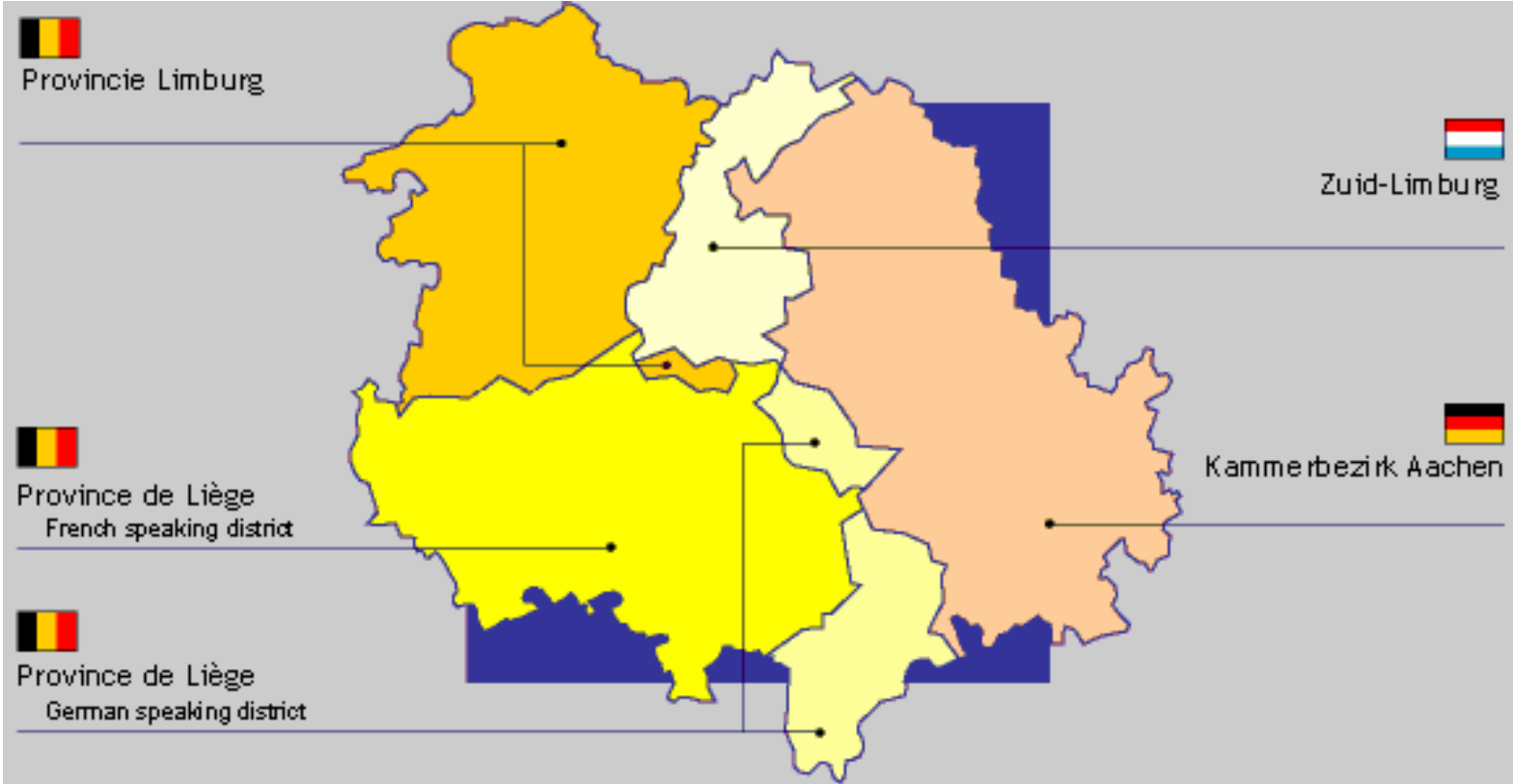


EUREGIONAL TRADE FLOWS



PART 3: Euregio Meuse-Rhine (Provincie 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 3: Euregio Meuse-Rhine (Provincie 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	XXIII	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 de provincie Limburg als exportgebied	16
3 De Euregio gezien vanuit de provincie Limburg	5	Figuur 4.2 Exportbarrières binnen de provincie Limburg	18
3.1 De Euregio als exportgebied	5	Figuur 4.3 Motieven om niet te exporteren naar de provincie Limburg	20
3.1.1 De attractiviteit van de Euregio als exportgebied	5	Figuur 4.4 De attractiviteit van de provincie Limburg als importgebied	22
3.1.2 Exportbarrières binnen de Euregio	7	Figuur 4.5 Importbarrières binnen de provincie Limburg	24
3.1.3 Motieven om niet te exporteren binnen in de Euregio	9	Figuur 4.6 Motieven om niet te importeren uit de provincie 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 De provincie Limburg gezien vanuit de Euregio	17	Staat 0.4 De attractiviteit van de Provincie Limburg als export- en importgebied	IV
4.1 De provincie Limburg als exportgebied	17	Staat 0.5 Handelsbarrières die de handel met de Provincie Limburg bemoeilijken	VI
4.1.1 De attractiviteit van de provincie Limburg als exportgebied	17	Staat 0.6 Motieven om géén handel te voeren met de Provincie Limburg	VI
4.1.2 Exportbarrières binnen de provincie Limburg	19		
4.1.3 Motieven om niet te exporteren naar de provincie Limburg	21		
4.2 De provincie Limburg als importgebied	23		
4.2.1 De attractiviteit van de provincie Limburg als importgebied	23		
4.2.2 Importbarrières binnen de provincie Limburg	25		
4.2.3 Motieven om niet te importeren uit de provincie 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)	Levertijden (+) Marktinformatie (+) Wet- en regelgeving (+)	Soort aanbieders (+) Betere kwaliteit (+) Levertijden (+)
Minst aantrekkelijke aspecten (top 3)	Concurrentie (-) Verkoopprijzen (-) Kwaliteit (+)	Inkooprijzen (-) Aantal aanbieders/transportkosten (o) Taal en cultuurverschillen (o)

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

Het begrip 'minst aantrekkelijk' is niet hetzelfde als 'onaantrekkelijk'. Ter illustratie: bij de minst aantrekkelijke aspecten van de Euregio als exportgebied staat het aspect 'kwaliteit'. Dit betekent niet dat de ondernemers de Euregio onaantrekkelijk vinden vanwege de kwaliteitseisen die er aan producten en diensten worden gesteld. Als de kwaliteitseisen in de Euregio worden afgezet tegen de kwaliteitseisen elders, scoort de Euregio zelfs nog relatief goed. Op de meeste andere aspecten scoort de Euregio echter gewoon (nog) beter.

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. Aspecten die in **oranje** zijn afgedrukt en waaraan een nulteken (0) is toegevoegd, zijn aspecten waar de Euregio zich niet onderscheidt van andere handelsgebieden. Alleen 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 kleine belemmering (top 3)	Taalverschillen (+) Cultuurverschillen (+) Onbekendheid gebied (+)	Cultuurverschillen (+) Taalverschillen (+) Marktverschillen (+)
Relatief grote belemmering (top 3)	Te hoge kwaliteitseisen (+) Concurrentie (+) Verkoopprijzen (+)	Inkooprijzen (+) Te hoge Kwaliteit (+) Te lage kwaliteit (+)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven in de Provincie 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 inkooprijzen in de Euregio 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.

0 SAMENVATTING, CONCLUSIES EN ADVIEZEN

0.1 Samenvatting en conclusies

Algemeen

Provincie Limburg vormt het noordwestelijke deelgebied van de Euregio Maas-Rijn. Deze provincie grenst niet aan de Regio Aachen dat het oostelijke deelgebied van de Euregio vormt. Hoewel de afstand tussen beide deelgebieden gering is en gemakkelijk te overwinnen via de A2/A76/A4 (E314), lijkt het ontbreken van een gezamenlijke grens tussen de Provincie Limburg en de Regio Aachen mede bepalend te zijn voor de uitkomsten van dit onderzoek. Veel bedrijven in Provincie Limburg exporteren naar de Euregio of importeren uit de Euregio, maar de wederzijdse handelsrelatie met de Regio Aachen is beperkt.

Dat er relatief veel Euregionaal gehandeld wordt door bedrijven in de provincie Limburg is niet verwonderlijk, daar de meeste bedrijven Vlaanderen - en niet België - als hun thuismarkt beschouwen. Dit heeft twee gevolgen. Ten eerste is deze thuismarkt zo klein dat bedrijven al snel worden gedwongen om over te gaan op export en/of import. Ten tweede wordt hierdoor niet alleen de handel met het Nederlandse Zuid-Limburg en de Regio Aachen, maar ook het zakendoen in Wallonië (vaak als internationale of in ieder geval Euregionale handel beschouwd.

Het voorgaande verklaart mede waarom Belgische bedrijven relatief gunstig oordelen over de Euregio als handelsgebied; hoewel de meningen over de Euregio als importgebied verdeeld zijn. Bij het zakendoen in Wallonië komen deze bedrijven relatief weinig verschillen in wet- en regelgeving en fiscale verschillen tegen en zelfs de taalverschillen zijn relatief makkelijk overbrugbaar; het blijft immers handel binnen één - zij het tweetalig - land. Buiten de landsgrenzen doen de bedrijven in de provincie Limburg vooral handel met het Nederlandse Zuid-Limburg, waar men dezelfde taal (zelfs dialect) spreekt en deels dezelfde cultuur heeft.

De handel met de Regio Aachen is beperkt en dus doen zich weinig situaties voor waarbij bedrijven uit Provincie Limburg in een voor hen (volkomen) 'vreemde' taal moeten communiceren.

Afgezien van de overeenkomsten in taal, cultuur, wet- en regelgeving en fiscaal regime binnen België, wordt de attractiviteit van de Euregio vooral ook bepaald door de snelle levertijden die gerealiseerd kunnen worden. Daarnaast vinden Belgisch-Limburgse bedrijven de Euregio attractief als importgebied omdat daar de juiste aanbieders zitten, die niet alleen snel maar ook de juiste kwaliteit kunnen leveren. De Euregio is bovendien een markt waar men al lang mee vertrouwd is en marktinformatie over heeft.

Belgisch Limburg wordt door de bedrijven uit de andere delen van de Euregio vooral als een aantrekkelijk importgebied gezien (om er goederen te kopen). Hun opvattingen over Belgisch Limburg als exportmarkt zijn vrijwel conform het Euregionaal gemiddelde.

Barrières

Vanwege de grote bekendheid met het marktgebied (eigen land) zijn er eigenlijk geen noemenswaardige mispercepties als motieven om niet te exporteren of te importeren.

Grote handelsbarrières ontbreken eveneens. Sterke concurrentie en druk op de verkoopprijzen maken de Euregio weliswaar minder attractief als exportgebied, maar vormen slechts in beperkte mate barrières voor de bedrijven in Belgisch Limburg om te gaan exporteren naar de Euregio. Voor de bedrijven elders in Euregio geldt feitelijk hetzelfde. Ook zij wijzen op de sterke concurrentie en druk op de verkoopprijzen. Belgisch Limburg is voor deze bedrijven echter wel een relatief aantrekkelijk gebied om uit te importeren. Importbarrières ontbreken bijna volledig.

Staat 0.3 Motieven om géén Euregionale handel te voeren

	Export (figuur 3.3)*	Import (figuur 3.6)**
Relatief onbelangrijk motief (top 3)	Transportkosten (+) Levertijden (+) Serviceverlening (+)	Fiscale verschillen (+) Wet- en regelgeving (+) Cultuurverschillen (+)
Relatief belangrijk motief (top 3)	Soort afnemers (-) Marktinformatie (+) Aantal afnemers / concurrentie (+)	Soort aanbieders (+) Inkooprijzen (+) Noodzaak tussenpersonen (+)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven in de Provincie 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 hoogte van de inkooprijzen afzien van Euregionale import, maar voor een meerderheid van de ondernemers vormen de inkooprijzen 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 de Provincie Limburg als export- en importgebied

	Export (figuur 4.1)*	Import (figuur 4.4)**
Meest aantrekkelijke aspecten (top 3)	Relatiebeheer (+) Taalverschillen (+) Levertijden (+)	Soort aanbieders (+) Beter kwaliteit (+) Aantal aanbieders (+)
Minst aantrekkelijke aspecten (top 3)	Concurrentie (-) Verkoopprijzen (-) Fiscale verschillen (-)	Serviceverlening (o) Leverbetrouwbaarheid (+) Transportkosten (+)

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

Het begrip 'minst aantrekkelijk' is niet hetzelfde als 'onaantrekkelijk'. Ter illustratie: bij de minst aantrekkelijke aspecten van de Provincie Limburg als importgebied staat het aspect 'leverbetrouwbaarheid'. Dit betekent niet dat de ondernemers de Provincie Limburg onaantrekkelijk vinden vanwege een te lage leverbetrouwbaarheid. Als de leverbetrouwbaarheid van bedrijven in de Provincie Limburg worden afgezet tegen de leverbetrouwbaarheid van bedrijven elders, scoort de Provincie Limburg zelfs nog relatief goed. Op de meeste andere aspecten scoort de Provincie Limburg echter gewoon (nog) beter.

Aspecten die in groen zijn afgedrukt en waaraan een plusteken (+) is toegevoegd, zijn aspecten waar de Provincie Limburg zich in positieve zin onderscheidt van andere handelsgebieden. Aspecten die in oranje zijn afgedrukt en waaraan een nulteken (0) is toegevoegd, zijn aspecten waar de Provincie Limburg zich niet onderscheidt van andere handelsgebieden. Alleen als een aspect in het rood is afgedrukt en er een minteken (-) achter staat, is de Provincie Limburg voor dat betreffende aspect onaantrekkelijk in vergelijking met andere handelsgebieden.

0.2 Adviezen

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

Dankzij de goede nationale noord-zuidverbinding (A13) en de goede internationale oost-westverbinding (A2/A76/A4 ofwel E314)) kunnen de bedrijven in de provincie Limburg profiteren van de geringe afstanden binnen de Euregio. Hierbij wordt wel aangetekend dat de noord-zuidverbinding binnen de provincie Limburg voor verbetering vatbaar is. 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 marktinformatie wordt hierdoor vergemakkelijkt. 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. Met name de handel met het grootste Euregionale deelgebied, de Regio Aachen, blijft ver achter. Het is dan ook van groot belang dat de (genoemde) sterke punten van de Euregio in het algemeen en van de Regio Aachen in het bijzonder nadrukkelijk worden benoemd en gecommuniceerd in de provincie Limburg en omgekeerd dat in de Regio Aachen de provincie Limburg beter wordt belicht.

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.

Uiteraard speelt hierbij ook het verspreiden van twee- of meertalige marktinformatie een belangrijke rol. Daarbij kan niet volstaan worden met het verschaffen van of het toegankelijker maken van algemene marktinformatie, maar is maatwerkinformatie 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 en 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 de Provincie Limburg bemoeilijken

	Export (figuur 4.2)*	Import (figuur 4.5)**
Relatief klein belemmering (top 3)	Samenwerkingspartners (+) Hoogte kwaliteitseisen (+) Marktinformatie (+)	Cultuurverschillen (+) Fiscale verschillen (+) Wet- en regelgeving (+)
Relatief grote belemmering (top 3)	Verkoopprijzen (+) Wet- en regelgeving (+) Taal- en cultuurverschillen / onbekendheid gebied (+)	Inkoopprijzen (+) Marktinformatie / onbekendheid gebied (+) Aantal aanbieders / te hoge kwaliteit (+)

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

Het begrip 'relatief grote belemmering' is nadrukkelijk niet hetzelfde als 'een onoverkomelijke barrière'. Ter illustratie: de hoogte van de inkoopprijzen in de Provincie 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 de Provincie Limburg

	Export (figuur 4.3)*	Import (figuur 4.6)**
Relatief onbelangrijk motief (top 3)	Levertijden (+) Transportkosten (+) Leverbetrouwbaarheid (+)	Levertijden (+) Investeringsnoodzaak (+) Cultuurverschillen (+)
Relatief belangrijk motief (top 3)	Taalverschillen (-) Marktinformatie (-) Relatiebeheer (+)	Soort aanbieders (-) Marktinformatie (+) Wet- en regelgeving (+)

NB. Betreft uitsluitend het oordeel van bedrijven die niet naar de Provincie Limburg exporteren (*) en/of uit de Provincie 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 hoogte van de verschillen in wet- en regelgeving afzien van import uit de Provincie Limburg, maar voor een meerderheid van de ondernemers vormen deze verschillen géén motief om af te zien van import uit de Provincie 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 de Provincie 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 de Provincie 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)	Delivery times (+) Market information (+) Regulations (+)	Type of suppliers (+) Better quality (+) Delivery times (+)
Least attractive aspects (top 3)	Competition (-) Sales prices (-) Quality (+)	Purchase prices (-) Number of suppliers / transport costs (o) Language and cultural differences (o)

NB. The views are limited exclusively to companies in Provincie 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, 'quality' is listed as one of the least attractive aspects of the Euregio as an export region. This doesn't necessarily mean that businesses see the Euregio as unattractive because of the quality standards required of products and services. If quality standards in the Euregio are compared with the quality standards elsewhere the Euregio scores relatively well. For most other aspects the Euregio scores better.

Aspects listed in green with a plus sign alongside (+), are aspects which the Euregio singles itself out more positively from other trading regions. Aspects displayed in orange with a zero alongside (o), are those where the Euregio does not differ 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 (+)	Cultural differences (+) Language differences (+) Market differences (+)
Relatively large obstacle (top 3)	Quality requirements too high (+) Competition (+) Sales prices (+)	Purchase prices (+) Quality too high (+) Quality too low (+)

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

The term 'relatively large obstacle' is self-evidently not the same as 'an insurmountable obstacle'. By way of illustration, purchase prices present an obstacle for relatively many businesses in the Euregio. However, a majority of businesses does not see this 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

The Provincie Limburg is located in the north-west corner of the Euregio Meuse-Rhine. This constituent region does not have borders with the Aachen Region. Although the distance between these two regions is small and easy to traverse via the A2/A76/A4 motorway (E314), the lack of a common border between the Provincie Limburg and the Aachen Region partly determines the results of this survey. Many businesses in the Provincie Limburg export to or import from the Euregio, but reciprocal trade relations with the Aachen Region are limited.

It is not surprising that a relatively large amount of Euregional business is carried out by companies in the Provincie Limburg, since most companies consider Flanders to be their domestic market. This has two consequences. In the first place, this domestic market is so small that companies are more likely to turn to export and/or import activities. Secondly, this trade not only involves doing business with Zuid-Limburg (NL) and the Aachen Region, but also often with Wallonia (itself Belgian, but Euregional for the purposes of this study).

This goes some way to explaining why Belgian businesses have relatively favourable opinion of the Euregio as a trading region, although opinions differ when the Euregio is considered as an import region. For trade carried out with partners in Wallonia, these businesses face relatively few differences in regulations and tax and even language differences are relatively easy to overcome; after all, trade flows are still within a single country despite the two languages. Beyond their national borders, companies in the Provincie Limburg primarily do business with the Dutch region of Zuid-Limburg, where the same language (even dialect) is spoken and the culture is much the same. Trade with the Aachen Region is limited and so few situations arise in which the Provincie Limburg must communicate in a completely 'foreign' language.

Disregarding the similarities in language, culture, regulations and tax in Belgium, the attractiveness of the Euregio is primarily determined by the quick delivery times which can be attained. Additionally, companies based in Belgian Limburg see the Euregio as an attractive import region because it has the right suppliers, who can not only deliver quickly, but provide the right quality as well. What's more the Euregio is a market which is well-known and for which market information is widely available.

Belgian Limburg is seen as an attractive import region by businesses in the rest of the Euregio (i.e. for buying goods). Their opinions regarding Belgian Limburg as an export market are more or less in line with the Euregional average.

Barriers

Because of the close familiarity with the market (own country), there are in fact no real noteworthy misconceptions to form a reason for not importing/exporting.

There are no major trade barriers either. Keen competition and a squeeze on sales prices make the Euregio somewhat less attractive as an export region, but form a barrier to trade only to a limited extent for companies in Belgian Limburg who wish to export to the Euregio. The same is true for companies elsewhere in the Euregio, which likewise point out competition and prices as less attractive aspects. However, for these companies Belgian Limburg is a relatively attractive place from which to import. There are almost no import trade barriers at all.

Table 0.3 Reasons not to carry out Euregional trade

	Export (figure 3.3)*	Import (figure 3.6)**
Relatively unimportant reason (top 3)	Transport costs (+) Delivery times (+) Service provision (+)	Tax differences (+) Regulations (+) Cultural differences (+)
Relatively important reason (top 3)	Type of customers (-) Market information (+) Number of customers / competition (+)	Type of suppliers (+) Purchase prices (+) Need for intermediaries (+)

NB. The views are limited exclusively to companies in Provincie 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 which desist from doing Euregional trade because of high purchase prices, but for a majority of businesses these purchase prices do 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 Euroregional trade for a majority of businesses.

Table 0.4 The attractiveness of the Provincie Limburg as export and import region

	Export (figure 4.1)*	Import (figure 4.4)**
Most attractive aspects (top 3)	Customer relations (+) Language differences (+) Delivery times (+)	Type of suppliers (+) Better quality (+) Number of suppliers (+)
Least attractive aspects (top 3)	Competition (-) Sales prices (-) Tax differences (-)	Service provision (o) Reliability in delivery (+) Transport costs (+)

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

The term 'least attractive' is self-evidently not the same as 'unattractive'. By way of illustration, 'reliability in delivery' is given as one of the least attractive aspects for Provincie Limburg as an import region. This does not mean that businesses in the Provincie Limburg find it unattractive because of poor reliability in delivery. If the reliability in delivery of companies is compared with that of companies elsewhere, the Provincie Limburg scores relatively well. For most other aspects however, the Provincie Limburg scores better.

Aspects listed in green with a plus sign alongside (+), are aspects which the Provincie Limburg singles itself out more positively from other trading regions. Aspects displayed in orange with a zero alongside (0), are those where the Provincie Limburg does not differ from other trading regions. Only where an aspect is displayed in red with a minus sign alongside (-), is the Provincie Limburg less attractive than other trading regions for that particular aspect.

0.2 Recommendations

In Etil'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 the Provincie Limburg in particular.

Thanks to the national north-south motorway link (A13) and the international east-west link (A2/A76/A4 or E314)) businesses in the Provincie 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 limited.² 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 Euregio as an international market at home

However, these advantages have neither been fully acknowledged nor harnessed. In particular, trade with the largest constituent Euregional region, the Aachen Region, lags far behind. It is therefore important to spell out and promote the strong points of the Euregio in general and the Aachen Region in particular in the Provincie Limburg and vice versa, the benefits of the Provincie Limburg in the Aachen Region.

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

Of course, an important role should be set aside for the distribution of bi- or multi-lingual market information. 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 the Provincie Limburg

	Export (figure 4.2)*	Import (figure 4.5)**
Relatively small obstacle (top 3)	Co-operating partners (+) Quality requirements (+) Market information (+)	Cultural differences (+) Tax differences (+) Regulations (+)
Relatively large obstacle (top 3)	Sales prices (+) Regulations (+) Language and culture differences / unfamiliar territory (+)	Purchase prices (+) Market information / unfamiliar territory (+) Number of suppliers / quality too high (+)

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

The term 'relatively large obstacle' is self-evidently not the same as 'an insurmountable obstacle'. By way of illustration, the size of purchase prices in the Provincie 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 trade with the Provincie Limburg

	Export (figure 4.3)*	Import (figure 4.6)**
Relatively unimportant reason (top 3)	Delivery times (+) Transport costs (+) Reliability in delivery (+)	Delivery times (+) Need for investment (+) Cultural differences (+)
Relatively important reason (top 3)	Language differences (-) Market information (-) Customer relations (+)	Type of suppliers (-) Market information (+) Regulations (+)

NB. The views are limited exclusively to companies who do not export (*) to and/or import (**) from the Provincie 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 the Provincie Limburg on account of differences in regulations, but for a majority of businesses the differences in regulations do not form a reason not to import from the Provincie Limburg.

Aspects listed in green with a plus sign (+) do not form a reason for not carrying out trade with the Provincie Limburg 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 the Provincie 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 attraktivsten Aspekte (Top 3)	Lieferzeiten (+) Marktinformation (+) Gesetze und Regelungsetzung (+)	Art der Anbieter (+) Bessere Qualität (+) Lieferzeiten (+)
Die am wenigsten attraktiven Aspekte (Top 3)	Konkurrenz (-) Verkaufspreise (-) Qualität (+)	Einkaufspreise (-) Zahl der Anbieter/Transportkosten (o) Sprach- und Kulturunterschiede (o)

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

Der Begriff 'am wenigsten attraktiv' ist nicht derselbe wie 'unattraktiv'. Zur Erläuterung: bei den am wenigsten attraktiven Aspekten der Euregio als Exportgebiet steht der Aspekt 'Qualität'. Dies heißt nicht, dass die Unternehmer die Euregio wegen der Qualitätsanforderungen, die an die Produkte und Dienstleistungen gestellt werden, für unattraktiv halten. Wenn die Qualitätsanforderungen in der Euregio vor dem Hintergrund der Qualitätsanforderungen an anderen Orten betrachtet werden, schneidet die Euregio sogar noch relativ gut ab. Bei den meisten anderen Aspekten schneidet die Euregio jedoch einfach (noch) besser ab.

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, sind Aspekte, bei den sich die Euregio im positiven Sinne von den anderen Handelsgebieten unterscheidet. Aspekte, die orange ausgedrückt sind und denen eine Null (0) angefügt ist, sind Aspekte, bei denen sich die Euregio nicht von den anderen Handelsgebieten unterscheidet. Nur wenn ein Aspekt rot ausgedrückt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, ist die Euregio bei dem 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 (+)	Kulturunterschiede (+) Sprachunterschiede (+) Marktunterschiede (+)
Relativ große Hemmnisse (Top 3)	Zu hohe Qualitätsanforderungen (+) Konkurrenz (+) Verkaufspreise (+)	Einkaufspreise (+) Zu hohe Qualität (+) Zu geringe Qualität (+)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe in der Provinz 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 Einkaufspreise in der Euregio stellt nach Meinung relativ vieler Unternehmer ein Hemmnis für den Import dar. Die Mehrheit der Unternehmer ist aber 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.

0 ZUSAMMENFASSUNG, SCHLUSSFOLGERUNGEN UND EMPFEHLUNGEN

0.1 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

Allgemeines

Die Provinz Limburg bildet das nordwestliche Teilgebiet der Euregio Maas-Rhein. Diese Provinz grenzt nicht an den Kammerbezirk Aachen, der das östliche Teilgebiet der Euregio bildet. Obwohl die Entfernung zwischen den beiden Teilgebieten gering ist und über die A2/A76/A4 (E314) leicht zu überwinden ist, scheint das Fehlen einer gemeinsamen Grenze zwischen der Provinz Limburg und dem Kammerbezirk Aachen mitbestimmend für die Ergebnisse dieser Untersuchung zu sein. Viele Betriebe in der Provinz Limburg exportieren in die Euregio oder importieren aus der Euregio, aber die gegenseitigen Handelsbeziehungen mit dem Kammerbezirk Aachen sind begrenzt.

Dass von den Betrieben in der Provinz Limburg relativ viel euregional gehandelt wird, ist nicht verwunderlich, da die meisten Betriebe Flandern - und nicht Belgien - als ihren Heimatmarkt ansehen. Dies hat zwei Konsequenzen. Erstens ist dieser Heimatmarkt so klein, dass die Betriebe sehr schnell gezwungen sind, zum Export und/oder Import überzugehen. Zweitens wird deswegen nicht nur der Handel mit dem niederländischen Süd-Limburg und dem Kammerbezirk Aachen, sondern auch das Geschäftsleben mit Wallonien (oft) als internationaler oder zumindest als euregionaler Handel angesehen.

Das Vorstehende erklärt u.a., warum die belgischen Betriebe relativ positiv über die Euregio als Handelsgebiet urteilen; wohingegen die Meinungen über die Euregio als Importgebiet geteilt sind. Bei den Geschäften mit Wallonien begegnen diesen Betriebe relativ wenig Unterschiede bei den Gesetzen und der Regelsetzung sowie bei den steuerlichen Unterschieden und sogar die Sprachunterschiede sind relativ leicht zu überwinden; es bleibt schließlich der Handel innerhalb eines - wenn auch zweisprachigen - Landes. Außerhalb der Landesgrenzen betreiben die Betriebe in der Provinz Limburg in erster Linie Handel mit dem niederländischen Süd-Limburg, wo man dieselbe Sprache (und zum

Teil sogar denselben Dialekt) spricht und zum Teil dieselbe Kultur hat. Der Handel mit dem Kammerbezirk Aachen ist begrenzt und somit ergeben sich wenig Gelegenheiten, bei denen die Betriebe aus der Provinz Limburg in einer für sie (vollkommen) 'fremden' Sprache kommunizieren müssen.

Abgesehen von den Übereinstimmungen bei der Sprache und Kultur, bei den Gesetzen und der Regelsetzung sowie beim Steuersystem innerhalb Belgiens, wird die Attraktivität der Euregio in erster Linie auch von den schnellen Lieferzeiten, die realisiert werden können, bestimmt. Darüber hinaus finden die Betriebe in Belgisch-Limburg die Euregio als Importgebiet attraktiv, weil sich dort die richtigen Anbieter befinden, die nicht nur schnell, sondern auch die richtige Qualität liefern können. Die Euregio ist außerdem ein Markt, mit dem man schon seit langer Zeit vertraut ist und über den man Marktinformationen besitzt.

Belgisch-Limburg wird von den Betrieben aus den anderen Teilen der Euregio in erster Linie als ein attraktives Importgebiet gesehen (um dort Güter zu kaufen). Ihre Meinungen über Belgisch-Limburg als Exportmarkt sind nahezu konform mit dem euregionalen Durchschnitt.

Hemmnisse

Wegen der guten Kenntnis des Marktgebiets (des eigenen Landes), gibt es eigentlich keine nennenswerten falschen Wahrnehmungen als Motive dafür, nicht zu exportieren oder zu importieren.

Große Handelshemmnisse fehlen ebenfalls. Die starke Konkurrenz und der Druck auf die Verkaufspreise machen die Euregio als Exportgebiet zwar weniger attraktiv, aber sie stellen nur in begrenztem Maße Hemmnisse für die Betriebe in Belgisch-Limburg dar, in die Euregio zu exportieren. Für die Betriebe an anderen Orten in der Euregio gilt eigentlich dasselbe. Auch sie weisen auf die starke Konkurrenz und den Druck auf die Verkaufspreise hin. Belgisch-Limburg ist für diese Betriebe jedoch sehr wohl ein relativ attraktives Gebiet, um von dort zu importieren. Importhemmnisse fehlen fast vollständig.

Übersicht 0.3 Motive dafür, keinen euregionalen Handel zu betreiben

	Export (Abbildung 3.3)*	Import (Abbildung 3.6)**
Relativ unwichtiges Motiv (Top 3)	Transportkosten (+) Lieferzeiten (+) Dienstleistung (+)	Steuerliche Unterschiede (+) Gesetze und Regelsetzung (+) Kulturunterschiede (+)
Relativ wichtiges Motiv (Top 3)	Art der Abnehmer (-) Marktinformationen (+) Zahl der Abnehmer / Konkurrenz (+)	Art der Anbieter (+) Einkaufspreise (+) Notwendigkeit von Vermittlern (+)

Anmerkung: Betrifft ausschließlich das Urteil der Betriebe in der Provinz 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 Höhe der Einkaufspreise von dem euregionalen Import absehen, aber für die Mehrheit der Unternehmer stellen die Einkaufspreise kein Motiv dar, von dem euregionalen Import abzusehen

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

0.2 Empfehlungen

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

Dank der guten nationalen Nord-Süd-Verbindung (A13) und der guten internationalen Ost-West-Verbindung (A2/A76/A4 bzw. E314) können die Betriebe in der Provinz Limburg von den geringen Entfernungen in der Euregio profitieren. Hierbei wird allerdings angemerkt, dass die Nord-Süd-Verbindung eine Verbesserung erfahren muss. 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 betreiben können. Auch die Beschaffung der richtigen Marktinformationen wird hierdurch erleichtert. Wegen der vorstehend genannten Merkmale der Euregio, stellt die Euregio das ideale Sprungbrett für Unternehmer in der Euregio 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. Insbesondere der Handel mit dem größten euregionalen Teilgebiet, dem Kammerbezirk Aachen, bleibt weit zurück. Es ist daher

³ Neben den großen Übereinstimmungen bei den Dialekten, die in der Euregio gesprochen werden, gibt es auch relativ viele mehrsprachige Unternehmer (gerade) dank der Nähe der Sprachgrenzen.

auch von großer Bedeutung, dass die (genannten) Stärken der Euregio im allgemeinen und des Kammerbezirks Aachen im besonderen nachdrücklich in der Provinz Limburg benannt und kommuniziert werden und dass umgekehrt im Kammerbezirk Aachen die Provinz Limburg besser beleuchtet wird.

Natürlich spielt hierbei auch die Verbreitung zwei- oder mehrsprachiger Marktinformationen eine wichtige Rolle. Dabei ist es nicht ausreichend, allgemeine Marktinformationen zu beschaffen oder zugänglicher 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

Das Vorstehende ergibt selbstverständlich keine Lösung für die Tatsache, dass die Euregio einen relativ kleinen Markt bildet. Die Industrie- und Handelskammern können diese Marktsituation auch nicht verändern. Die Industrie- und Handelskammern können jedoch auch weiterhin einen Beitrag zur weitergehenden euregionalen Ketten- und Gruppenbildung leisten. Hierbei geht es sowohl um die Schaffung und Pflege von Netzen aus den Betrieben, die nicht an einem Ort niedergelassen sind, als auch um die physische Gruppenbildung von Angebot und Nachfrage auf euregionalen themengebundenen (branchengebundenen) Gewerbegebieten.

Euregionale Lobby

Obwohl die Euregio den Heimatmarkt für die Betriebe in der Euregio Maas-Rhein bilden kann, ist ihr dies in der Praxis sicher noch nicht ganz gelungen. Das Kennzeichen eines Heimatmarktes ist es schließlich, dass es keine (großen) steuerlichen Unterschiede und Unterschiede bei den Gesetzen und der Regelsetzung gibt. Die beteiligten fünf Kammern müssen also ihre gemeinsame Lobby für die Harmonisierung zwischen den drei betroffenen Ländern und für einen ‘Sonderstatus’ für die Euregio Maas-Rhein bei den nationalen Regierungen und bei der EU weiter kräftig fortsetzen.

Übersicht 0.4 Die Attraktivität der Provinz Limburg als Export- und Importgebiet

	Export (Abbildung 4.1)*	Import (Abbildung 4.4)**
Die attraktivsten Aspekte (Top 3)	Kundenbetreuung (+) Sprachunterschiede (+) Lieferzeiten (+)	Art der Anbieter (+) Bessere Qualität (+) Zahl der Anbieter (+)
Die am wenigsten attraktiven Aspekte (Top 3)	Konkurrenz (-) Verkaufspreise (-) Steuerliche Unterschiede (-)	Dienstleistung (o) Lieferzuverlässigkeit (+) Transportkosten (+)

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

Der Begriff 'am wenigsten attraktiv' ist nicht derselbe wie 'unattraktiv'. Zur Erläuterung: bei den am wenigsten attraktiven Aspekten der Provinz Limburg als Importgebiet steht der Aspekt 'Lieferzuverlässigkeit'. Dies heißt nicht, dass die Unternehmer die Provinz Limburg wegen einer zu niedrigen Lieferzuverlässigkeit für unattraktiv halten. Wenn die Lieferzuverlässigkeit der Betriebe in der Provinz Limburg vor dem Hintergrund der Lieferzuverlässigkeit der Betriebe an anderen Orten betrachtet wird, schneidet die Provinz Limburg sogar noch relativ gut ab. Bei den meisten anderen Aspekten schneidet die Provinz Limburg jedoch einfach (noch) besser ab.

Aspekte, die grün ausgedruckt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, sind Aspekte, in denen sich die Provinz Limburg im positiven Sinne von den anderen Handelsgebieten unterscheidet. Aspekte, die orange ausgedruckt sind und denen eine Null (0) angefügt ist, sind Aspekte, in denen sich die Provinz Limburg nicht von anderen Handelsgebieten unterscheidet. Nur wenn ein Aspekt rot ausgedruckt ist und ein Minuszeichen (-) dahinter steht, ist die Provinz Limburg bei dem betreffenden Aspekt unattraktiv im Vergleich zu anderen Handelsgebieten.

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 Regelsetzung sowie bei den Steuersystemen zu beseitigen, bzw. zumindest zu verringern.

Übersicht 0.5 Handelshemmnisse, die den Handel mit der Provinz Limburg erschweren

	Export (Abbildung 4.2)*	Import (Abbildung 4.5)**
Relativ kleine Hemmnisse (Top 3)	Geschäftspartner (+) Höhe der Qualitätsanforderungen(+) Marktinformation(+)	Kulturunterschiede (+) Steuerliche Unterschiede (+) Gesetze und Regelungsetzung (+)
Relativ große Hemmnisse (Top 3)	Verkaufspreise (+) Gesetze und Regelungsetzung (+) Sprach- und Kulturunterschiede / Unbekanntes Gebiet (+)	Einkaufspreise (+) Marktinformation / Unbekanntes Gebiet (+) Zahl der Anbieter / zu hohe Qualität (+)

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

Der Begriff 'relativ große Hemmnisse' ist ausdrücklich nicht derselbe wie 'ein unüberwindbares Hemmnis'. Zur Erläuterung: die Höhe der Einkaufspreise in der Provinz Limburg stellt 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 der Provinz Limburg zu betreiben

	Export (Abbildung 4.3)*	Import (Abbildung 4.6)**
Relativ unwichtiges Motiv (Top 3)	Lieferzeiten (+) Transportkosten (+) Lieferzuverlässigkeit (+)	Lieferzeiten (+) Investitionsnotwendigkeit (+) Kulturunterschiede (+)
Relativ wichtiges Motiv (Top 3)	Sprachunterschiede (-) Marktinformation (-) Kundenbetreuung (+)	Art der Anbieter (-) Marktinformation (+) Gesetze und Regelungsetzung (+)

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

Der Begriff 'relativ wichtiges Motiv' ist ausdrücklich nicht derselbe wie 'ein ausschlaggebendes Motiv'. Zur Erläuterung: es gibt relativ viele Unternehmer, die wegen des Umfangs der Unterschiede bei den Gesetzen und der Regelungsetzung von dem Import aus der Provinz Limburg absehen, aber für die Mehrheit der Unternehmer stellen diese Unterschiede kein Motiv dar, von dem Import aus der Provinz Limburg abzusehen.

Aspekte, die grün ausgedrückt sind und denen ein Pluszeichen (+) angefügt ist, stellen für die Mehrheit der Unternehmer kein Motiv dar, von dem Handel mit der Provinz 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, von dem Handel mit der Provinz Limburg abzusehen.

Résumé français

Etat 0.1 L'attractivité de l'Eurégio comme région d'exportation et d'importation

	Exportation (figure 3.1)*	Importation (figure 3.4)**
Aspects les plus attrayants (top 3)	Délais de livraisons (+) Information du marché (+) Législation et réglementation (+)	Type de fournisseurs (+) Meilleure qualité (+) Délais de livraisons (+)
Aspects les moins attrayants (top 3)	Concurrence (-) Prix de vente (-) Qualité (+)	Prix d'achat (-) Nombre de fournisseurs /frais de transport (o) Différences linguistiques et de cultures (o)

NB. Concerne exclusivement le jugement d'entreprises de la Province de Limbourg qui exportent (*) et/ou importent(**) au niveau eurégional

La notion "moins attrayant" n'est pas la même que "peu attrayant". En illustration : l'aspect "qualité" figure parmi les aspects les moins attrayants de l'Eurégio en tant que région d'exportation. Ceci ne signifie pas que les entrepreneurs de l'Eurégio trouvent l'Eurégio peu attrayante en raison des conditions de qualité qui sont fixées aux produits et aux services. Lorsque les conditions de qualité dans l'Eurégio sont comparées aux conditions de qualité ailleurs, l'Eurégio enregistre même un résultat relativement bon. Pour la plupart des autres aspects l'Eurégio enregistre cependant des résultats (encore) meilleurs.

Les aspects qui sont imprimés en vert et auxquels un signe plus (+) est ajouté, sont des aspects où l'Eurégio se distingue en sens positif des autres régions de commerce. Les aspects qui sont imprimés en orange et auxquels est ajouté un signe zéro (0), sont des aspects où l'Eurégio ne se distingue pas des autres régions de commerce. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe (-) se trouve derrière, l'Eurégio est moins attrayante en comparaison à d'autres régions de commerce concernant cet aspect.

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 de cultures (+) Différences linguistiques (+) Différences du marché (+)
Entrave relativement importante (top 3)	Conditions de qualité trop élevées (+) Concurrence (+) Prix de vente (+)	Prix d'achat (+) Qualité trop élevée (+) Qualité trop faible (+)

NB. Concerne uniquement le jugement d'entreprises de la Province de Limbourg 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 prix d'achat dans l'Eurégio forme selon de nombreux entrepreneurs une entrave à l'importation. Une majorité des entrepreneurs pensent cependant que ceci ne forme pas d'entrave.

Les aspects qui sont imprimés en vert et auxquels est ajouté un signe (+), 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

La Province de Limbourg forme la région nord-ouest de l'Eurégio Meuse-Rhin. Cette province n'est pas limitrophe au Région Aachen (Aix-la-Chapelle) qui forme la partie orientale de la région de l'Eurégio. Bien que la distance entre les deux régions est facile à franchir par la A2/A76/A4 (E314), l'absence de frontière commune entre la Province de Limbourg et le Région Aachen est déterminante aussi pour les résultats de cette étude. De nombreuses entreprises de la Province de Limbourg exportent vers l'Eurégio ou importent de l'Eurégio, mais la relation commerciale réciproque avec la Région Aachen est limitée.

Que des entreprises de la Province de Limbourg fassent relativement beaucoup de commerce eurégional n'est pas étonnant, puisque la plupart des entreprises considèrent la Flandre - et non la Belgique - comme leur marché intérieur. Ce qui a deux conséquences. Premièrement, ce marché intérieur est tellement petit, que les entreprises sont rapidement obligées de passer à l'exportation et/ou l'importation. Deuxièmement, non seulement le commerce avec le Limbourg du Sud néerlandais et la Région Aachen, mais le commerce avec la Wallonie sont (souvent) considérés comme international ou en tout cas comme commerce eurégional.

Ce qui précède explique aussi pourquoi les entreprises belges jugent relativement bien l'Eurégio en tant que région de commerce ; bien que les opinions soient partagées sur l'Eurégio en tant que région d'importation. Ces entreprises rencontrent relativement peu de différences dans les affaires en Wallonie dans la législation et la réglementation. Les différences fiscales et même les différences linguistiques sont relativement facilement surmontables ; ce qui reste cependant le commerce dans un seul pays, bien que bilingues. Hors de frontières nationales les entreprises de la Province de Limbourg dont du commerce principalement avec le Limbourg du Sud néerlandais, où l'on

parle la même langue (le même dialecte) et où on a en partie la même culture. Le commerce avec la Région Aachen est limité et il y a peu de situations qui se présentent où les entreprises de la Province de Limbourg doivent communiquer dans une langue totalement "étrangère" pour elle.

Indépendamment des similitudes de langue, culture, législation et réglementation et du régime fiscal au sein de la Belgique, l'activité de l'Eurégio est déterminée aussi principalement par les délais de livraisons qui peuvent être réalisés rapidement. A côté de cela les entreprises du Limbourg belge trouvent l'Eurégio attrayante comme région d'importation, parce que les fournisseurs adéquats s'y trouvent, qui peuvent non seulement livrer rapidement, mais aussi la qualité exacte. L'Eurégio est en outre un marché qu'on connaît bien, depuis déjà longtemps, et dont on a l'information du marché.

Le Limbourg belge est vu par les entreprises des autres parties de l'Eurégio, comme une région d'importation attrayante (pour y acheter des marchandises). Leur vision du Limbourg belge en tant que marché d'exportation est pratiquement conforme à la moyenne eurégionale.

Barrières

En raison de la grande connaissance de la région du marché (propre pays), il n'y a pas à vrai dire à citer de mauvaises perceptions comme motifs pour ne pas exporter ou importer.

Des barrières commerciales importantes font également défaut. La forte concurrence et la pression sur les prix de vente font, il est vrai, que l'Eurégio est moins attrayante comme région d'exportation, mais forment simplement en mesure limitée des barrières pour les entreprises du Limbourg belge pour exporter vers l'Eurégio.

La même chose s'applique en fait aux entreprises ailleurs dans l'Eurégio. Elles indiquent aussi la forte concurrence et la pression sur les prix de vente. Le Limbourg belge est pour ces entreprises une région relativement attrayante pour y exporter. Les barrières d'importation n'existent pratiquement pas.

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)	Frais de transport (+) Délais de livraisons (+) Prestations de services (+)	Différences fiscales (+) Législation et réglementation (+) Différences de cultures (+)
Motif relativement important (top 3)	Type de clients (-) Information du marché (+) Nombre de clients / concurrence (+)	Type de fournisseurs (+) Prix d'achat (+) Nécessité d'intermédiaires (+)

NB. Concerne uniquement le jugement d'entreprises de la Province de Limbourg qui n'exportent (*) et/ou n'importent(**) pas au niveau eurégional

La notion "motif relativement important" n'est pas explicitement comme "un motif déterminant". En illustration: il y a relativement beaucoup d'entrepreneurs qui renoncent à l'importation eurégionale en raison du niveau des prix d'achat, mais pour une majorité des entrepreneurs les prix d'achat ne forment 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 de la Province de Limbourg comme région d'exportation et d'importation

	Exportation (figure 4.1)*	Importation (figure 4.4)**
Aspects les plus attrayants (top 3)	Gestion des relations (+) Différences linguistiques (+) Délais de livraisons (+)	Type de fournisseurs (+) Meilleure qualité (+) Nombre de fournisseurs (+)
Aspects les moins attrayants (top 3)	Concurrence (-) Prix de vente (-) Différences fiscales (-)	Prestations de services (o) Fiabilité des livraisons (+) Frais de transport (+)

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

La notion "le moins attrayant" n'est pas la même que "peu attrayant". En illustration: l'aspect "fiabilité des livraisons" figure dans les aspects peu attrayants de la Province de Limbourg en tant que région d'importation. Ce qui ne signifie pas que les entrepreneurs trouvent la Province de Limbourg peu attrayante en raison d'une fiabilité de livraison trop faible. Lorsque la fiabilité des livraisons des entreprises de la Province de Limbourg est comparée à celle des entreprises ailleurs, la Province de Limbourg enregistre même un résultat relativement bon. Pour la plupart des autres aspects, la Province de Limbourg enregistre cependant des résultats (encore) meilleurs.

Les aspects imprimés en vert et auxquels est ajouté un signe plus (+), sont des aspects où la Province de Limbourg se distingue positivement des autres régions de commerce. Les aspects imprimés en orange et auxquels est ajouté un signe zéro (0), sont des aspects où la Province de Limbourg ne se distingue. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe moins (-) se trouve derrière, la Province de Limbourg est peu attrayante pour cet aspect concerné en comparaison d'autres régions de commerce.

0.2 Conseils

"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 de la Province de Limbourg en particulier.

Les entreprises de la province de Limbourg peuvent profiter des distances faibles au sein de l'Eurégio grâce à la bonne liaison nationale nord-sud (A13) et de la bonne liaison internationale est-ouest (A2/A76/A4 ou bien E314). Il est bien noté ici que la liaison nord-sud doit être améliorée. La proximité physique offre de nombreux avantages, tels des délais de livraisons courts, une fiabilité de livraison élevée, des frais de transports faibles et de bonnes prestations de services. A côté de cela les faibles distances ont pour avantage que les différences de cultures, sont souvent plus faibles au niveau eurégional 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 sans intermédiaires et/ou des investissements importants. De ce fait l'obtention de l'information du marché exacte et simplifiée. En raison des caractéristiques ci-dessus, l'Eurégio forme un tremplin idéal pour les entrepreneurs de l'Eurégio qui veulent s'étendre par en exportant à international.

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

Les avantages mentionnés ci-dessus ne sont pas encore totalement reconnus, ni utilisés. Notamment le commerce avec la région eurégionale la plus importante, la Région Aachen (Aix-la-Chapelle), reste bien en retrait. Il est donc d'un grand intérêt que les points forts (mentionnés) de l'Eurégio en général et de la Région Aachen en particulier soient

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

mentionnés et communiqués explicitement dans la province de Limbourg et inversement la province de Limbourg doit être mise en lumière dans la Région Aachen.

La diffusion de l'information du marché en deux ou plusieurs langues joue ici aussi un rôle important. Il n'est pas suffisant de fournir l'information générale du marché ou de la rendre plus accessible, il faut aussi fournir l'information 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 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 régionaux.

Lobby eurégional

Bien que l'Eurégio peut former le marché intérieur pour les entreprises dans l'Eurégio Meuse-Rhin, ceci n'est pas encore le cas 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 et ce auprès 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 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 les réduire.

Etat 0.5 Barrières qui entravent le commerce avec la Province de Limbourg

	Exportation (figure 4.2)*	Importation (figure 4.5)**
Entrave relativement petite (top 3)	Partenaires de coopération (+) Niveau des conditions de qualité (+) Information du marché (+)	Différences de cultures (+) Différences fiscales (+) Législation et réglementation (+)
Entrave relativement importante (top 3)	Prix de vente (+) Législation et réglementation (+) Différences linguistiques et de cultures / méconnaissance de la région(+)	Prix d'achat (+) Information du marché / méconnaissance de la région(+) Nombre de fournisseurs / qualité trop élevée (+)

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

La notion "entrave relativement importante" n'est pas la même qu'une "barrière insurmontable". En illustration : le niveau des prix d'achat dans la Province de Limbourg forme 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 la Province de Limbourg

	Exportation (figure 4.3)*	Importation (figure 4.6)**
Motif pas important (top 3)	Délais de livraisons (+) Frais de transport (+) Fiabilité des livraisons (+)	Délais de livraisons (+) Nécessité d'investissements (+) Différences de cultures (+)
Motif relativement important (top 3)	Différences linguistiques (-) Information du marché (-) Gestion des relations (+)	Type de fournisseurs (-) Information du marché (+) Législation et réglementation (+)

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

La notion "motif relativement important" n'est pas la même "qu'un motif déterminant". En illustration : Il y a relativement beaucoup d'entrepreneurs qui en raison de l'importance des différences dans la législation et dans la réglementation renoncent à l'importation de la Province du Limbourg, mais pour une majorité des entrepreneurs ces différences ne forment aucun motif pour renoncer à l'importation de la Province de Limbourg.

Les aspects qui sont imprimés en vert et auxquels est ajouté un signe plus (+), forment pour une majorité des entrepreneurs aucun motif pour renoncer au commerce avec la province de Limbourg. Seulement lorsqu'un aspect est imprimé en rouge et qu'un signe moins (-) se trouve derrière, une majorité des entrepreneurs estime que cet aspect forme un motif pour renoncer au commerce avec la Province de Limbourg.

1 LEESWIJZER

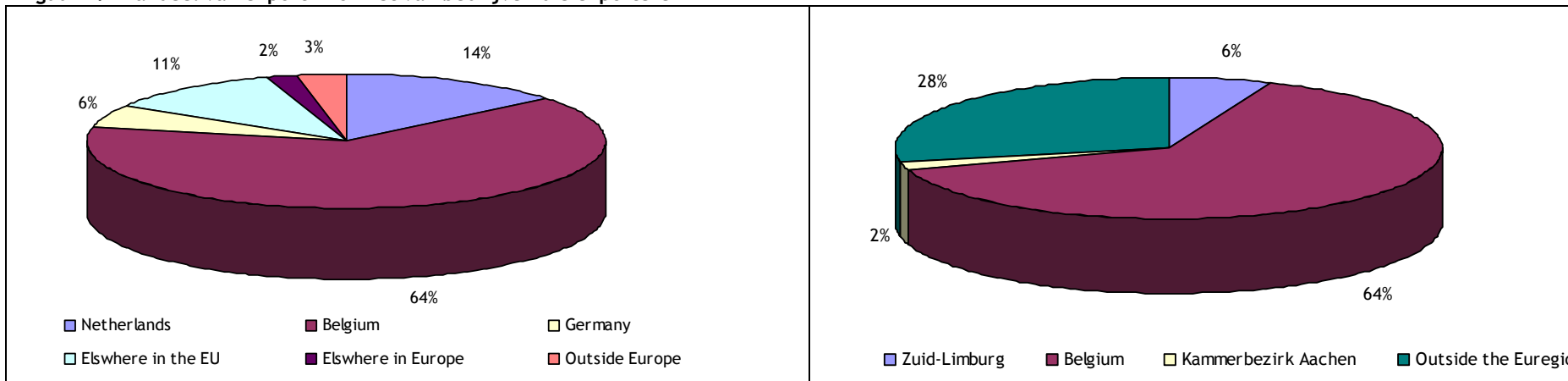
De voorliggende rapportage behoort als deelrapportage bij de hoofdrapportage *'Euregional Trade Flows; part 1: Euregio Meuse-Rhine (main report)*. Er zijn ook deelrapportages opgesteld voor Zuid-Limburg (NL), Provincie Luik (B) en de Regio Aachen (D), waarbij in de deelrapportage over de Provincie Luik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

In de voorliggende (deel)rapportage wordt ingezoomd op de Euregionale handel vanuit en naar de provincie Limburg in België. Dit gebeurt door de onderzoeksresultaten (van de schriftelijke en digitale enquêtering en de workshops die Etil heeft uitgevoerd) die betrekking hebben op de provincie 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.

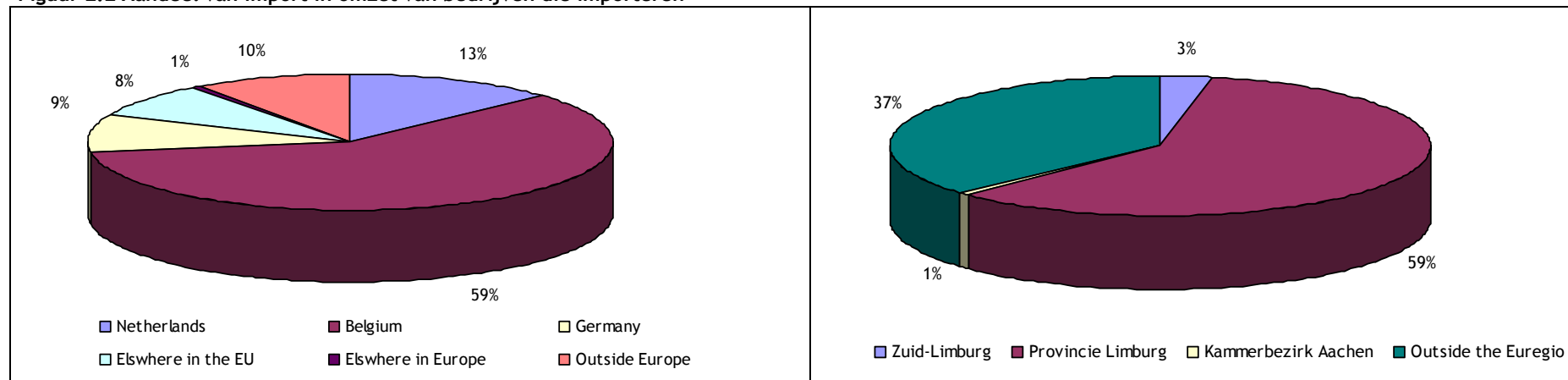
In hoofdstuk twee staan de kwantitatieve aspecten van de Euregionale handel naar en vanuit de provincie Limburg centraal. Dit hoofdstuk is hoofdzakelijk gebaseerd op de schriftelijke enquête en de workshops. Het derde en vierde hoofdstuk zijn voornamelijk gebaseerd op de digitale enquête en de workshops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

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

Meer dan de helft van de bedrijven in de provincie Limburg exporteert. Dit is meer dan het Euregionaal gemiddelde van circa tweevijfde. Tijdens de workshops werd een plausibele reden hiervoor gegeven. De meeste bedrijven gaan over op export als zij de noodzakelijk geachte expansie niet meer op de thuismarkt kunnen realiseren. Voor bedrijven in de provincie Limburg geldt dit relatief snel, omdat door veel bedrijven niet België maar Vlaanderen gezien wordt als thuismarkt. Daarmee is de thuismarkt van de bedrijven in de provincie Limburg - en in de Provincie Luik - aanzienlijk kleiner dan de thuismarkten van de bedrijven in Zuid-Limburg (NL) en de Regio Aachen (D).

Het belang van de export voor de omzet van de bedrijven in de provincie Limburg ligt ook boven het Euregionaal gemiddelde (figuur 2.1). Ruim één derde van de omzet van de exporterende bedrijven in de provincie Limburg wordt verkregen door export. Euregionaal is dat gemiddeld een kwart. Dit komt voornamelijk door het relatief lage aandeel in de Regio Aachen (D) en in mindere mate Zuid-Limburg (NL). In de Provincie Luik (B) zijn de exporterende bedrijven eveneens voor ongeveer een derde van hun omzet afhankelijk van het buitenland. Ongeveer acht procent van de omzet van de exporterende bedrijven in de provincie Limburg wordt gegenereerd door export in de Euregio, waarbij de relatie met Zuid-Limburg (NL) drie keer zo omvangrijk is als de relatie met de Regio Aachen (D).

2.2 Euregionale import

Bijna tweederde van de bedrijven in de provincie Limburg importeert. Wederom is dat meer dan het Euregionaal gemiddelde, dat circa een derde bedraagt. Daarbij wordt aangetekend dat - evenals bij de export - er relatief weinig bedrijven in de Regio Aachen (D) en in mindere mate Zuid-Limburg (NL) importeren en relatief veel bedrijven in beide Belgische deelgebieden. Wellicht is de omvang van de thuismarkt een belangrijke reden voor deze verschillen binnen de Euregio.

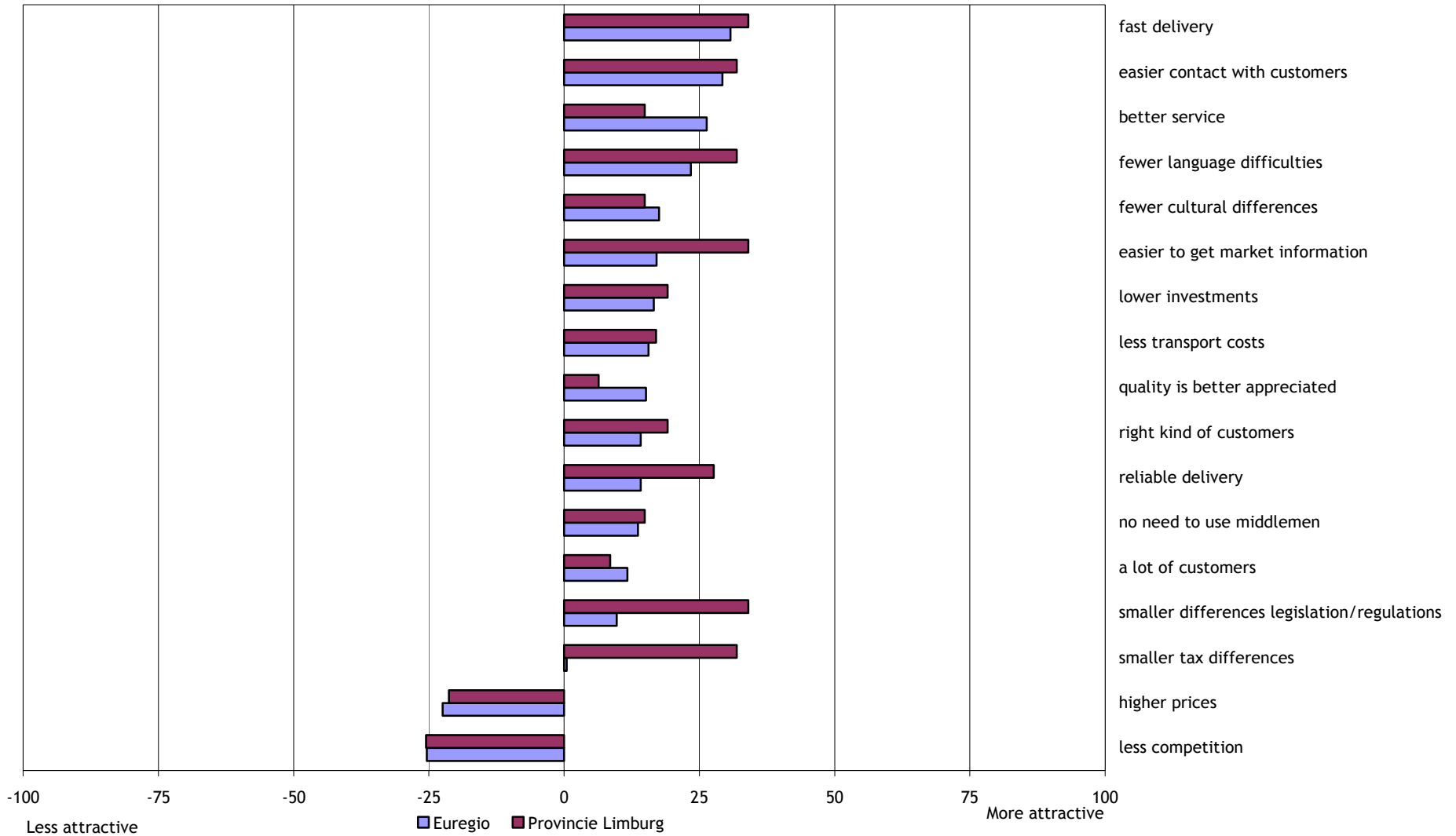
Het belang van de import voor de inkoop van bedrijven in de provincie Limburg ligt - uitgedrukt in geld - ook boven het Euregionale gemiddelde (figuur 2.2). Ruim tweevijfde van de inkoop van de importerende bedrijven in de provincie Limburg vindt plaats in het buitenland. Het belang van de Euregio is beperkt. Slechts vier procent van de inkoop van de importerende bedrijven in de provincie Limburg vindt plaats in import uit de Euregio. De relatie met Zuid-Limburg (NL) is - evenals bij de export - drie keer zo omvangrijk als de relatie met de Regio Aachen (D). Over de relatie met de Provincie Luik is in kwantitatieve termen niets bekend.

Samenvatting

Er zijn in de provincie Limburg relatief veel bedrijven die exporteren en importeren. Ook het belang van de export en de import is voor de internationaal handelende bedrijven van de Provincie Limburg relatief groot. De Euregio vormt een relatief belangrijk export- en relatief onbelangrijk importgebied. De Euregionale (grensoverschrijdende) handelsrelaties zijn bovendien sterk op Zuid-Limburg (NL) gericht en slechts in beperkte mate op de Regio Aachen (B).

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

Figuur 3.1 De attractiviteit van de Euregio als exportgebied



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3 DE EUREGIO GEZIEN VANUIT DE PROVINCIE LIMBURG

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

3.1 De Euregio als exportgebied⁶

3.1.1 De attractiviteit van de Euregio als exportgebied

Limburgse bedrijven die Euregionaal exporteren

Op een aantal aspecten beoordelen de bedrijven in de provincie Limburg die Euregionaal exporteren de Euregio als afzetmarkt relatief positief (figuur 3.1). Dit geldt bijvoorbeeld voor wat betreft de fiscale verschillen, de verschillen in wet- en regelgeving, het verkrijgen van marktinformatie en de leverbetrouwbaarheid. Hierbij wordt aangetekend dat dit deels wordt veroorzaakt doordat ook de handelsrelatie met de Provincie Luik (B) is meegenomen, waar men dezelfde regelingen heeft. Dit verklaart het relatief positieve oordeel over fiscale verschillen en de verschillen in wet- en regelgeving. Over de serviceverlening die ze kunnen leveren in de Euregio zijn deze bedrijven minder positief dan het Euregionaal gemiddelde. Op een tweetal aspecten vinden de Euregionaal exporterende bedrijven uit de provincie Limburg de Euregio zelfs een relatief onattractieve afzetmarkt, namelijk op het gebied van concurrentie en verkoopprijzen. Deze mening wijkt echter niet af van het Euregionaal gemiddelde.

⁶ Het woord export komt in de voorliggende paragraaf niet volledig overeen met de definitie van het begrip export. Het gaat in deze paragraaf namelijk niet uitsluitend om landsgrensoverschrijdende verkoop of afzet van goederen en diensten, maar ook om de verkoop of afzet in de Provincie Luik. Vanwege de vergelijkbaarheid met de regiorapportages inzake Zuid-Limburg (NL) en het Kammerbezirk Aachen (D) is besloten toch gebruik te maken van het begrip export.

Beoordeling aspecten⁷

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Levertijden (+)	Concurrentie (-)
Marktinformatie (+)	Verkoopprijzen (-)
Wet- en regelgeving (+)	Kwaliteit (+)

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde⁸

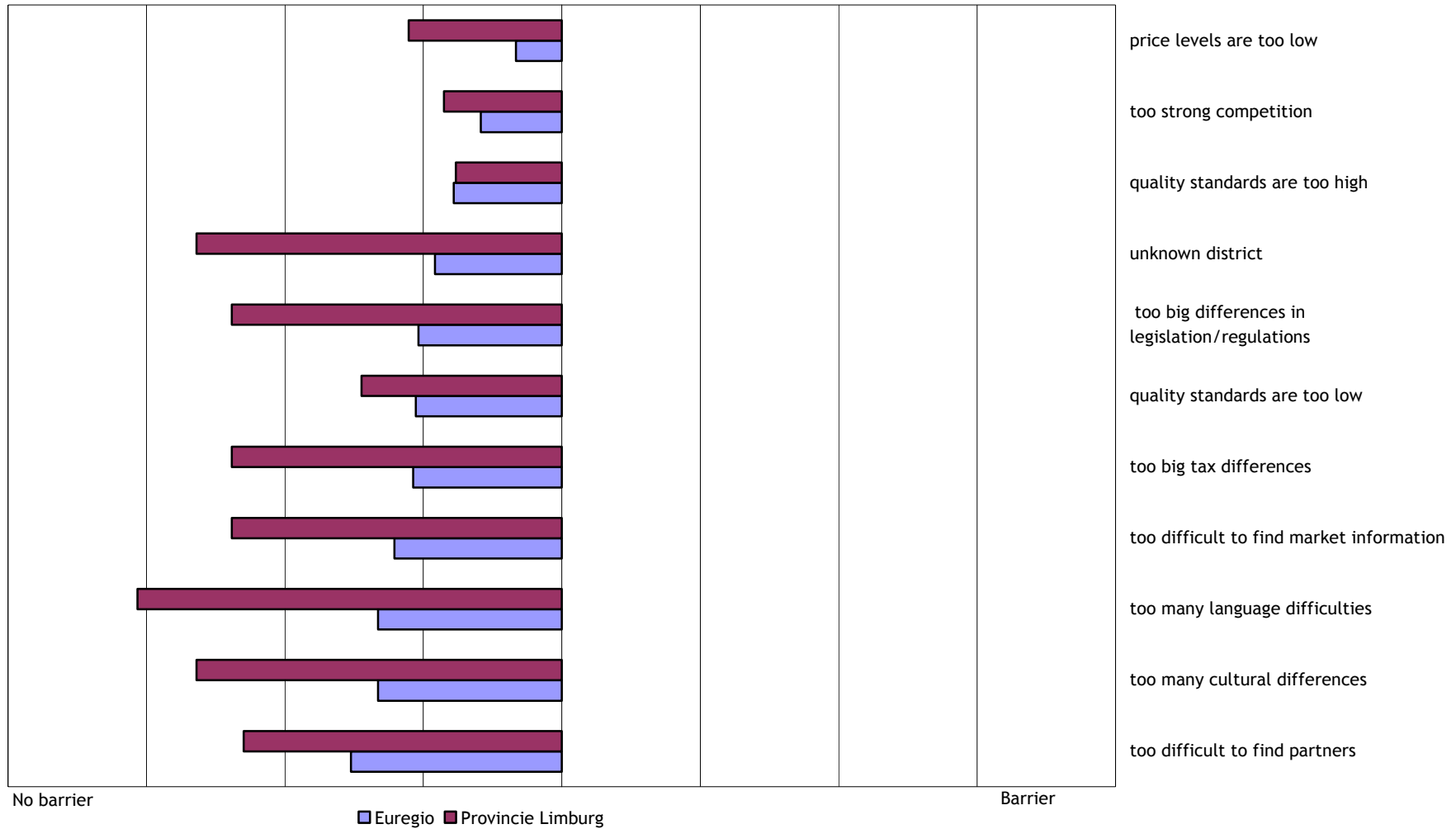
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Fiscale verschillen	Serviceverlening
Wet- en regelgeving	
Marktinformatie	
Leverbetrouwbaarheid	

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

⁷ Zie figuur 3.1 en toelichting staat 0.1.

⁸ Zie figuur 3.1.

Figuur 3.2 Exportbarrières binnen de Euregio



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3.1.2 Exportbarrières binnen de Euregio

Limburgse bedrijven die Euregionaal exporteren

Volgens Euregionaal handelende bedrijven in de provincie Limburg zijn er weinig tot géén afzetbarrières in de Euregio (figuur 3.2). Op vrijwel alle terreinen zijn de bedrijven in de provincie Limburg per saldo positiever dan gemiddeld. Motieven die nog enigszins een rol lijken te spelen, hebben betrekking op de marktsituatie, zoals de concurrentie, prijzen en te hoge kwaliteitseisen.

Beoordeling aspecten⁹

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

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde¹⁰

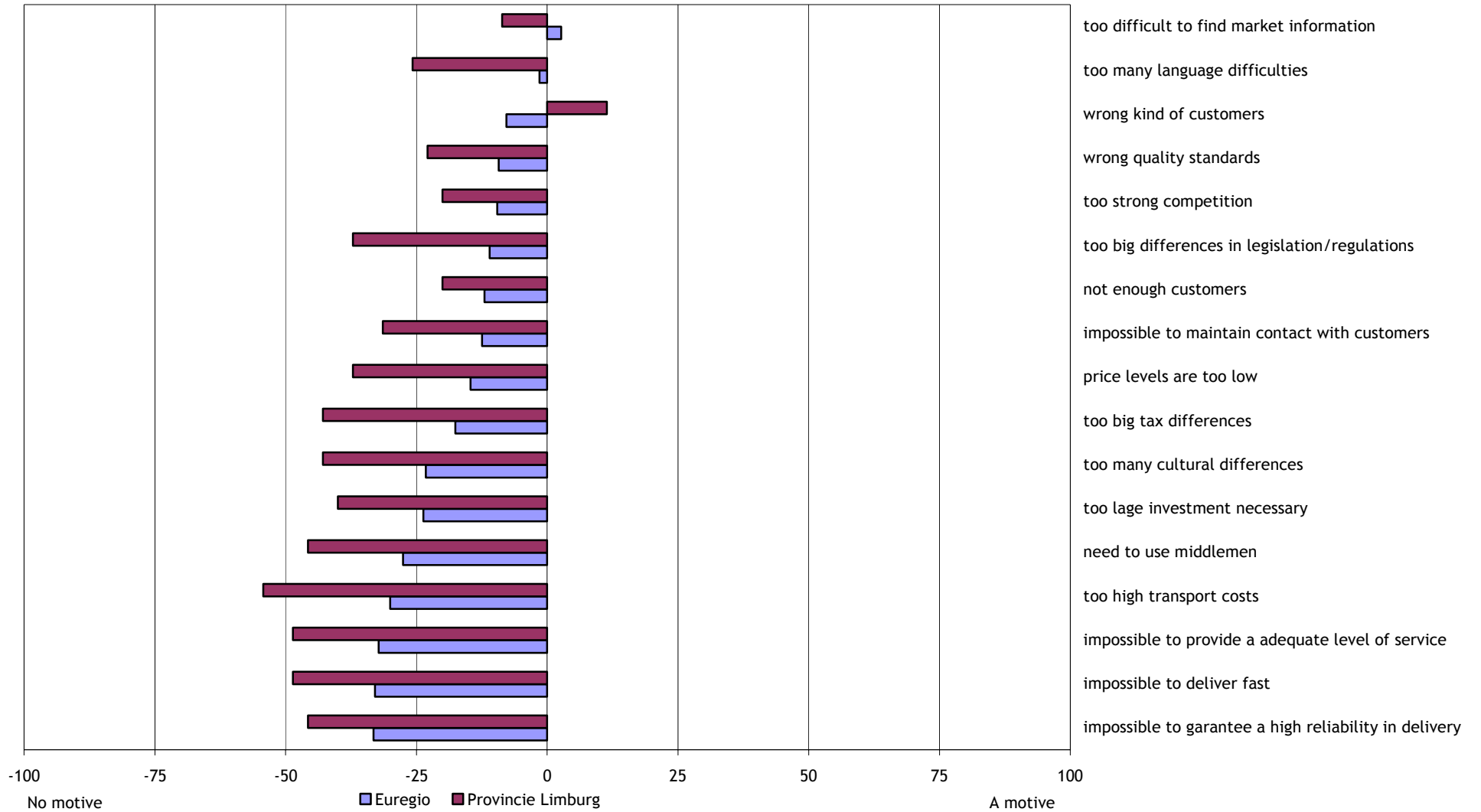
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Taalverschillen	-
Onbekendheid gebied	
Wet- en regelgeving	
Cultuurverschillen	
Fiscale verschillen	
Marktinformatie	
Samenwerkingspartners	
Verkoopprijzen	

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

⁹ Zie figuur 3.2 en toelichting staat 0.2.

¹⁰ Zie figuur 3.2.

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

Limburgse bedrijven die niet Euregionaal exporteren

Ook bedrijven in de provincie Limburg die niet exporteren hebben een relatief positief beeld van de Euregio als exportgebied (figuur 3.3). Het ontbreken van de juiste afnemers in de Euregio, wordt als enige (belangrijke) motief aangehaald om niet Euregionaal te exporteren vanuit de provincie Limburg.

Beoordeling aspecten¹¹

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Transportkosten (+)	Soort afnemers (-)
Levertijden (+)	Marktinformatie (+)
Serviceverlening (+)	Aantal afnemers / concurrentie (+)

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde¹²

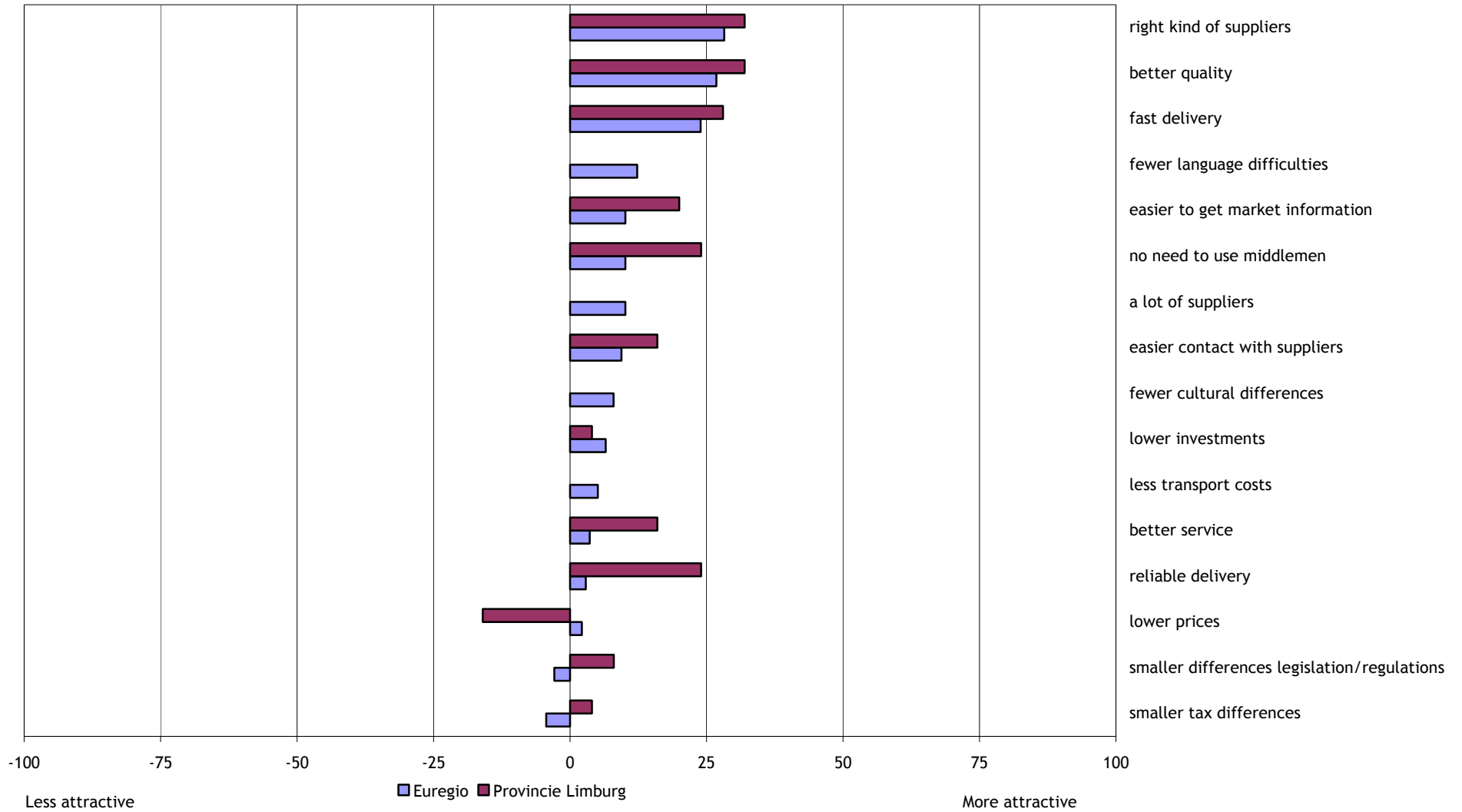
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Wet- en regelgeving	Soort afnemers
Fiscale verschillen	
Transportkosten	
Taalverschillen	
Verkoopprijzen	
Cultuurverschillen	
Relatiebeheer	
Noodzaak tussenpersonen	
Serviceverlening	
Investeringsnoodzaak	
Levertijden	
Kwaliteit	
Leverbetrouwbaarheid	
Concurrentie	

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

¹¹ Zie figuur 3.3 en toelichting staat 0.3.

¹² Zie figuur 3.3.

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 importgebied¹³

3.2.1 De attractiviteit van de Euregio als importgebied

Limburgse bedrijven die Euregionaal importeren

Voor een viertal aspecten geldt dat de Euregio in de ogen van de uit de Euregio importerende bedrijven in de provincie Limburg niet aantrekkelijker noch onaantrekkelijker is dan andere inkoopgebieden (figuur 3.4). Het betreft het aantal aanbieders, de transportkosten, de taalverschillen en de cultuurverschillen. Alleen voor wat betreft de inkooprijzen is de Euregio relatief onaantrekkelijk als importgebied. Opvallend is dat de mening van de Euregionaal importerende bedrijven in de provincie Limburg op een aantal terreinen afwijkt van het Euregionaal gemiddelde. In sommige gevallen is men positiever (levertijden, noodzaak tussenpersonen, serviceverlening en wet- en regelgeving) en in andere gevallen negatiever dan het Euregionaal gemiddelde (inkooprijzen, taalverschillen en aantal aanbieders).

¹³ Het woord import komt in de voorliggende paragraaf niet volledig overeen met de definitie van het begrip import. Het gaat in deze paragraaf namelijk niet uitsluitend om landsgrensoverschrijdende inkoop van goederen en diensten, maar ook om de inkoop uit de Provincie Luik. Vanwege de vergelijkbaarheid met de regiorapportages inzake Zuid-Limburg (NL) en het Kammerbezirk Aachen (D) is besloten toch gebruik te maken van het begrip import.

Beoordeling aspecten¹⁴

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Soort aanbieders (+)	Inkooprijzen (-)
Betere kwaliteit (+)	Aantal aanbieders/transportkosten (o)
Levertijden (+)	Taal en cultuurverschillen (o)

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde¹⁵

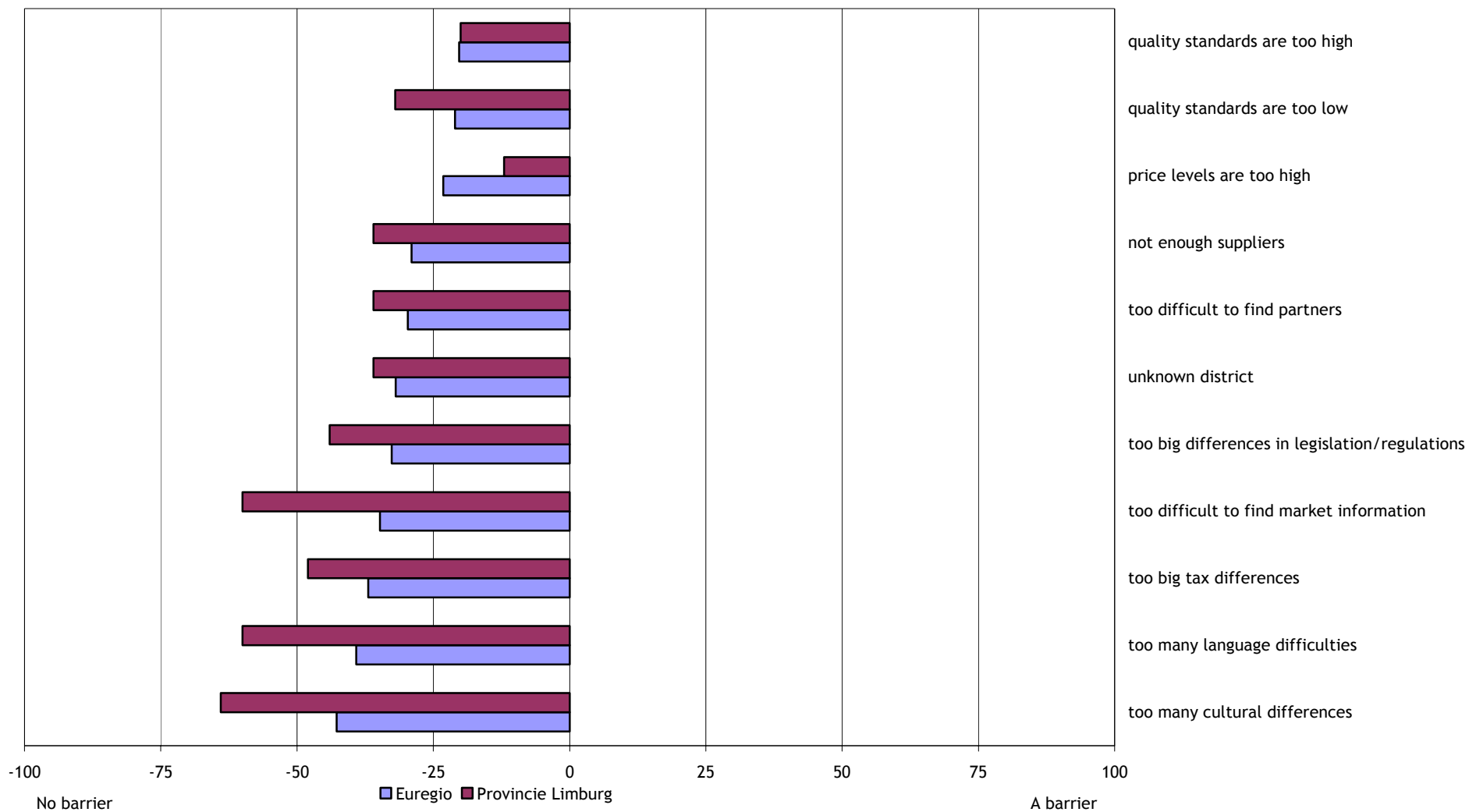
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Levertijden	Inkooprijzen
Noodzaak tussenpersonen	Taalverschillen
Serviceverlening	Aantal aanbieders
Wet- en regelgeving	

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

¹⁴ Zie figuur 3.4 en toelichting staat 0.1.

¹⁵ Zie figuur 3.4.

Figuur 3.5 Importbarrières binnen de Euregio



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

3.2.2 Importbarrières binnen de Euregio

Limburgse bedrijven die Euregionaal importeren

Géén van de argumenten vormt volgens de uit de Euregio importerende bedrijven in de provincie Limburg per saldo een barrière (figuur 3.5). Op een aantal aspecten oordelen de bedrijven in de provincie Limburg zelfs relatief positief over de Euregio als importgebied. Het betreft de cultuurverschillen, de taalverschillen, fiscale verschillen, verschillen in wet- en regelgeving, het vinden van partners. Hierbij wordt aangetekend dat dit deels wordt veroorzaakt doordat ook de handelsrelatie met de Provincie Luik (B) is meegenomen. Dit verklaart het relatief positieve oordeel over fiscale verschillen en de verschillen in wet- en regelgeving. De inkooprijzen scoren relatief wat slechter, terwijl bij import over het algemeen inkooprijzen vaak juist doorlaggevend zijn bij de keuze om wel of niet in een bepaald gebied in te kopen.

Beoordeling aspecten¹⁶

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Cultuurverschillen (+)	Inkooprijzen (+)
Taalverschillen (+)	Te hoge kwaliteit (+)
Marktverschillen (+)	Te lage kwaliteit (+)

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde¹⁷

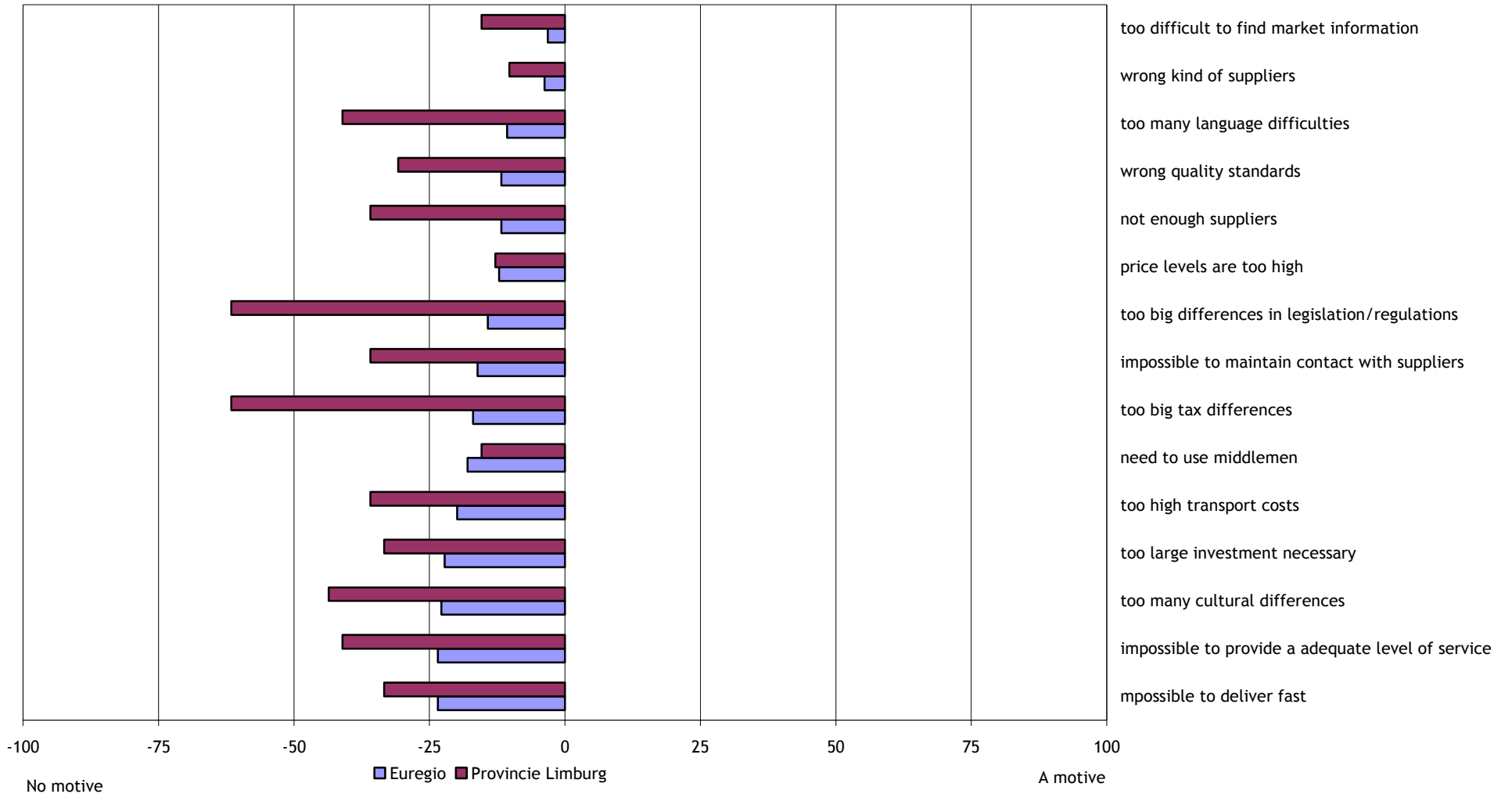
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Marktinformatie	Inkooprijzen
Cultuurverschillen	
Taalverschillen	
Wet- en regelgeving	
Fiscale aspecten	
Lage kwaliteit	

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

¹⁶ Zie figuur 3.5 en toelichting staat 0.2.

¹⁷ Zie figuur 3.5.

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

Limburgse bedrijven die niet Euregionaal importeren

Ook volgens de bedrijven in de provincie Limburg die niet importeren uit de Euregio, spelen de genoemde motieven om niet uit de Euregio te importeren geen rol (figuur 3.6). Het onderzoek geeft geen inzicht in de redenen waarom deze bedrijven dan toch niet Euregionaal importeren

Beoordeling aspecten¹⁸

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Fiscale verschillen (+)	Soort aanbieders (+)
Wet- en regelgeving (+)	Inkooprijzen (+)
Cultuurverschillen (+)	Noodzaak tussenpersonen (+)

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde¹⁹

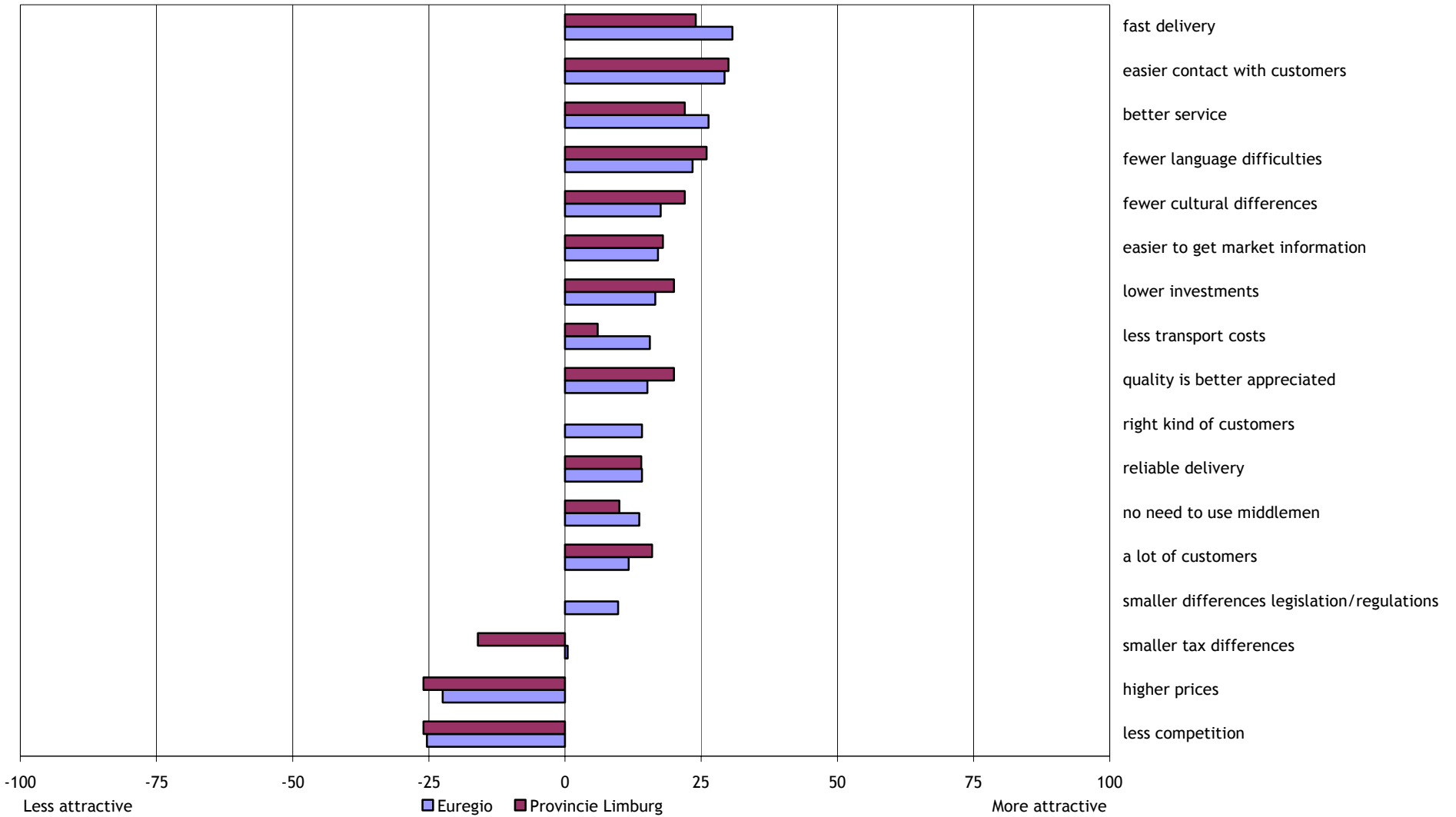
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Wet- en regelgeving	-
Fiscale zaken	
Taalverschillen	
Aantal aanbieders	
Cultuurverschillen	
Relatiebeheer	
Kwaliteit	
Serviceverlening	
Transportkosten	
Marktinformatie	
Leverbetrouwbaarheid	
Investeringsnoodzaak	

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

¹⁸ Zie figuur 3.6 en toelichting staat 0.3.

¹⁹ Zie figuur 3.6.

Figuur 4.1 De attractiviteit van de provincie Limburg als exportgebied



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4 DE PROVINCIE LIMBURG GEZIEN VANUIT DE EUREGIO

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

4.1 De Provincie Limburg als exportgebied²⁰

4.1.1 De attractiviteit van de provincie Limburg als exportgebied

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

Qua attractiviteit als exportgebied wijkt de provincie Limburg slechts op twee aspecten aanzienlijk af van het Euregionaal gemiddelde (figuur 4.1). De fiscale verschillen met Limburg en het soort afnemers in Limburg maken de provincie Limburg minder aantrekkelijk als exportgebied volgens de naar de Limburg exporterende bedrijven in de Euregio. Dit geldt in versterkte mate voor de concurrentie en verkoopprijzen, maar daarvoor geldt dat de hele Euregio relatief slecht scoort op deze aspecten.

Beoordeling aspecten²¹

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

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde²²

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
-	Fiscale verschillen
	Soort afnemers

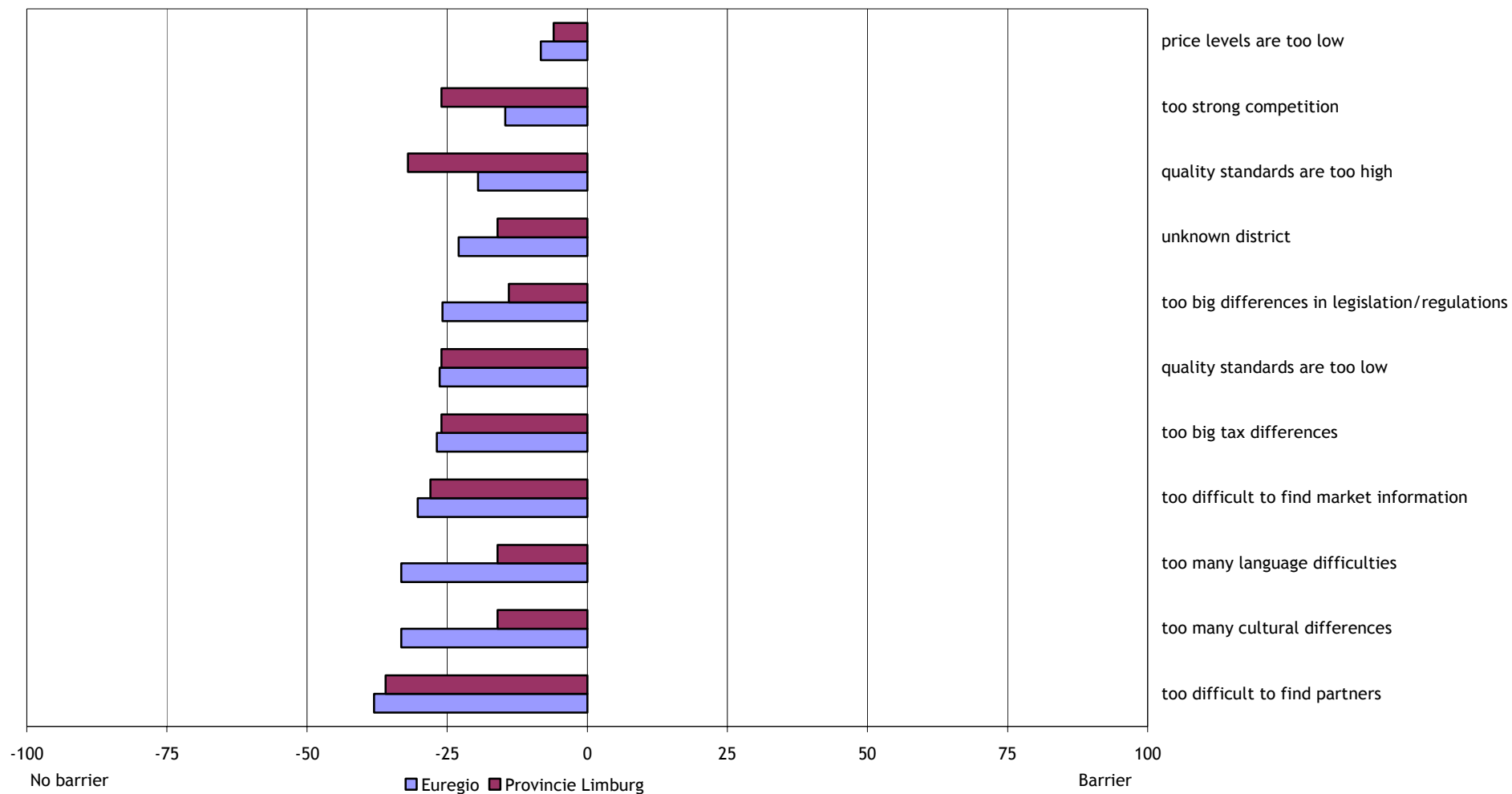
* Verschil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.

²⁰ Het woord export komt in de voorliggende paragraaf niet volledig overeen met de definitie van het begrip export. Het gaat in deze paragraaf namelijk niet uitsluitend om landsgrensoverschrijdende verkoop of afzet van goederen en diensten, maar ook om de verkoop of afzet vanuit de Provincie Luik. Vanwege de vergelijkbaarheid met de regiorapportages inzake Zuid-Limburg (NL) en het Kammerbezirk Aachen (D) is besloten toch gebruik te maken van het begrip export.

²¹ Zie figuur 4.1 en toelichting staat 0.4.

²² Zie figuur 4.1.

Figuur 4.2 Exportbarrières binnen de provincie Limburg



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.1.2 Exportbarrières binnen de provincie Limburg

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

Qua exportbarrières scoort de provincie Limburg op een tweetal onderdelen iets positiever (concurrentie en kwaliteitseisen) dan het Euregionaal gemiddelde (figuur 4.2). Meest opvallend is dat de taal- en cultuurverschillen als relatief grote barrières worden beschouwd. Hierbij wordt aangetekend dat met name bedrijven in de Provincie Luik (B) en in de Regio Aachen (D) hier op wijzen. In deze gebieden zijn relatief veel ondernemers niet meertalig of beheersen uitsluitend het Engels als tweede taal. Het is bekend dat taalproblemen cultuurverschillen versterken, omdat de verschillen onvoldoende begrepen worden.

Beoordeling aspecten²³

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Samenwerkingspartners (+)	Verkoopprijzen (+)
Hoogte kwaliteitseisen (+)	Wet- en regelgeving (+)
Marktinformatie (+)	Taal- en cultuurverschillen / onbekendheid gebied (+)

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde²⁴

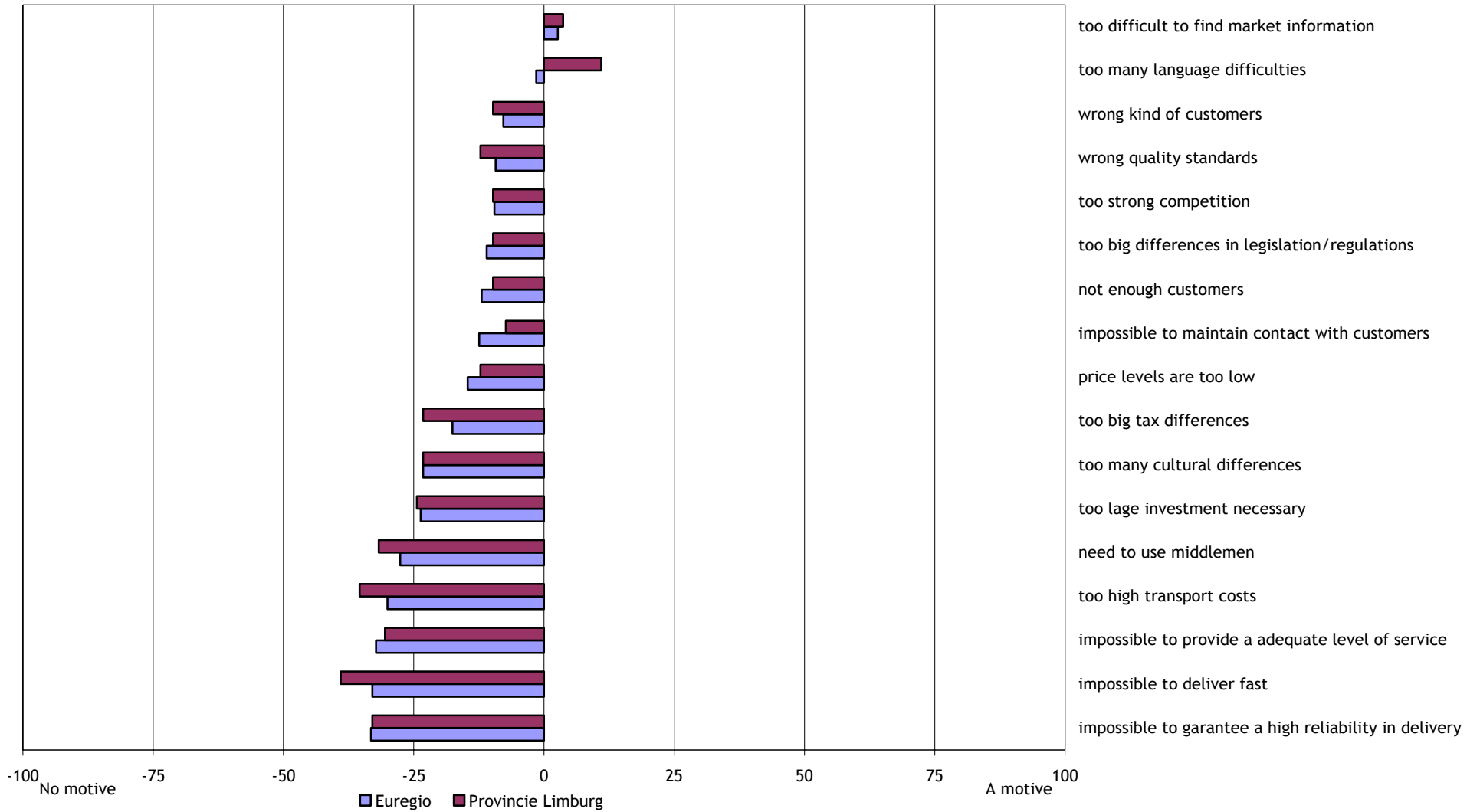
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Hoge kwaliteitseisen	Taalverschillen
Concurrentie	Cultuurverschillen
	Wet- en regelgeving

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

²³ Zie figuur 4.2 en toelichting staat 0.5.

²⁴ Zie figuur 4.2.

Figuur 4.3 Motieven om niet te exporteren naar de provincie Limburg



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.1.3 Motieven om niet te exporteren naar de provincie Limburg

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

Het beeld dat de bedrijven die niet naar de provincie Limburg exporteren hebben, komt grotendeels overeen met het Euregionaal gemiddelde (figuur 4.3). Zij het dat relatief veel bedrijven de taalverschillen als een motief aanhalen om niet naar de provincie Limburg te exporteren. Voor deze bedrijven, die vooral in de Provincie Luik (B) en de Regio Aachen (D) zijn gevestigd, vormen taalverschillen blijkbaar een relatief grote barrière (subparagraaf 4.1.2).

Beoordeling aspecten²⁵

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Levertijden (+)	Taalverschillen (-)
Transportkosten (+)	Marktinformatie (-)
Leverbetrouwbaarheid (+)	Relatiebeheer (+)
(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel	

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde²⁶

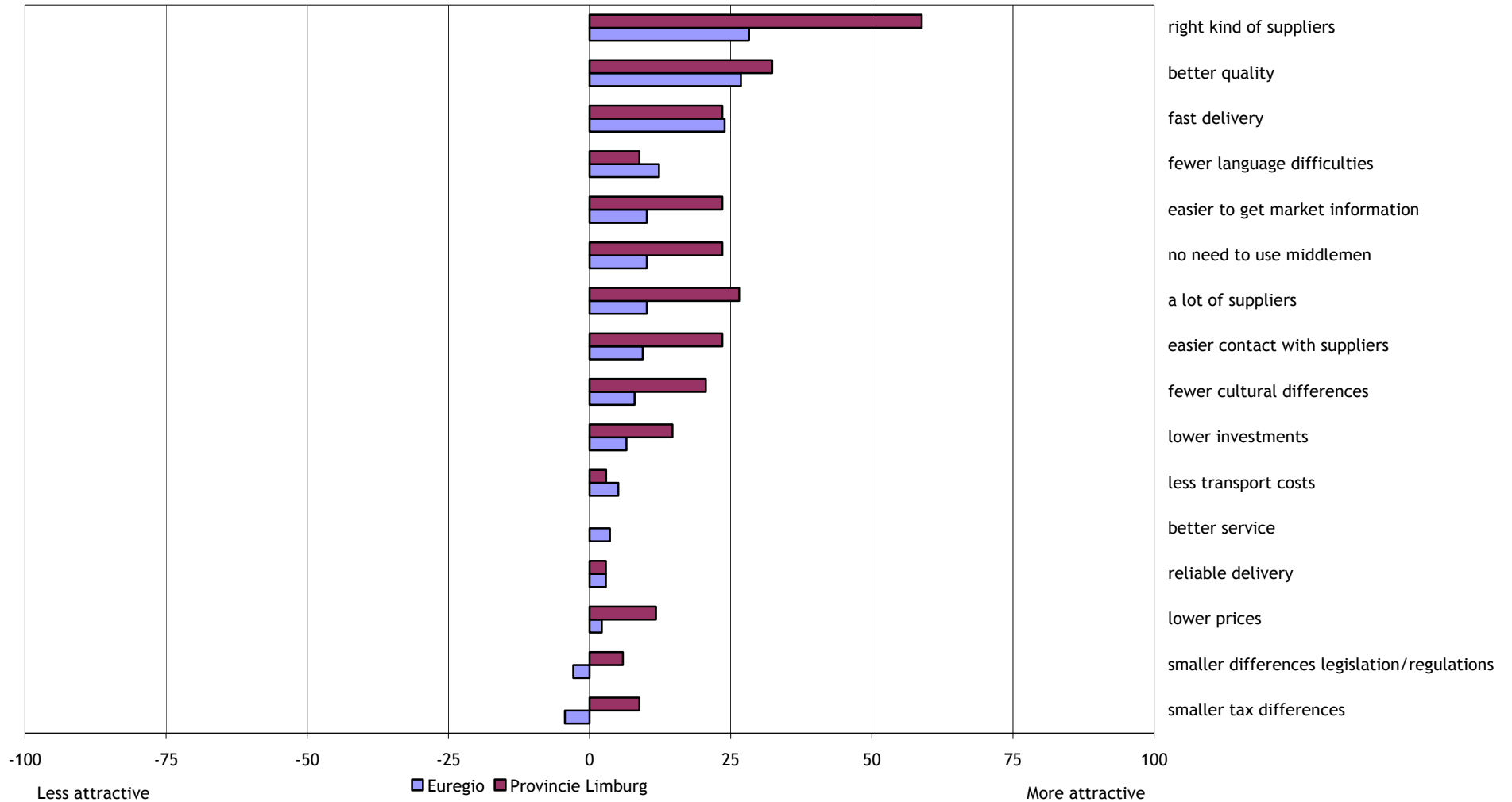
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
-	Taalverschillen

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

²⁵ Zie figuur 4.3 en toelichting staat 0.6.

²⁶ Zie figuur 4.3.

Figuur 4.4 De attractiviteit de provincie Limburg als importgebied



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.2 De provincie Limburg als importgebied²⁷

4.2.1 De attractiviteit van de provincie Limburg als importgebied

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

De provincie Limburg vormt een relatief aantrekkelijk importgebied (figuur 4.4). Met name het aanbod aan en soort (toe)leveranciers wordt als (zeer) aantrekkelijk beoordeeld, waarbij ook de inkooprijzen relatief gunstig zijn.

Beoordeling aspecten²⁸

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Soort aanbieders (+)	Serviceverlening (o)
Betere kwaliteit (+)	Leverbetrouwbaarheid (+)
Aantal aanbieders (+)	Transportkosten (+)
<i>(+) Positief oordeel / (o) neutraal oordeel / (-) negatief oordeel</i>	

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde²⁹

<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Soort aanbieders	-
Aantal aanbieders	
Relatiebeheer	
Noodzaak tussenpersonen	
Marktinformatie	
Fiscale verschillen	
Cultuurverschillen	

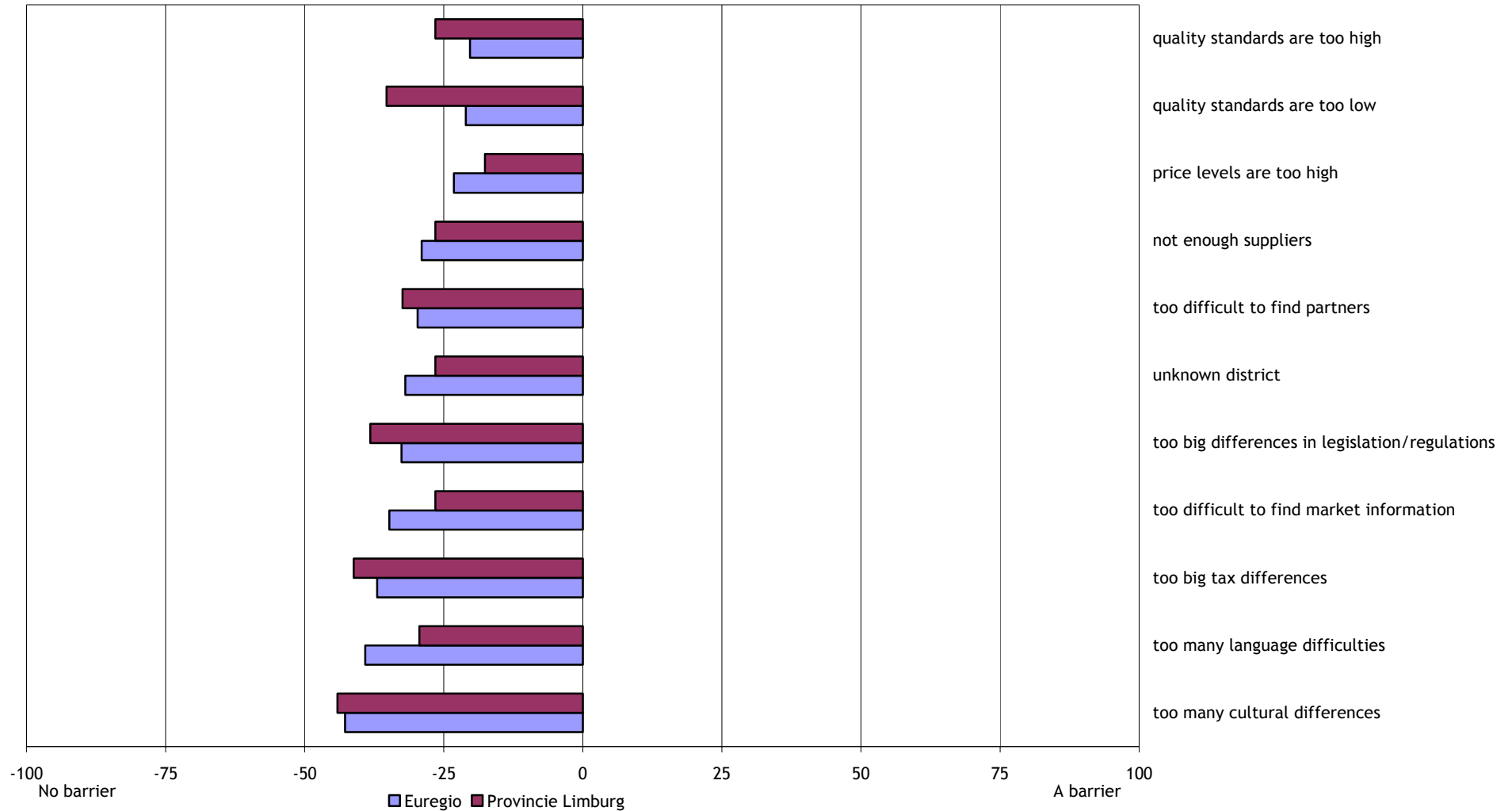
* *Vershil is > 10% ten opzichte van het Euregionaal gemiddelde.*

²⁷ Het woord import komt in de voorliggende paragraaf niet volledig overeen met de definitie van het begrip import. Het gaat in deze paragraaf namelijk niet uitsluitend om landsgrensoverschrijdende inkoop van goederen en diensten, maar ook om de inkoop uit de Provincie Luik. Vanwege de vergelijkbaarheid met de regiorapportages inzake Zuid-Limburg (NL) en het Kammerbezirk Aachen (D) is besloten toch gebruik te maken van het begrip import.

²⁸ Zie figuur 4.4 en toelichting staat 0.4.

²⁹ Zie figuur 4.4.

Figuur 4.5 Importbarrières binnen de provincie Limburg



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.2.2 Importbarrières binnen de provincie Limburg

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

Er zijn weinig importbarrières en het beeld van de provincie Limburg wijkt nauwelijks af van het Euregionale gemiddelde (figuur 4.5). Het beeld komt bovendien redelijk overeen met het beeld dat de bedrijven hebben over de attractiviteit van de provincie Limburg als importgebied. Alleen zijn er relatief veel bedrijven die vinden dat de geleverde kwaliteit op maat is.

Beoordeling aspecten³⁰

<i>Meest positief (top 3)</i>	<i>Minst positief (top 3)</i>
Cultuurverschillen (+)	Inkooprijzen (+)
Fiscale verschillen (+)	Marktinformatie / onbekendheid gebied (+)
Wet- en regelgeving (+)	Aantal aanbieders / te hoge kwaliteit (+)

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde³¹

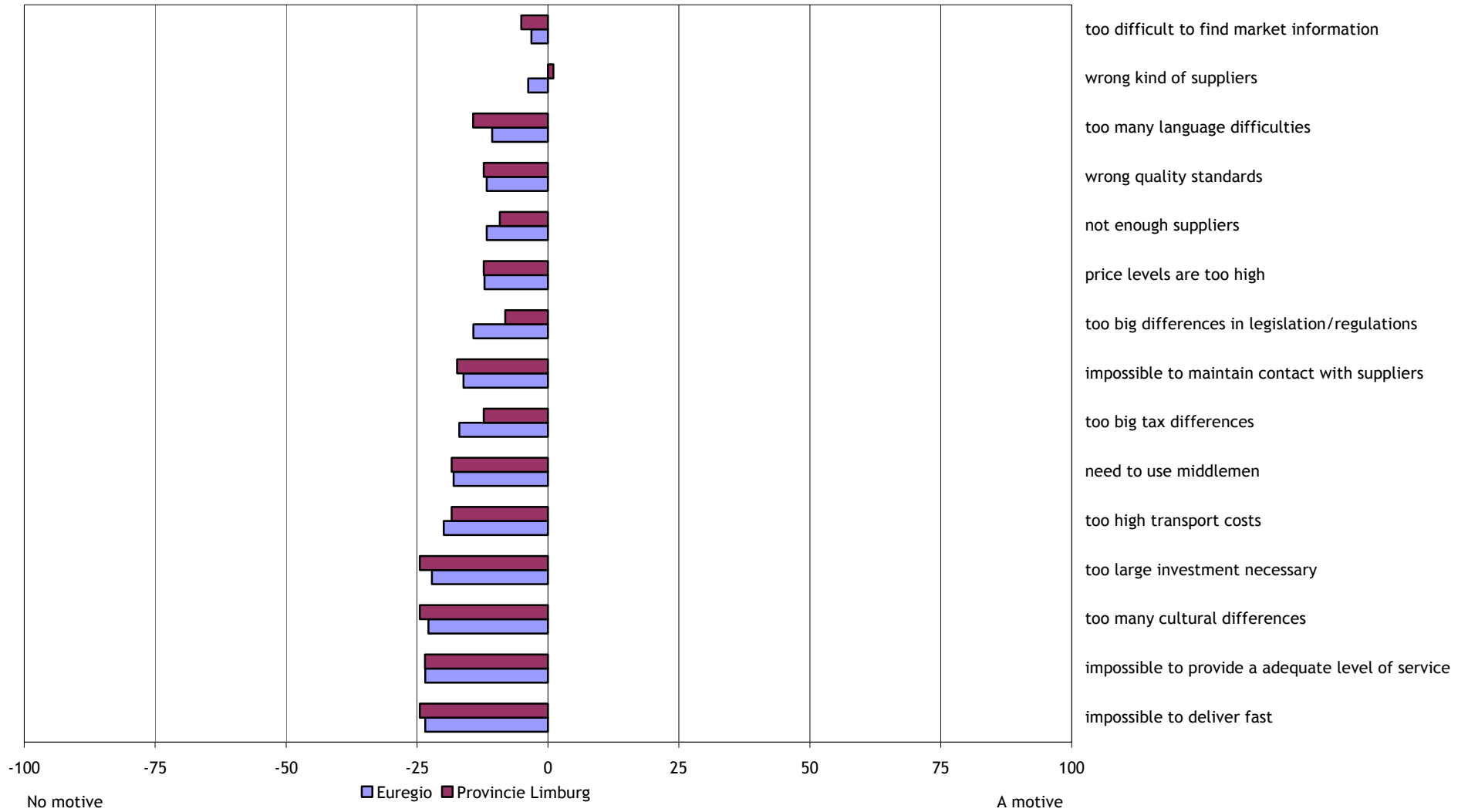
<i>Aanzienlijk positiever*</i>	<i>Aanzienlijk negatiever*</i>
Lage kwaliteit	-

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

³⁰ Zie figuur 4.5 en toelichting staat 0.5.

³¹ Zie figuur 4.5.

Figuur 4.6 Motieven om niet te importeren uit de provincie Limburg



Betreft saldo van positieve en negatieve oordelen op de stellingen.

4.2.3 Motieven om niet te importeren uit de provincie Limburg

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

Opvallend is dat bedrijven die wel importeren uit de provincie Limburg relatief positief oordelen over de provincie Limburg als importgebied, terwijl de bedrijven die niet uit de provincie Limburg importeren nauwelijks anders aankijken tegen de provincie Limburg dan tegen de totale Euregio als importgebied (figuur 4.6).

Het grootste verschil tussen de bedrijven die wel en niet uit de provincie Limburg importeren, is de mening over de aanbieders. Het soort aanbieders in de provincie Limburg vormt volgens de bedrijven die wel uit Limburg importeren het sterkste punt en volgende de bedrijven die niet uit Limburg importeren juist het zwakste punt van de provincie Limburg.

Beoordeling aspecten³²

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

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

Verschillen ten opzichte van het Euregionale gemiddelde³³

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

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

³² Zie figuur 4.6 en toelichting staat 0.6.

³³ Zie figuur 4.6.

