

Chinese investeringen in Europa en Nederland

Chinese investeringen in Europa zijn de afgelopen jaren sterk toegenomen. Relatief weinig van deze investeringen hebben echter in Nederland plaatsgevonden. Om in de toekomst nieuwe Chinese investeringen aan te trekken moet Nederland zich richten op een aantal specifieke functies en sectoren.

In de eerste week van november 2010 trok een Chinese handelsmissie naar Europa de nodige aandacht in Nederland. Onder leiding van president Hu Jintao is tijdens deze missie voor miljarden euro's aan handels- en investeringscontracten gesloten met Frankrijk. Tevens is afgesproken dat Franse en Chinese ondernemingen de komende jaren hun samenwerking zullen intensiveren op het gebied van luchtvaart, energie en petrochemie. Deze resultaten sluiten naadloos aan bij het beleid van de Chinese overheid om internationale samenwerking te bevorderen binnen strategisch belangrijke sectoren. Het roept dan ook vragen op wat de kansen zijn voor Nederland om dergelijke Chinese investeringen aan te trekken en in hoeverre de Chinese internationale investeringsstrategie aansluit bij focusgebieden voor economische ontwikkeling in Nederland, zoals onlangs bepaald door het Ministerie van Economie, Landbouw en Innovatie.

Chinese investeringen in Europa

De afgelopen jaren heeft China zich ontwikkeld tot een economische grootmacht. De Chinese economie groeit onverminderd explosief. Het land heeft vorig jaar zelfs de positie van grootste exporteur ter wereld overgenomen van Duitsland. Het groeiende belang van China en zijn integratie in de wereld-economie komt mede tot uitdrukking in de toenemende internationalisering van Chinese ondernemingen. Zo zijn de directe buitenlandse investeringen vanuit China recentelijk sterk toegenomen. Volgens UNCTAD (2009) bedroegen de totale uitgaande Chinese investeringen in 2009 ruim honderd miljard Amerikaanse dollar, goed voor 9,1 procent van de totale wereldwijde uitgaande directe investeringen. Ook het aantal door Chinese ondernemingen nieuw opgezette dochterondernemingen in Europa, zogenoemde *greenfield*-investeringen, nam sinds 2004 sterk toe, zoals blijkt uit figuur 1. Het is een opvallend en interessant gegeven dat van alle Chinese *greenfield*-investeringen in Europa in de periode 1997–2008 slechts 3,8 procent in Nederland heeft plaatsgevonden. Van deze investeringen in Nederland kwam bijna tachtig procent terecht in de Randstad. Als zodanig neemt de

Randstad evenwel slechts drie procent van het totaal aantal Chinese *greenfield*-investeringen in Europa voor haar rekening. Andere stedelijke regio's doen het in vergelijking met de Randstad aanzienlijk beter, zoals die rondom Londen, het Ruhrgebied en Parijs (tabel 1).

Naast het locatiespecifieke karakter van de Chinese *greenfield*-investeringen valt ook op dat het merendeel van de investeringen in Europa plaatsvindt in de machine- en elektronische-apparatenindustrie (35 procent), vervoer en communicatie (achtien procent) en financiële en zakelijke dienstverlening (elf procent), zoals weergegeven in figuur 2. In essentie komt deze verdeling overeen met de sectorale verdeling van de Chinese *greenfield*-investeringen in Nederland.

Uit figuur 3 blijkt voorts dat de Chinese *greenfield*-investeringen in Europa hoofdzakelijk hoogwaardige activiteiten betreffen, te weten verkoop- en marketingkantoren (53 procent) en hoofdkantoren (vijftien procent). Specifiek voor Nederland geldt dat naast deze twee typen vestigingen ook *greenfield*-investeringen in de logistieke sector een belangrijke rol spelen. Aansprekende voorbeelden van Chinese ondernemingen die zich de afgelopen jaren in Nederland hebben gevestigd, zijn Haier, Hisense, ZTE, Huawei en onlangs een van de grootste bedrijven ter wereld, de Industrial and Commercial Bank of China (ICBC). Deze ondernemingen zijn voornamelijk actief op het gebied van consumentelektronica, telecommunicatie en financiële dienstverlening.

MATTHIAS J. BRIENEN
Onafhankelijk onderzoeker

MARTIJN J. BURGER
Promovendus aan de
Erasmus Universiteit
Rotterdam

BAS KARREMAN
Universitair docent aan
de Erasmus Universiteit
Rotterdam

Tabel 1

Chinese *greenfield*-investeringen,
1997–2008.

| Positie | Regio | Aantal | Percentage |
|---------|--------------------|--------|------------|
| 1 | Londen | 73 | 18,3 |
| 2 | Ruhrgebied | 32 | 8,0 |
| 3 | Noordoost Engeland | 29 | 7,3 |
| 4 | Parijs | 17 | 4,3 |
| 5 | Vlaanderen | 14 | 3,5 |
| 6 | Hessen (Frankfurt) | 12 | 3,0 |
| | Randstad | 12 | |
| 8 | Noordoost Italië | 10 | 2,5 |
| | Noordwest Engeland | 10 | |
| 10 | Beieren (München) | 9 | 2,3 |
| | Birmingham | 9 | |
| | Boedapest | 9 | |
| | Hamburg | 9 | |

Bron: Brienen et al., 2010

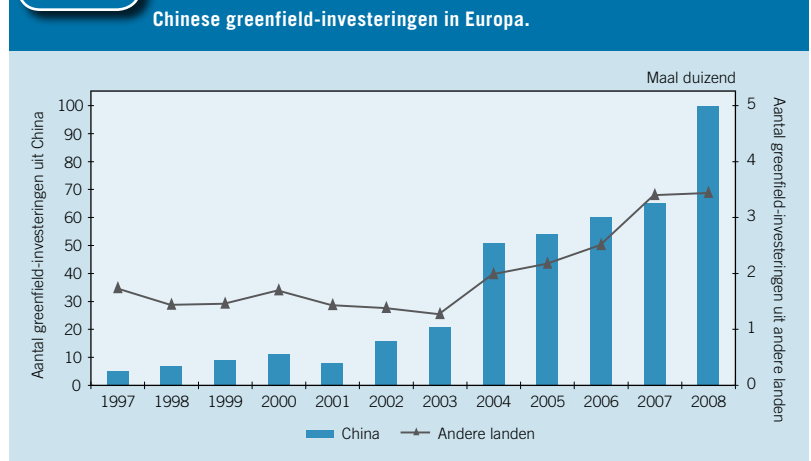
Locatiekeuze

Uit recent onderzoek van Brienen *et al.* (2010) blijkt dat Chinese bedrijven veelal nieuwe vestigingen in Europa opzetten om hun producten of diensten af te zetten en om marktspecifieke kennis en expertise op te doen. Chinese bedrijven laten de locatiekeuze voor nieuwe vestigingen in Europa afhangen van een palet aan nationale en regionale locatiefactoren. Een van de belangrijkste locatiefactoren is de hoogte van de vennootschapsbelasting op nationaal niveau. Dit is niet verwonderlijk aangezien Chinese bedrijven een hogere fiscale druk ervaren wanneer ze in Europa investeren. Dit verhoogt de gevoeligheid voor belastingdruk als belangrijke locatiekeuze-determinant voor Chinese bedrijven. Verklaringen voor regionale verschillen zijn die in de grootte van de afzetmarkt, de flexibiliteit van de arbeidsmarkt, het aandeel hoogopgeleiden in de beroepsbevolking en de bereikbaarheid van de regio. Met name de aanwezigheid van een grote internationale luchthaven blijkt essentieel voor het aantrekken van Chinese bedrijvigheid. Deze bevindingen komen overeen met de eerdere observatie dat Chinese greenfield-investeringen voornamelijk hoogwaardige activiteiten betreffen in kennisintensieve sectoren. Hoewel China nu nog sterk productiegeoriënteerd is, heeft het land de ambitie uitgesproken om binnen afzienbare tijd een kenniseconomie te worden. Directe buitenlandse investeringen zijn een manier om de benodigde kennis daarvoor in huis te halen.

Naast deze relatief bekende nationale en regionale locatiefactoren zijn er nog twee andere factoren die een belangrijke rol spelen in de locatiekeuze van Chinese ondernemingen in Europa. Ten eerste blijkt dat er een verband is tussen de omvang van de Chinese gemeenschap en het aantrekken van Chinese greenfield-investeringen op regionaal niveau (Brienen *et al.*, 2010). Deze bevinding is in lijn met de uitkomsten van Buckley *et al.* (2007), die veronderstellen dat landen met een grote Chinese gemeenschap relatief meer Chinese greenfield-investeringen aantrekken. De redenering hierachter is dat Chinese bedrijven gemakkelijk overschaduw kunnen worden door lokale bedrijven die betere kennis bezitten van de lokale markt. Voor Chinese bedrijven is deze kennis vaak duur en moeilijk te verkrijgen, wat de transactiekosten en ondernemersrisico's verhoogt. Via de Chinese diaspora, die functioneert als formeel en informeel kennis- en informatienetwerk, kunnen Chinese bedrijven gemakkelijker en goedkoper toegang krijgen tot lokale marktkennis (Rauch en Trindade, 2002). Daarnaast zijn deze Chinese gemeenschappen ook bronnen van specifiek menselijk kapitaal, zoals hoogopgeleide werknemers die bekend zijn met de Chinese taal en cultuur. Vooral voor hoofdkantoor- en verkoopfuncties, die vaak intensief contact met het moederland vragen, is de aanwezigheid van een dergelijke regionale arbeidspool een pre.

Ten tweede speelt bij elke locatiekeuze onzekerheid met betrekking tot de geschiktheid van de directe

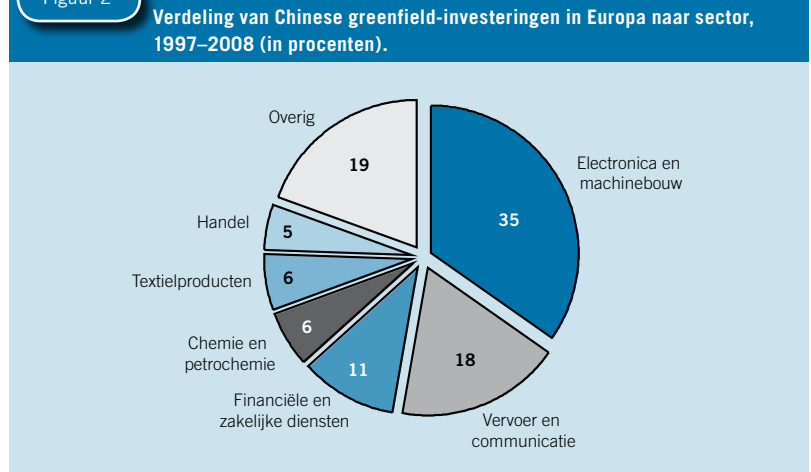
Figuur 1



Bron: Brienen *et al.*, 2010

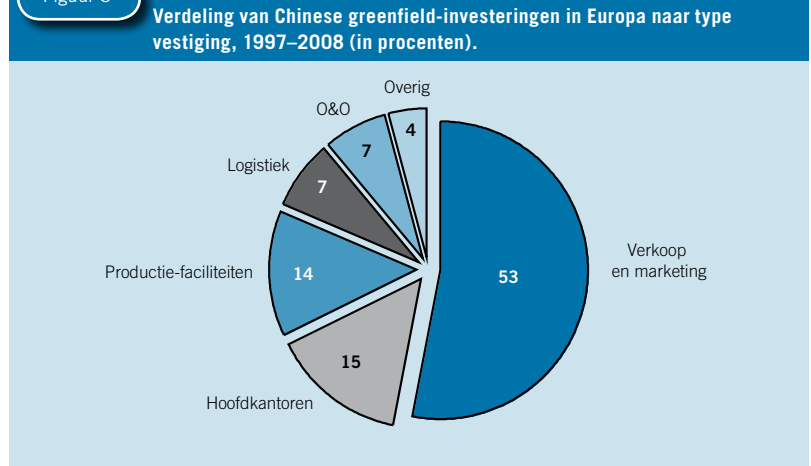
bedrijfsomgeving een rol. Deze onzekerheid wordt bepaald door verschillen in onder andere marktkenmerken, institutionele omgeving en cultuur tussen het thuisland en het gastland. Voorts maakt de onzekerheid in combinatie met een gebrek aan informatie dat ondernemingen die een nieuwe vestiging openen in het buitenland, geneigd zijn om andere bedrijven uit het thuisland, die eerder een vestiging in het buitenland hebben opgezet, te volgen in hun locatiekeuze (Loewendahl, 2001). Dit imitatiegedrag leidt ertoe dat regio's die in een vroegtij-

Figuur 2



Bron: Brienen *et al.*, 2010

Figuur 3



Bron: Brienen *et al.*, 2010

dig stadium investeringen ontvangen, in de daaropvolgende periode een disproportioneel groter aantal investeringen zullen aantrekken. De verwachting is aldus dat op termijn de ongelijkheid tussen regio's in het aantrekken van Chinese greenfield-investeringen verder zal toenemen.

Beleidsimplicaties

Op basis van de verwachting dat de groei van de Chinese economie de komende jaren verder doorzet, valt op te maken dat het aantal Chinese ondernemingen dat zich vestigt in Europa navenant zal toenemen. In dat verband is vanuit een beleidsperspectief de constatering belangrijk dat er invloed kan worden uitgeoefend op de mate waarin een land of regio aantrekkelijk is voor Chinese ondernemingen om in te investeren. Door Chinese investeringen in een vroegtijdig stadium aan te trekken, kunnen zowel landen als regio's een blijvend concurrentievoordeel creëren.

Bij het aantrekken van Chinese investeringen op de korte termijn zou het uitbouwen van regionale en sectorale sterkten van Nederland centraal moeten staan. Aangezien Nederland reeds een aantal Europese hoofdkantoren van Chinese ondernemingen heeft op het gebied van de elektronische-apparatenindustrie en daarnaast al aanzienlijke investeringen heeft aangetrokken op het gebied van logistieke en commerciële dienstverlening, zou het voor beleidsmakers op zowel nationaal als regionaal niveau interessant zijn om verder in te zetten op deze deelgebieden om functie- en sectorspecifiek imitatiegedrag te bevorderen. Bovendien zijn deze sectoren door het Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie inmiddels bestempeld als economische sterkten van Nederland. Dit betekent dat deze gebieden beschouwd dienen te worden als *unique selling point* van Nederland en de slagingskans om dergelijke investeringen binnen te halen relatief groot is. Daar Nederland traditiegetrouw een land met uitgebreide fiscale mogelijkheden is, kan het creëren van belastingvoordelen voor Chinese bedrijven een goede aanpak zijn om de locatiekeuze van Chinese ondernemingen op korte termijn te beïnvloeden. Beleidsmakers zouden hier ook kunnen denken aan het verstrekken van subsidies ter stimulering van het vestigingsklimaat.

Om ook op de lange termijn een aantrekkelijke locatie te blijven voor Chinese bedrijven om in te investeren, moet Nederland inzetten op de verbetering en consolidatie van een aantal strategische locatiefactoren. Ondanks de gunstige uitgangspositie van Nederland door zijn geografische ligging, hoogwaardige lucht- en zeehavens, hoogopgeleide beroepsbevolking en aantrekkelijk leefklimaat, komt uit enquêtes onder buitenlandse bedrijven naar voren dat Nederland minder goed scoort op het gebied van mobiliteit en bereikbaarheid (Ministerie van Economische Zaken, 2006). Vanuit het perspectief van de logistieke dienstverlening als *unique selling point* dienen dergelijke problemen te worden aangepakt. Tevens is het van belang om te blijven investeren in de leidende positie van Nederland met betrekking tot de kwaliteit van de kennisinfrastructuur en de beschikbaarheid van kenniswerkers om ook de commerciële dienstverlening en elektronische-apparatenindustrie optimaal te kunnen faciliteren. Een dergelijke strategie past ook in het huidige kabinetsbeleid met focusgebieden als hightech, logistiek en zakelijke dienstverlening.

Conclusie

Overheden van Europese regio's concurreren onderling op het aantrekken van directe buitenlandse investeringen, in het bijzonder uit grote opkomende economieën en nieuwe wervingsgebieden zoals China. Het beleid van deze overheden is er in het algemeen op gericht om zo veel mogelijk directe buitenlandse investeringen aan te trekken. Er wordt een concurrentiestrijd gevoerd op het hoogste niveau waarbij verschillende middelen worden ingezet. Naast bekende locatiefactoren zoals de grootte van de afzetmarkt, opleiding van werknemers, bereikbaarheid en fiscaliteit, spelen ook de aanwezigheid van een Chinese gemeenschap en imitatiegedrag een belangrijke rol in de locatiekeuze van Chinese ondernemingen. Gegeven de economische sterkten van Nederland en het profiel van Chinese multinationals die in Europa investeren, moet Nederland zich vooral richten op het aantrekken van functies zoals hoofdkantoren, verkoopvestigingen en logis-

tieke centra, en op sectoren zoals de elektronische-apparatenindustrie, vervoer, telecommunicatie, en financiële en zakelijke dienstverlening.

Om deze concurrentiestrijd aan te gaan moet de Nederlandse overheid niet alleen trachten een optimaal vestigingsklimaat te scheppen voor bovengenoemde activiteiten, maar ook actiever zijn in het werven van nieuwe greenfield-investeringen uit China. Hierbij is een specifieke rol weggelegd voor organisaties zoals het Netherlands Foreign Investment Agency en de ministeries van Financiën en Buitenlandse Zaken. Zo hebben de laatstgenoemde instanties onlangs nauw samengewerkt met de gemeente Amsterdam om de ICBC naar Nederland te halen. Een nog actievere houding van Nederland is echter gewenst. Zo kan de omvangrijke Chinese gemeenschap in Nederland een belangrijke rol spelen om het acquisitienetwerk in China te versterken. Op deze manier kan Nederland ervoor zorgen dat in de toekomst Chinese handelsmissies niet slechts Frankrijk, maar ook Nederland aandoen.

LITERATUUR

- Brienen, M.J., M.J. Burger en F.G. van Oort (2010) The geography of Chinese and Indian greenfield investments in Europe. *Eurasian Geography and Economics*, 51(2), 254-273.
- Buckley, P.J., L.J. Clegg, A. Cross, X. Liu, H. Voss en P. Zheng (2007) The determinants of Chinese outward foreign direct investment. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 499-518.
- Loewendahl, H. (2001) A framework for FDI promotion. *Transnational Corporations*, 10(1), 1-42.
- Ministerie van Economische Zaken (2006) *In actie voor acquisitie: hoe Nederland profiteert van buitenlandse investeringen*. Den Haag: Ministerie van Economische Zaken.
- Rauch, J.E. en V. Trindade (2002) Ethnic Chinese networks in international trade. *Review of Economics and Statistics*, 84(1), 116-130.
- UNCTAD (2009) *World investment report 2009: transnational corporations, agricultural production, and development*. New York: United Nations. 1916

