

Internationalisering van de dienstensector

T. van Rietbergen, J. Bosman en M. de Smidt*

Het aandeel van diensten in internationale investeringsstromen, vooral in het bank- en verzekeringswezen, is de laatste jaren spectaculair toegenomen. Het volgen van internationale klanten en concurrenten en het spreiden van risico's zijn hiervoor belangrijke verklaringen, terwijl Europa 1992 voornamelijk een psychologische drijfveer is om te internationaliseren.

De dienstensector heeft zich langzamerhand ontwikkeld tot de belangrijkste economische activiteit in ontwikkelde landen. Zo is het aandeel in de werkgelegenheid gegroeid tot bijna zeventig procent. De dienstensector draagt in hoge mate bij aan de sterke internationale economische vervlechting, die zo kenmerkend is voor de huidige tijd. In dit artikel wordt ingegaan op de achtergronden van de groei van de dienstensector en wordt de internationalisering verklaard vanuit theoretische en empirische perspectieven. Voorts wordt de internationalisering van een aantal Nederlandse ondernemingen in de dienstensector behandeld.

Tertiarisering en externalisering

Bij de groei van diensten wordt veelal alleen gekeken naar een toeneming van de betekenis van de tertiaire sector (bedrijfsmatige tertiarisering). Veel dienstverlening vindt echter plaats binnen bedrijven, die worden gerekend tot de primaire en secundaire sector. Dit verschijnsel wordt aangeduid met de term functionele tertiarisering en is dus gebaseerd op een indeling naar beroepen in plaats van naar aard van de bedrijvigheid. In de industrie daalde de zuivere productie-arbeid van 65% in 1977 tot 55% vandaag de dag. Functionele tertiarisering leidt daarbij niet tot bedrijfsverplaatsing en sorteert dus geen direct geografisch effect. Dit is anders bij externalisering. Veel industriële bedrijven gaan over tot uitbesteding van dienstactiviteiten, hetgeen veelal inhoudt dat deze worden overgebracht naar een kantoor dat elders is gevestigd. Zodoende vermindert tegelijkertijd de tertiarisering van de secundaire sector. Drucker verwacht dat uiteindelijk alle functies binnen een bedrijf die niet de mogelijkheid bieden door te stromen naar het senior management zullen worden uitbesteed¹. Dit proces kan zich ook internationaal voordoen en is een component van de voortgaande internationalisering van diensten. In termen van werkgelegenheid mogen de bedrijfsmatige tertiarisering plus de functionele tertiarisering een steeds groter deel opeisen, de goederenproductie boet wat betreft andere economische indicatoren zeker niet aan belang in. Het begrip post-industriële

maatschappij dekt derhalve nog steeds de lading niet. Diensten spelen echter wel een steeds grotere rol in de productie van goederen. Daarnaast groeien de commerciële diensten door privatisering van overheidstaken.

Internationalisering

Het begrip internationalisering mag zich eigenlijk pas sinds kort in een grote populariteit verheugen. Terwijl multinationals al geruime tijd de belangrijkste spelers op het internationale economische veld zijn, is de term internationalisering pas de laatste twee jaar 'bon ton' bij beleidsmakers, universiteiten en journalisten. De introductie en populariteit van de term moet ons inziens worden gezocht bij de steeds verdere 'tertiarisering' van de economie, waardoor traditionele termen als export/import aan betekenis hebben ingeboet. Enderwich merkt in dit verband op "that a large proportion of the overseas market for services is met by direct investment instead of exports, which is not the case with manufacturing". Hij kwam bij zijn onderzoek onder Amerikaanse dienstverleners tot een verhouding van investeringen tot export van 6:1². Ook Mark de Jong wijst er in zijn oratie op dat buitenlandse investeringen de belangrijkste vorm van internationalisering binnen de dienstensector vormen³. Juist de moeilijke scheiding tussen export en investering bij diensten maakt de introductie van de term internationalisering logisch.

In het binnenlandse beleid heeft het begrip inmiddels ook zijn betekenis gekregen. Zo wijst de *Vierde*

* De auteurs zijn als economisch geografen werkzaam bij de Rijksuniversiteit te Utrecht. Dit artikel is een bewerking van T. van Rietbergen, J. Bosman en M. de Smidt, *Internationalisering van de dienstensector – Nederlandse ondernemingen in mondiaal perspectief*, Coutinho, Muiderberg, 1990.

1. *Financial Times*, 11 maart 1991.

2. Enderwich zoals aangehaald door D.G. Price en E.M. Blair, *The changing geography of the service sector*, Bellhaven, Londen, 1989.

3. M.W. de Jong, *Dienstensector: transacties in transformatie*, oratie, Universiteit van Amsterdam, 8 maart 1991.

nota over de ruimtelijke ordening er op dat: "De internationale vervlechting van productie en dienstverlening en internationale kapitaalbewegingen toenemen en dat dit tot nieuwe economische bedreigingen en uitdagingen voor Nederland als geheel en voor bepaalde landsdelen in het bijzonder leidt" (blz. 12). In feite bedoelt men hiermee dat de economische rangorde van een regio of land in sterke mate wordt bepaald door de vraag in hoeverre er ondernemingen zijn gevestigd, die mee kunnen komen in de internationale concurrentiestrijd, dan wel dat er een wervend internationaal vestigingsmilieu wordt geboden dat als toplocatie voor kantoren of als 'mainport' fungeert. Impliciet wordt daarbij aangesloten op de exportbasis-theorie, die veronderstelt dat van deze stuwende activiteiten een scala van indirect stuwende alsmede verzorgende activiteiten afhankelijk is.

Achtergronden van internationalisering

De achtergrond van het internationaliseringsproces wordt gevormd door een breed scala van elkaar beïnvloedende factoren. Niet alleen bedrijfsinterne factoren, als specifieke kennis en ondernemerschap, maar ook tal van bedrijfsexterne factoren, als het ontwikkelingsstadium van de markt ('product life cycle'), toegang tot markten, handelsbetrekkingen, het algemene economische klimaat, locatievoordelen en wisselkoersfluctuaties spelen een rol. In tabel 1 zijn de hoofdredenen voor internationalisering (kosten, afzet en risicospreiding) samengevat. Voor diensten zijn vooral verschillen in produktiviteit van kapitaal en arbeid, het volgen van belangrijke klanten in het buitenland (denk aan banken en accountants) en risicospreiding in het algemeen van belang. Zo gaven veel verzekeraars te kennen dat een grote geografische spreiding voor hen veel voordelen heeft. We hoeven maar aan de stormschade in Nederland van afgelopen jaar te denken om hier de logica van in te zien. Tegelijkertijd was het in de VS en Australië prettig zomerweer, zodat er gemakkelijk enige liquide middelen uit dit gebied konden worden overgeheveld.

Theoretische verklaringen

Op zoek naar een theoretisch fundament van internationalisering van diensten biedt naar ons oordeel het zogenaamde 'Ownership-Location-Internalisation' (OLI) paradigma van Dunning goede aanknopingspunten, mits ook enige relaties worden gelegd met aanverwante verklaringen⁴. Dunning stelt nadrukkelijk de ondernemer centraal. Veel andere theorieën die niet op de ondernemer, maar met name op het belang van externe kenmerken, zoals stadia in de produktlevenscyclus⁵ of de integratie van produktiestadia⁶ letten, wijst Dunning dan ook af. Volgens de OLI-benadering zijn multinationale ondernemingen (MNO) vooral actief in de sectoren waar hun concurrentievoordeel (ownership/eigenomsvoordeel) het grootst is, waarbij uiteraard de bedrijven met het grootste voordeel het voortouw nemen. De bedoelde voordelen zouden ruwweg kunnen worden samengevat onder kwaliteits-, prijs- en betrouwbaarheidsverschillen. Naarmate markten een hogere graad van imperfectie vertonen wordt het voor het bedrijf aantrekkelijker om

Kosten	Afzet	Risicospreiding
Transportkosten Loonkosten Schaalvoordelen Handelsbelemmeringen Behalen voordelen uit: – technologische ontw. – arbeidspotentieel – produktiviteit – mentaliteit – kapitaalmarkten	Snelle aanpassing aan lokale marktcondities Volgen van klanten en concurrenten in het buitenland Vervanging buitenlandse agenten ter intensivering van de marketing	Voorwaartse en achterwaartse integratie Vermijden van regiogebonden recessies Minimaliseren van sociale en politieke risico's

het concurrentievoordeel te internaliseren (internationalisation) in plaats van via patenten of licentie te exporteren. De keuze tussen export of productie in het land zelf vloeit voort uit een kritische beoordeling van beide markten (location), waarbij de kosten van productie in beide landen, marktvooruitzichten, handelsbarrières enzovoort een rol spelen.

Waar, wat, waarom wordt gedaan, hangt af van de specifieke voordelen die daar op dat moment zijn te behalen en vergt de opstelling van internationale portfoliomodellen. Een belangrijke vooronderstelling is bij Dunning steeds, dat de markt faalt en het ondernemerschap niet mag worden onderschat. Met name het internaliseringsconcept heeft binnen de MNO-theorieën de laatste jaren aan kracht gewonnen. Het wordt daarbij als een voordeel beschouwd in het buitenland te investeren, omdat dit de gelegenheid biedt om voor verschillende stappen in het productieproces tot internalisering van markten over te gaan. Dit is de stelling van de 'internaliseringsschool' van Williamson⁷. Zij meent dat gebrek aan informatie en het bestaan van tal van onzekerheden tot internalisering voeren, ten einde transactiekosten te vermijden. Men gaat er daarbij van uit dat naarmate de marktperfectie groter is, er een sterkere prikkel bij een onderneming bestaat om de marktfunctie te internaliseren. Juist markten waarbij het specifiek om kennis handelt, zijn vaak imperfect. Immers juist kennis heeft veelal het karakter van een 'public good', hetgeen betekent dat winstgevende exploitatie internalisering vereist. We moeten daarbij vooral denken aan specifieke kennis van produkten, management en marketing. Deze imperfecte werking wordt vooral veroorzaakt door: "ongelijke beschikking over informatie tussen aanbieders en afnemers, een gering aantal aanbieders en ongelijke toegang tot distributiekanaalen"⁸.

Tabel 1. Redenen van internationalisering

4. J.H. Dunning, *Explaining international production*, Unwin Hyman, Londen, 1988 en J.H. Dunning, Multinational enterprises and the growth of service some conceptual and theoretical issues, *Service Industries Journal*, 1989, blz. 5-39.

5. R. Vernon, The product cycle hypothesis in new international environment, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, jg. 41, 1979, blz. 255-267.

6. M.E. Porter, *Competitive advantage*, Free Press, New York, 1985.

7. D.E. Williamson, The modern corporation: origin, evolution, attributes, *Journal of Economic Literature*, jg. 19, 1981, blz. 1537-1568.

8. M. de Kruyf, *Internationalisatie in de zakelijke dienstverlening; de Nederlandse softwarebureaus*, doctoraalscriptie, RUU/INRO-TNO, 1989.

	Handel	Transp. & comm.	Bank & verzek.	Overige dienst.	Totaal dienst.	Dienst. in % inv.
BLEU	1.664	211	2.633	2.956	7.464	56
BRD	913	157	2.666	2.960	6.695	50
Frankrijk	658	75	1.107	1.915	3.755	44
Italië	241	0	51	243	535	27
VK	1.533	196	1.772	2.399	5.900	40
Spanje	205	5	357	1.414	1.979	51
Overig EG	126	35	207	170	538	22
Totaal EG	5.338	679	8.792	12.057	26.866	46
VS	3.081	426	8.620	4.374	16.500	33
Japan	60	0	93	35	188	11
Wereld	12.981	1.797	20.544	21.733	57.055	39

Bron: De Nederlandsche Bank.

Internationale investeringen in diensten

Tabel 2. Directe investeringen van Nederland in de dienstensector in 1988, geografisch uitgeplitst (mln. gld.)

Naast reeds lang toonaangevende 'internationals' in de industrie komen steeds meer middelgrote industriële concerns en dienstenondernemingen tot investeringen in het buitenland. Binnen een decennium is het aandeel van de diensten in de directe Nederlandse buitenlandse investeringen gegroeid van zo'n 15 tot 40%. Daarbinnen is vooral de stormachtige groei van banken, verzekering en overige (zakelijke) dienstverlening (inclusief onroerend goed) opmerkelijk.

Nederland neemt qua uitgaande internationalisering een vooraanstaande positie in. Na de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Japan deelt Nederland samen met de Bondsrepubliek Duitsland de vierde plaats op de ranglijst van internationale investeringen. De VS vormen zeker voor de diensten de meest favoriete bestemming (tabel 2).

De toeneming van het aandeel van diensten in internationale kapitaalstromen is een wereldwijd verschijnsel. Vooral de groei van het aandeel van het bank- en verzekeringswezen is spectaculair. De jaarlijkse groei van Nederlandse uitgaande investeringen van deze bedrijfstak bedroeg bijna 23%⁹. Een nog extremer beeld tonen de Japanse uitgaande investeringen. Van de Japanse investeringen ging in de periode 1951-1987 slechts 26% naar industrie en ruim 10% naar land- en mijnbouw. De overige 64% van de investeringen kwam ten goede aan de dienstverlening, waarbij bank- en verzekeringswezen met ruim 34% het leeuwedeel voor hun rekening namen. De Japanners richten zich daarbij voornamelijk op de Amerikaanse markt. Bijna 38% van hun in-

Tabel 3. Belangrijke exporteurs en importeurs van diensten, rangorde, waarde in mrd. \$ en aandeel in procenten (1987)

Export Land	Waarde		Import Land	Waarde	
		%			%
VS	56	11,2	BRD	64	12,4
Frankrijk	53	10,6	VS	56	10,8
VK	43	8,6	Japan	52	10,1
BRD	41	8,2	Frankrijk	43	8,3
Italië	33	6,5	VK	33	6,4
Japan	28	5,5	Italië	26	5,0
Nederland	23	4,5	Nederland	23	4,5
Spanje	22	4,3	Bel./Lux.	17	3,3
Bel./Lux.	19	3,8	Canada	16	3,1
Oostenrijk	15	2,9	Zwitserland	12	2,3

Bron: GATT 1989.

vesteringen was bestemd voor de VS. Het percentage in de dienstensector ligt op vergelijkbare hoogte, al is het wel opvallend dat in de financiële dienstverlening Europa belangrijker is voor de Japanners dan de VS. Het aandeel van diensten in de directe investeringen naar de groep van ontwikkelde landen is inmiddels al opgelopen tot ruim boven de 50%. Het gemiddelde rendement van de internationale investeringen van Nederlandse bedrijven in de periode 1973-1983 bedroeg 9,4%. Dit cijfer ligt duidelijk lager dan het rendement van buitenlandse investeringen in Nederland (15%). Als oorzaak van het verschil in rendement noemt Haack het feit dat multinationalisering voor Nederlandse bedrijven gezien de omvang van de thuismarkt veel meer een noodzaak is dan voor Amerikaanse ondernemingen. Deze laatste zien dat met name als een extraatje, waarop ze een goede winstmarge willen halen. Het lage rendement van de buitenlandse investeringen in diensten van Nederlandse ondernemingen heeft wellicht te maken met aanvangsverliezen die met de opening van nieuwe markten gepaard gaan. Ook het feit dat diensten anders dan industrie een lange periode van marktverkenning nodig hebben, zal hierbij een rol spelen.

Naast investeringen is export een maatstaf van internationalisering (tabel 3). Nederland staat met een export van 23 miljard dollar op de zevende plaats van de wereldranglijst. De grote exporteurs blijken nog grotere importeurs te zijn. Ook bestaat er een hechte relatie tussen grootste handelaars in goederen en in commerciële diensten. De sterkste exporteurs van industrieproducten, Japan en Duitsland, kennen echter wel een tekort op de dienstenbalans, hetgeen tot de conclusie voert dat deze relatie met nuance moet worden bezien.

In het navolgende wordt bekeken hoe de internationalisering vorm krijgt in twee sectoren van de financiële dienstverlening: verzekeraars en banken.

Internationalisering van verzekeraars

De Nederlandse verzekeringsmarkt kent feitelijk een duale structuur. Van de 11.765 bedrijven die binnen deze bedrijfstak door het CBS zijn geregistreerd, kennen slechts 0,7% van de ondernemingen meer dan 100 werknemers en slechts negentien ondernemingen meer dan 500 werknemers. De twee grootste levensverzekeringsconcerns Nationale Nederlanden en Aegon daarentegen bedienen samen meer dan de helft van de markt en samen met de andere twee grote (Amev en Delta Lloyd) verzorgen zij bijna 70% van de markt, terwijl de top-10 goed is voor bijna 90% van de premieproductie in de levensverzekeringssector. De markt bestaat dus uit zeer grote ondernemingen die een nog steeds verdere expansie doormaken en kleine gespecialiseerde ondernemingen, die kiezen voor een aantrekkelijk segment van de markt. Het aandeel van buitenlandse ondernemingen op de Nederlandse markt is, in vergelijking met andere sectoren, met ruim 8% overigens nog steeds tamelijk beperkt. Ondanks het concentratieproces in de top van het Nederlandse verzekeringswezen zijn de Nederlandse onderne-

9. G. Haack, Internationale investeringen en de Nederlandse economie, *Tijdschrift voor Politieke Economie*, jg. 9, 1987, blz. 63-79.

mingen in internationaal perspectief bepaald klein te noemen. Zo staat Nationale Nederlanden slechts nummer 28 op de wereldranglijst.

Redenen van internationalisering

Binnen de verzekeringsbranche noemt men vier redenen om internationaal te gaan: afnemende attractie van de thuismarkt, risicospreiding, voorsorteren op het Europa van na 1992 en schaalvoordelen¹⁰. De Nederlandse markt wordt door de hoge verzekeringsdichtheid en beperkte groei van de economie als verzadigd gekarakteriseerd. De verhevigde concurrentie (onder andere door buitenlandse toetreders) en de vergrote kennis aan consumentenkant hebben daarbij de winsten sterk onder druk gezet. Dit bij voorbeeld in schrille tegenstelling tot de automatiseringssector waar de hoge winsten op de binnenlandse markt het internationaliseringsproces nadelig hebben beïnvloed. Ook de veranderde mix tussen levens- en algemene verzekeringen heeft de winsten doen teruglopen. Maakten de profijtelijke levensverzekeringen in 1955 nog 66% van de het premie-inkomen uit, inmiddels is hun aandeel tot onder de 40% gedaald.

De Europese eenwording fungeert vooral als een soort psychologische drijfveer om te internationaliseren. Bij schaalvoordelen gaat het niet zozeer om het volume van het aantal verzekeringstransacties als wel om de mogelijkheid tot investeren (efficiënter beleggingsbeleid mogelijk) en de toegang tot internationale kapitaalmarkten. Daarnaast zou toegang tot gespecialiseerde kennis op het gebied van informatietechnologie, distributie en produktontwikkeling in een internationale organisatie gemakkelijker te verwezenlijken zijn.

Omvang en vormen van internationalisering

Internationalisering vindt vooral plaats bij de grootste drie concerns, maar kan bij hen dan ook gerust als spectaculair worden gekenschetst. In 1975 kwam nog geen 22% van de omzet van buiten Nederland, terwijl nu al meer dan de helft van de omzet buiten Nederland wordt gerealiseerd. Hetzelfde kan worden gezegd van de personeelsleden. Het aantal mensen dat buiten Nederland werkt, nam toe van 4.153 in 1975 tot 20.683 in 1985 en het aantal personeelsleden in het buitenland overtreft sinds kort dan ook het aantal in Nederland werkzamen. De Nederlandse verzekeraars penetreerden de buitenlandse markt vooral door middel van acquisities, omdat dit volledige controle over een bedrijf geeft zonder al te veel praktische problemen. Het tijdrovende zelf opbouwen van een portefeuille is hierdoor overbodig, waardoor snel een omvang kan worden bereikt die nodig is om het verzekeringsbedrijf rendabel te kunnen uitoefenen. Een marktaandeel van één procent werd als minimum gezien om rendabel te kunnen functioneren, hetgeen betekent dat je op een onontgonnen markt met veel minder kapitaal succesvol kunt functioneren dan in een reeds ontwikkelde markt. Andere voordelen van het overnemen van ondernemingen zijn dat deze de werkwijze en mentaliteit van de betreffende verzekeringsmarkt, de marktverhoudingen en de specifieke wetgeving kennen en dit is juist bij (verzekerings-)diensten van het allergrootse belang. Joint-ventures worden door de gedeelde controle, de kans op bestuurlijke conflic-

Eerder in ESB

Over de ontwikkelingen in de dienstensector verscheen eerder in ESB:

- *Tertiërisering: B. Nooteboom, De verstrengeling van industrie en diensten, 15 augustus 1990;*
- *Internationale positie van dienstensectoren: G.J. Koopman: Nederland vervoersland, 19/26 december 1990 en J. de Leeuw, Sterkte/zwakte-analyse van het Nederlandse bankwezen, 19/26 december 1990;*
- *Werkgelegenheidsontwikkelingen: T. Elfring, W. van der Aa en R.C. Kloosterman, Werk in de dienstensector, 20 maart 1991;*
- *Financiële dienstverlening: Themanummer De financiële sector, 1 mei 1991.*

ten en de potentieel tegenstrijdige belangen slechts bij hoge uitzondering door verzekeraars gebruikt.

Geografie van de verzekeringsmarkt

Volgens de verzekeraars is er slechts bij herverzekering en grote industriële risico's sprake van echte internationale concurrentie, waarbij Londen als spil wordt gezien. Bij de particuliere risico's typeren zij, alle EG-92 retoriek ten spijt, door de nog steeds bestaande verschillen in wetgeving, toezicht, fiscale behandeling, taal en cultuur zelfs de EG niet als één markt. De Belgische markt wordt door de nabijheid, het ontbreken van taalproblemen en het feit dat de verzekeringsdichtheid slechts een derde van die van Nederland is veelal als eerste stap gezien. Zo was Nationale Nederlanden al voor de tweede wereldoorlog actief in België en heeft een aantal middelgrote Nederlandse ondernemingen nu hun eerste schuchtere internationaliseringsstappen richting België gezet. Problemen in België zijn de hoge overnameprijzen (het betreft vooral familiebedrijven die rustig een goed bod afwachten) en het feit dat Belgen slechts verzekeringen afnemen via tussenpersonen en nooit door middel van 'direct writing'. Binnen de EG is de Duitse markt weliswaar in premie-inkomen de grootste, maar niet erg populair bij Nederlandse en andere verzekeraars. Twee jaar lang formulieren invullen en dan merken dat Duitse consumenten toch voornamelijk Duits kiezen is de algemene indruk. Binnen de EG richten de Nederlandse verzekeraars zich vooral op Spanje. De Spaanse economie groeit al jaren sneller dan de rest van Europa en de verzekeringsdichtheid is er erg laag. Zo besteedt een Spanjaard jaarlijks \$ 13 aan levensverzekeringen, een Italiaan het dubbele, een Brit dertig maal zoveel en een Amerikaan 36 maal (\$ 468) zoveel. Daarbij is 70% van de huishoudens nog steeds onverzekerd en het is dus geen wonder dat de Nederlandse grote drie zich al stevig op deze markt manifesteren. De Amerikaanse markt beslaat bijna de helft van de wereldmarkt en het is dus ook niet onverwacht dat de Nederlandse verzekeraars hier reeds geruime tijd actief zijn. Een groot voordeel daarbij is dat de VS een relatief groot aanbod van overname-rijpe bedrijven kent, waardoor de prijs tamelijk laag ligt. Tegelijkertijd is de Amerikaanse markt veel gesegmenteerder en zijn de ondernemin-

10. Zie D.J. Eppink, en A. van Rhijn, The internationalisation of Dutch insurance companies, *Long Range Planning*, jg. 21, 1988, blz. 54-60.

gen gespecialiseerder, waardoor er nogal eens een gaatje overblijft, waar buitenlandse ondernemingen in kunnen springen. De Amerikaanse markt leent zich qua omvang, procedures en mogelijkheden dus uitstekend voor internationalisering. Enige beperking is in feite gelegen in de grote bedragen, die benodigd zijn om de markt succesvol te penetreren. De Japanse markt is de op een na grootste, maar meest ontoegankelijke markt. Nationale Nederlanden slaagde er in 1986 als eerste Europese verzekeraar in om op de Japanse markt levensverzekeringen af te sluiten. NN startte de verkoop van zijn producten via dealers van de Japans-Nederlandse oliemaatschappij Showa-Shell. Men heeft inmiddels via dit pomphoudersysteem een indrukwekkend netwerk van kantoren opgebouwd en verwacht rond 1994 quitte te spelen en daarna de eerste winsten binnen te slepen.

Internationalisering en bankwezen

Voor het bankwezen betekent internationalisering twee dingen: dat nationale markten worden opengemaakt en dat de ondernemingen in de bedrijfstak zich op internationale schaal organiseren. Veranderingen van het internationale financiële systeem vormen de achtergrond van internationalisering van het bankwezen. De met de introductie van de zwevende koersen in 1971 verhoogde dynamiek van het internationale geldverkeer is zo groot geworden dat Thrift en Leyshon¹¹ spreken van een 'new international financial system' en literatuur van voor 1985 als 'near antique' beschouwen. De belangrijkste aspecten van de internationale dynamiek zijn:

- de opkomst van institutionele beleggers met enorme kapitalen;
- sterke innovatie in de markten: securitisatie en conversie;
- het schokeffect van de schulden crisis: faillissementen en de 'stropenpotten';
- de opkomst van Japan;
- aantasting van de hegemonie van de Verenigde Staten;
- integratie van financiële markten door 'round the clock trading', mogelijk gemaakt door de sterke uitbreiding van telecommunicatienetwerken;
- deregulering van markten in met name de VS, het Verenigd Koninkrijk en Nederland;
- harmonisatie van regulering in Europa door het EMS en het toekomstige EMU.

Het proces van internationalisering uit zich ten eerste in de som van de buitenlandse uitzettingen. Deze steeg wereldwijd de afgelopen twintig jaar van 170 miljard dollar tot 5.100 miljard dollar (niet gecorrigeerd voor inflatie). Banken hebben dit deels door middel van hun bestaande organisatie gedaan, maar in de meeste gevallen ging groei van grensoverschrijdende leningen toch gepaard met een ruimtelijke expansie van de organisatie. Europese banken zijn via ex-koloniale relaties reeds lang in den vreemde aanwezig, maar zijn op het gebied van internationale spreiding allang voorbij gestreefd door de grote Amerikaanse banken, die de grote industriële multinationals volgden en de Eurodollarmarkt ontwikkelden. De tweede helft van de jaren tachtig werd vooral gekenmerkt door internationale expansie van Japanse banken, terwijl nu ook middelgrote

Europese banken hun Europese netwerk gingen uitbreiden. Wat betreft land van bestemming van buitenlandse bankvestigingen strijden het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten (ofwel New York en Londen) om de plaats aan de top. Daaronder staan grote Europese landen als Frankrijk en Duitsland, kleine in geldverkeer gespecialiseerde landen als Zwitserland en Luxemburg en pas daarna Japan. Van de Nederlandse banken heeft eigenlijk alleen de ABN een internationale traditie. Maar ook haar netwerk is nauwelijks vergelijkbaar met dat van de grote Britse of Zwitserse banken. De geografische groei van het internationale netwerk door de fusie met de AMRO is beperkt. Het aantal centra waar de combinatie is vertegenwoordigd bedroeg kort na de fusie 162, terwijl het ABN-netwerk alleen reeds 148 vestigingsplaatsen kende. De overige Nederlandse banken hebben in hun vestigingsnetwerk nog een duidelijke nadruk op Europa.

De belangrijkste verklaringen voor het proces van internationalisering van banken zijn het ook in het buitenland kunnen bedienen van Nederlandse klanten, het kunnen handelen op buitenlandse beurzen en het vergaren van marktkennis over de belangrijkste markten. Daarnaast past internationalisering ook in een strategie van schaalvergroting. Het patroon van internationalisering hangt samen met dat van de Nederlandse klanten, met de omvang van de betreffende markten, met institutionele en culturele aspecten van de markten en niet in de laatste plaats met verschillen in regulering van bankvestiging en van de vormen van geldhandel. Het is te verwachten dat verschillen in regulering langzaam aan zullen verminderen, maar de hierdoor verminderde noodzaak en aantrekkelijkheid van een buitenlandse vestiging wordt volkomen gecompenseerd door groei van de buitenlandse markten, internationalisering van bedrijfstakken die worden bediend en de sterke groei van de internationale handel. Daarbij blijft de vraag bestaan in welke vorm (grensoverschrijdende fusies, acquisitie, netwerkvorming en dergelijke) de buitenlandse aanwezigheid het best kan worden gerealiseerd.

Conclusie

Bedrijfsmatige en functionele tertiërisering schrijden voort. De band met de industrie wordt wat losser, wel wordt externalisering van diensten meer gepraktiseerd. Internationale investeringen in diensten nemen sterk toe. Overnames en netwerkvorming bepalen het beeld bij internationalisering van diensten. Theoretische verklaringen voor internationalisering vergen meer op diensten toegespitste benaderingen. Nederland is een vooraanstaande internationale investeerder in diensten. De dienstenbalans is in evenwicht, zowel bij import als bij export neemt Nederland de zevende plaats in.

Ton van Rietbergen
Jeroen Bosman
Marc de Smidt

11. N.J. Thrift en A. Leyshon, The gambling propensity: banks, developing country debt exposures and the new international financial system, *Geoforum*, jg. 19, 1988, blz. 55-69.