

## Persbericht

---

*aan*

**Media**

*datum*

10 mei 2017

*aantal pagina's:*

8

*meer informatie bij*

**Johan Grauwels**

*tel. direct*

+32 11 56 02 60

+32 473 38 65 05

*e-mailadres*

[johan.grauwels@voka.be](mailto:johan.grauwels@voka.be)

---

### **Voka -KvK Limburg blij met inhaalbeweging**

#### **Limburgse export van diensten en handel boomt**

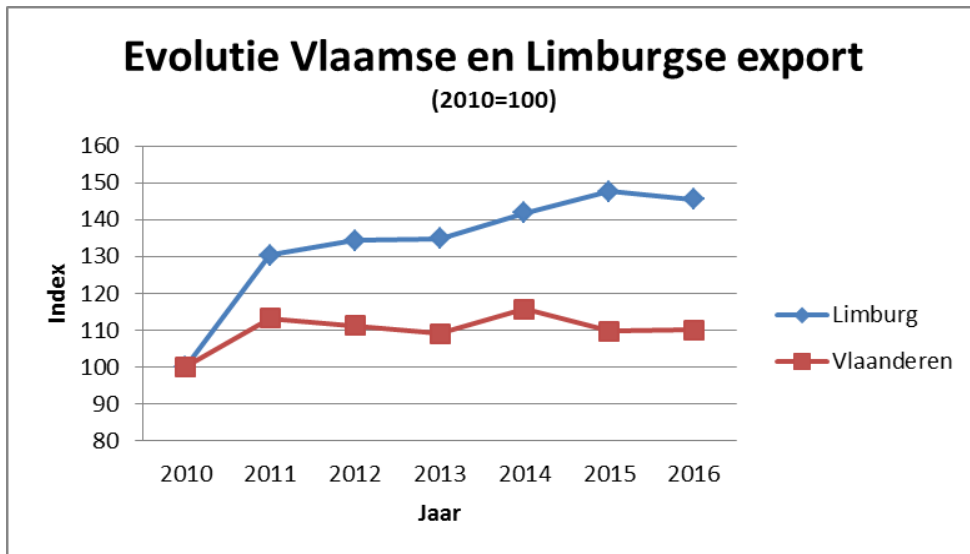
**Voka – KvK Limburg heeft de exportprestaties van Limburg en Vlaanderen naast mekaar gezet. En wat blijkt? Over de afgelopen jaren heeft Limburg een veel grotere groei (45%) gekend dan Vlaanderen (10%). Daardoor heeft onze provincie al een kleine stap genomen, maar de achterstand met Vlaanderen is nog groot. Vooral de dienstverleners en handelaars vinden hun weg naar het buitenland, maar de industrie blijft de grootste exporteur van Limburg**

De FOD Economie publiceert ieder jaar een overzicht van de Belgische export op basis van de btw-aangiften. Voka – KvK Limburg heeft deze cijfers verwerkt om zo ook een provinciaal overzicht te creëren voor de afgelopen zes jaren. Bovendien kunnen we in de cijfers ook vier sectoren onderscheiden, met name bouw, diensten, industrie en handel.

#### **Limburgse groei overtreft Vlaanderen**

Als we de btw-aangiften van de voorbije zes jaren bekijken, met 2010 als startpunt, dan heeft Limburg een veel sterkere groei gekend dan Vlaanderen. In 2016 was de Limburgse export 45,48 procent meer waard ten opzichte van 6 jaar geleden. De Vlaamse export kende over die periode een toename met 10,04 procent.

De afgelopen jaren werd steeds een groei genoteerd, met uitzondering van 2016 (-2,13%). Deze laatste terugval is in lijn met de daling (-2,75%) van het aantal certificaten van oorsprong afgegeven door Voka – KvK Limburg. Deze documenten zijn nodig om de oorsprong van goederen aan te duiden en worden vooral gebruikt voor export buiten de EU.



2/8

Grafiek 1: evolutie van de Limburgse en Vlaamse export, van 2010 tot 2016 met 2010 als referentiepunt.  
Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

De bemerking die we moeten maken is dat het hier gaat om relatieve groei. Wanneer we de absolute cijfers in overweging nemen, dan merken we dat de historische achterstand van Limburg nog verre van weggewerkt is. Vorig jaar was onze provincie goed voor 6,11 procent van de totale Vlaamse export ten opzichte van 4,63 procent in 2010. Een eerste stap(je) in de goede richting.

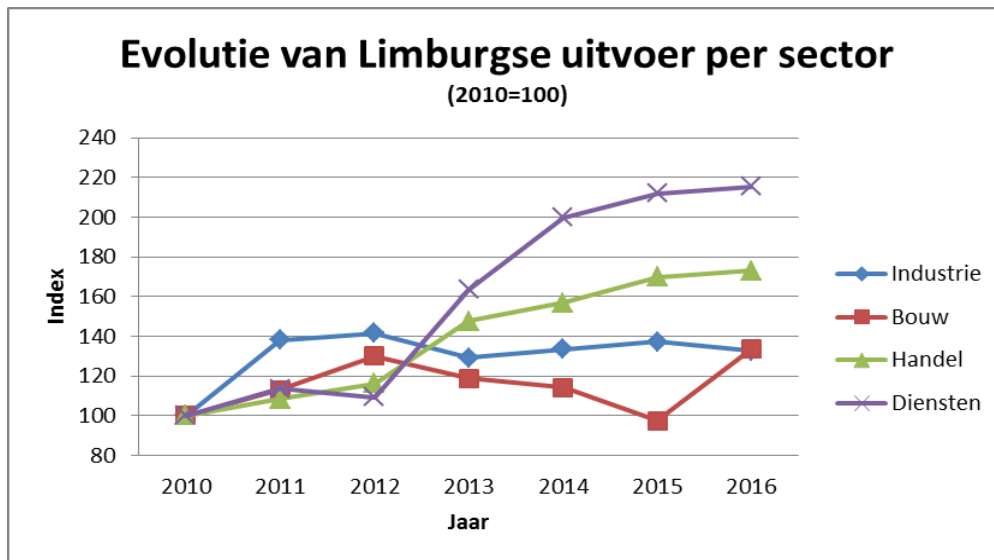
<b>Totale export in 1.000 euro</b>	<b>2010</b>	<b>2016</b>	<b>Evolutie (%)</b>
<b>Limburg</b>	10.257.034	14.921.945	+ 45,48
<b>Vlaanderen</b>	221.758.071	244.028.615	+ 10,04
<b>Aandeel Limburg in Vlaamse export (%)</b>	4,63	6,11	+ 1,48

Tabel 1: exportwaarde in 1.000 euro van Limburg en Vlaanderen

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

## Diensten en handel aan de top

Als we de cijfers verder ontleden kunnen we vier economische sectoren onderscheiden. Gerangschikt op hun aandeel in de totale export zijn dit industrie, handel, diensten en bouw. Volgende grafiek geeft de evolutie van deze sectoren in Limburg weer.

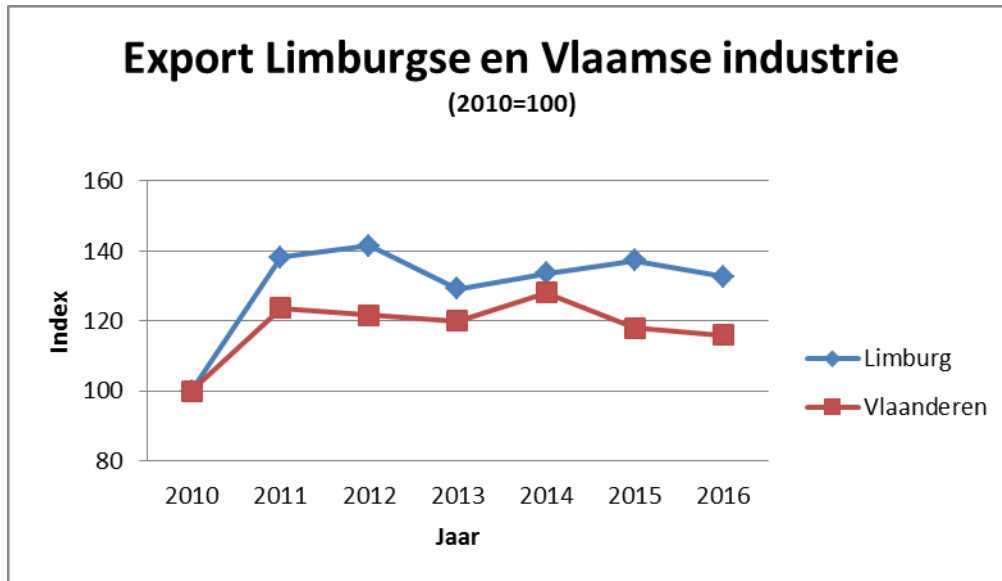


3/8

Grafiek 2: evolutie van de Limburgse uitvoer per sector, van 2010 tot 2016 met 2010 als referentiepunt.  
Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

## Industrie

De industriële activiteiten zijn nog altijd de sterkhouder van de Limburgse export, met een aandeel van 66,38 procent in 2016. Over de beschouwde periode is de export van industrieproducten toegenomen met 32,72 procent. Als we deze evolutie naast de Vlaamse industrie zetten, dan presteert Limburg relatief gezien beter.



4/8

Grafiek 3: evolutie van de uitvoer van industrieproducten voor Limburg en Vlaanderen, van 2010 tot 2016 met 2010 als referentiepunt.

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

Totale export van industrieproducten in 1.000 euro	2010	2016	Evolutie (%)
<b>Limburg</b>	7.463.214	9.905.192	+ 32,72
<b>Vlaanderen</b>	103.149.614	119.621.453	+ 15,97

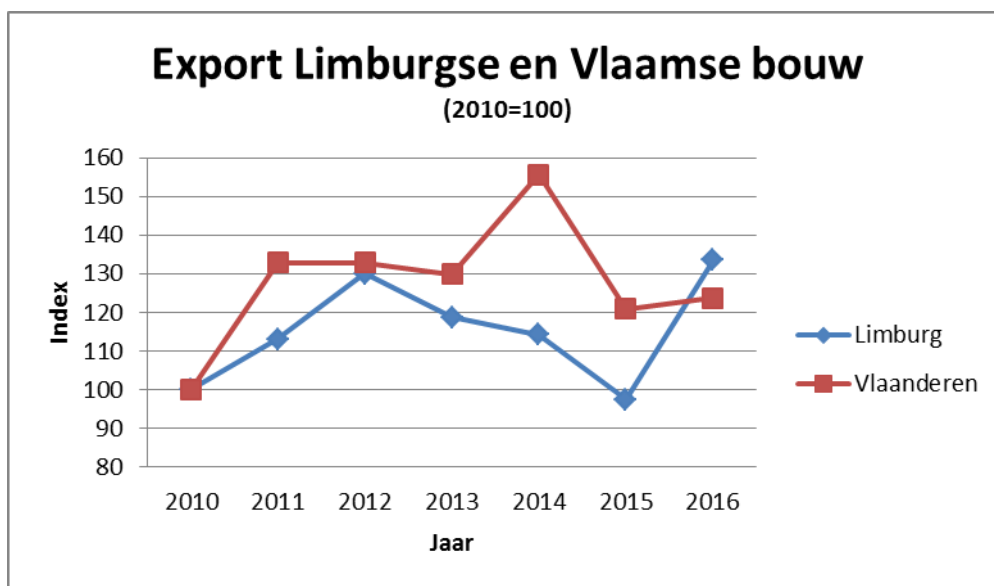
Tabel 2: totale export van industrieproducten in 1.000 euro, voor Limburg en Vlaanderen

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

## Bouw

De internationalisatie van de Limburgse bouwsector kende een wispelturig verloop. In 2012 bedroeg de export 29,97 procent meer dan 2010, maar de daarop volgende jaren was er een sterke daling met 2015 als dieptepunt (-16,68 procent t.o.v. 2014). Vorig jaar volgde dan een revival (+36,1 procent t.o.v. 2015). Als we dit vergelijken met Vlaanderen, dan presteerde de Limburgse bouwsector relatief gezien minder dan de Vlaamse concullega's de afgelopen jaren, met een sterke groei in 2016.

5/8



Grafiek 4: evolutie van de uitvoer door de bouwsector voor Limburg en Vlaanderen, van 2010 tot 2016 met 2010 als referentiepunt.

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

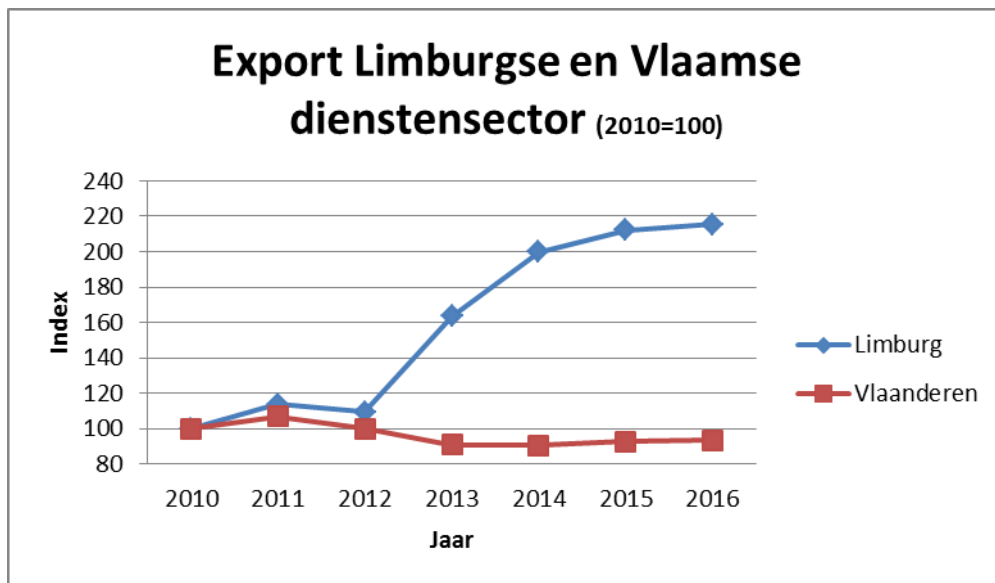
Totale export van bouw in 1.000 euro	2010	2016	Evolutie (%)
Limburg	99.971	133.532	+ 33,57
Vlaanderen	2.484.065	3.074.477	+ 23,77

Tabel 3: totale export van de bouwsector in 1.000 euro voor Limburg en Vlaanderen.

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

## Diensten

Dienstverlening is dé uitschieter van dit overzicht. Met een toename van 115,37 procent spreken we over meer dan een verdubbeling. Runner-up is de internationale handel, dat eveneens een mooie groei noteerde (+72,97 procent). Deze twee sectoren nemen een steeds grotere plaats in in de Limburgse export, ten koste van de industrie. Het gecombineerde aandeel van handel en diensten is in 2016 goed voor 32,72 procent van de export tegenover 26,26 procent in 2010. In vergelijking met Vlaanderen kent Limburg hier een echte boom.



6/8

Grafiek 5: evolutie van de diensten in het buitenland voor Limburg en Vlaanderen, van 2010 tot 2016 met 2010 als referentiepunt.

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

De groei in de dienstensector is echter nog altijd relatief wanneer we de absolute exportwaarden bekijken.

Totale export van diensten in 1.000 euro	2010	2016	Evolutie (%)
<b>Limburg</b>	527.425	1.135.921	+ 115,37
<b>Vlaanderen</b>	27.378.116	25.595.781	- 6,51

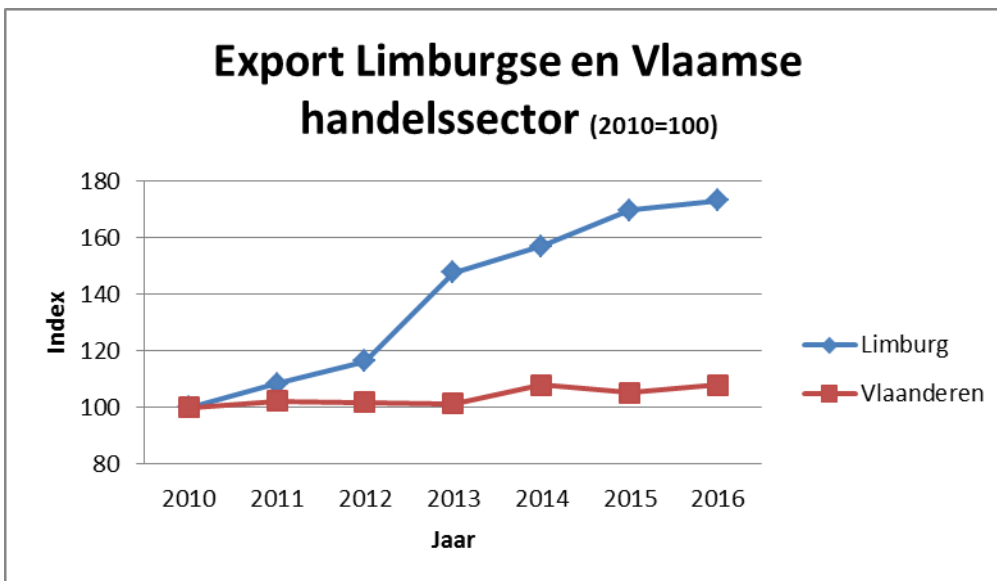
Tabel 4: totale export van diensten in 1.000 euro

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

Niettemin is er een tendens, die we ook vaststellen bij Voka – KvK Limburg. Dienstverleners zoals IT-bedrijven hebben toepassingen die veel sneller internationaal schaalbaar zijn dan een traditioneel product. Vaak is het ook noodzakelijk om snel te schakelen, want anders zijn buitenlandse concurrenten hen voor. Via specifieke trajecten en workshops bereiden we hen voor op de internationale stap. Onlangs lanceerden we bijvoorbeeld Go Euregio, gericht op bedrijven die starten met internationalisatie in Duitsland en Nederland. Dit traject is volledig gevuld met dienstverleners met een focus op IT.

## Handel

Ook wat handel betreft hebben we de Limburgse prestaties afgezet naast deze van Vlaanderen, waar de sterke prestatie van onze provincie weer uit blijkt.



7/8

Grafiek 6: evolutie van de buitenlandse handel voor Limburg en Vlaanderen, van 2010 tot 2016, met 2010 als referentiepunt.

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

Totale export van handel in 1.000 euro	2010	2016	Evolutie (%)
<b>Limburg</b>	2.166.424	3.747.300	+ 72,97
<b>Vlaanderen</b>	88.746.276	95.736.904	+ 7,87

Tabel 5: totale export van handel in 1.000 euro

Bron: berekeningen door Voka – KvK Limburg op basis van btw-aangiften FOD Economie

De belangrijkste verklaring voor de toename in internationale handel is de boom in e-commerce. Dit maakt het veel eenvoudiger om producten in het buitenland aan man te brengen. Europese consumenten vinden producten gemakkelijk online terug, bestellen deze en ze worden vervolgens aan huis geleverd. E-commerce bedrijven maken ook vaker gebruik van lokale websites waardoor consumenten denken dat ze bij een Duits of Nederlands bedrijf kopen.

**Johann Leten (gedelegeerd bestuurder Voka – KvK Limburg) besluit: “Deze cijfers tonen aan dat onze provincie niet is blijven stilzitten. We hebben de voorbije jaren een mooi parcours afgelegd en zo al een stap in de goede richting gezet om onze achterstand in te halen. Maar de uitdaging blijft groot. Als organisatie zetten wij sterk in op het stimuleren van internationalisatie. Vandaag telt het team Internationalisatie & Innovatie 7 medewerkers. In 2016 hebben zij 413 dossiers behandeld. Het internationaal netwerk dat wij als Kamer van Koophandel kunnen bieden vormt hierbij een belangrijke meerwaarde. Ook jonge bedrijven, veelal gesitueerd in die twee groeisectoren diensten en handel, kunnen hiervoor bij ons terecht. In het netwerk e-commerce delen 38 ondernemers hun ervaringen om sterker online te staan. Tijdens evenementen zoals Go International bieden we hen de kans om te pitchen voor een panel van experts. Korte en intensieve begeleidingstrajecten, gericht op specifieke landen of sectoren, zorgen ervoor dat ze goed voorbereid zijn om de eerste internationale stappen te zetten. De komende jaren blijven we daar op in zetten, met onder meer landgerichte netwerkevents, tweedaagse ExportsLAB’s, sectorgerichte sessies en korte inspiatiemissies. Samen zetten we Limburg internationaal op de kaart.”**

8/8

### **Maison Lab**

Trendy Fashion Outlet uit Genk is van origine een familiaal trading bedrijf in kleding dat geleid wordt door Samira Labyed, haar broer Djalil en zus Tahnee. Zij kopen overschotten van vorige seizoenen op bij grote merken, zoals Steve Madden of Guess. Vervolgens komen aankopers van outlet shops langs in Genk om te deze op te kopen. Zo verkopen zij aan een Franse keten van 76 outletwinkels. Omdat ze er niet altijd in slagen om de stock die ze binnen krijgen verder te verkopen aan zulke ketens, zijn ze met een eigen webshop begonnen: Maison Lab. Via dit platform verkopen ze rechtstreeks aan de eindconsument in heel Europa, met focus op de buurlanden. Nederland vertegenwoordigt bijvoorbeeld 60 procent van hun verkoop. Opgestart in 2015 is dit vandaag al goed voor 10 procent van de omzet en de groeiambities zijn groot. Door samen te werken met bekende personen en sterk in te zetten op social media kan Maison Lab op vrij eenvoudige wijze een groot publiek bereiken.

*Einde persbericht.*