

Nederlandse investeringen in Centraal-Europa

De Nederlandse investeringen in Polen, Hongarije, Tsjechië en Slowakije nemen snel toe. Daarbij blijkt het marktpotentieel van 65 miljoen consumenten een grotere trekker te zijn dan de aanwezigheid van goedkope arbeid of strategische concurrentieoverwegingen.

Over de economische stand van zaken in Centraal- en Oost-Europa woedt reeds lange tijd een levendige discussie. De een ziet met de overgang naar een markteconomie onbegrensde mogelijkheden, anderen daartegen zijn nog uiterst terughoudend vanwege de grote onzekerheden die de omwenteling met zich meebrengt.

In dit artikel zal de toetreding tot de markten van Centraal-Europa nader worden onderzocht¹. Wij richten ons daarbij op directe investeringen. Hierbij zal voornamelijk worden geput uit een onlangs voltooid onderzoek naar de Nederlandse directe investeringen in Hongarije, Polen en Tsjecho-Slowakije².

Het onderzoek bestond uit twee delen. Eerst is een enquête gehouden bij Nederlandse ondernemingen die geïnvesteerd hebben in Centraal-Europa. Omdat, voor zover wij konden nagaan, de namen van deze investeerders in Nederland niet geregistreerd worden, is via instanties in Centraal-Europa achterhaald welke Nederlandse ondernemingen daar actief waren. Hieruit kwamen 118 namen naar voren, waarvan er slechts 65 traceerbaar bleken. Van de enquêtes die naar deze bedrijven werden gestuurd, kwamen er 26 (40%) volledig ingevuld retour. Deze ondernemingen kenden een redelijk evenwichtige verdeling over sectoren. De jaaromzet varieerde van f 1 mln. tot ruim f 70 mrd. Vervolgens zijn ter plekke interviews gehouden bij 31 vestigingen van 27 Nederlandse ondernemingen. Het ging daarbij grotendeels om regionale hoofdkantoren en handelsvestigingen van grote ondernemingen. Het onderzoek vond plaats in de periode maart tot en met juni 1992.

Buitenlandse investeringen

Om buitenlandse markten te betreffen heeft de ondernemer een scala aan mogelijkheden uiteenlopend van exporteren tot het opzetten van een nieuwe vestiging ter plaatse. Voor Centraal-Europa is export nog steeds de belangrijkste vorm van marktpenetratie. Zo exporteerde de gehele westerse wereld in 1990 voor bijna 18 mrd. dollar naar Tsjecho-Slowakije, Polen en Hongarije. De importen uit deze landen lagen overigens een fractie hoger. Nederland exporteerde in 1991 voor 2,6 miljard gulden naar Centraal-Europa, terwijl deze landen voor 1,8 miljard naar Nederland exporteerden. Nederland kent dus in tegenstelling tot het Westen als geheel een overschot op de handelsbalans³.

In vergelijking met export spelen directe investeringen in het algemeen nog een bescheiden rol. Gezien de voorgeschiedenis van de relaties met Centraal- en Oost-Europa ligt dit ook voor de hand. Vanouds is er een groot aantal handelshuizen. Het aantal intermediairs voor investeringen neemt pas nu in belangrijke mate toe. Tabel 1 laat zien dat verreweg de meeste buitenlandse investeerders in Centraal-Europa voor Hongarije kiezen. Ook wat de absolute omvang van de directe investerin-

1. In dit artikel wordt onder Centraal-Europa verstaan: Hongarije, Polen, Tsjechië en Slowakije.

2. H. van Hastenberg, *Nederlandse directe investeringen in Hongarije, Polen en Tsjecho-Slowakije, een onderzoek onder 50 investeerders in Centraal-Europa*, doctoraalscriptie Rijksuniversiteit Utrecht, 1993.

3. Zie ook C.J.E. Pronk, *De economische relatie tussen Nederland en Oost-Europa*, ESB, 29 juli 1992, blz. 735-737.

gen betreft scoort Hongarije het hoogst. In de periode (1990-1993) zou het voor Hongarije gaan om bijna \$ 5 mrd., tegen bijna \$ 600 mln. voor Tsjecho-Slowakije en \$ 500 mln. voor Polen⁴. Mammoet-investeringen vertekenen daarbij het beeld. Het grootste deel van het totale geïnvesteerde vermogen is namelijk afkomstig van enkele grote investeerders. In Hongarije betreft het de enorme investeringen van General Electric en General Motors, in Tsjechië/Slowakije de investering van de Volkswagen Groep (\$ 400 mln.) in de autofabrikant Skoda. Voor de geringe gemiddelde omvang van de overige investeringen is een aantal verklaringen te geven. Allereerst is een groot deel van de investeerders actief in de handel. Verder worden de kosten zo laag mogelijk gehouden om te kunnen concurreren met lokale producenten. Een laatste verklaring is voorzichtigheid. Het risico wordt beperkt door met een kleine investering te beginnen. Wat betreft de herkomst van de investeringen valt op dat geografische nabijheid en historische banden een belangrijke rol spelen. Duitsland is verreweg de belangrijkste investeerder in Centraal-Europa (met een aandeel van bijna 50%).

Het hierboven geschetste algemene beeld van veel kleine investeringen is ook bij de Nederlandse investeerders teruggevonden. De meeste investeringen zijn zeer klein. Maar er zijn ook uitzonderingen. Unilever, Shell, Douwe Egberts en Philips zijn voorbeelden van bedrijven die tot nu toe veel hebben geïnvesteerd in Centraal-Europa. Nederland speelt in Centraal-Europa een bescheiden maar snel toenemende rol. Tot 1990 waren de Nederlandse investeringen verwaarloosbaar, daarna nemen ze in hoog tempo toe. In 1992 is reeds 614

miljoen gulden geïnvesteerd (tabel 2). De sterke stijging van de Nederlandse investeringen in 1992 is voor een groot deel te danken aan de explosieve groei van de investeringen in Tsjechië/Slowakije. Daar is de transitie, en dus ook de privatisering, pas in dat jaar goed op gang gekomen. De Nederlandse investeringen in de overige voormalige staatshandellanden blijven vooralsnog verwaarloosbaar klein. Per saldo nemen de Nederlandse investeringen in Centraal- en Oost-Europa snel toe, al blijft het aandeel van deze regio in het totaal van de Nederlandse directe buitenlandse investeringen (f 20 mrd. in 1991) vooralsnog bescheiden.

Contacten en ervaring

Ruim tweederde van de investeerders in Centraal-Europa onderhield voor de investering reeds contacten met het voormalige Oostblok. Het gaat hierbij meestal om een handelsrelatie. Verder bleek uit het onderzoek dat meer dan de helft van de bedrijven uitsluitend in het voormalige Oostblok investeerde, of hooguit in één land daarbuiten. Op zich is het natuurlijk niet verwonderlijk dat aanwezige kennis en ervaring een positieve invloed uitoefenen op het investeringsgedrag. Vermijding van risico is immers een belangrijke factor. Toch is het in het licht van de negatieve berichtgeving over Centraal- en Oost-Europa opvallend, dat juist ondernemingen met kennis van zaken blijken te geven van vertrouwen in de toekomst. Vrijwel alle ondernemingen gaven te kennen in de toekomst hun investeringen in Centraal- en Oost-Europa uit te willen breiden. Deze constatering is minder triviaal dan zij lijkt, aangezien het omgekeerde even goed het geval had kunnen zijn⁵.

Investeringsvormen

Tot voor kort waren investeringen in Hongarije, Polen, Tsjechië en Slowakije alleen mogelijk via een joint venture met een lokaal bedrijf⁶. Ook nu het in de Centraaleuropese landen mogelijk is om een 100% dochteronderneming op te zetten, blijkt de joint venture nog steeds de dominante investeringsvorm, hetgeen er op duidt dat investeerders de markt nog steeds als risicovol zien. Steeds meer bedrijven kiezen echter voor het opzetten van een nieuwe vestiging ter plaatse. Aan een overname zijn volgens veel investeerders te veel nadelen verbonden. Door de totaal afwijkende manier van boekhouden is moeilijk na te gaan wat de onderneming waard is. Daarnaast is de overnameprijs in vergelijking tot de kosten van vestiging vaak hoog.

Investeringsmotieven

De motieven voor buitenlandse investeringen brengt men veelal onder in drie categorieën: afzet (marktpotentieel), (loon)kosten en strategie.

Marktpotentie

De binnenlandse marktpotentie wordt door veel investeerders zelfs zo positief gewaardeerd, dat men zich nauwelijks zorgen maakt over de mogelijke afsluiting van de EG-markt voor hun producten⁷. Na de val van de muur is er in Centraal-Europa een nieuwe markt van 65 miljoen consumenten ontstaan en men verwacht daar, zeker op lange termijn, zeer veel van (zie ook tabel 3).

Het omzetten van de marktpotentie in concrete verkopen loopt per

Tabel 1. Nederlands aandeel in joint ventures in Centraal-Europa, stand maart 1992

| | Aantal jv's | Waarvan Ned. | Ned. jv's in % |
|--------------------------------|-------------|--------------|----------------|
| Hongarije | 11.000 | 200 | 1,8% |
| Polen ^a | 5.286 | 298 | 5,6% |
| Tsjecho-Slowakije ^b | 3.000 | 31 | 1,0% |

a. Volgens de Poolse ambassade in Nederland was het aantal buitenlandse vestigingen in september 1992 overigens 8000.

b. In april 1992 kwam de Nederlandse ambassade in Tsjecho-Slowakije tot ruim 9.000 vestigingen met buitenlandse participatie en kende zij 45 Nederlandse ondernemingen die in Tsjecho-Slowakije hadden geïnvesteerd.

Bron: *Joint-ventures in Midden- en Oost-Europa*, Van Beerendonk/Oostveer & Ass., 1992 en H.vanHastenbergh, op. cit. (zie noot 2).

4. Bij Polen betreft het standgegevens van juni 1991, terwijl het bij Tsjecho-Slowakije om stroomgegevens over 1991 handelt. Overigens verwacht de Federal Statistical Office in Tsjecho-Slowakije een investeringsomvang in 1992 van bijna \$ 1 mrd.

5. Dit blijkt ook uit het onderzoek van Van Beerendonk, Oostveer & Ass., *Nederlandse joint ventures in Midden- en Oost-Europa*, EVD, april 1992, en uit T.J. van der Ziel en O.A.L.C. Atzema, *Midden-Nederland in Oost-Europa*, faculteit Ruimtelijke wetenschappen, RU Utrecht, 1993 (een onderzoek onder 189 ondernemingen uit het MKB in Midden-Nederland).

6. Onder een joint venture wordt in dit geval verstaan het samen met een lokaal bedrijf oprichten van een nieuw bedrijf of het gedeeltelijk kopen van een staatsbedrijf.

Tabel 2. Nederlandse directe investeringen in voormalige Oostbloklanden, 1982-1992, stroomgegevens, f mln.

| | Gemiddelde 1982-1989 | 1990 | 1991 | 1992 ^a |
|---------------------|-------------------------|------|------|-------------------|
| Hongarije | 2 | 12 | 135 | 245 |
| Polen | 2 | 2 | 113 | 19 |
| Tsjechië/Slowakije | 0 | -5 | 21 | 350 |
| Overige | 0 | 3 | 2 | 13 |
| Totaal ^b | 1 | 12 | 272 | 625 |

a. Cijfers lopen van oktober 1991 tot en met september 1992.

b. Verschillen door afronding.

Bron: De Nederlandsche Bank.

bedrijf overigens nogal uiteen. Zo zag Douwe Egberts in Hongarije zijn omzetten in twee jaar tijd met meer dan 40% teruglopen. Toch ziet Douwe Egberts de toekomst met vertrouwen tegemoet, omdat men de markt binnen een periode van vijf jaar substantieel ziet groeien.

Dat de economische terugval in het algemeen nog niet heeft geleid tot een dramatische terugval in de vraag naar westerse producten, verklaren de ondernemers uit de relatief grote spaarreserves van de burgers (die jarenlang nauwelijks consumptiegoederen konden aanschaffen) en van de status die van deze producten uitgaat.

Loon en arbeid

De bruto loonkosten liggen in Hongarije, Polen, Tsjechië en Slowakije ongeveer een factor tien lager dan in Nederland. Toch blijken investeerders de lage loonkosten minder belangrijk te vinden dan de marktpotentie van de regio. Dit valt te verklaren uit het feit dat de productie vaak

in Centraal-Europa wordt afgezet. Verder bezitten genoemde landen volgens de investerende ondernemingen een relatief goed opgeleide beroepsbevolking (tabel 3). Zo wees de PIT er op dat het personeel binnen zes maanden gewend was aan de werksfeer. Een extra voordeel is dat mensen graag voor een westerse onderneming werken, niet zozeer vanwege de lonen die gemiddeld iets hoger liggen dan bij de lokale bedrijven, maar vooral vanwege de betere toekomstmogelijkheden. Tegelijkertijd echter is er schaarste aan werknemers met een commerciële instelling en leidinggevende capaciteiten.

Strategie

Bij strategie scoren vooral concurrentie-overwegingen hoog. Ondanks de vaak hoge aanloopkosten en de uiterst krappe winstmarges om de concurrentie met de goedkopere binnenlandse merken aan te kunnen, wordt een investering van het grootste belang geacht om een gunstige uitgangspositie te verkrijgen voordat

concurrenten dit doen. Een voorbeeld is CPC/Europe, dat als eerste westerse soepen- en sauzenfabrikant haar producten op de Tsjechische markt verkoopt. Ook in sectoren waar sprake is van marktverzadiging, zoals de elektronica, spelen concurrentie-overwegingen een belangrijke rol. Philips penetreert in snel tempo in Centraal- en Oost-Europa.

Investeringsklimaat

Over het investeringsklimaat in de Centraaleuropese landen zijn de Nederlandse investeerders die aan het onderzoek hebben meegedaan een stuk minder negatief dan in de media tot nu toe naar voren is gekomen (zie tabel 3). Wel vormen sommige factoren een belemmering voor het opereren in de regio. Daarbij wordt met name gewezen op de gebrekkige telecommunicatie-infrastructuur.

Daarnaast bleek uit de interviews dat er een groot gebrek is aan geschikte kantoorruimte. Kantoorruimte die aan de westerse eisen voldoet is schaars en erg duur. (De huurprijzen op toplocaties in Warschau en Praag (ongeveer f 1600 per m²) zijn op dit moment vergelijkbaar met die van Parijs en Londen.)

Tot slot

Het is nog steeds een selecte groep ondernemingen die in de voormalige staatshandellanden investeert. Opvallend is dat investeringen voornamelijk voortvloeien uit vroegere ervaringen of opgedane contacten. Daarom lijken handelsmissies en uitwisselingen van managers meer effect te sorteren dan investeringssubsidies of andere regelingen. De ervaringen van de meeste investeerders zijn gematigd positief, hetgeen tot uiting komt in investeringsplannen voor de naaste toekomst. Daarbij blijkt marktpotentie een belangrijkere trekker te zijn dan de aanwezigheid van goedkope arbeid.

Ton van Rietbergen
Hans van Hastenberg

De auteurs zijn resp. medewerker en student aan de Faculteit Ruimtelijke wetenschappen van de Rijksuniversiteit Utrecht.

Tabel 3. Gem. waardering van factoren die investeringsklimaat bepalen^a

| | Hongarije | Polen | Tsjecho-Slowakije |
|--------------------------|-----------|-------|-------------------|
| Politieke stabiliteit | 4,4 | 3,3 | 3,7 |
| Macro-economisch klimaat | 3,8 | 2,9 | 3,6 |
| Privatisering | 3,7 | 3,2 | 3,4 |
| Convertibiliteit | 3,6 | 3,3 | 3,4 |
| Vrijd liberalisatie | 3,8 | 3,8 | 3,6 |
| Beroepsbevolking | 3,6 | 3,3 | 4,0 |
| Vestigingsprocedure | 3,9 | 3,6 | 3,7 |
| Terugkopen winsten | 4,1 | 3,8 | 3,9 |
| Belastingvoordelen | 3,2 | 3,5 | 3,2 |
| Infrastructuur (vervoer) | 3,1 | 2,6 | 3,2 |
| Telecom (communicatie) | 3,4 | 2,6 | 2,9 |
| Binnenlandse markt | 3,4 | 3,1 | 3,4 |
| Totaal score | 3,7 | 3,3 | 3,5 |

a. 1 = zeer slecht, 2 = slecht, 3 = redelijk, 4 = voldoende, 5 = goed.

Bron: Enquête Nederlandse investeerders, H.v.Hastenberg, op. cit. (zie noot 2).

7. In het onderzoek van Van Beerendonk, Oostveer & Ass. vindt 68% van de 250 onderzochte bedrijven afsluiting van de westerse markt geen probleem.