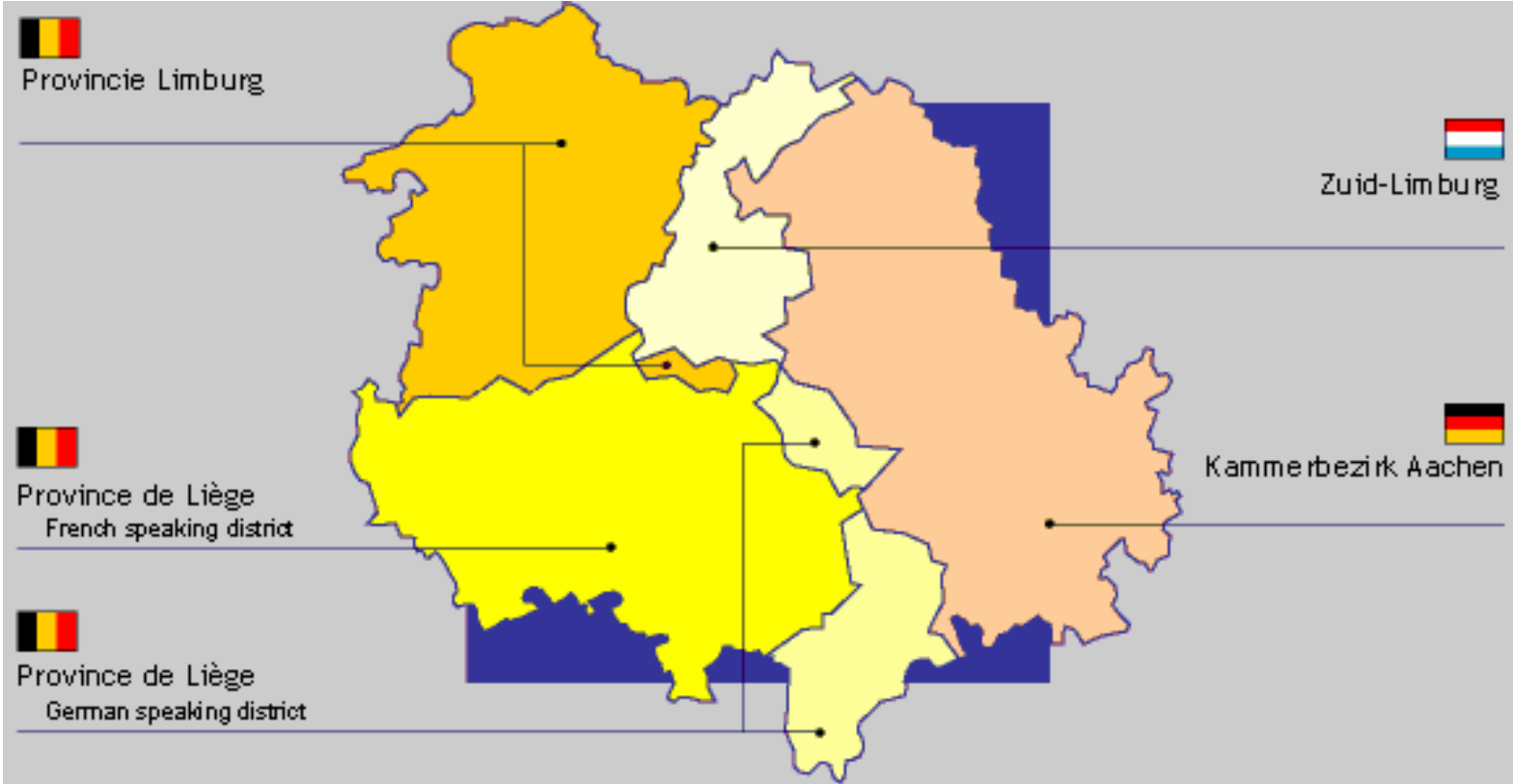


EUREGIONAL TRADE FLOWS



PART 2: Euregio Meuse-Rhine (Zuid-Limburg)

EUREGIONAL TRADE FLOWS

This is a project of the Chambers of Commerce Euregio Meuse-Rhine.

- Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Zuid-Limburg •
- Industrie- und Handelskammer Aachen •
- Industrie- und Handelskammer Eupen-Malmedy-St. Vith •
- Chambre de Commerce et d'Industrie de Liège-Verviers •
- Voka - Kamer van Koophandel Limburg •

www.euregiochambers.com



This project is co-financed by the Interreg III programme of the European Union for the Euregio Meuse-Rhine, la Région Wallonne, de Provincie Limburg (B) and the federal government of Nordrhein-Westfalen (D).



EUREGIONAL TRADE FLOWS

Maastricht, 28 April 2005

Prof.dr. J.D.P. Kasper
Drs. J.C.G. Hensgens
Drs. I.A. Nouwens

basis voor beslissingen

E,til

PO Box 1016
6201 BA Maastricht
T 043-3883955
F 043-3884860
E info@etil.nl
I www.etil.nl

E,til is part of the University of Maastricht Holding bv

PART 2: Euregio Meuse-Rhine (Zuid-Limburg)

Inhoudsopgave	Pagina		Pagina
0 Samenvatting, conclusies en adviezen	III	Figuren	
0.1 Samenvatting en conclusies	III	Figuur 2.1 Aandeel van export in omzet van bedrijven die exporteren	2
0.2 Adviezen	V	Figuur 2.2 Aandeel van import in omzet van bedrijven die importeren	2
0 Summary, conclusions and recommendations	IX	Figuur 3.1 De attractiviteit van de Euregio als exportgebied	4
0 Zusammenfassung, Schlussfolgerungen und Empfehlungen	XV	Figuur 3.2 Exportbarrières binnen de Euregio	6
0 Résumé, conclusions et conseils	XXI	Figuur 3.3 Motieven om niet te exporteren binnen de Euregio	8
1 Leeswijzer	1	Figuur 3.4 De attractiviteit van de Euregio als importgebied	10
2 Euregionale handel	3	Figuur 3.5 Importbarrières binnen de Euregio	12
2.1 Euregionale export	3	Figuur 3.6 Motieven om niet te importeren uit de Euregio	14
2.2 Euregionale import	3	Figuur 4.1 De attractiviteit van Zuid-Limburg als exportgebied	16
3 De Euregio bezien vanuit Zuid-Limburg	5	Figuur 4.2 Exportbarrières binnen Zuid-Limburg	18
3.1 De Euregio als exportgebied	5	Figuur 4.3 Motieven om niet te exporteren naar Zuid-Limburg	20
3.1.1 De attractiviteit van de Euregio als exportgebied	5	Figuur 4.4 De attractiviteit van Zuid-Limburg als importgebied	22
3.1.2 Exportbarrières binnen de Euregio	7	Figuur 4.5 Importbarrières binnen Zuid-Limburg	24
3.1.3 Motieven om niet te exporteren binnen in de Euregio	9	Figuur 4.6 Motieven om niet te importeren uit Zuid-Limburg	26
3.2 De Euregio als importgebied	11	Staten	
3.2.1 De attractiviteit van de Euregio als importgebied	11	Staat 0.1 De attractiviteit van de Euregio als export- en importgebied	II
3.2.2 Importbarrières binnen de Euregio	13	Staat 0.2 Handelsbarrières binnen de Euregio	II
3.2.3 Motieven om niet in te importeren uit de Euregio	15	Staat 0.3 Motieven om géén Euregionale handel te voeren	IV
4 Zuid-Limburg bezien vanuit de Euregio	17	Staat 0.4 De attractiviteit van Zuid-Limburg als export- en importgebied	IV
4.1 Zuid-Limburg als exportgebied	17	Staat 0.5 Handelsbarrières die de handel met Zuid-Limburg bemoeilijken	VI
4.1.1 De attractiviteit van Zuid-Limburg als exportgebied	17	Staat 0.6 Motieven om géén handel te voeren met Zuid-Limburg	VI
4.1.2 Exportbarrières binnen Zuid-Limburg	19		
4.1.3 Motieven om niet te exporteren naar Zuid-Limburg	21		
4.2 Zuid-Limburg als importgebied	23		
4.2.1 De attractiviteit van Zuid-Limburg als importgebied	23		
4.2.2 Importbarrières binnen Zuid-Limburg	25		
4.2.3 Motieven om niet te importeren uit Zuid-Limburg	27		

Staat 0.1 De attractiviteit van de Euregio als export- en importgebied

	Export (figuur 3.1)*	Import (figuur 3.4)**
Meest aantrekkelijke aspecten (top 3)	Serviceverlening (+) Investeringsnoodzaak (+) Levertijden /taalverschillen (+)	Betere kwaliteit (+) Soort aanbieders (+) Inkooprijzen (+)
Minst aantrekkelijke aspecten (top 3)	Verkoopprijzen (-) Concurrentie (-) Soort afnemers (-)	Wet- en regelgeving (-) Fiscale verschillen (-) Serviceverlening (-)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven in Zuid-Limburg die Euregionaal exporteren (*) en/of importeren (**)

Het begrip 'minst aantrekkelijk' is niet hetzelfde als 'volkomen onaantrekkelijk'. Ter illustratie: bij de minst aantrekkelijke aspecten van het Euregio als importgebied staat het aspect 'serviceverlening'. Slechts een kleine meerderheid van de ondernemers vindt de Euregio onaantrekkelijk vanwege de matige serviceverlening.

Aspecten die in groen zijn afgedrukt en waaraan een plusteken (+) is toegevoegd, zijn aspecten waar de Euregio zich in positieve zin onderscheidt van andere handelsgebieden. Als een aspect in het rood is afgedrukt en er een minteken (-) achter staat, is de Euregio voor dat betreffende aspect onaantrekkelijk in vergelijking met andere handelsgebieden.

Staat 0.2 Handelsbarrières binnen de Euregio

	Export (figuur 3.2)*	Import (figuur 3.5)**
Relatief klein belemmering (top 3)	Taalverschillen (+) Cultuurverschillen (+) Onbekendheid gebied (+)	Taalverschillen (+) Fiscale verschillen (+) Cultuurverschillen / wet- en regelgeving (+)
Relatief grote belemmering (top 3)	Verkoopprijzen (-) Kwaliteitsnormen (+) Wet en regelgeving (+)	Kwaliteitsnormen (+) Aantal aanbieders (+) Samenwerkingspartners (+)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven in Zuid-Limburg die Euregionaal exporteren (*) en/of importeren (**)

Het begrip 'relatief grote belemmering' is nadrukkelijk niet hetzelfde als 'een onoverkomelijke barrière'. Ter illustratie: de hoogte van de kwaliteitsnormen in de Euregio vormen volgens relatief veel ondernemers een handelsbelemmering. Een meerderheid van de ondernemers is echter van mening dat de kwaliteitsnormen géén belemmering vormen.

Aspecten die in groen zijn afgedrukt en waaraan een plusteken (+) is toegevoegd, vormen voor een meerderheid van de ondernemers géén handelsbarrière. Alleen als een aspect in het rood is afgedrukt en er een minteken (-) achter staat, is een meerderheid van de ondernemers van mening dat het betreffende aspect een handelsbarrière vormt.

0 SAMENVATTING, CONCLUSIES EN ADVIEZEN

0.1 Samenvatting en conclusies

Algemeen

Zuid-Limburg ligt middenin de Euregio Maas-Rijn en grenst aan de vier andere Euregionale deelgebieden. Bovendien heeft Zuid-Limburg dankzij de A76/A4/A2 (E314) en de A2/A25 (E25) goede verbindingen met de andere Euregionale deelgebieden. De centrale positie en goede wegontsluiting van dit (vrij kleine) gebied is mede bepalend voor de uitkomsten van dit onderzoek. Zowel voor bedrijven in Zuid-Limburg die Euregionaal handelen als voor bedrijven in de rest van de Euregio die in Zuid-Limburg zakendoen, worden lagere transportkosten, snellere levertijden, betere kwaliteit, betere service, vrij lage inkooprijzen en meevallende verschillen in taal of cultuur nogal vaak genoemd als de voordelen van Euregionaal zakendoen in of vanuit Zuid-Limburg.

Op zich zijn er - in vergelijking met alle uitkomsten van het onderzoek - relatief weinig bedrijven in Zuid-Limburg die exporteren of importeren. Wanneer zij het echter doen, is dit van relatief groot belang voor hen. Dan blijkt ook dat zij relatief veel zakendoen in de Euregio: vooral export naar en import uit Belgisch Limburg en export naar de Regio Aachen. De handel met de Provincie Luik is (nog) beperkt. De naar de Euregio exporterende Zuid-Limburgse bedrijven vinden de Euregio aantrekkelijker dan andere exportmarkten; de uit de Euregio importerende Zuid-Limburgse bedrijven hebben geen eenduidig oordeel over de aantrekkelijkheid van de Euregio als importmarkt. De bedrijven in de andere delen van de Euregio vinden Zuid-Limburg voor hen zowel een aantrekkelijke exportmarkt als een aantrekkelijke importmarkt.

Naast de genoemde algemene redenen vinden de Zuid-Limburgse bedrijven de Euregio een aantrekkelijke exportmarkt omdat zij geen (grote) investeringen hoeven te doen noch hoeven samen te werken met tussenpersonen om die markt te betreden. Men kan het zelf doen, vanwege de geringe afstanden.

Barrières

Vaak wordt verondersteld dat de taal- en cultuurverschillen tussen de vijf regio's in de Euregio de belangrijkste handelsbarrières vormen. In de praktijk blijken de taal- en vooral cultuurverschillen echter enorm mee te vallen. Binnen de landen waartoe de Euregionale deelgebieden behoren, bestaan vaak grotere cultuurverschillen dan tussen de Euregionale deelgebieden onderling. De verschillen in wet- en regelgeving en de fiscale verschillen zijn daarentegen wel heel belangrijke factoren die het internationaal handelen binnen de Euregio belemmeren, vooral bij de import.

Daarnaast zien relatief veel bedrijven af van export naar of import uit Zuid-Limburg omdat zij over onvoldoende marktinformatie over Zuid-Limburg beschikken, al dan niet omdat zij de Nederlandse taal onvoldoende machtig zijn. De ondernemers die naar eigen mening wel beschikken over voldoende marktinformatie, wijzen vooral op de relatief lage verkoopprijzen (export) en hoge inkooprijzen (import) in Zuid-Limburg en op de scherpe concurrentie (export).

De ondernemers in Zuid-Limburg zijn over het algemeen van mening dat zij wel beschikken over voldoende marktinformatie over de Euregio. Voor hen vormen (twijfels over) de gevraagde (export) en geleverde (import) kwaliteit soms een handelsbarrière. Daarnaast wijzen de ondernemers in Zuid-Limburg op de relatief beperkte omvang van de Euregio als export- en importmarkt (afnemers en aanbieders) en op het feit dat de verkoopprijzen in de Euregio onder druk staan.

Staat 0.3 Motieven om géén Euregionale handel te voeren

	Export (figuur 3.3)*	Import (figuur 3.6)**
Relatief onbelangrijk motief (top 3)	Wet- en regelgeving (+) Verkoopprijzen (+) Levertijden (+)	Wet- en regelgeving (+) Fiscale verschillen (+) Levertijden (+)
Relatief belangrijk motief (top 3)	Concurrentie (-) Aantal afnemers (+) Kwaliteitseisen (+)	Soort aanbieders (+) Aantal aanbieders (+) Kwaliteit (+)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven in Zuid-Limburg die niet Euregionaal exporteren (*) en/of importeren (**)

Het begrip 'relatief belangrijk motief' is nadrukkelijk niet hetzelfde als 'een doorslaggevend motief'. Ter illustratie: er zijn relatief veel ondernemers die vanwege de (te lage of hoge) kwaliteit die geleverd wordt in de Euregio afzien van Euregionale import, maar voor een meerderheid van de ondernemers vormt de geleverde kwaliteit géén motief om af te zien van Euregionale import.

Aspecten die in **groen** zijn afgedrukt en waaraan een plusteken (+) is toegevoegd, vormen voor een meerderheid van de ondernemers géén motief om af te zien van Euregionale handel. Alleen als een aspect in het **rood** is afgedrukt en er een minteken (-) achter staat, vormt dat aspect voor een meerderheid van de ondernemers een motief om af te zien van Euregionale handel.

Staat 0.4 De attractiviteit van Zuid-Limburg als export- en importgebied

	Export (figuur 4.1)*	Import (figuur 4.4)**
Meest aantrekkelijke aspecten (top 3)	Levertijden (+) Relatiebeheer (+) Soort afnemers (+)	Betere kwaliteit (+) Levertijden (+) Soort aanbieders (+)
Minst aantrekkelijke aspecten (top 3)	Concurrentie (-) Verkoopprijzen (-) Fiscale verschillen (+)	Fiscale verschillen (-) Wet- en regelgeving (-) Inkoopprijzen (-)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven die naar Zuid-Limburg exporteren (*) en/of uit Zuid-Limburg importeren (**)

Het begrip 'minst aantrekkelijk' is niet hetzelfde als 'onaantrekkelijk'. Ter illustratie: bij de minst aantrekkelijke aspecten van Zuid-Limburg als exportgebied staat het aspect 'fiscale verschillen'. Als de fiscale verschillen met Zuid-Limburg worden afgezet tegen de fiscale verschillen met andere afzetgebieden, scoort Zuid-Limburg zelfs nog relatief goed. Op de meeste andere aspecten scoort de Zuid-Limburg echter gewoon (nog) beter.

Aspecten die in **groen** zijn afgedrukt en waaraan een plusteken (+) is toegevoegd, zijn aspecten waar Zuid-Limburg zich in positieve zin onderscheidt van andere handelsgebieden. Alleen als een aspect in het **rood** is afgedrukt en er een minteken (-) achter staat, is Zuid-Limburg voor dat betreffende aspect onaantrekkelijk in vergelijking met andere handelsgebieden.

0.2 Adviezen om internationale handel in de Euregio te bevorderen

‘De Euregio Maas-Rijn: uw internationale thuismarkt!’ dient volgens Etil het centrale thema te vormen bij het Euregionaal handelsbeleid van de Euregionale Kamers van Koophandel in het algemeen en die van de Kamer van Koophandel in Zuid-Limburg in het bijzonder.

Door de centrale ligging in de Euregio en de relatief goede oost-westverbinding (A67) en noord-zuidverbinding (A2) kunnen bedrijven in Zuid-Limburg optimaal profiteren van de geringe afstanden binnen de Euregio. De fysieke nabijheid biedt veel voordelen, zoals korte levertijden, hoge leverbetrouwbaarheid, lage transportkosten en goede serviceverlening. Daarnaast hebben de geringe afstanden tot voordeel dat de bestaande cultuurverschillen in de praktijk op Euregionaal niveau vaak kleiner zijn dan op nationaal niveau en ook de taalverschillen beperkt zijn¹. De fysieke nabijheid en de geringe cultuur- en taalverschillen hebben als aanvullende voordeel dat ondernemers direct - en dus zonder tussenpersonen en/of grote investeringen - handel kunnen drijven in de Euregio. Ook het verkrijgen van de juiste markt-informatie wordt hierdoor vergemakkelijkt, althans voor de meertalige ondernemers. Door de bovenstaande kenmerken van de Euregio vormt de Euregio de ideale springplank voor ondernemers in de Euregio die door export internationaal willen expanderen.

Communicatie: de Euregio als internationale thuismarkt positioneren

De genoemde voordelen worden echter nog niet volledig onderkend noch benut, mede door onwetendheid en mispercepties. Het is dan ook van groot belang dat de (genoemde) sterke punten van de Euregio nadrukkelijk worden benoemd en gecommuniceerd. Er dient ook (nog meer) aandacht geschonken te worden door de Kamers van Koophandel aan het breed verspreiden van meertalige markt-informatie over de Euregio als geheel en de Euregionale deelgebieden in het bijzonder (met extra aandacht voor de Provincie Luik).

¹ Behalve grote overeenkomsten tussen de dialecten die worden gesproken in de Euregio, zijn ook relatief veel ondernemers meertalig (juist) dankzij de nabijheid van de taalgrenzen.

Daarbij kan niet volstaan worden met het verschaffen van of het toegankelijker maken van algemene markt-informatie, maar is maatwerk-informatie over de aanwezigheid van specifieke toeleveranciers of afnemers voor een bepaald bedrijf gewenst.

Euregionale keten- en clustervorming

Het voorgaande vormt uiteraard geen oplossing voor het feit dat de Euregio een relatief kleine markt vormt. De Kamers van Koophandel kunnen deze marktsituatie ook niet veranderen. Wel kunnen de Kamers van Koophandel een bijdrage blijven leveren aan verdergaande Euregionale keten- en clustervorming. Het betreft zowel het oprichten als onderhouden van netwerken van bedrijven die niet op één locatie gevestigd zijn als het fysiek clusteren van vraag en aanbod op Euregionale thematische bedrijventerreinen.

Euregionale lobby

Hoewel de Euregio de thuismarkt voor de bedrijven in de Euregio Maas-Rijn kan gaan vormen, is deze dat in de praktijk zeker nog niet helemaal. Kenmerkend voor een thuismarkt is immers dat er géén (grote) fiscale verschillen en verschillen in wet- en regelgeving bestaan. De vijf Kamers moeten hun gezamenlijk lobby voor harmonisatie tussen de drie betrokken landen en een ‘status aparte’ voor de Euregio Maas-Rijn richting de nationale regeringen en de EU dus krachtig blijven voortzetten. De introductie van de euro heeft de internationale handel vergemakkelijkt. Traditionele factoren als taal- en cultuurverschillen die internationale handel bemoeilijken, lijken hier al minder een rol te spelen. Nu wordt het van belang de nog resterende verschillen in wet- en regelgeving en fiscale regime weg te nemen, dan wel op zijn minst te verminderen.

Staat 0.5 Handelsbarrières die de handel met Zuid-Limburg bemoeilijken

	Export (figuur 4.2)*	Import (figuur 4.5)**
Relatief klein belemmering (top 3)	Samenwerkingspartners (+) Cultuurverschillen (+) Taalverschillen (+)	Cultuurverschillen (+) Marktinformatie (+) Taalverschillen (+)
Relatief grote belemmering (top 3)	Verkoopprijzen (+) Onbekendheid gebied (+) Concurrentie (+)	Kwaliteitsnormen (+) Inkoopprijzen (+) Taalverschillen / wet- en regelgeving (+)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven die naar Zuid-Limburg exporteren (*) en/of uit Zuid-Limburg importeren (**)

Het begrip 'relatief grote belemmering' is nadrukkelijk niet hetzelfde als 'een onoverkomelijke barrière'. Ter illustratie: de hoogte van de inkoopprijzen in Zuid-Limburg vormen volgens relatief veel ondernemers een belemmering voor de import. Een meerderheid van de ondernemers is echter van mening dat het géén belemmering vormt.

Aspecten die in groen zijn afgedrukt en waaraan een plusteken (+) is toegevoegd, vormen voor een meerderheid van de ondernemers géén handelsbarrière. Alleen als een aspect in het rood is afgedrukt en er een minteken (-) achter staat, is een meerderheid van de ondernemers van mening dat het betreffende aspect een handelsbarrière vormt.

Staat 0.6 Motieven om géén handel te voeren met Zuid-Limburg

	Export (figuur 4.3)*	Import (figuur 4.6)**
Relatief onbelangrijk motief (top 3)	Cultuurverschillen (+) Leverbetrouwbaarheid (+) Transportkosten/ serviceverlening (+)	Cultuurverschillen (+) Investeringsnoodzaak (+) Levertijden (+)
Relatief belangrijk motief (top 3)	Taalverschillen (-) Marktinformatie (-) Wet- en regelgeving (-)	Marktinformatie (-) Kwaliteit (-) Wet- en regelgeving/relatiebeheer (+)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven die niet naar Zuid-Limburg exporteren (*) en/of uit Zuid-Limburg importeren (**)

Het begrip 'relatief belangrijk motief' is nadrukkelijk niet hetzelfde als 'een doorslaggevend motief'. Ter illustratie: er zijn relatief veel ondernemers die vanwege de verschillen in wet- en regelgeving afzien van import uit Zuid-Limburg, maar voor een meerderheid van de ondernemers vormt het ontbreken van marktinformatie géén motief om af te zien van import uit Zuid-Limburg.

Aspecten die in groen zijn afgedrukt en waaraan een plusteken (+) is toegevoegd, vormen voor een meerderheid van de ondernemers géén motief om af te zien van handel met Zuid-Limburg. Alleen als een aspect in het rood is afgedrukt en er een minteken (-) achter staat, vormt dat aspect voor een meerderheid van de ondernemers een motief om af te zien van handel met Zuid-Limburg.

English summary

Table 0.1 The attractiveness of the Euregio as an export and import region

	Export (figure 3.1)*	Import (figure 3.4)**
Most attractive aspects (top 3)	Service delivery (+) Need for investment (+) Delivery times / language differences (+)	Better quality (+) Type of suppliers (+) Purchase prices (+)
Least attractive aspects (top 3)	Sales prices (-) Competition (-) Type of customers (-)	Regulations (-) Tax differences (-) Service provision (-)

NB. The views are limited exclusively to companies in Zuid-Limburg who export (*) and/or import (**) in the Euregio

The term 'least attractive' is self-evidently not the same as 'unattractive'. By way of illustration, 'service provision' is listed as one of the least attractive aspects of doing import business in the Euregio. Only a small majority of businesses see the Euregio as unattractive on account of the moderate service provision.

Aspects listed in green with a plus sign alongside (+), are aspects which the Euregio singles itself out more positively from other trading regions. Only where an aspect is displayed in red with a minus sign alongside (-), is the Euregio less attractive than other trading regions for that particular aspect.

Table 0.2 Trade barriers within the Euregio

	Export (figure 3.2)*	Import (figure 3.5)**
Relatively small obstacle (top 3)	Language differences (+) Cultural differences (+) Unfamiliar territory (+)	Language differences (+) Tax differences (+) Cultural differences / regulations (+)
Relatively large obstacle (top 3)	Sales prices (-) Quality standards (+) Regulations (+)	Quality standards (+) Number of suppliers (+) Co-operating partners (+)

NB. The views are limited exclusively to companies in Zuid-Limburg who export (*) and/or import (**) the Euregio

The term 'relatively large obstacle' is self-evidently not the same as 'an insurmountable obstacle'. By way of illustration, the extent of the quality standards in the Euregio is seen as an obstacle to relatively many businesses. However, a majority of businesses does not see quality standards as an obstacle.

Aspects listed in green with a plus sign alongside (+), are aspects which do not form a trade barrier for a majority of businesses. Only where an aspect is displayed in red with a minus sign alongside (-), does a majority of businesses see the aspect in question forming a trade barrier.

0 SUMMARY, CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

0.1 Summary and conclusions

General

Zuid-Limburg lies at the centre of the Euregio Meuse-Rhine and has borders with four constituent parts. Thanks to the A76/A4/A2 (E314) and the A2/A25 (E25) motorway axes, Zuid-Limburg has good links to the other parts of the Euregio. The central location and good road infrastructure that this (relatively small) region has, is partly responsible for the results of this study. Both for companies in Zuid-Limburg which do business in the Euregio, as well as companies in the rest of the Euregio which do business in Zuid-Limburg, aspects such as low transport costs, quick delivery times, better quality, better service, relatively low purchasing prices and surprisingly small differences in language and culture are often cited as the benefits of Euregional trading to and from Zuid-Limburg.

Compared to the overall results of the survey, there are relatively few businesses in Zuid-Limburg which either export or import. For those that do however, it represents a relatively large proportion of business. The study reveals that, relatively speaking, they do a lot of business in the Euregio, in particular import from and export to the Provincie Limburg (B) and export to the Aachen Region (D). Trade with the Province of Liège (B) is (still) limited. Zuid-Limburg based businesses exporting to the Euregio deem the Euregio to be more attractive than other export markets; Zuid-Limburg companies importing from the Euregio do not have a uniform opinion on the attractiveness of the Euregio as an import market. Businesses in other parts of the Euregio look upon Zuid-Limburg as being attractive both as an export market and an import market.

In addition to the general reasons already specified Zuid-Limburg based companies see the Euregio as an attractive export market because they do not have to make any (major) investment or work with intermediaries

in order to enter the market. This can be done from their place of business because distances are so short.

Barriers

It is often assumed that differences in language and culture would form the most important trade barriers between the five regions in the Euregio. In practice however, these differences, especially the cultural ones, are much better than would be expected. The differences in the countries to which the constituent parts of the Euregio belong are often greater than those between the constituent regions of the Euregio. In contrast, differences in regulations and tax systems do represent important factors hindering trade within the Euregio, in particular for import.

In addition, a relatively large number of businesses do not import from or export to Zuid-Limburg because they have too little information about Zuid-Limburg, or because they do not have an adequate command of the Dutch language. Businesses which believe they have adequate market information point in particular to the relatively low sales prices (export) (export) and high purchase prices (import) in Zuid-Limburg as well as to the high level of competition (export).

In general businesses in Zuid-Limburg consider that they have adequate levels of market information about the rest of the Euregio. For these companies (doubts about) the quality supplied (import) and demanded sometimes present a trade barrier. In addition, businesses in Zuid-Limburg point to the relatively limited size of the Euregio as an export and import market (customers and suppliers) and to the fact that sales prices in the Euregio are squeezed.

Table 0.3 Reasons not to carry out Euregional trade

	Export (figure 3.3)*	Import (figure 3.6)**
Relatively unimportant reasons (top 3)	Regulations (+) Sales prices (+) Delivery times (+)	Regulations (+) Tax differences (+) Delivery times (+)
Relatively important reasons (top 3)	Competition (-) Number of customers (+) Quality requirements (+)	Type of suppliers (+) Number of suppliers (+) Quality (+)

NB. The views are limited exclusively to companies in Zuid-Limburg who do not export (*) and/or import (**) in the Euregio

The term 'relatively important reason' is self-evidently not the same as 'a decisive reason'. By way of illustration, there are relatively many businesses who desist from doing Euregional import trade because of quality (either too high or too low), but for a majority of businesses the quality of goods supplied from the Euregio does not form a reason for not doing Euregional business.

Aspects listed in green with a plus sign (+) do not form a reason for not carrying out Euregional trade for a majority of businesses. Only where an aspect is listed in red with a minus sign (-) does this aspect form a reason not to carry out Euregional trade for a majority of businesses.

Table 0.4 The attractiveness of Zuid-Limburg as an export and import region

	Export (figure 4.1)*	Import (figure 4.4)**
Most attractive aspects (top 3)	Delivery times (+) Customer relations (+) Type of customers (+)	Better quality (+) Delivery times (+) Type of suppliers (+)
Least attractive aspects (top 3)	Competition (-) Sales prices (-) Tax differences (+)	Tax differences (-) Regulations (-) Purchase prices (-)

NB. The views are limited exclusively to companies in the Euregio who export (*) to or import (**) from Zuid-Limburg

The term 'least attractive' is self-evidently not the same as 'unattractive'. By way of illustration, 'tax differences' is cited as the least attractive aspect of Zuid-Limburg as an export region. If the tax differences in Zuid-Limburg are compared with those in other regions, Zuid-Limburg still scores relatively well. For most other aspects however, the Zuid-Limburg scores better.

Aspects listed in green with a plus sign alongside (+), are aspects which the Zuid-Limburg singles itself out more positively from other trading regions. Only where an aspect is displayed in red with a minus sign alongside (-), is Zuid-Limburg less attractive than other trading regions for that particular aspect.

0.2 Recommendations for promoting international trade in the Euregio

In Etal's opinion, 'The Euregio Meuse-Rhine: your international market at home!' should be the key thrust of Euregional trade policy pursued by the Euregional Chambers of Commerce and by the Kamer van Koophandel in Zuid-Limburg in particular.

Thanks to the central location in the Euregio and the relatively good east-west (A67) and north-south (A2) road links, businesses in Zuid-Limburg are able to take optimum advantage of the short distances within the Euregio. The physical proximity offers many benefits, such as short delivery times, high levels of reliability in delivery, low transport costs and good levels of service provision. In addition, these short distances have the advantage that, in practice, existing cultural differences at a Euregional level are often smaller than at a national level and language differences are also limited². The physical proximity and the minor differences in culture and language also have an additional advantage that companies can trade directly in the Euregio, without the need for an intermediary and/or major investment. Getting the right market information is then made easier, at least for multilingual businesspersons. As a result of these characteristics, for many Euregional businesses, the Euregio provides an ideal platform on which to expand their international operations.

Communication: promoting the Euregin as an international market at home

However, these advantages have neither been fully acknowledged nor harnessed as a result of ignorance or misconception. It is therefore extremely important to spell out and promote the strong points of the Euregio more specifically. The Chambers of Commerce need to pay (still more) attention to the distribution of multilingual market information about the Euregio as a whole and the constituent regions in particular (with extra attention for the Province of Liège).

² In addition to the large similarities between the dialects that are spoken in the Euregio, there are relatively many businesspersons who are multilingual thanks to the proximity of the language frontiers.

It is not enough simply to be satisfied with the acquisition of and better access to general market information, but more targeted information about the presence of specific suppliers or customers for a specific firm.

Formation of Euregional chains and clusters

None of the aforementioned provides a solution for the fact that the Euregio is a relatively small region. The Chambers of Commerce are likewise unable to alter the market situation. However, what they can do is to contribute towards the formation of Euregional chains and clusters. This involves not only setting up and maintaining of networks for companies not located in a single location but also physically clustering demand and supply at dedicated Euregional business parks.

Euregional lobby

Although the Euregio might form the domestic market for companies based in the Euregio Meuse-Rhine, in practice this is not entirely the case. A domestic market is characterised by a single uniform system of taxes and regulations. The five participating Chambers of Commerce, collectively, will have to lobby hard for harmonisation between the three countries and continue arguing strongly for a 'special status' for the Euregio Meuse-Rhine with the national governments and the EU. The introduction of the Euro has made international trade easier. Traditional factors, such as differences in language and culture, which impede international trade, play a much less significant role here. Now it is important to iron out the differences in regulations and tax systems, or at least lessen these.

Table 0.5 Trade barriers which hinder trade with Zuid-Limburg

	Export (figure 4.2)*	Import (figure 4.5)**
Relatively small obstacle (top 3)	Co-operating partners (+) Cultural differences (+) Language differences (+)	Cultural differences (+) Market information (+) Language differences (+)
Relatively large obstacle (top 3)	Sales prices (+) Unfamiliar territory (+) Competition (+)	Quality standards (+) Purchase prices (+) Language differences / regulations (+)

NB. The views are limited exclusively to companies who export (*) to and/or import (**) from Zuid-Limburg

The term 'relatively large obstacle' is self-evidently not the same as 'an insurmountable obstacle'. By way of illustration, purchase prices in Zuid-Limburg are an obstacle to import for relatively many businesses. However, a majority of businesses do not think that this forms an obstacle.

Aspects listed in green with a plus sign (+), do not form a trade barrier for the majority of businesses. Only where an aspect is listed in red with a minus sign (-), does this mean that a majority of companies feels that the aspect concerned forms a trade barrier.

Table 0.6 Reasons not to carry out business with Zuid-Limburg

	Export (figure 4.3)*	Import (figure 4.6)**
Relatively unimportant reason (top 3)	Cultural differences (+) Reliability in delivery (+) Transport costs / service provision (+)	Cultural differences (+) Need for investment (+) Delivery times (+)
Relatively important reason (top 3)	Language differences (-) Market information (-) Regulations (-)	Market information (-) Quality (-) Regulations / supplier relations (+)

NB. The views are limited exclusively to companies who do not export (*) to and/or import (**) from Zuid-Limburg

The term 'relatively important reason' is self-evidently not the same as 'a decisive reason'. By way of illustration, there are relatively many businesses who desist from import from Zuid-Limburg on account of differences in regulations, but for a majority of businesses the lack of market information does not form a reason not to import from Zuid-Limburg.

Aspects listed in green with a plus sign (+) do not form a reason for not carrying out Euregional trade for a majority of businesses. Only where an aspect is listed in red with a minus sign (-) does this aspect form a reason not to carry out business with Zuid-Limburg for a majority of businesses

Deutsche Zusammenfassung

Übersicht 0.1 Die Attraktivität der Euregio als Export- und Importgebiet

	Export (Abbildung 3.1)*	Import (Abbildung 3.4)**
Die attraktiven Aspekte (Top 3)	Dienstleistung (+) Notwendigkeit von Investitionen (+) Lieferzeiten / Sprachunterschiede (+)	Bessere Qualität (+) Art der Anbieter (+) Einkaufspreise (+)
Die am wenigsten attraktiven Aspekte (Top 3)	Verkaufspreise (-) Konkurrenz (-) Art der Abnehmer (-)	Gesetze und Regelung (-) Steuerliche Unterschiede (-) Dienstleistung (-)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe in Süd-Limburg, die euregional exportieren (*) und/oder importieren (**)

Der Begriff 'am wenigsten attraktiv' ist nicht derselbe wie 'vollkommen unattraktiv'. Zur Erläuterung: Bei den am wenigsten attraktiven Aspekten der Euregio als Importgebiet wird der Aspekt 'Dienstleistung' genannt. Nur eine kleine Mehrheit der Unternehmer hält die Euregio wegen der mäßigen Dienstleistung für unattraktiv.

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, sind Aspekte, in denen sich die Euregio im positiven Sinne von den anderen Handelsgebieten unterscheidet. Wenn ein Aspekt rot ausgedrückt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, ist die Euregio für den betreffenden Aspekt unattraktiv im Vergleich zu anderen Handelsgebieten.

Übersicht 0.2 Handelshemmnisse in der Euregio

	Export (Abbildung 3.2)*	Import (Abbildung 3.5)**
Relativ kleine Hemmnisse (Top 3)	Sprachunterschiede (+) Kulturunterschiede (+) Unbekanntes Gebiet (+)	Sprachunterschiede (+) Steuerliche Unterschiede (+) Kulturunterschiede / Gesetze und Regelung (+)
Relativ große Hemmnisse (Top 3)	Verkaufspreise (-) Qualitätsnormen (+) Gesetze und Regelung (+)	Qualitätsnormen (+) Zahl der Anbieter (+) Geschäftspartner (+)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe in Süd-Limburg, die euregional exportieren (*) und/oder importieren (**)

Der Begriff 'relativ große Hemmnisse' ist ausdrücklich nicht derselbe wie 'ein unüberwindbares Hemmnis'. Zur Erläuterung: Die Höhe der Qualitätsnormen in der Euregio stellen nach Meinung relativ vieler Unternehmer ein Handelshemmnis dar. Die Mehrheit der Unternehmer ist aber der Meinung, dass die Qualitätsnormen kein Hemmnis darstellen.

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, stellen für die Mehrheit der Unternehmer kein Handelshemmnis dar. Nur wenn ein Aspekt rot ausgedrückt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, ist die Mehrheit der Unternehmer der Meinung, dass der betreffende Aspekt ein Handelshemmnis darstellt.

0 ZUSAMMENFASSUNG, SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN

0.1 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Allgemeines

Süd-Limburg liegt mitten in der Euregio Maas-Rhein und grenzt an vier anderen euregionalen Teilgebiete. Außerdem besitzt Süd-Limburg dank der A76/A4/A2 (E314) und der A2/A25 (E25) gute Verbindungen zu den anderen euregionalen Teilgebieten. Die zentrale Lage und die gute Verkehrsanbindung dieses (ziemlich kleinen) Gebiets ist mitbestimmend für die Ergebnisse dieser Untersuchung. Sowohl für die Betriebe in Süd-Limburg, die euregional Handel treiben, als auch für die Betriebe in der übrigen Euregio, die in Süd-Limburg Geschäfte machen, werden niedrigere Transportkosten, schnellere Lieferzeiten, bessere Qualität, besserer Service, niedrige Einkaufspreise und die leicht zu überwindenden Unterschiede in der Sprache oder der Kultur häufig als die Vorteile des euregionalen Handels nach oder aus Süd-Limburg genannt.

An sich gibt es - im Vergleich zu den vollständigen Ergebnissen der Untersuchung - relativ wenig Betriebe in Süd-Limburg, die exportieren oder importieren. Wenn sie es dennoch tun, ist dies von relativ großer Bedeutung für sie. Dann zeigt sich auch, dass sie relativ viele Geschäfte in der Euregio machen: Sie exportieren hauptsächlich in den Kammerbezirk Aachen und haben Exporte nach und Importe aus Belgisch-Limburg. Der Handel mit der Provinz Lüttich ist (noch) beschränkt. Die in die Euregio exportierenden süd-limburgischen Betriebe halten die Euregio für attraktiver als die anderen Exportmärkte; die aus der Euregio importierenden süd-limburgischen Betriebe haben kein eindeutiges Urteil über die Attraktivität der Euregio als Importmarkt. Die Betriebe in den anderen Teilen der Euregio halten Süd-Limburg aus ihrer Sicht sowohl für einen attraktiven Exportmarkt, als auch für einen attraktiven Importmarkt.

Neben den genannten, allgemeinen Gründen halten die süd-limburgischen Betriebe die Euregio für einen attraktiven Exportmarkt,

weil sie weder (große) Investitionen vorzunehmen brauchen, noch mit Vermittlern zusammenarbeiten müssen, um diesen Markt zu erschließen. Wegen der geringen Entfernungen kann man den Handel selbst betreiben.

Hemmnisse

Oft wird angenommen, dass die Sprach- und Kulturunterschiede zwischen den fünf Regionen in der Euregio die wichtigsten Handelshemmnisse darstellen. In der Praxis zeigt sich jedoch, dass die Sprach- und Kulturunterschiede leicht zu überwinden sind. Innerhalb der Länder, zu denen die euregionalen Teilgebiete gehören, gibt es oft größere Kulturunterschiede als zwischen den einzelnen euregionalen Teilgebieten. Die Unterschiede bei den Gesetzen und in der Regelsetzung sowie die steuerlichen Unterschiede sind hingegen sehr wichtige Faktoren, die den internationalen Handel in der Euregio behindern, in erster Linie beim Import.

Darüber hinaus sehen relativ viele Betriebe vom Export nach oder dem Import aus Süd-Limburg ab, weil sie über keine ausreichenden Marktinformationen über Süd-Limburg verfügen, bzw. weil sie die niederländische Sprache nicht genügend beherrschen. Die Unternehmer, die ihrer eigenen Meinung nach über ausreichende Marktinformationen verfügen, weisen in erster Linie auf die relativ niedrigen Verkaufspreise (im Export) und die hohen Einkaufspreise (im Import) in Süd-Limburg sowie auf die scharfe Konkurrenz (im Export) hin.

Die Unternehmer in Süd-Limburg sind im allgemeinen der Meinung, dass ihnen genügend Marktinformationen über die Euregio zur Verfügung stehen. Für sie stellen Zweifel über die gewünschte Qualität (Export) und Zweifel über die gelieferte Qualität (Import) manchmal ein Handelshemmnis dar. Darüber hinaus weisen die Unternehmer in Süd-Limburg auf den relativ begrenzten Umfang der Euregio als Export- und Importmarkt (Abnehmer und Anbieter) sowie auf die Tatsache hin, dass die Verkaufspreise in der Euregio unter Druck stehen.

Übersicht 0.3 Motive dafür, keinen euregionalen Handel zu betreiben

	Export (Abbildung 3.3)*	Import (Abbildung 3.6)**
Relativ unwichtiges Motiv (Top 3)	Gesetze und Regelungsetzungen (+) Verkaufspreise (+) Lieferzeiten (+)	Gesetze und Regelungsetzungen (+) Steuerliche Unterschiede (+) Lieferzeiten (+)
Relativ wichtiges Motiv (Top 3)	Konkurrenz (-) Zahl der Abnehmer (+) Qualitätsanforderungen (+)	Art der Anbieter (+) Zahl der Anbieter (+) Qualität (+)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe in Süd-Limburg, die nicht euregional exportieren (*) und/oder importieren (**)

Der Begriff 'relativ wichtiges Motiv' ist ausdrücklich nicht derselbe wie 'ein ausschlaggebendes Motiv'. Zur Erläuterung: Es gibt relativ viele Unternehmer, die wegen der (zu geringen oder zu hohen) Qualität, die in der Euregio geliefert wird, vom euregionalen Import absehen, aber für die Mehrheit der Unternehmer stellt die gelieferte Qualität kein Motiv dar, vom euregionalen Import abzusehen.

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, stellen für die Mehrheit der Unternehmer kein Motiv dar, vom euregionalen Handel abzusehen. Nur wenn ein Aspekt rot ausgedrückt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, stellt dieser Aspekt für die Mehrheit der Unternehmer ein Motiv dar, vom euregionalen Handel abzusehen.

Übersicht 0.4 Die Attraktivität von Süd-Limburg als Export- und Importgebiet

	Export (Abbildung 4.1)*	Import (Abbildung 4.4)**
Die attraktivsten Aspekte (Top 3)	Lieferzeiten (+) Kundenbetreuung (+) Art der Abnehmer (+)	Bessere Qualität (+) Lieferzeiten (+) Art der Anbieter (+)
Die am wenigsten attraktiven Aspekte (Top 3)	Konkurrenz (-) Verkaufspreise (-) Steuerliche Unterschiede (+)	Steuerliche Unterschiede (-) Gesetze und Regelungsetzungen (-) Einkaufspreise (-)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe, die nach Süd-Limburg exportieren (*) und/oder aus Süd-Limburg importieren (**)

Der Begriff 'am wenigsten attraktiv' ist nicht derselbe wie 'unattraktiv'. Zur Erläuterung: Bei den am wenigsten attraktiven Aspekten von Süd-Limburg als Exportgebiet wird der Aspekt 'steuerliche Unterschiede' genannt. Wenn die steuerlichen Unterschiede zu Süd-Limburg vor dem Hintergrund der steuerlichen Unterschiede zu anderen Absatzgebieten betrachtet werden, schneidet Süd-Limburg sogar noch relativ gut ab. [Bei den meisten anderen Aspekten schneidet Süd-Limburg jedoch einfach (noch) besser ab.]

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, sind Aspekte, in denen sich Süd-Limburg im positiven Sinne von den anderen Handelsgebieten unterscheidet. Nur wenn ein Aspekt rot ausgedrückt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, ist Süd-Limburg für den betreffenden Aspekt unattraktiv im Vergleich zu anderen Handelsgebieten.

0.2 Empfehlungen um den internationalen Handel in der Euregio zu fördern

‘Die Euregio Maas-Rhein: Ihr internationaler Heimatmarkt!’ muss nach der Auffassung von Etil das zentrale Thema der euregionalen Handelspolitik der Euregiokammern im allgemeinen und der Industrie- und Handelskammer Süd-Limburg im besonderen sein.

Wegen der zentralen Lage in der Euregio, der relativ guten Ost-West-Verbindung (A76) und der guten Nord-Süd-Verbindung (A2) können die Betriebe in Süd-Limburg optimal von den geringen Entfernungen in der Euregio profitieren. Die physische Nähe bietet viele Vorteile, wie kurze Lieferzeiten, hohe Lieferzuverlässigkeit, niedrige Transportkosten und gute Dienstleistungen. Darüber hinaus haben die geringen Entfernungen den Vorteil, dass die vorhandenen Kulturunterschiede in der Praxis auf euregionaler Ebene oft kleiner sind, als auf nationaler Ebene und dass sich auch die Sprachunterschiede in Grenzen halten³. Die physische Nähe und die geringen Kultur- und Sprachunterschiede haben den zusätzlichen Vorteil, dass die Unternehmer direkt - und somit ohne Vermittler und/oder große Investitionen - in der Euregio Handel treiben können. Auch die Beschaffung von Marktinformationen wird hierdurch erleichtert, zumindest für die mehrsprachigen Unternehmer. Wegen der vorstehend genannten Merkmale der Euregio stellt dieser Raum das ideale Sprungbrett für Unternehmer dar, die durch den Export international expandieren wollen.

Kommunikation: Die Euregio als internationalen Heimatmarkt positionieren

Die genannten Vorteile werden jedoch bisher weder vollständig erkannt, noch genutzt - nicht zuletzt wegen fehlenden Kenntnissen über die Euregio und einer unzureichenden Wahrnehmung dieses Gebietes. Es ist daher von großer Bedeutung, dass die (genannten) Stärken der Euregio nachdrücklich benannt und kommuniziert werden. Die Industrie- und Handelskammern könnten ihre Aufmerksamkeit verstärkt auf die

³ Neben den großen Übereinstimmungen bei den Dialekten, die in der Euregio gesprochen werden, sind auch relativ viele Unternehmer mehrsprachig, gerade dank der Nähe der Sprachgrenzen.

Verbreitung mehrsprachiger Marktinformationen über die Euregio und ihre Teilgebiete richten - dies gilt in besonderem Maße für die Provinz Lüttich. Dabei ist es nicht ausreichend, allgemeine Marktinformationen zu beschaffen oder zugänglich zu machen, sondern es wird Maßarbeit bei der Information über die Existenz spezieller Zulieferer oder Abnehmer für einen bestimmten Betrieb gewünscht.

Euregionale Ketten- und Gruppenbildung

Die Industrie- und Handelskammern können weiterhin einen Beitrag zur euregionalen Ketten- und Gruppenbildung leisten: Sie können Unternehmen in Kontakt bringen, die sich nicht an einem Ort befinden, und sie können die physische Gruppenbildung von Angebot und Nachfrage auf euregionalen themenorientierten (branchenbezogenen) Gewerbegebieten fördern. .

Euregionale Lobby

Obwohl die Euregio den Heimatmarkt für die Betriebe in der Euregio Maas-Rhein bilden kann, ist dies in der Praxis noch nicht ganz der Fall. Das Kennzeichen eines Heimatmarkts ist es, dass es keine (großen) steuerlichen Unterschiede und Unterschiede bei den Gesetzen und der Gesetzgebung gibt. Die beteiligten fünf Kammern müssen also ihre gemeinsame Lobbyarbeit für die Harmonisierung zwischen den drei betroffenen Ländern und für einen ‘Sonderstatus’ der Euregio Maas-Rhein bei den nationalen Regierungen und bei der EU weiter fortsetzen. Die Einführung des Euro hat den internationalen Handel vereinfacht. Traditionelle Faktoren, wie die Sprach- und Kulturunterschiede, die den internationalen Handel erschweren, scheinen hier bereits weniger eine Rolle zu spielen. Jetzt rückt in den Mittelpunkt, die noch verbliebenen Unterschiede bei den Gesetzen und der Gesetzgebung sowie bei den Steuersystemen zu beseitigen, bzw. zumindest zu verringern.

Übersicht 0.5 Handelshemmnisse, die den Handel mit Süd-Limburg erschweren

	Export (Abbildung 4.2)*	Import (Abbildung 4.5)**
Relativ kleine Hemmnisse (Top 3)	Geschäftspartner (+) Kulturunterschiede (+) Sprachunterschiede (+)	Kulturunterschiede (+) Marktinformation (+) Sprachunterschiede (+)
Relativ große Hemmnisse (Top 3)	Verkaufspreise (+) Unbekanntes Gebiet (+) Konkurrenz (+)	Qualitätsnormen (+) Einkaufspreise (+) Sprachunterschiede / Gesetze und Regelungsetzung (+)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe, die nach Süd-Limburg exportieren (*) und/oder aus Süd-Limburg importieren (**)

Der Begriff 'relativ große Hemmnisse' ist ausdrücklich nicht derselbe wie 'ein unüberwindbares Hemmnis'. Zur Erläuterung: Die Höhe der Einkaufspreise in Süd-Limburg stellen nach der Meinung relativ vieler Unternehmer ein Hemmnis für den Import dar. Die Mehrheit der Unternehmer ist jedoch der Meinung, dass sie kein Hemmnis darstellt.

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, stellen für die Mehrheit der Unternehmer kein Handelshemmnis dar. Nur wenn ein Aspekt rot ausgedrückt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, ist die Mehrheit der Unternehmer der Meinung, dass der betreffende Aspekt ein Handelshemmnis darstellt.

Übersicht 0.6 Motive dafür, keinen Handel mit Süd-Limburg zu betreiben

	Export (Abbildung 4.3)*	Import (Abbildung 4.6)**
Relativ unwichtiges Motiv (Top 3)	Kulturunterschiede (+) Lieferzuverlässigkeit (+) Transportkosten/ Dienstleistung (+)	Kulturunterschiede (+) Notwendigkeit von Investitionen (+) Lieferzeiten (+)
Relativ wichtiges Motiv (Top 3)	Sprachunterschiede (-) Marktinformation (-) Gesetze und Regelungsetzung (-)	Marktinformation (-) Qualität (-) Gesetze und Regelungsetzung / Kundenbetreuung (+)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe, die nicht nach Süd-Limburg exportieren (*) und/oder aus Süd-Limburg importieren (**)

Der Begriff 'relativ wichtiges Motiv' ist ausdrücklich nicht derselbe wie 'ein ausschlaggebendes Motiv'. Zur Erläuterung: Es gibt relativ viele Unternehmer, die wegen der Unterschiede zwischen den Gesetzen und der Regelungsetzung von einem Import aus Süd-Limburg absehen, aber für die Mehrheit der Unternehmer stellt die fehlende Marktinformation kein Motiv dar, von einem Import aus Süd-Limburg abzusehen.

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, stellen für die Mehrheit der Unternehmer kein Motiv dar, vom Handel mit Süd-Limburg abzusehen. Nur wenn ein Aspekt rot ausgedrückt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, stellt dieser Aspekt für die Mehrheit der Unternehmer ein Motiv dar, vom Handel mit Süd-Limburg abzusehen.

Résumé français

Etat 0.1 L'attractivité de l'Eurégio en tant que région d'exportation et d'importation

	Exportation (figure 3.1)*	Importation (figure 3.4)**
Aspects les plus attrayants (top 3)	Prestations de services (+) Nécessité d'investissements (+) Délais de livraisons /différences de langues (+)	Meilleure qualité (+) Type de fournisseurs (+) Prix d'achat (+)
Aspects les moins attrayants (top 3)	Prix de vente (-) Concurrence (-) Genre de clients (-)	Législation et réglementation (-) Différences fiscales (-) Prestations de services (-)

NB. Concerne exclusivement le jugement d'entreprises dans le Limbourg du Sud qui exportent (**) et/ou importent (**) au niveau Eurégional

La notion "moins attrayants" n'est pas la même que "totalement inintéressant". En illustration : dans les aspects les moins attrayants de l'Eurégio en tant que zone d'importation figure l'aspect "prestations de services". Seule une petite majorité des entrepreneurs trouve l'Eurégio inintéressante en raison des prestations de services médiocres.

Les aspects qui sont imprimés en vert et auxquels un signe plus (+) est ajouté, sont des aspects où l'Eurégio se distingue positivement des autres régions de commerce. Lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'il y a un signe moins (-) derrière, l'Eurégio est inintéressante pour cet aspect concerné en comparaison à d'autres régions de commerce.

Etat 0.2 Barrières commerciales au sein de l'Eurégio

	Exportation (figure 3.2)*	Importation (figure 3.5)**
Entrave relativement faible (top 3)	Différences linguistiques (+) Différences de cultures (+) Méconnaissance de la région (+)	Différences linguistiques (+) Différences fiscales (+) Différences de cultures / législation et réglementation (+)
Entrave relativement importante (top 3)	Prix de vente (-) Normes de qualité (+) Législation et réglementation (+)	Normes de qualité (+) Nombre de proposant (+) Partenaires de coopération (+)

NB. Concerne uniquement le jugement d'entreprises dans le Limbourg du Sud qui exportent (**) et/ou importent (**) au niveau Eurégional

La notion "entrave relativement importante" n'est pas explicitement la même "qu'une barrière insurmontable". En illustration : le niveau des normes de qualité dans l'Eurégio forment selon de nombreux entrepreneurs une entrave commerciale. Une majorité des entrepreneurs pensent cependant que les normes de qualité ne forment pas d'entrave.

Les aspects qui sont imprimés en vert et auxquels est ajouté un signe plus (+), ne forment aucune barrière commerciale pour une majorité d'entrepreneurs. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe moins (-) se trouve derrière, une majorité des entrepreneurs estime que l'aspect concerné forme une barrière commerciale.

0 RESUME, CONCLUSIONS ET CONSEILS

0.1 Résumé et conclusions

Généralités

Le Limbourg du Sud se situe au centre de L'Eurégio Meuse-Rhin et est limitrophe aux quatre autres régions de l'Eurégio. En outre, le Limbourg du Sud a de bonnes liaisons avec les autres régions de l'Eurégio grâce à la A76/A4/A2 (E314) et la A2 /A25 (E25). La position centrale et le bon désenclavement routier de cette région (relativement petite) déterminent aussi les résultats de cette enquête. Aussi bien pour les entreprises dans le Limbourg du Sud qui font du commerce sur le plan Eurégional que pour les entreprises dans le reste de l'Eurégio qui font des affaires dans le Limbourg du Sud, les frais de transport, les délais de livraisons, la meilleure qualité, le meilleur service, les prix d'achat et les différences linguistiques ou de cultures moins difficiles que prévues sont souvent citées comme étant les avantages de faire des affaires dans ou depuis le Limbourg du Sud.

En soi - en comparaison avec tous les résultats de l'enquête - il y a relativement peu d'entreprises dans le Limbourg du Sud qui exportent ou importent. Lorsque cependant elles le font, ceci représente un intérêt relativement important pour elles. Il apparaît alors qu'elles font relativement beaucoup d'affaires dans l'Eurégio : principalement de l'exportation et de l'importation avec le Limbourg belge et de l'exportation vers le Kammerbezirk d'Aix-la-Chapelle. Le commerce avec la Province de Liège est (encore) limité. Les entreprises sud - limbourgeoises qui exportent vers l'Eurégio trouvent l'Eurégio plus attrayante que les autres marchés d'exportation ; les entreprises sud-limbourgeoises qui importent de l'Eurégio n'ont pas de jugement univoque du caractère attrayant de l'Eurégio en tant que marché d'importation. Les entreprises dans les autres parties de l'Eurégio trouvent le Limbourg du Sud attractif pour elles aussi bien comme marché d'exportation que marché d'importation.

A côté des raisons générales mentionnées les entreprises sud-limbourgeoises trouvent que l'Eurégio est un marché d'exportation attrayant parce qu'elles n'ont pas besoin de faire des investissements (importants) et qu'elles n'ont pas besoin de collaborer avec des intermédiaires pour pénétrer sur ce marché. On peut le faire soi-même en raison des distances faibles.

Barrières

Il est souvent supposé que les différences de langues et de cultures entre les cinq régions de l'Eurégio forment les barrières commerciales les plus importantes. Il apparaît cependant dans la pratique que les différences de langues et de cultures se révèlent comme meilleurs que prévu. Il existe souvent des différences de cultures plus importantes dans les pays auxquels appartiennent les secteurs eurégionaux, qu'entre les secteurs eurégionaux entre eux. Les différences de législation, de réglementation et fiscales sont par contre des facteurs très importants qui entravent le commerce international au sein de l'Eurégio, principalement à l'exportation.

A côté de cela, il y a de nombreuses entreprises qui renoncent à l'exportation ou à l'importation vers ou à partir du Limbourg du Sud parce qu'elles disposent d'une information du marché du Limbourg du Sud insuffisante, ou bien parce qu'elles ne pratiquent pas suffisamment la langue néerlandaise. Les entrepreneurs qui selon eux disposent de suffisamment d'information du marché mentionnent les prix de vente relativement faibles (exportation) et les prix d'achat élevés (importation) dans le Limbourg du Sud et la concurrence sévère (exportation).

Les entrepreneurs du Limbourg du Sud pensent généralement qu'ils disposent d'une information du marché de l'Eurégio suffisante. La qualité demandée (doutes) de (l'exportation) et livrée de (l'importation) forme parfois une barrière commerciale. En outre, les entrepreneurs du Limbourg du Sud indiquent le volume relativement limité de l'Eurégio en tant que marché d'exportation et marché d'importation (clients et fournisseurs) et la pression exercée sur les prix de vente.

Etat 0.3 Motifs pour ne pas faire du commerce eurégional

	Exportation (figure 3.3)*	Importation (figure 3.6)**
Motif relativement peu important (top 3)	Législation et réglementation (+) Prix de vente (+) Délais de livraisons (+)	Législation et réglementation (+) Différences fiscales (+) Délais de livraisons (+)
Motif relativement important (top 3)	Concurrence (-) Nombre de clients (+) Conditions de qualité (+)	Type de fournisseurs (+) Nombre de fournisseurs (+) Qualité (+)

NB. Concerne exclusivement le jugement d'entreprises du Limbourg du Sud qui n'exportent (*) et/ou n'importent (**) pas au niveau eurégional

La notion "motif relativement important" n'est pas comme "un motif déterminant". En illustration : il y a relativement beaucoup d'entrepreneurs qui renoncent à l'importation eurégionale en raison de la qualité livrée (trop faible ou élevée) dans l'Eurégio, mais pour une majorité des entrepreneurs la qualité livrée ne forme pas un motif pour renoncer à l'importation eurégionale.

Les aspects imprimés en vert et auxquels est ajouté un signe plus (+), ne forment pas pour une majorité des entrepreneurs un motif pour renoncer au commerce eurégional. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe moins (-) figure derrière, cet aspect forme un motif pour une majorité des entrepreneurs pour renoncer au commerce eurégional.

Etat 0.4 L'attractivité du Limbourg du Sud comme région d'exportation et d'importation

	Exportation (figure 4.1)*	Importation (figure 4.4)**
Aspects les plus attrayants (top 3)	Délais de livraisons (+) Gestion des relations (+) Genre de clients (+)	Meilleure qualité (+) Délais de livraison (+) Type de fournisseurs (+)
Aspects les moins attrayants (top 3)	Concurrence (-) Prix de vente (-) Différences fiscales (+)	Différences fiscales (-) Législation et réglementation (-) Prix d'achat (-)

NB. Concerne exclusivement le jugement d'entreprises qui exportent (*) et/ou importent(**) vers/du Limbourg du Sud

La notion "le moins attrayant" n'est pas la même que "peu attrayant". En illustration : l'aspect "différences fiscales" figure dans les aspects les moins attrayants du Limbourg du Sud en tant que région d'exportation. Lorsque les différences fiscales avec le Limbourg du Sud sont comparées aux différences fiscales d'autres débouchés, le Limbourg du Sud enregistre encore un résultat relativement bon. Pour la plupart des autres aspects le Limbourg du Sud enregistre cependant des résultats (encore) meilleurs.

Les aspects imprimés en vert et auxquels est ajouté un signe plus (+), sont des aspects où le Limbourg du Sud se distingue positivement des autres régions de commerce. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe moins (-) se trouve derrière, le Limbourg du Sud est peu attrayant pour cet aspect concerné en comparaison d'autres régions de commerce.

0.2 Conseils pour favoriser le commerce international dans l'Eurégio

“L'Eurégio Meuse-Rhin : votre marché intérieur international!” doit former selon Etil le thème central de la politique commerciale eurégionale de la Chambre de Commerce eurégionale en général et de celle de la Chambre de Commerce du Limbourg du Sud en particulier.

Les entreprises du Limbourg du Sud peuvent profiter de façon optimale des faibles distances dans l'Eurégio en raison de la situation centrale de la liaison est-ouest (A67) et de la liaison nord-sud relativement bonnes. La proximité physique offre de nombreux avantages, tels des délais de livraisons courts, une fiabilité de livraison élevée, des frais de transport faibles et de bonnes prestations de services. A côté de cela les faibles distances ont pour avantage que les différences de cultures, dans la pratique, au niveau eurégional, sont souvent plus faibles qu'au niveau national et les différences linguistiques sont limitées aussi⁴. La proximité physique et les faibles différences de cultures et linguistiques ont pour avantage complémentaire que les entrepreneurs peuvent faire du commerce dans l'Eurégio, directement et donc sans intermédiaires et/ou des investissements importants. De ce fait l'obtention de l'information du marché exacte est simplifiée, du moins pour les entrepreneurs polyglottes. En raison des caractéristiques ci-dessus, l'Eurégio forme le tremplin idéal pour les entrepreneurs de l'Eurégio qui veulent s'étendre par l'Exportation internationale.

Communication: positionner l'Eurégio en tant que marché intérieur international

Les avantages mentionnés ne sont pas encore totalement reconnus ni utilisés, en raison aussi de l'ignorance et des mauvaises perceptions. Il est donc d'un grand intérêt que les points forts (indiqués) de l'Eurégio soient nommés et communiqués explicitement. Il faut qu'il y aie (encore davantage) d'attention d'accordée par les Chambres de Commerce à la diffusion large en plusieurs langues de l'information du marché de

⁴ Outre de grandes analogies entre les dialectes parlés dans l'Eurégio, il y a beaucoup d'entrepreneurs polyglottes (justement) grâce à la proximité des frontières linguistiques.

l'Eurégio, en tant qu'ensemble et les secteurs eurégionaux en particulier (avec une attention supplémentaire pour la Province de Liège). Il ne peut suffire ici de fournir ou d'accorder l'accès à l'information de marché générale, mais il est souhaitable qu'il y aie l'information sur mesure sur la présence de fournisseurs spécifiques ou de clients pour une certaine activité.

Formation de chaînes et de clusters eurégionaux

Ce qui précède n'apporte naturellement pas de solution au fait que l'Eurégio forme un marché relativement petit. Les Chambres de Commerce ne peuvent pas non plus changer cette situation de marché. Les Chambres de Commerce peuvent bien apporter une contribution à la formation plus ample de chaînes et de clusters. Il s'agit aussi bien de la constitution et de la maintenance de réseaux d'entreprises qui ne sont pas établis sur un seul site que de la réunion physique de l'offre et de la demande sur des terrains d'entreprises thématiques eurégionaux.

Lobby eurégional

Bien que l'Eurégio peut former le marché intérieur pour les entreprises dans l'Eurégio Meuse-Rhin, ceci n'est pas encore certain dans la pratique. Ce qui est caractéristique pour un marché intérieur, ce sont les (grandes) différences fiscales et les différences de la législation et de la réglementation. Les cinq Chambres doivent donc poursuivre activement leur lobby commun pour l'harmonisation entre les trois pays concernés et un "statut séparé/status aparte" pour l'Eurégio Meuse-Rhin en direction des gouvernements nationaux et de l'UE.

L'introduction de l'euro a facilité le commerce international. Les facteurs traditionnels tels que les différences de langues et de cultures qui entravent le commerce international, semblent jouer ici déjà un rôle moindre. Il est important maintenant de supprimer les différences qui subsistent encore dans la législation, la réglementation et le régime fiscal, ou bien de les réduire.

Etat 0.5 Barrières commerciales qui entravent le commerce avec le Limbourg du Sud

	Exportation (figure 4.2)*	Importation (figure 4.5)**
Entrave relativement petite (top 3)	Partenaires de coopération (+) Différences de cultures (+) Différences linguistiques (+)	Différences de cultures (+) Information de marché (+) Différences linguistiques (+)
Entrave relativement importante (top 3)	Prix de vente (+) Région incertaine (+) Concurrence (+)	Normes de qualité (+) Prix d'achat (+) Différences linguistiques / législation et réglementation (+)

NB. Concerne uniquement le jugement d'entreprises qui exportent (*) vers le Limbourg du Sud et/ou importent du Limbourg du Sud (**)

La notion "entrave relativement importante" n'est pas la même qu'une "barrière insurmontable". En illustration : le niveau des prix d'achat dans le Limbourg du Sud forment suivant de nombreux entrepreneurs une entrave à l'importation. Une majorité des entrepreneurs estime cependant que ceci ne forme pas une entrave.

Les aspects imprimés en vert et auxquels un signe plus (+) est ajouté, ne forment pas de barrière commerciale pour une majorité des entrepreneurs. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe moins (-) figure derrière, une majorité des entrepreneurs estime que l'aspect concerné forme une barrière commerciale.

Etat 0.6 Motifs pour ne pas faire de commerce avec le Limbourg du Sud

	Exportation (figure 4.3)*	Importation (figure 4.6)**
Motif relativement négligeable (top 3)	Différences de cultures (+) Fiabilité des livraisons (+) Frais de transport / prestations de services (+)	Différences de cultures (+) Nécessité d'investissements (+) Délais de livraisons (+)
Motif relativement important (top 3)	Différences linguistiques (-) Information du marché (-) Législation et réglementation (-)	Information du marché (-) Qualité (-) Législation et réglementation / gestion des relations (+)

NB. Concerne exclusivement le jugement d'entreprises qui n'exportent pas vers le Limbourg du Sud (*) et/ou n'importent pas du Limbourg du Sud (**)

La notion de "motif relativement important" n'est pas la même qu'un "motif déterminant". En illustration : il y a de nombreux entrepreneurs qui en raison des différences dans la législation et la réglementation renoncent à l'importation du Limbourg du Sud, mais pour une majorité des entrepreneurs l'absence d'information du marché ne forme pas un motif de renoncer à l'importation du Limbourg du Sud.

Les aspects imprimés en vert et auxquels un signe plus (+) est ajouté ne forment pas de motif pour renoncer au commerce avec le Limbourg du Sud pour une majorité des entrepreneurs. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe moins (-) figure derrière, une majorité des entrepreneurs estime que l'aspect concerné forme un motif pour renoncer au commerce avec le Limbourg du Sud.

1 LEESWIJZER

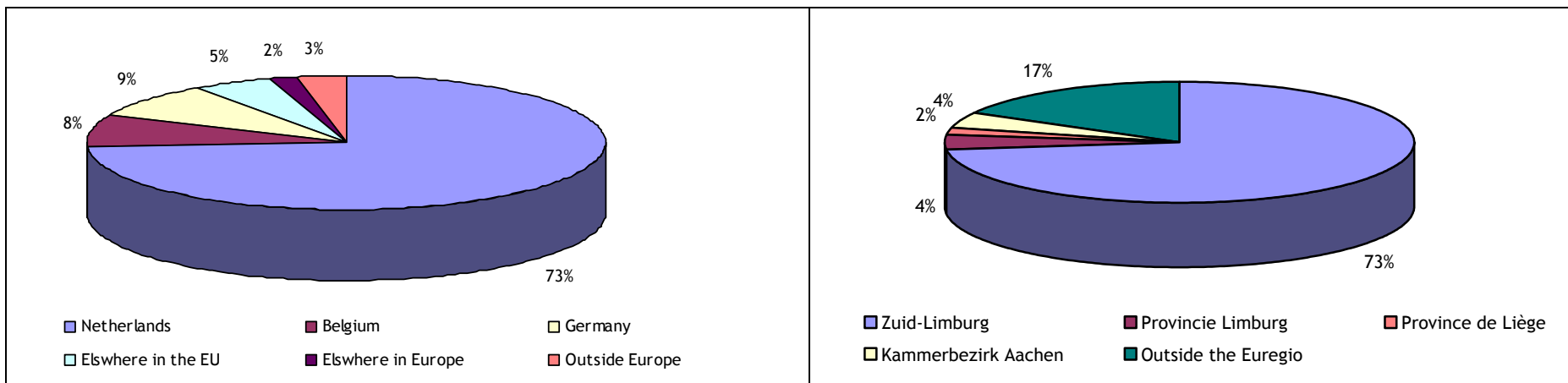
De voorliggende rapportage behoort als deelrapportage bij de hoofdrapportage *'Euregional Trade Flows; part 1: Euregio Meuse-Rhine (main report)*. Er zijn ook deelrapportages opgesteld voor de Provincie Limburg (B), Provincie Luik (B) en de Regio Aachen (D), waarbij in de deelrapportage over de Provincie Luik daar waar mogelijk nog onderscheid wordt gemaakt tussen het Frans- en Duitstalige gedeelte.

In de voorliggende (deel)rapportage wordt ingezoomd op de Euregionale handel vanuit en naar Zuid-Limburg. Dit gebeurt door de onderzoeksresultaten (van de schriftelijke en digitale enquêtering en de workshops die Etil heeft uitgevoerd) die betrekking hebben op Zuid-Limburg als deelregio van de Euregio Meuse-Rhine te vergelijken met de resultaten van de Euregio als geheel. De resultaten van de Euregio als geheel zijn verkregen door de resultaten voor de deelgebieden Zuid-Limburg (NL), Provincie Limburg (B), Provincie Luik (B) en Regio Aachen (D) samen te voegen.

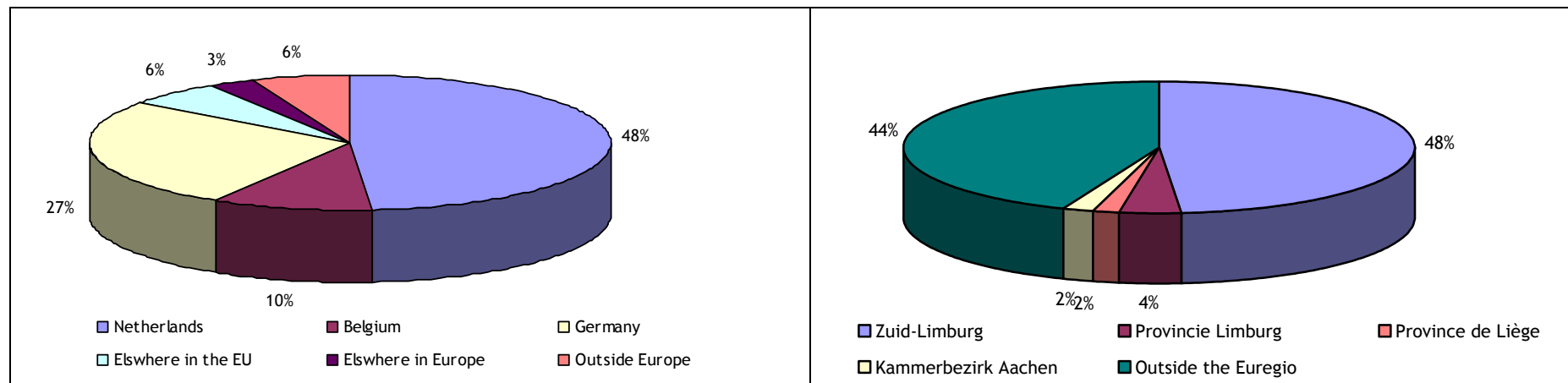
In hoofdstuk twee staan de kwantitatieve aspecten van de Euregionale handel naar en vanuit Zuid-Limburg centraal. Dit hoofdstuk is hoofdzakelijk gebaseerd op de schriftelijke enquête en de workshops. Het derde en vierde hoofdstuk zijn voornamelijk gebaseerd op de digitale enquête en de workshops en hebben een kwalitatieve invalshoek. In hoofdstuk drie wordt ingegaan op de visie van ondernemers in Zuid-Limburg over de Euregio als handelsgebied. In het vierde hoofdstuk wordt beschreven hoe bedrijven in de andere deelgebieden van de Euregio tegen Zuid-Limburg als handelsgebied aan kijken.

De voorliggende rapportage bevat uitsluitend onderzoeksresultaten. Voor de onderzoeksverantwoording, vragenlijsten en dergelijke wordt verwezen naar de hoofdrapportage.

Figuur 2.1 Aandeel van export in omzet van bedrijven die exporteren



Figuur 2.2 Aandeel van import in omzet van bedrijven die importeren



2 EUREGIONALE HANDEL⁵

2.1 Euregionale export

Ruim een kwart van de bedrijven in Zuid-Limburg exporteert. Het Euregionaal gemiddelde bedraagt circa tweevijfde. De omzet die gemoeid is met de export komt daarentegen wel overeen met het Euregionaal gemiddelde. De export is goed voor ruim een kwart van de omzet van exporterende bedrijven in Zuid-Limburg (figuur 2.1).

Ongeveer tien procent van de totale omzet van exporterende bedrijven in Zuid-Limburg is afkomstig uit de Euregio. In de andere deelgebieden van de Euregio ligt dit aandeel tussen de vier en acht procent. De exporterende bedrijven in Zuid-Limburg zijn dus relatief sterk op de Euregio gericht. De Provincie Limburg (B) en de Regio Aachen (D) nemen elk ongeveer vier procent voor hun rekening en de Provincie Luik (B) twee procent. Het relatief grote belang van de Euregio voor exporterende bedrijven in Zuid-Limburg bevestigt de bevindingen uit de workshops. Tijdens de workshops werd aangegeven dat de meeste van deze bedrijven pas overgaan tot export als zij de noodzakelijk geachte expansie niet meer kunnen waarmaken op de eigen thuismarkt. Relatief veel bedrijven kiezen dan voor expansie in de nabijheid, omdat dan vanuit de thuisvestiging geopereerd kan worden en de geringe afstand hen een concurrentievoordeel opleveren. De Euregio wordt door deze bedrijven gezien als een veilige springplank naar verderweg gelegen gebieden. Tijdens de workshops werd de Euregio zelfs betiteld als de thuismarkt voor exporterende bedrijven in de Euregio.

⁵ Bij dit hoofdstuk wordt aangetekend dat alleen export- en import-georiënteerde bedrijfssectoren zijn meegenomen in het onderzoek.

2.2 Euregionale import

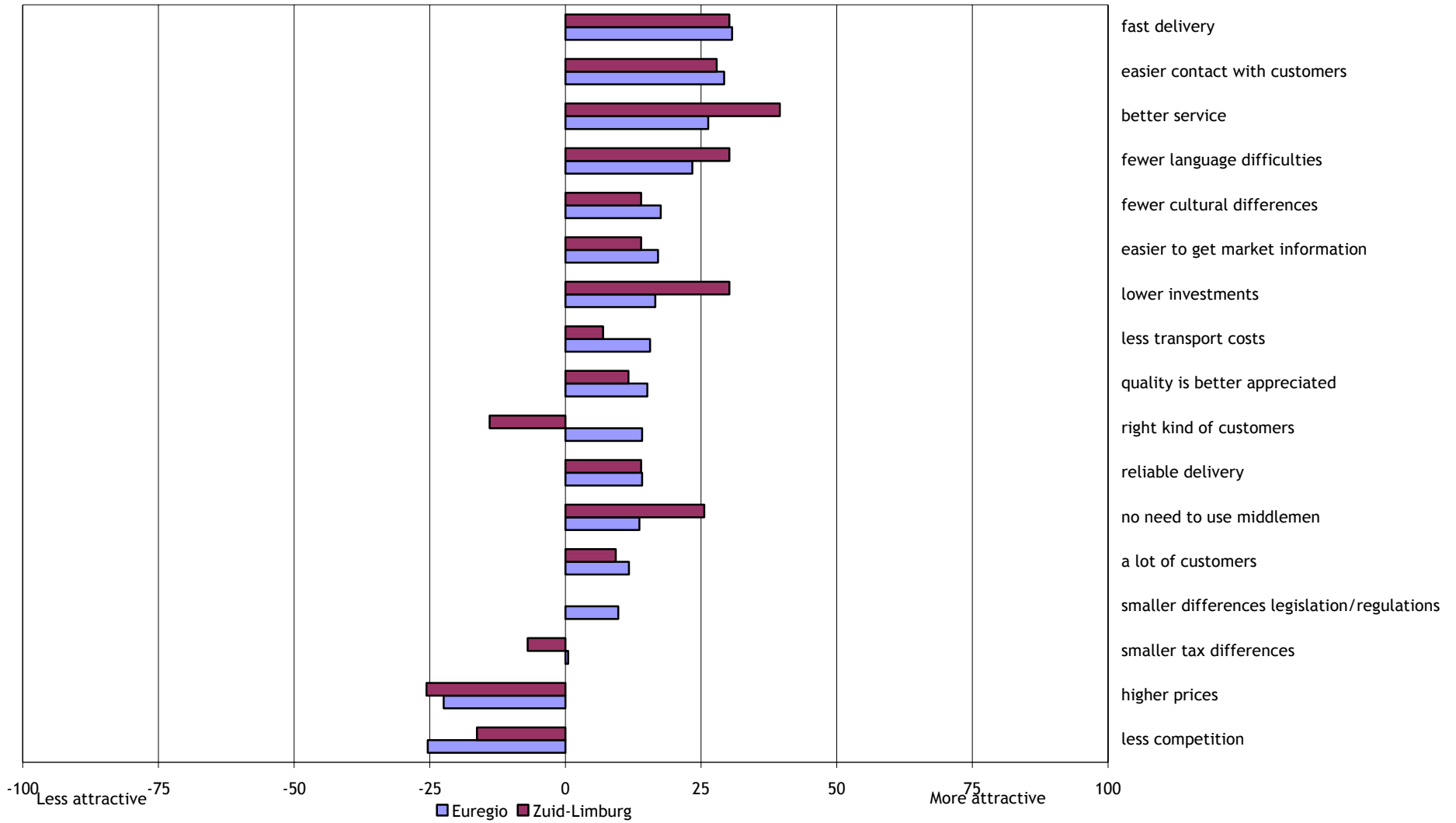
Ruim een kwart van de bedrijven in Zuid-Limburg importeert. Het Euregionaal gemiddelde bedraagt ruim een derde. De import is echter goed voor ruim de helft van de inkoop van de importerende bedrijven in Zuid-Limburg (figuur 2.2). Euregionaal bedraagt het gemiddelde ongeveer tweevijfde.

Ongeveer acht procent van de import is afkomstig uit de Euregio. Voor de import is de Euregio derhalve wel belangrijk maar minder belangrijk dan voor de export. Deze conclusie komt overeen met de bevindingen uit de workshops. Tijdens de workshops werd aangegeven dat voor de export afstandsgerelateerde aspecten veel belangrijker zijn dan voor de import. Bij import draait alles rond de prijs-kwaliteitverhouding en heeft het begrip thuismarkt veel minder inhoud dan bij export. Deels komt dit overigens omdat heel andere producten worden ingekocht (voornamelijk grondstoffen en halffabrikaten) dan verkocht (voornamelijk half-fabrikaten en eindproducten). De Provincie Limburg (B) vormt het belangrijkste Euregionaal importgebied, op afstand gevolgd door de Regio Aachen en de Provincie Luik.

Samenvatting

Er zijn in Zuid-Limburg relatief weinig bedrijven die exporteren en importeren. Het belang van de export en vooral de import voor de internationaal handelende bedrijven is echter relatief groot. Bovendien wordt er relatief veel handel gedreven binnen de Euregio. De Euregionale export is zowel op de Provincie Limburg (B) als de Regio Aachen (D) gericht. De importrelaties hebben met name betrekking op de Provincie Limburg (B). De handelsrelaties met de Provincie Luik (B) zijn beperkt.

Figuur 3.1 De attractiviteit van de Euregio als exportgebied



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3 DE EUREGIO BEZIEN VANUIT ZUID-LIMBURG

In het voorliggende hoofdstuk wordt ingegaan op het oordeel van de Zuid-Limburgse bedrijven over de Euregio als export- en importgebied.

3.1 De Euregio als exportgebied

3.1.1 De attractiviteit van de Euregio als exportgebied

Zuid-Limburgse bedrijven die Euregionaal exporteren

Voor de Euregionaal exporterende bedrijven in Zuid-Limburg is de Euregio op een aantal aspecten aantrekkelijker dan andere afzetmarkten (figuur 3.1). In grote lijnen wijkt het beeld nauwelijks af van het Euregionaal beeld. Enige nuancering is echter op z'n plaats. De Euregionaal exporterende bedrijven in Zuid-Limburg zijn relatief positief over het feit dat men minder hoeft te investeren, men een betere service kan verlenen en men geen gebruik hoeft te maken van tussenpersonen. Daarentegen oordelen de Euregionaal exporterende bedrijven in Zuid-Limburg minder positief dan gemiddeld over het soort afnemers. Per saldo vinden deze ondernemers de Euregio op dit gebied zelfs relatief onaantrekkelijk als exportgebied. Hierin wijken zij nadrukkelijk af van het Euregionaal gemiddelde. Ook op het gebied van verkoopprijzen, de omvang van de concurrentie en de fiscale verschillen is de Euregio volgens de Euregionaal exporterende bedrijven in Zuid-Limburg niet aantrekkelijker dan andere afzetmarkten. Hier is de afwijking ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde echter minder groot.

Beoordeling aspecten⁶

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Serviceverlening (+)	Verkoopprijzen (-)
Investeringsnoodzaak (+)	Concurrentie (-)
Levertijden /taalverschillen (+)	Soort afnemers (-)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

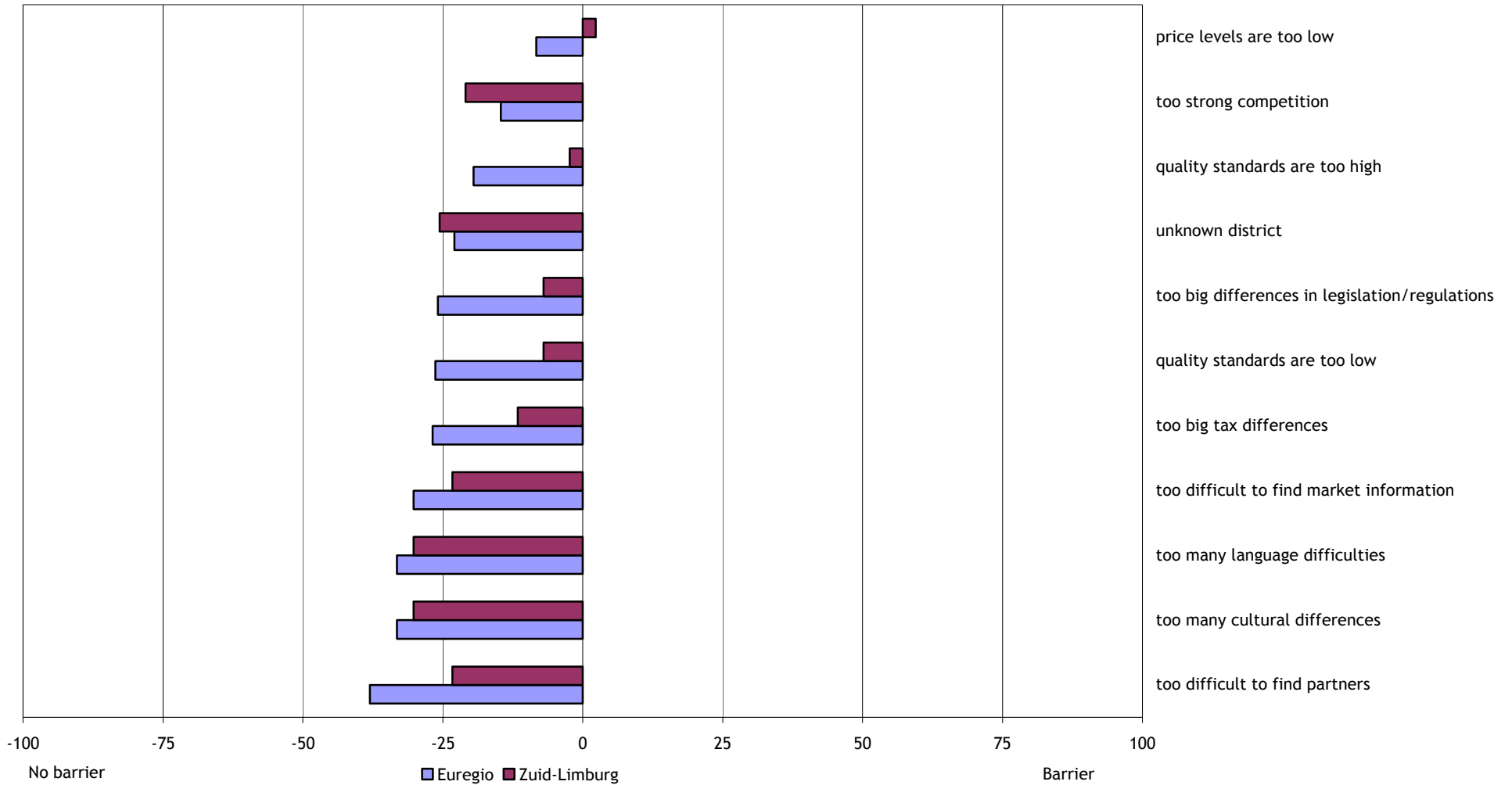
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Investeringsnoodzaak	Soort afnemers
Serviceverlening	
Noodzaak tussenpersonen	

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

⁶ Zie figuur 3.1 en toelichting staat 0.1.

Figuur 3.2 Exportbarrières binnen de Euregio



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3.1.2 Exportbarrières binnen de Euregio

Zuid-Limburgse bedrijven die Euregionaal exporteren

De exporterende bedrijven in Zuid-Limburg zijn evenals de bedrijven in de andere deelgebieden van de Euregio van mening dat er géén grote exportbarrières bestaan in de Euregio (figuur 3.2). Het beeld is echter wel minder overtuigend dan het beeld van de Euregio gemiddeld. Op vrijwel alle aspecten reageren de bedrijven in Zuid-Limburg iets minder positief. Bovendien vormen de verkoopprijzen in de ogen van de Euregionaal exporterende bedrijven in Zuid-Limburg per saldo wel een - zij het een kleine - exportbarrière.

Voor wat betreft het oordeel over de fiscale verschillen en de verschillen in wet- en regelgeving, wordt erop gewezen dat het Euregionaal beeld enigszins vertekend is doordat ook de handel tussen de beide Belgische deelgebieden van de Euregio is meegenomen in het totale oordeel.

Beoordeling aspecten⁷

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Taalverschillen (+)	Verkoopprijzen (-)
Cultuurverschillen (+)	Kwaliteitsnormen (+)
Onbekendheid gebied (+)	Wet en regelgeving (+)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

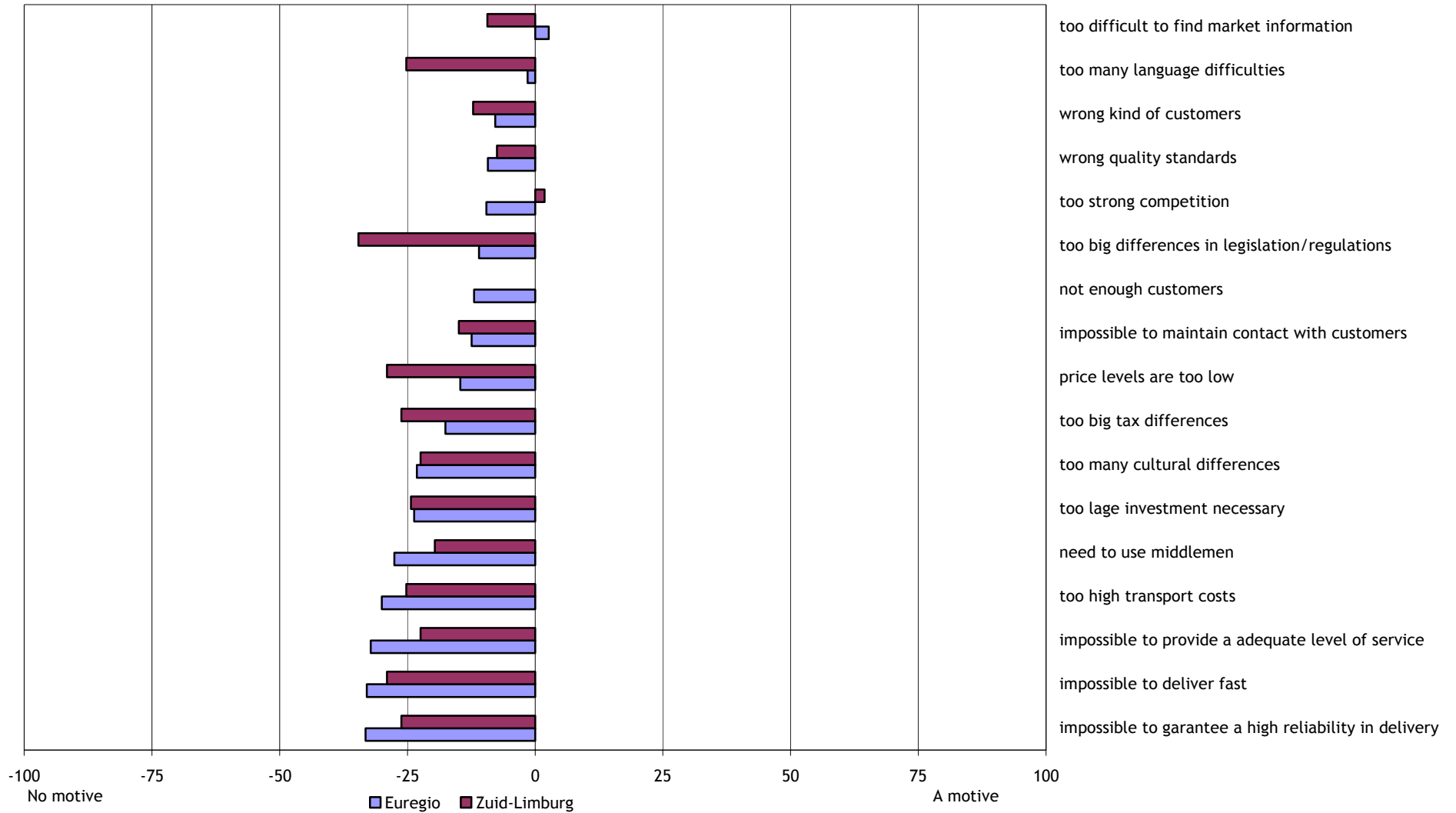
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
-	Kwaliteitsnormen
	Wet- en regelgeving
	Fiscale verschillen
	Samenwerkingspartners
	Verkoopprijzen

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

⁷ Zie figuur 3.2 en toelichting staat 0.2.

Figuur 3.3 Motieven om niet te exporteren binnen de Euregio



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3.1.3 Motieven om niet te exporteren binnen de Euregio

Zuid-Limburgse bedrijven die niet Euregionaal exporteren

Dat talen - en daarmee het verkrijgen van marktinformatie - voor ondernemers in Zuid-Limburg relatief weinig problemen opleveren, blijkt als gekeken wordt naar de motieven om geen producten of diensten af te zetten in de Euregio (figuur 3.3). Ook de verschillen in wet- en regelgeving, de verkoopprijzen en levertijden spelen nauwelijks een rol in de beslissing om niet Euregionaal te exporteren. Alleen de concurrentie en in mindere mate de afwezigheid van voldoende klanten vormen - zij het kleine - motieven om af te zien van Euregionale export.

Beoordeling aspecten⁸

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Wet- en regelgeving (+)	Concurrentie (-)
Verkoopprijzen (+)	Aantal afnemers (o)
Levertijden (+)	Kwaliteitseisen (+)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

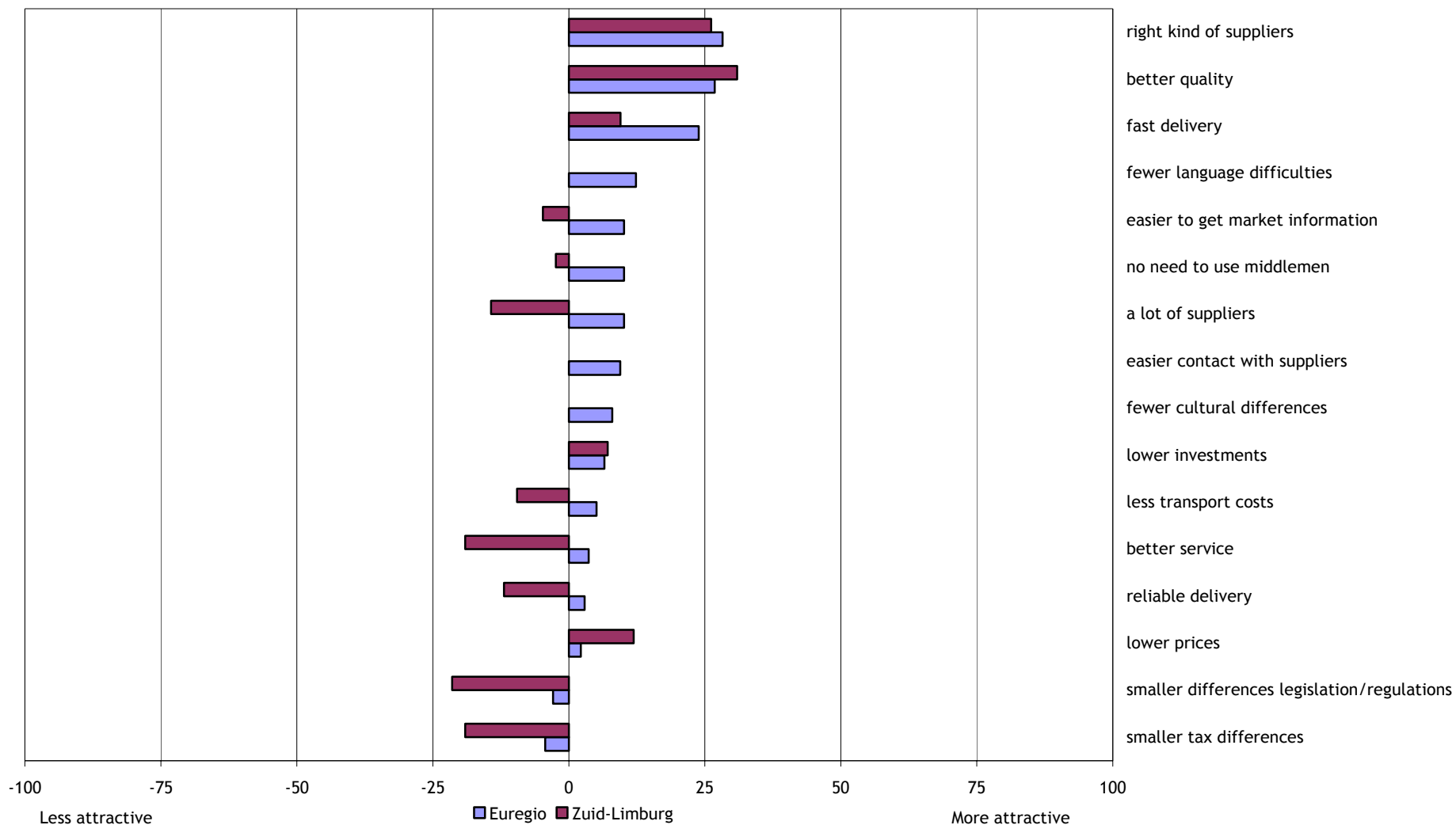
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Taalverschillen	Aantal afnemers
Wet- en regelgeving	Concurrentie
Verkoopprijzen	
Marktinformatie	

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

⁸ Zie figuur 3.3 en toelichting staat 0.3.

Figuur 3.4 De attractiviteit van de Euregio als importgebied



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3.2 De Euregio als importgebied

3.2.1 Attractiviteit van de Euregio als importgebied

Zuid-Limburgse bedrijven die Euregionaal importeren

De importerende bedrijven in Zuid-Limburg hebben een zeer wissellende mening over aantrekkelijkheid van de Euregio als importgebied (figuur 3.4). Daarmee oordelen zij aanzienlijk negatiever dan de bedrijven in de andere deelgebieden van de Euregio.

Beoordeling aspecten⁹

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Betere kwaliteit (+)	Wet- en regelgeving (-)
Soort aanbieders (+)	Fiscale verschillen (-)
Inkooprijzen (+)	Serviceverlening (-)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

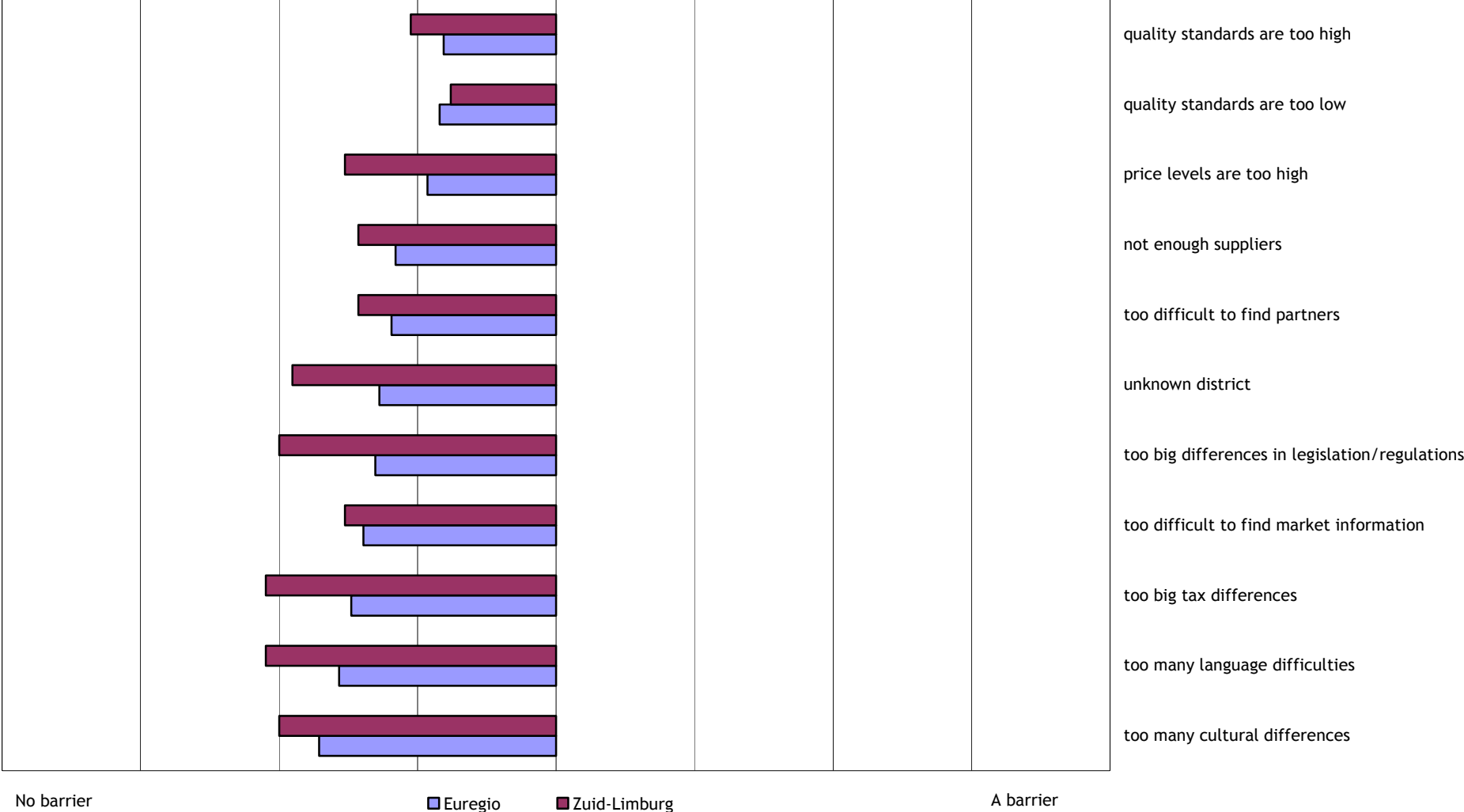
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
-	Aantal aanbieders
	Serviceverlening
	Wet- en regelgeving
	Marktinformatie
	Leverbetrouwbaarheid
	Fiscale verschillen
	Transportkosten
	Levertijden
	Noodzaak tussenpersonen
	Taalverschillen

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

⁹ Zie figuur 3.4 en toelichting staat 0.1.

Figuur 3.5 Importbarrières binnen de Euregio



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen

3.2.2 Importbarrières binnen de Euregio

Zuid-Limburgse bedrijven die Euregionaal importeren

Dat de attractiviteit van een importgebied veel maar niet alles zegt over de importmogelijkheden, blijkt nadrukkelijk uit het oordeel van de importerende bedrijven in Zuid-Limburg over de Euregio als importgebied. Deze bedrijven zijn relatief negatief over de attractiviteit van de Euregio als importgebied, maar zijn tegelijkertijd van mening dat er géén grote importbarrières bestaan (figuur 3.5). Sterker nog, in grote lijnen zien de importerende bedrijven in Zuid-Limburg zelfs relatief weinig importbarrières.

Beoordeling aspecten¹⁰

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Taalverschillen (+)	Kwaliteitsnormen (+)
Fiscale verschillen (+)	Aantal aanbieders (+)
Cultuurverschillen / wet- en regelgeving (+)	Samenwerkingspartners (+)
(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel	

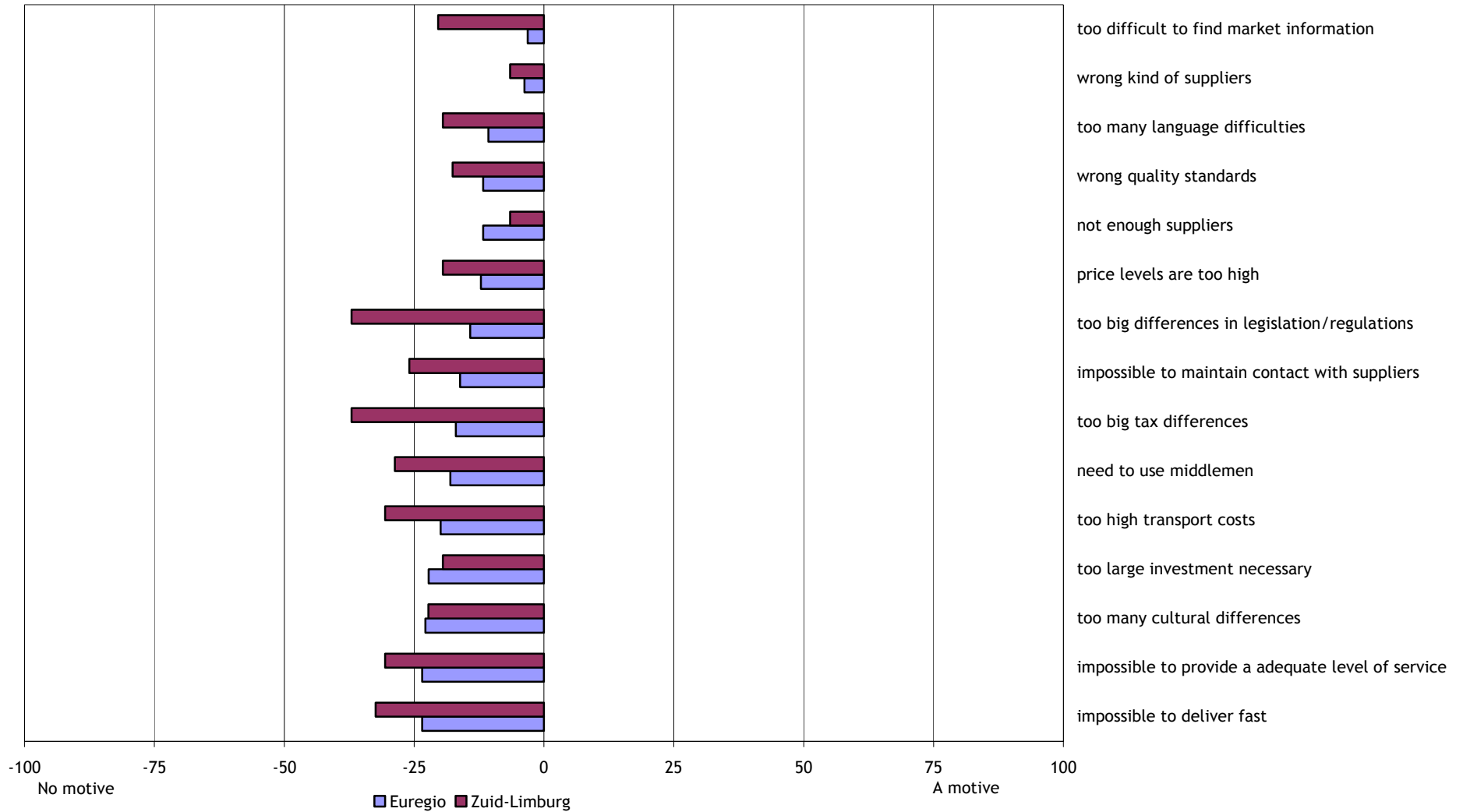
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Wet- en regelgeving	-
Onbekendheid gebied	
Fiscale verschillen	
Inkooprijzen	
Taalverschillen	

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

¹⁰ Zie figuur 3.5 en toelichting staat 0.2.

Figuur 3.6 Motieven om niet te importeren uit de Euregio



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3.2.3 Motieven om niet te importeren uit de Euregio

Zuid-Limburgse bedrijven die niet Euregionaal importeren

De attractiviteit van de Euregio als importgebied zegt evenmin weinig over de motieven om wel of niet te importeren. Dit blijkt uit het oordeel van de bedrijven in Zuid-Limburg die niet importeren uit de Euregio (figuur 3.6). Wederom zijn de bedrijven in Zuid-Limburg (iets) positiever dan de bedrijven in de andere deelgebieden.

Beoordeling aspecten¹¹

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Wet- en regelgeving (+)	Soort aanbieders (+)
Fiscale verschillen (+)	Aantal aanbieders (+)
Levertijden (+)	Kwaliteit (+)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

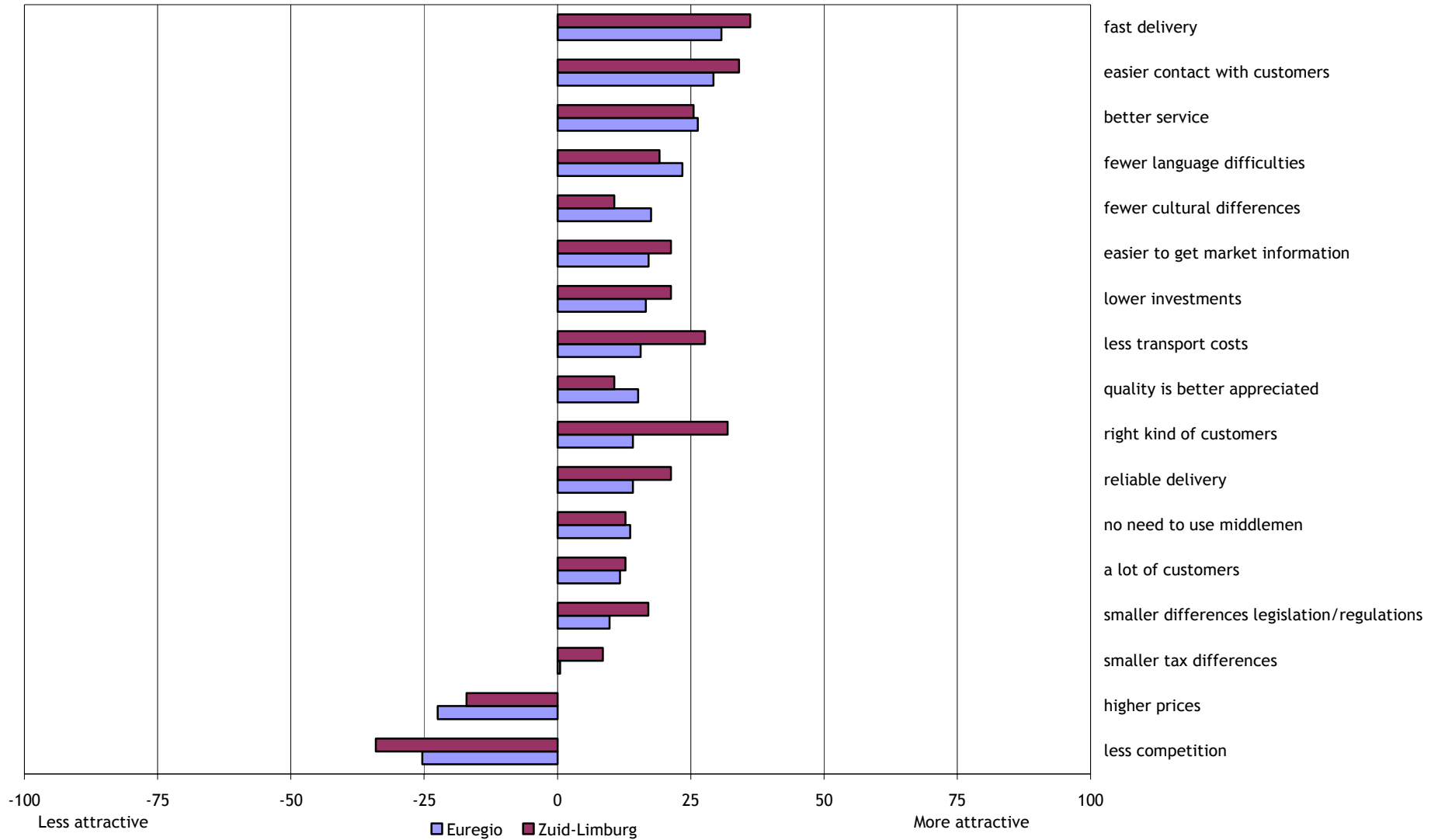
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Wet- en regelgeving	-
Fiscale verschillen	
Marktinformatie	
Transportkosten	
Noodzakelijkheid tussenpersonen	

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

¹¹ Zie figuur 3.6 en toelichting staat 0.3.

Figuur 4.1 De attractiviteit van Zuid-Limburg als exportgebied



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4 ZUID-LIMBURG BEZIEN VANUIT DE EUREGIO

In het voorliggende hoofdstuk wordt ingegaan op het oordeel van de bedrijven in de Provincie Limburg (B), Provincie Luik (B) en de Regio Aachen (D) over Zuid-Limburg als export- en importgebied.

4.1 Zuid-Limburg als exportgebied

4.1.1 De attractiviteit van Zuid-Limburg als exportgebied

Zuid-Limburg als exportgebied volgens ondernemers in andere Euregionale deelgebieden die naar Zuid-Limburg exporteren

Er wordt relatief gunstig geoordeeld over Zuid-Limburg als exportgebied door de exporterende ondernemers in de andere Euregionale deelgebieden (figuur 4.1). Alleen op het gebied van de verkoopprijzen en de concurrentie vormt Zuid-Limburg niet zo'n aantrekkelijke exportmarkt. Het beeld wijkt daarmee (echter) nauwelijks af van het Euregionaal gemiddelde. Slechts op twee aspecten wijkt Zuid-Limburg aanzienlijk - en wel in positieve zin - af van het Euregionaal gemiddelde. Er wordt relatief positief geoordeeld over het soort afnemers en de transportkosten in verband met de export naar Zuid-Limburg.

Beoordeling aspecten¹²

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Levertijden (+)	Concurrentie (-)
Relatiebeheer (+)	Verkoopprijzen (-)
Soort afnemers (+)	Fiscale verschillen (+)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

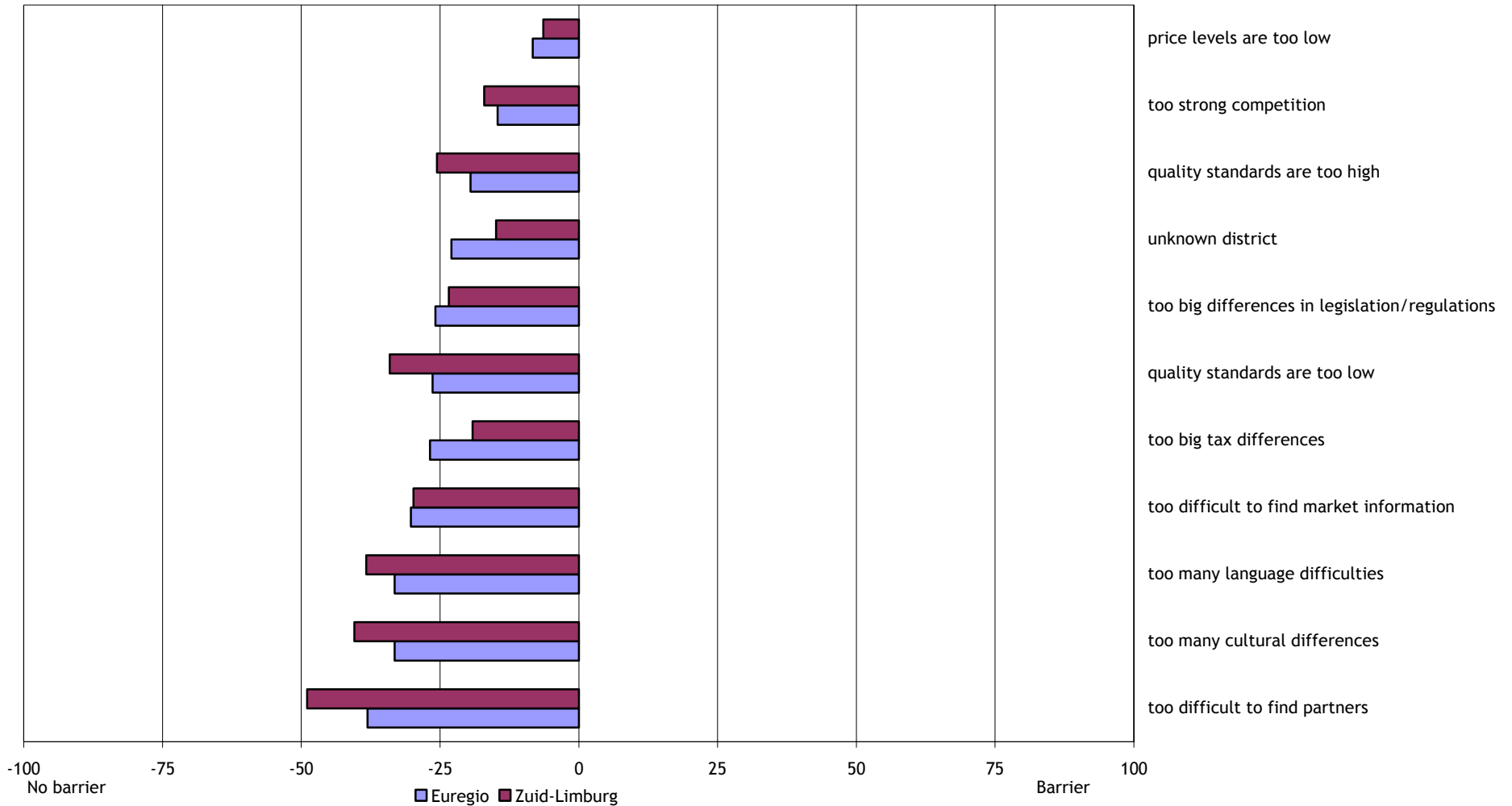
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Soort afnemers	
Transportkosten	

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

¹² Zie figuur 4.1 en toelichting staat 0.4.

Figuur 4.2 Exportbarrières binnen Zuid-Limburg



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.1.2 Exportbarrières binnen Zuid-Limburg

Zuid-Limburg als exportgebied volgens ondernemers in andere Euregionale deelgebieden die naar Zuid-Limburg exporteren

Het relatief gunstige oordeel over de attractiviteit van Zuid-Limburg als exportgebied vertaalt zich gedeeltelijk in het oordeel over eventuele exportbarrières (figuur 4.2). Het beeld wijkt slechts in zeer beperkte mate af van het Euregionaal gemiddelde.

Beoordeling aspecten¹³

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Samenwerkingspartners (+)	Verkoopprijzen (+)
Cultuurverschillen (+)	Onbekendheid gebied (+)
Taalverschillen (+)	Concurrentie (+)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

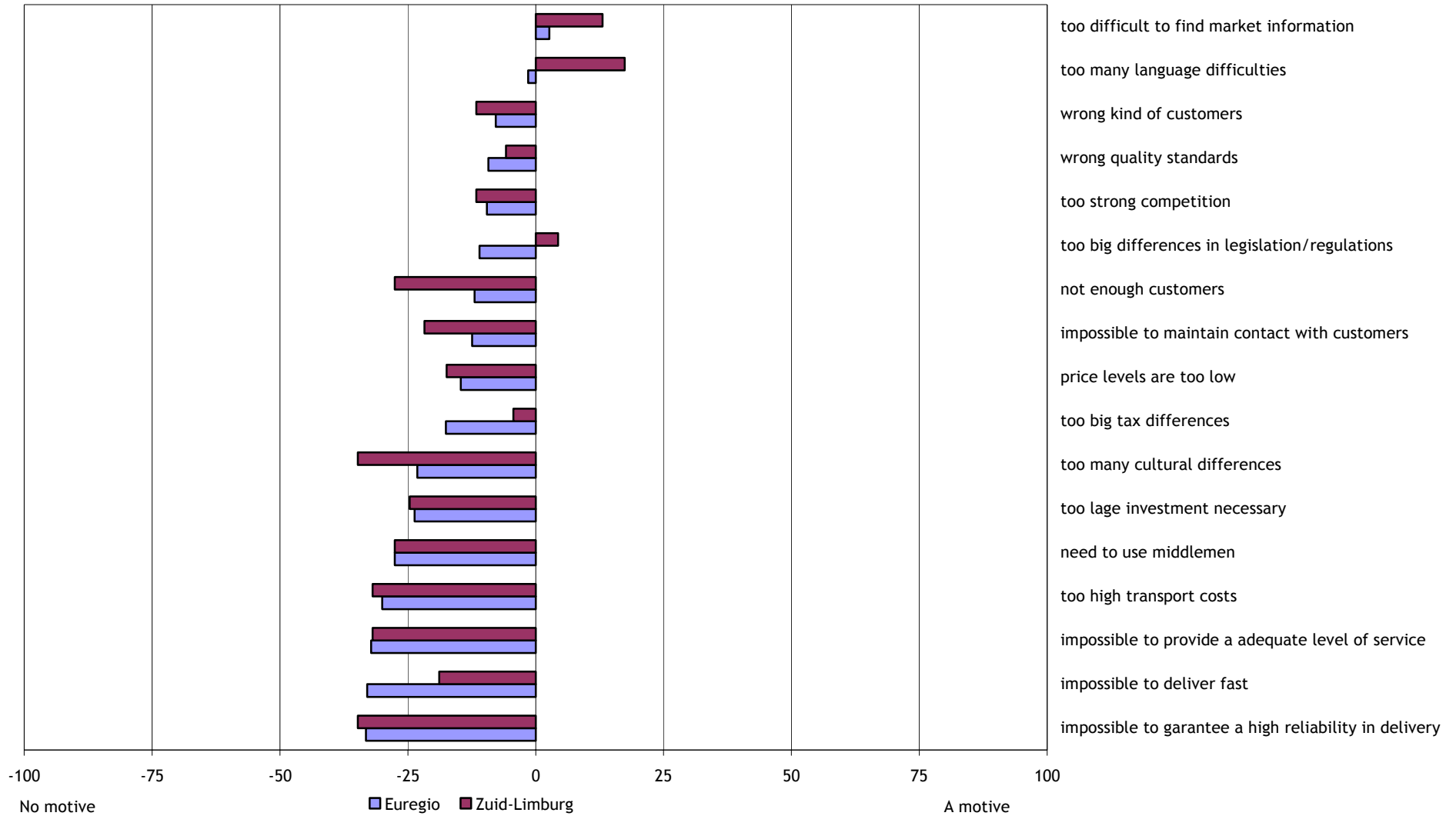
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Samenwerkingspartners	-

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

¹³ Zie figuur 4.2 en toelichting staat 0.5.

Figuur 4.3 Motieven om niet te exporteren naar Zuid-Limburg



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.1.3 Motieven om niet te exporteren naar Zuid-Limburg

Zuid-Limburg als exportgebied volgens ondernemers in andere Euregionale deelgebieden die niet naar Zuid-Limburg exporteren

De redenen om niet naar Zuid-Limburg te exporteren, wijkt op een aantal punten af van het Euregionaal beeld (figuur 4.3). Het meest opmerkelijk is dat de taalverschillen voor relatief veel bedrijven (mede) een motief vormen om niet naar Zuid-Limburg te exporteren. Maar ook het moeilijk verkrijgen van marktinformatie en de verschillen in wet- en regelgeving - en in mindere mate fiscale verschillen - vormen relatief belangrijke motieven om af te zien van export naar Zuid-Limburg. Daarentegen oordelen de Euregionale bedrijven die niet naar Zuid-Limburg exporteren, relatief positief over het aantal afnemers en de geringe cultuurverschillen.

Beoordeling aspecten¹⁴

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Cultuurverschillen (+)	Taalverschillen (-)
Leverbetrouwbaarheid (+)	Marktinformatie (-)
Transportkosten/ serviceverlening (+)	Wet- en regelgeving (-)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

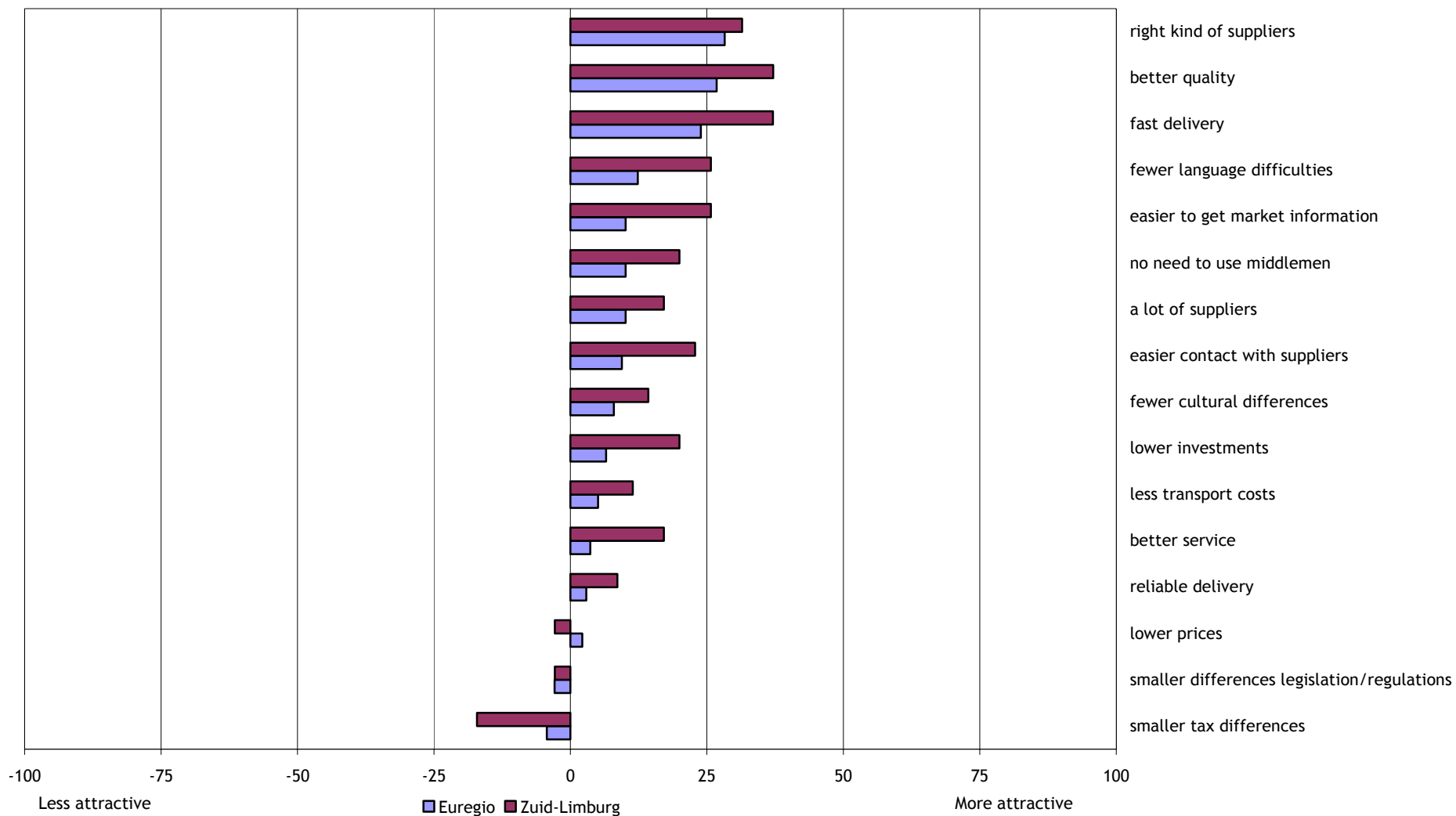
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Aantal afnemers	Taalverschillen
Cultuurverschillen	Wet- en regelgeving
	Levertijden
	Fiscale verschillen
	Marktinformatie

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

¹⁴ Zie figuur 4.3 en toelichting staat 0.6.

Figuur 4.4 De attractiviteit Zuid-Limburg als importgebied



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.2 Zuid-Limburg als importgebied

4.2.1 De attractiviteit van Zuid-Limburg als importgebied

Zuid-Limburg als importgebied volgens ondernemers in andere Euregionale deelgebieden die uit Zuid-Limburg importeren

Zuid-Limburg vormt in de ogen van de importerende bedrijven uit de andere Euregionale deelgebieden een aantrekkelijker importgebied dan de Euregio als geheel (figuur 4.4). Alleen op het gebied van fiscale verschillen en in mindere mate de inkooprijzen scoort Zuid-Limburg onder het Euregionaal gemiddelde. Zuid-Limburg scoort zelfs negatief op deze aspecten, evenals op het aspect wet- en regelgeving. Hierbij wordt echter aangetekend dat de Euregio sowieso in de ogen van de Euregionaal importerende bedrijven in de Euregio negatief scoort voor wat betreft fiscale verschillen en verschillen in wet- en regelgeving.

Beoordeling aspecten¹⁵

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Betere kwaliteit (+)	Fiscale verschillen (-)
Levertijden (+)	Wet- en regelgeving (-)
Soort aanbieders (+)	Inkooprijzen (-)
(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel	

Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Marktinformatie	Fiscale verschillen
Serviceverlening	
Investeringsnoodzaak	
Taalverschillen	
Relatiebeheer	
Levertijden	
Kwaliteit	

* *Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.*

¹⁵ Zie figuur 4.4 en toelichting staat 0.4.

4.2.2 Importbarrières binnen Zuid-Limburg

Zuid-Limburg als importgebied volgens ondernemers in andere Euregionale deelgebieden die uit Zuid-Limburg importeren

Dat Zuid-Limburg wordt gezien als een relatief aantrekkelijk importgebied blijkt ook uit het oordeel inzake de importbarrières (figuur 4.5). Deze zijn relatief beperkt in Zuid-Limburg. Op géén enkel aspect scoort Zuid-Limburg aanzienlijk slechter dan het Euregionaal gemiddelde, maar op een aantal aspecten wel aanzienlijk beter dan het Euregionaal gemiddelde.

Beoordeling aspecten¹⁶

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Cultuurverschillen (+)	Kwaliteitsnormen (+)
Marktinformatie (+)	Inkooprijzen (+)
Taalverschillen (+)	Taalverschillen / wet- en regelgeving (+)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

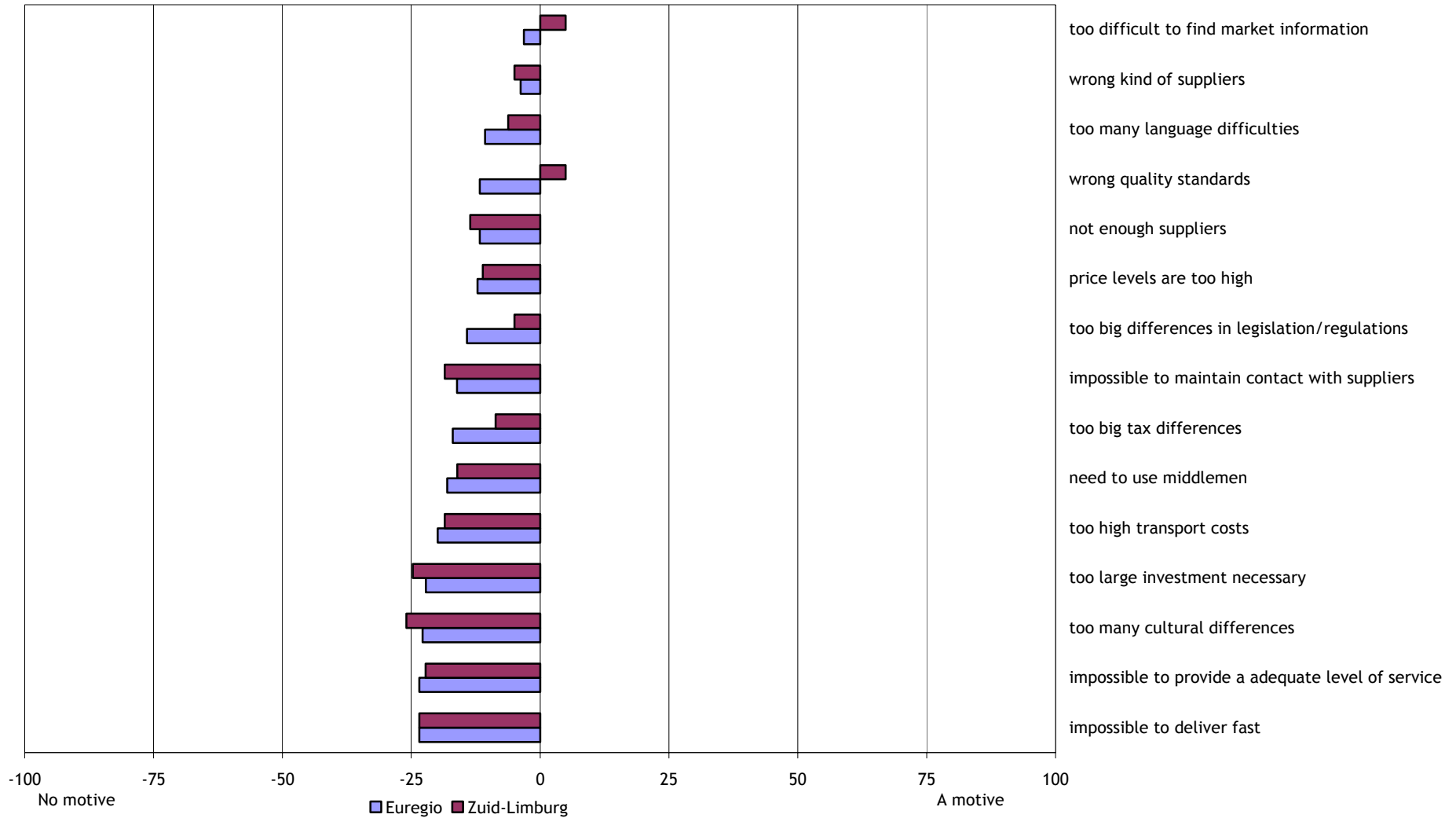
Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Marktinformatie	-
Onbekendheid gebied	
Samenwerkingspartners	
Cultuurverschillen	
(Geen te lage) kwaliteit	
Taalverschillen	
Inkooprijzen	

* *Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.*

¹⁶ Zie figuur 4.5 en toelichting staat 0.5.

Figuur 4.6 Motieven om niet te importeren uit Zuid-Limburg



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.2.3 Motieven om niet te importeren uit Zuid-Limburg

Zuid-Limburg als importgebied volgens ondernemers in andere Euregionale deelgebieden die niet uit Zuid-Limburg importeren

De Euregionale bedrijven die niet uit Zuid-Limburg importeren, zijn niet op ieder onderdeel even positief als de Euregionale bedrijven die wel uit Zuid-Limburg importeren. Volgens bedrijven die niet uit Zuid-Limburg importeren, vormt Zuid-Limburg geen aantrekkelijker importgebied dan de andere Euregionale deelgebieden (figuur 4.6). Het moeilijk verkrijgen van marktinformatie en de verkeerde kwaliteit vormen relatief belangrijke motieven om af te zien van import uit Zuid-Limburg. Zuid-Limburg scoort echter slechts op één aspect aanzienlijk slechter dan het Euregionaal gemiddelde en dat is op het aspect kwaliteitseisen.

Beoordeling aspecten¹⁷

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Cultuurverschillen (+)	Marktinformatie (-)
Investeringsnoodzaak (+)	Kwaliteit (-)
Levertijden (+)	Wet- en regelgeving/relatiebeheer (+)

(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel

Verschillen ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
-	Kwaliteit

* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

¹⁷ Zie figuur 4.6 en toelichting staat 0.6.