de aandacht van veel onderzoekers en beleidsmakers getrokken. Om het hoge percentage wederuitvoer – ondertussen al meer dan de helft van onze totale uitvoer – te verklaren, wordt vaak gewezen op onze gunstige ligging aan zee, onze havens, achterlandverbindingen en onze handelsgeest. Hoewel dit allemaal relevante aspecten ter verklaring van wederuitvoer lijken, ontbreekt in deze verklaringen een helder zicht op de werkelijke activiteiten die schuil gaan achter wederuitvoer en daardoor geven ze ons onvoldoende houvast bij het interpreteren van de wederuitvoercijfers. Met name is het onduidelijk in hoeverre we in Nederland als handelsland afhankelijk zijn van beslissingen die elders worden genomen of dat we ook coördinatie en bestuursfuncties uitvoeren die andere gebieden juist afhankelijk maken van ons. Zonder kennis van de activiteiten die schuilgaan achter wederuitvoer is het lastig het hoge wederuitvoercijfer in specifieke gevallen te verklaren en, met het oog op beleid, te begrijpen hoe die wederuitvoer met Nederland is verbonden en die verbondenheid of inbedding mogelijk door beleid is te stimuleren.

Onderzoeksvragen

In dit onderzoek is geprobeerd om meer zicht te krijgen op de aan wederuitvoer gerelateerde handelsactiviteiten en hun inbedding in Nederland. Uitgangspunt van het onderzoek was de gedachte dat verschillende typen goederen en verschillende typen handelsactiviteiten op een verschillende manier met Nederland zouden zijn verbonden. Meer concreet is uitgegaan van drie basistypen van handelsactiviteiten en daarmee drie typen handelsknooppunten die voor wederuitvoer kunnen zorgen. Ten eerste kan een handelsknooppunt een plek zijn waar vraag en aanbod door distributieve activiteiten samenkomen. Dit is het geval wanneer door bijvoorbeeld Europese distributiecentra goederen worden geïmporteerd en vervolgens worden geëxporteerd naar markten in Europa. De distributiecentra zijn puur logistieke schakels, koop- en verkoopafspraken worden elders gemaakt. Een heel ander type handelsknooppunt ontstaat als vrager en aanbieder en de te verhandelen goederen elkaar fysiek treffen in het handelsknooppunt. Dit is bijvoorbeeld het geval in de bloemenhandel waar in Aalsmeer handelaren en bloemen van over de hele wereld bij elkaar komen. Er is sprake van een fysieke marktplaats. Een derde vorm van een handelsknooppunt is een knooppunt waar handelaren geconcentreerd zijn: een knooppunt in handelsnetwerken. Handelaren organiseren de verbinding tussen markten en importeren en exporteren daarbij goederen via hun handelsnetwerk.

Dit onderzoek beantwoordt drie vragen met betrekking tot de wederuitvoer en concentratie van handel in Nederland.

- (1) Welke handelsactiviteiten en handelsrol ligt er achter de wederuivoercijfers van Nederland en in hoeverre speelt Nederland een rol van coördinatie en bestuurscentrum van handel in internationale waardeketens?
- (2) Door welke processen zijn deze handelsactiviteiten met Nederland verbonden en in hoeverre zijn ze dat op zo'n manier dat ze lastig zijn te verplaatsen?
- (3) Wat zijn, in het licht van de antwoorden op de eerste twee vragen, de sterkten en zwakten van Nederland als internationaal handelsland?

Dit onderzoek laat de veelvormigheid zien van de inbedding van handelsactiviteiten en wederuitvoer in Nederland in de drie hiervoor genoemde typen handelsknooppunten. Het laat ook zien dat lang niet elk type activiteit dat wederuitvoer genereert even sterk met Nederland is verbonden: sommige activiteiten lijken veel eenvoudiger te verplaatsten dan anderen. Er zijn dus verschillende sterkten en zwakten aan te wijzen in de rol van Nederland als internationaal handelsknooppunt. Omdat handel zo verschillend met Nederland is verbonden en er zulke verschillende redenen voor het ontstaan van een knooppunt in Nederland zijn, is een veel nauwkeuriger en case

specifiekere bestudering van Nederland als internationaal handelsland nodig. Pas dan kunnen wederuitvoercijfers en veranderingen daarin goed geïnterpreteerd worden en kan veel gericht beleid geformuleerd worden ter bevordering van één of meer specifieke handelsrollen in internationale waardeketens.

Theorie en methodologie

In dit onderzoek is wederuitvoer gezien als een activiteit in langere waardeketens die lopen van het ontwerp en grondstoffen van producten tot eindproducten bij de consument. De waardeketen is in dit onderzoek niet strikt lineair opgevat: alle schakels in de keten kennen verschillende horizontale en verticale verbanden met actoren uit de eigen keten en uit andere ketens zodat eigenlijk sprake is van netwerken. Deze waardeketens omspannen vaak verschillende landen. Zo kan ontwerp van een product in de Verenigde Staten plaatsvinden, terwijl in China wordt geproduceerd, in Nederland de logistiek en voorraadbeheer worden uitgevoerd, en in heel Europa geconsumeerd. Het gaat dus om wereldwijde ketens of netwerken van activiteiten die met elkaar zijn verbonden.

De termen waarin globalisering over het algemeen wordt neergezet – deterritorialisering en wereldwijde concurrentie tussen gebieden – lijkt te veronderstellen dat elke schakel in een keten of netwerk, dus ook die van handel en wederuitvoer, slechts licht of in het geheel niet is verbonden met het gebied waarin zij plaatsvindt. Dit hoeft echter niet het geval te zijn. Centraal in dit onderzoek staat het begrip *territorialization* van Storper (1997). Volgens Storper zijn activiteiten die afhankelijk zijn van gebiedsspecifieke bronnen (*territorially specific resources*) niet zo eenvoudig naar elders te verplaatsen. Gebiedsspecifieke bronnen kunnen gerelateerd zijn aan unieke lokaal aanwezige kennis, of aan niet meer in te halen schaalvoordelen, infrastructuren, of unieke, met de lokale geschiedenis verbonden (complementaire) instituties.

Hoewel locatiespecifieke factoren belangrijk zijn om te begrijpen hoe sterk een handelsactiviteit op een plek is ingebed, is het nog niet per se zo dat een activiteit die niet is gebaseerd op unieke, moeilijk te imiteren kenmerken heel eenvoudig is te verplaatsen. Om dit te begrijpen is naar de relaties in de waardeketen gekeken waarin handelsactiviteiten plaatsvinden. Wanneer er door een buitenlands bedrijf grote investeringen zijn gepleegd in een locatie om bijvoorbeeld logistieke activiteiten mogelijk te maken, zullen die investeringen in ieder geval tijdelijk de activiteiten aan een plek binden. Ook investeringen in persoonlijke relaties die het mogelijk maken om handel te drijven, kunnen ervoor zorgen dat het erg kostbaar is om handelsactiviteiten te verplaatsen en op andere handelspartners over te stappen. Behalve naar locatiespecifieke kennis- en productiefactoren, is dus ook naar de relaties tussen partners in de

waardeketen gekeken om te begrijpen door welke processen handelsactiviteiten met Nederland zijn verbonden en er zijn ingebed.

Op basis van Storper's (1997) werk is ook een onderscheid te maken in verschillende productiewerelden die elk eigen kenmerken hebben wat betreft de input die nodig is om het product te maken (gespecialiseerde middelen versus gestandaardiseerde inputs) en de markten waarop een product zich richt (specifieke, onzekere versus generieke, voorspelbare markten). Dit onderscheid is in dit onderzoek gebruikt om te begrijpen welke rol handel in verschillende gevallen speelt en welke activiteiten er daarom mee zijn verbonden. Er werd verondersteld dat in elke productiewereld zoals Storper die onderscheidt – Interpersoonlijke Wereld, Wereld van Markten, Industriële Wereld, Intellectuele Wereld – andere factoren belangrijk zijn voor handel en om het voorkomen van een handelsknooppunt te verklaren.

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden is een literatuur- en documentenstudie gedaan naar de rol van internationale handel in het Nederlandse economische beleid en zijn drie cases onderzocht van internationale handel en wederuitvoer door Nederland: kleding, snijbloemen en high-tech consumentenproducten. Ruim zeventig personen die werkzaam zijn in de handel in deze producten zijn geïnterviewd over de organisatie van de waardeketen, de handelsactiviteiten van hun bedrijf/ voor dit product in Nederland, en hun relatie met en locatie in Nederland (personeel, kennis, andere organisaties). Naast de interviews vond er ook voor de casestudies een uitgebreide literatuurstudie en (beleids)documentenanalyse plaats. Het onderzoek is, waar mogelijk, met statistische gegevens ondersteund.

De kracht van het Nederlandse handelsknooppunt

Uit een analyse van het Nederlandse beleid op het gebied van handel en distributie blijkt dat handel, verrassend genoeg, niet heel veel aandacht heeft gehad als een op zichzelf staande sector. Handel is vooral gestimuleerd door de promotie van Nederland als distributieland. Recentelijk heeft in dat kader vooral de ontwikkeling van logistieke kennis in Nederland de aandacht gekregen. De casestudies van de handel in high-tech producten en kleding door Europese distributiecentra in Nederland, laten zien dat het nog maar de vraag is of de ontwikkeling van kennis op het gebied van logistiek en distributie ook leidt tot het aantrekken van fysieke stromen.

Kleding: snelheid en flexibiliteit

De casestudy van kleding is vooral gericht geweest op *privatlabel*bedrijven. Dat zijn bedrijven die in opdracht van andere bedrijven, bijvoorbeeld winkelketens, postorderbedrijven of kledingmerken, de productie van kleding in het buitenland

organiseren en in meerdere of mindere mate ook het ontwerpproces van deze bedrijven overnemen. De private label bedrijven spelen de klassieke rol van de handelaar als verbinding tussen werelden. De handel door deze bedrijven is dan ook gekozen als een voorbeeld van een knooppunt in een handelsnetwerk.

Handelaren in deze keten brengen snelheid, flexibiliteit en zekerheid in de waardeketen van kleding. Dit is nodig omdat productie in het buitenland vaak lastig is te organiseren door culturele verschillen en communicatieproblemen. Ze coördineren dus delen van de waardeketen, maar zijn tegelijkertijd sterk afhankelijk van beslissingen die elders in de waardeketen of het netwerk worden genomen: namelijk om te werken met een private label in plaats van de organisatie van productie zelf ter hand te nemen.

Anders dan gedacht spelen lokale kennisuitwisseling en positieve externe effecten van clustering eigenlijk geen rol voor het functioneren van private labels. De kracht van de Nederlandse private labels kan vooral door historische ontwikkelingen en kenmerken van de Nederlandse vraagmarkt worden verklaard. De gebondenheid aan Nederland van deze handel lijkt zwak en moeilijk te beïnvloeden, vooral doordat er geen beslissingsmacht zit bij de handelaren in Nederland. Veranderingen in de organisatie van de waardeketen van kleding, zoals een toenemende integratie van activiteiten door bedrijven, beïnvloeden sterk het bestaansrecht van deze bedrijven in Nederland.

Snijbloemen: grote keuze, efficiënte logistiek en superieure kennis

De casus van snijbloemen is in dit onderzoek gekozen als hét voorbeeld van handel door een gecentraliseerde marktplaats: op de Nederlandse veilingen komen vraag en aanbod iedere dag letterlijk bij elkaar. Exporteurs en importeurs kopen er een rijk assortiment bloemen van duizenden kwekers die meestal maar een paar variëteiten kweken.

Op de centrale marktplaats die de veilingen zijn, gelden heel sterk alle externe schaalvoordelen die ontstaan door clustering: het maakt de logistiek efficiënt van een product dat veelal in monoculturen wordt geproduceerd, maar in een rijk assortiment wordt verkocht aan de eindconsument. Ook lokale kennisvoordelen blijken hier een belangrijke verklaring voor de voortdurende kracht van deze centrale marktplaats, zelfs in een tijd van toenemende buitenlandse productie en integratie in de keten: in en rond de Nederlandse veilingen ontmoeten handelaren en producenten elkaar en kan het best worden opgevangen hoe het met product- en prijsontwikkelingen staat. De buitenlandse handel is dus sterk afhankelijk van het assortiment dat aanwezig is op de Nederlandse veilingen en de kennis die de Nederlandse handelaren hebben. De handel in snijbloemen wordt daarmee sterk door Nederland beheerst en gecontroleerd en kan zeer lastig door een ander land worden overgenomen. De sterke verbondenheid van de handel in deze sector kan worden verklaard door de veelvormigheid van de verbondenheid: hij is zowel op schaalvoordelen als kennisvoordelen gebaseerd en op een lange historische ontwikkeling van infrastructuur en instituties die ervoor hebben gezorgd dat de

veilingen zo'n breed en diep assortiment tot op de dag van vandaag hebben weten samen te brengen.

High-tech consumentenproducten: kosten tellen

De wederuitvoer van high-tech producten door Nederland is voor dit onderzoek gekozen als een voorbeeld van een distributieknooppunt: wederuitvoer voor dit product verloopt eigenlijk uitsluitend via Europese distributiecentra van grote, internationale producenten. Er zijn maar een paar internationaal opererende distributeurs die als echte handelaar in deze producten kunnen worden gezien. Over het algemeen is de handel dus georganiseerd door nationaal opererende distributeurs en is Europese distributie in handen van grote producenten.

Deze casus laat zien dat het vooral infrastructuur, fiscale voordelen en een efficiënte douane zijn die distributiefuncties aantrekken: ze verlagen de kosten en vergroten de snelheid in de keten. De casus laat ook zien dat deze functies niet heel sterk aan Nederland zijn gebonden en sterk vanuit het buitenland worden aangestuurd: verplaatsing van deze activiteiten uit Nederland wordt continu overwogen. Gezien de manier waarop de distributie zowel door verladers als logistiek dienstverleners vanuit het buitenland wordt aangestuurd, is het nog maar de vraag of door logistieke kennisontwikkeling ook logistieke stromen zelf aan Nederland gebonden kunnen worden.

Een veelvormige handel, wederuitvoer en inbedding

Het onderzoek toont dat het zeer relevant is onderscheid te maken naar verschillende typen handelsknooppunten die achter de ogenschijnlijk eenduidige wederuitvoercijfers schuilgaan: verschillende typen knooppunten blijken anders in Nederland te zijn ingebed. Ook laat het onderzoek zien dat het interpreteren van de rol van een bepaald type knooppunt eigenlijk alleen goed kan als rekening wordt gehouden met het soort product dat wordt verhandeld en de manier waarop de keten is georganiseerd: we moeten dus kijken naar de langere keten of het netwerk waarin de handelsactiviteit plaatsvindt om te begrijpen aan welke krachten een bepaalde handelsactiviteit onderhevig is en welke ruimte er is om de rol die die activiteit speelt en de inbedding van die activiteit te versterken. Ten slotte leiden de inzichten uit dit onderzoek tot relativering van de waarde die gehecht moet worden aan stijgende of dalende wederuitvoercijfers: ze kunnen net zo goed een sterk aanpassingsvermogen laten zien van de handel als een sterker of zwakker wordende positie van Nederland als handelsland. Verder betekent een toename van wederuitvoer niet noodzakelijkerwijs dat ook de macht om internationale handel te controleren toeneemt, net zo min als een verlies van wederuitvoer per se zwakte uitdrukt. Het kan evengoed betekenen dat de

concurrentiekracht verschuift van fysieke afhandeling naar coördinatie en regie van handelsstromen en derhalve een teken zijn van een sterk aanpassingsvermogen van de economie aan internationale ontwikkelingen in de waardeketens van producten.