

WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

118

04 \ 2019

BOREALIS WINT
INVESTMENT OF THE YEAR
TROPHY 2019

LAAT UW OOG VALLEN OP
DUITSLAND!

EDITO

VEEL GOED NIEUWS ROND INTERNATIONAAL ONDERNEMERSCHAP IN VLAANDEREN!

Beste lezer,

U had het misschien al gemerkt dat deze Wereldwijs een week later dan gewoonlijk in uw brievenbus ligt. In deze editie stellen we namelijk de winnaar van de Investment of the Year Trophy 2019 voor. Die kenden we pas op 18 maart, op onze Foreign Investment Trophy, flink voorbij de normale deadline voor dit magazine.

Die avond gaven de aanwezigen op dat evenement het finale verdict na twee eerdere stemrondes door het online publiek en de vakjury. De uitslag was duidelijk: de investering van het Oostenrijkse Borealis maakte de grootste indruk. Van harte gefeliciteerd, Borealis! En een even welgemeende proficiat aan de andere genomineerden CPMC, Mainfreight en Nipro. Onze dankbaarheid voor jullie investeringen in onze regio blijft torenhoog.

Ook de winnaar van de Newcomer of the Year Trophy 2019 werd op de Foreign Investment Trophy bekendgemaakt. Dit jaar ging die naar APG Group, ook hier zijn gelukwensen aan de orde! Verderop vertellen beide winnaars u meer over hun investeringsverhaal in Vlaanderen.

Nog een vaststelling: dit nummer is een pak dikker dan u van ons gewend bent. Deze maand nemen we Duitsland onder de loep als interessante exportbestemming. Vandaag is deze grootmacht al voor veel Vlaamse bedrijven een belangrijke en succesvolle exportmarkt. Het spreekt voor zich dat we hierover een uitgebreider dossier opmaakten.

Daarnaast blijven we u nieuws brengen dat relevant is voor Vlaamse exporteurs. Zo ontdekt u onder meer de details over het nieuwe www.veroverdewereld.be, info over ons nieuwe aanspreekpunt in Maleisië én de stand van zaken in de uitgestelde brexit op het moment van schrijven.

Claire Tillekaerts
Gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade

COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

FLANDERS INVESTMENT & TRADE

Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel
T 02 504 87 11

www.flanderstrade.be
wereldwijs@fitagency.be

www.linkedin.com/company/20796
twitter.com/FlandersTrade

04/2019 **118**

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Claire Tillekaerts
Koning Albert II-laan 37
1030 Brussel

REDACTIE

Flanders Investment & Trade,
bijgestaan door Com&Co,
bureau voor contentcreatie en -strategie.

FOTO'S

imagedesk.be, Getty Images en Shutterstock

LAY-OUT EN DRUK

Vanden Broele Productions

Overnemen of vermenigvuldigen van artikels
is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron
(bron: Wereldwijs/Flanders Investment & Trade).

WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

WENST U EEN EXEMPLAAR?

Stuur een mail naar wereldwijs@fitagency.be
met uw adresgegevens.



4

IN GESPREK MET BOREALIS

ZO'N TROFEE IS DE
MOOISTE ERKENNING
DIE JE KAN KRIJGEN VOOR JE
INVESTERINGSINSPANNINGEN.

16 DOSSIER

DUITSLAND

Economische grootmacht naast
de deur

4 FOREIGN INVESTMENT TROPHY

In gesprek met Borealis
AGP Group wint goud
Fotoreportage

14 TELEX

35 MARKTINFO

36 LEEUW VAN DE EXPORT

38 BREXIT

Van brexit-uitstel komt geen afstel

40 VEROVER DE WERELD

42 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

Nieuwe Europese regels


44 EHBIO

Eerste Hulp bij Internationaal Ondernemen

46 KALENDER

INHOUD





BOREALIS

RIJFT FOREIGN INVESTMENT OF THE YEAR TROPHY 2019 BINNEN:

“WE WILLEN VERANDERING BRENGEN IN HOE MENSEN NAAR PLASTICS KIJKEN”

BOREALIS HEEFT TORENHOGE AMBITIES IN VLAANDEREN. DE OOSTENRIJKSE CHEMIEGROEP BOUWT VANAF DIT NAJAAR EEN NIEUWE PROPYLEENPRODUCTIEPLANT IN KALLO IN DE HAVEN VAN ANTWERPEN. DAAR HANGT EEN PRIJSKAARTJE AAN VAST VAN 1 MILJARD EURO, EEN VAN DE GROOTSTE INVESTERINGEN IN DE ANTWERPSE CHEMIECLUSTER VAN DE VOORBIJE JAREN. HET LEVERDE DE OOSTENRIJKERS DE FOREIGN INVESTMENT OF THE YEAR TROPHY 2019 VAN FIT OP. VICEPRESIDENT HYDROCARBONS & ENERGY THOMAS VAN DE VELDE IS TROTS OP DEZE ERKENNING, MAAR BESEFT TEGELIJK DAT PLASTICS EEN REPUTATIEPROBLEEM HEBBEN.

Borealis is een van de grootste Europese producenten van de polyolefinen polypropyleen en polyethyleen. Naast de Vlaamse productievestigingen in Kallo, Beringen en Zwijndrecht heeft de groep fabrieken in onder meer Oostenrijk, Duitsland, Scandinavië, Brazilië en de VS. Op de site in de Antwerpse haven zet het Oostenrijkse bedrijf al bijna twee decennia lang propaan om in propyleen. Propyleen is een belangrijke bouwsteen voor de hele chemische industrie en vindt zijn toepassing in buizen, lichtere auto-onderdelen, medisch materiaal, huishoudartikelen, verpakkingsmateriaal voor medicijnen of voedsel ...

BUDGET OM U TEGEN TE ZEGGEN

In het najaar start Borealis met de bouw van een gloednieuwe productieplant naast zijn bestaande fabriek in Kallo. **Thomas Van De Velde:** “Met de nieuwe fabriek voeren we de capaciteit van onze propyleenproductie op van 500.000 ton naar 1.250.000 ton op jaarbasis. De voorbereidende werken zijn

intussen gestart, maar met de eigenlijke bouw van de installaties starten we na de zomer. Midden 2022 moet alles klaar zijn.”

Claire Tillekaerts: “Allereerst nogmaals proficiat met jullie overwinning. Hoe werd ze onthaald?”

Thomas Van De Velde: “Met grote trots, zowel door het project- en businessteam in Kallo als op het hoofdkwartier in Wenen. Zo’n trofee is de mooiste erkenning die je kan krijgen voor je investeringsinspanningen. Die zijn dan ook niet min: we investeren 1 miljard euro en creëren met de nieuwe productiesite 100 nieuwe jobs in de haven. Bij de bouwwerken zullen zelfs tot 1.500 mensen betrokken zijn. Verder voelen we ons ook geruggesteund in onze zoektocht naar innovatieve en duurzame materialen. Want Borealis doet veel meer dan productie alleen. Dat illustreren de 100 patenten die de groep jaarlijks gemiddeld neerlegt.”

PLASTICS ONDER VUUR

Claire Tillekaerts: “Het moet gezegd: plastics en de productie ervan worden niet meteen geassocieerd met duurzaamheid ...”

Thomas Van De Velde: “Juist. Toch is het een waardevol product met tal van toepassingen die ons het leven makkelijker maken. De onderdelen van stofzuigers, bijvoorbeeld, zijn gemaakt van plastic. Maar de grondstof wordt ook gebruikt in lichtere bumpers die auto’s minder doen uitstoten, slijtvaste buizen voor nutsvoorzieningen, onderdelen voor windmolens enzovoort. Bovendien zijn plastics recycleerbaar. Ze vormen dus op zich alleen een probleem als ze in het milieu terechtkomen.”

Claire Tillekaerts: “Wat vandaag helaas nog vaak de realiteit is ...”

Thomas Van De Velde: “Dat klopt. De vervuiling van de oceanen door plastics is een gigantisch probleem op wereldvlak, dat steken we niet onder stoelen of banken. Door het ontbreken van degelijk afvalbeheer belanden ze in de natuur, terwijl ze perfect een tweede of zelfs derde leven zouden kunnen krijgen.

Vlaanderen is koploper inzake recyclage en met de uitbreiding van de plasticinzameling via de nieuwe blauwe zak geven we nog een extra impuls aan de circulaire economie. In een aantal – vooral Aziatische – landen, daarentegen, bestaan er nog geen gestructureerde systemen om afval op te halen, te selecteren of te recyclen. Daarom startten we samen met consultancybedrijf SYSTEMIQ en een aantal andere bedrijven Project Stop, een pilootproject rond afvalinzameling, -sortering en -recyclage in Indonesië. Zo houden we onder meer plastics uit de waterlopen en creëren we tegelijk een aanzienlijk aantal jobs. Kortom, we willen verandering brengen in hoe mensen naar plastics kijken.”

“PLASTICS BELANDEN IN DE NATUUR, TERWIJL ZE PERFECT EEN TWEEDE OF ZELFS DERDE LEVEN ZOULDEN KUNNEN KRIJGEN”

CIRCULAIRE ECONOMIE

Claire Tillekaerts: “Zet Borealis zelf ook in op recyclage van plastics?”

Thomas Van De Velde: “Absoluut. Samen met onze klanten ontwerpen we producten die recycleerbaar zijn of deels uit gerecycleerde materialen bestaan. Zo leveren we al hoogwaardige componenten aan de automobielenindustrie die voor 25

tot 50% uit gerecycleerde grondstoffen bestaan. In 2016 nam de Borealis Group in Duitsland mtm over, een van de grootste Europese producenten van gerecycleerde polyolefinen. Vorig jaar volgde de acquisitie van het Oostenrijkse bedrijf Ecoplast. Zo dragen we tastbaar bij aan de circulaire economie.”

Claire Tillekaerts: “De chemische industrie is ook een energielokop. Treft Borealis maatregelen rond hernieuwbare energie?”

Thomas Van De Velde: “Zeker, we nemen een actieve rol op in de transitie naar duurzame energie. Energie-efficiëntie staat boven aan onze prioriteitenlijst: het milieuvriendelijkste en goedkoopste kilowattuur is nog altijd het niet-verbruikte. Sinds 2018 is de hele Borealis Group ISO 50001-gecertificeerd, en in Vlaanderen maken we al vanaf dag één deel uit van de vrijwillige energiebeleidsovereenkomsten met de overheid. Op de bestaande site in Kallo staan er windmolens die zo’n 15% leveren van de nodige elektriciteit. Maar de nieuwe propyleenfabriek zal via een geïntegreerde warmtekrachtkoppeling voorzien in haar volledige warmtevraag en een derde van haar elektriciteitsnood.”

“HET MILIEUVRIENDELIJKSTE EN GOEDKOOPSTE KILOWATTUUR IS NOG ALTIJD HET NIET-VERBRUIKTE”

EERSTE SCHAKEL IN DE KETTING

Claire Tillekaerts: “Borealis werkte ongeveer drie jaar op dit investeringsdossier. Waren er nog andere regio’s in de running?”

Thomas Van De Velde: “Ja, de concurrent voor Kallo was een niet-Europese bestemming. Maar de logistieke troeven van Antwerpen hebben de doorslag gegeven. De diepzeehaven van Antwerpen kan ontvangen, maar ook het wijdvertakte ondergrondse pijpleidingennetwerk. Vanuit Kallo kunnen we al het propaan dat we nodig hebben per schip laten aanvoeren. Zodra dat in de haven aanmeert, stroomt het gas door de pijpleidingen naar onze opslagtanks.

Verder is dit strategisch een belangrijke investering. De fabriek in Kallo zet propaan om in propyleen, dus ze situeert zich helemaal aan het begin van de chemische waardeketen. En aangezien Antwerpen na het Amerikaanse Houston de grootste chemische cluster ter wereld is, zijn alle grote spelers er vertegenwoordigd. Met andere woorden: we liggen zij aan zij met onze klanten die een volgende schakel in de chemieketting voor hun rekening nemen.”



DEGELIJK ONDERSTEUNINGSKADER

Claire Tillekaerts: “Wat is de reputatie van Vlaanderen op het hoofdkantoor in Wenen?”

Thomas Van De Velde: “Naast de topligging in het hart van Europa staan vooral onze technische opleidingen hoog aangeschreven bij het Oostenrijkse management. Net zoals de skills en inzet van onze equipes: in de Vlaamse sites verzamelden we de voorbije twee decennia enorm veel kennis en ervaring. Die expertise kunnen we inzetten op de nieuwe site. Ook de nauwgezette begeleiding van onder meer FIT en het havenbestuur werd enorm gewaardeerd. Zo kregen we begeleiding bij het vergunningstraject, net zoals ondersteuning om de nieuwe medewerkers op te leiden en onze warmtekrachtcentrale te bouwen.”

“IN DE VLAAMSE SITES
VERZAMELDEN WE DE
VOORBIJE TWEE DECENNIA
ENORM VEEL KENNIS EN
ERVARING”

Claire Tillekaerts: “Welke maatregelen zou de overheid nog kunnen treffen om het bedrijfsklimaat in Vlaanderen verder te verbeteren?”

Thomas Van De Velde: “De mobiliteitsknoop rond Antwerpen ontwarren is een absolute must, net zoals bijkomende investeringen in infrastructuur. Verder weegt de administratie zwaar door, al bestaan er voldoende instanties om bedrijven hierin te ondersteunen en de nodige coördinatie te bieden. Tot slot kan Vlaanderen nog meer de innovatiekaart trekken. Concreet denk ik aan open innovatietrajecten tussen chemiespelers, hun toeleveranciers, de overheid en de academische wereld. We verwelkomen trouwens het ambitieuze Vlaamse innovatietraject voor een koolstofslimme industrie dat onlangs werd aangekondigd.”

LEREN OP DE WERKVLOER

Claire Tillekaerts: “In Wenen staan onze technische en engineeringopleidingen hoog aangeschreven, maar tegelijk woedt de war for talent hevig in de sector. Hoe slagen jullie erin om voldoende talent aan boord te halen?”

Thomas Van De Velde: “De talentschaarste is een gegeven, maar die problematiek is natuurlijk niet uniek voor de chemie-sector. Wel zijn we opgetogen met het systeem van duaal leren. Vanaf de start in 2016 waren we betrokken bij de eerste pilootprojecten hierrond. Voor ons is duaal leren ideaal om jonge werkkrachten een praktijkgerichte opleiding aan te reiken en hen tegelijk te binden aan onze sector.”

Claire Tillekaerts: “Hoe kleurt de toekomst voor Borealis in Vlaanderen?”

Thomas Van De Velde: “Naast de bouw van gloednieuwe installaties in Kallo hebben we grootse plannen voor onze vestiging in het Limburgse Beringen. De capaciteitsuitbreiding die we daar in polypropyleen zouden willen realiseren, zal volledig geïntegreerd zijn met de nieuwe fabriek in Kallo. We zullen ons de volgende jaren dus nog sterker verankeren in Vlaanderen. Tot slot nog dit: een belangrijk bijproduct van de propyleenproductie is waterstof. Door de capaciteitsuitbreiding in Kallo worden we ook een van de grootste waterstofproducenten op Benelux-niveau. Met dit bijproduct kunnen we onder meer een belangrijke bijdrage leveren aan een waterstofplatform om zo de Vlaamse waterstofcluster verder te ontwikkelen.”

Wil u meer weten over de buitenlandse topinvesteerdere in Vlaanderen?

Neem een kijkje op www.foreigninvestmenttrophy.be.

FOREIGN INVESTMENT TROPHY

AGP GROUP WINT GOUD ALS NEWCOMER OF THE YEAR TROPHY 2019!

VOOR DE DERDE KEER OP RIJ ZET FIT IN DE MARGE VAN DE FOREIGN INVESTMENT TROPHY EEN BUITENLANDSE NIEUWKOMER IN DE BLOEMETJES. EN WAT VOOR EEN! DE ZUID-AMERIKANSE AUTORUITENGIGANT AGP GROUP GAAT VANUIT ROESELARE EN GENT MET HOOGTECHNOLOGISCH GLAS VOOR ELEKTRISCHE EN ZELFRIJDENDE WAGENS DE EUROPESE MARKT BESPELEN. HET RESULTAAT? 200 NIEUWE JOBS EN EEN INJECTIE VAN 90 MILJOEN DOLLAR. EEN OPMERKELIJK INVESTERINGSVERHAAL DAT TERECHT WERD BEKROOND OP 18 MAART 2019.

Voor het ontstaan van American Glass Products (AGP) Group moeten we terug naar het begin van de 20e eeuw, het moment waarop de familie Mannheim in Berlijn een bescheiden glasbedrijf oprichtte. Pas toen José Mannheim in 1965 besloot om de familiezaak naar de Peruaanse hoofdstad Lima te verhuizen, kreeg AGP Group meer wind in de zeilen. Van daaruit groeide het uit tot een absolute wereldspeler in de auto-industrie. Maar om Europa – waar het allemaal begon – definitief te overen, was de familie Mannheim nog op zoek naar een lokale uitvalsbasis. En die heeft ze nu gevonden.

VLAAMSE BONDGENOOT

“In onze zoektocht naar een West-Europees ankerpunt, vergeleken we een groot aantal topbedrijven”, zegt CEO Arturo Mannheim. “Uiteindelijk viel de keuze op zijruitenspecialist Soliver uit Roeselare. We vullen elkaar goed aan, zodat de overname een win-win is voor beide partijen. Zij breiden door onze investeringen hun productgamma uit en wij bouwen verder op hun sterke klantenbestand, met high-endmerken zoals BMW, Audi, Mercedes en Lamborghini. De centrale ligging van Soliver – en bij uitbreiding Vlaanderen – is bovendien een grote troef in onze gooi naar het Europese marktleiderschap.”

EUROPESE HOOFDZETEL NAAR GENT

Vlaanderen wordt niet enkel het decor voor een nieuwe productiesite, maar ook voor de operationele hoofdzetel van AGP Group in Europa. Gent had daarvoor de beste troeven in handen. Arturo Mannheim: “Gent is de thuisbasis van een heel vooraanstaande universiteit. Bovendien huisvest de stad een sterk lokaal netwerk van R&D-gedreven ondernemingen. Die

combinatie gaf voor ons de doorslag. Alle Vlamingen waarmee we tot nu samenwerkten, toonden alvast aan dat we hier voor expertise en toewijding goed zitten.”

EXTRA JOBS EN REPUTATIEBOOST

Talent, vaardigheden en een echte winnaarsmentaliteit zijn drie doorslaggevende factoren voor professioneel succes bij de autoruitenspecialist. “In dat opzicht is het logisch dat Vlaanderen onze nieuwe Europese uitvalsbasis wordt”, zegt Arturo Mannheim. “Hier kunnen we onze innovatieprojecten uitvoeren en dus onze ambities waarmaken. Ook de regio vaart er wel bij met extra jobs en een voortrekkersrol in de autowereld. Bovendien zal de distributie voor het hele continent van hieruit plaatsvinden.”

TROFEE ALS GUNSTIGE VOORBODE

Net als de Vlaamse export, doet ons imago als kennisregio voor buitenlandse spelers het goed. Het Litouwse Brolis Semiconductors – de vorige winnaar van de Newcomer of the Year Trophy – prees in 2018 al de Gentse innovatie- en onderzoekscultuur, en de huidige laureaat bevestigt die status. AGP Group is vastberaden om hoge ogen te gooien met zijn investeringen in het Vlaamse potentieel. “De mooie erkenning door FIT betekent alvast dat we goed uit de startblokken geschoten zijn”, besluit Arturo Mannheim.

“DE TALENTENPOOL IN
VLAANDEREN IS ENORM”

ARTURO MANNHEIM, CEO BIJ AGP GROUP



‘Newcomer of the Year’ in cijfers

AGP Group wereldwijd (2019)

Hoofdkantoor in: Peru

Internationale dochterbedrijven:
6 productiesites

Jaaromzet: 200 miljoen dollar

Werknemers: 2.000

AGP Group in Vlaanderen (2019)

Locaties: Roeselare en Gent

Investing: 90 miljoen dollar

Schatting jaaromzet: 300 miljoen euro

Werknemers: 500

Extra jobs gecreëerd: 200

FOREIGN INVESTMENT TROPHY

EEN BLIK ACHTER DE SCHERMEN OP DE FOREIGN INVESTMENT TROPHY 2019

OP 18 MAART VERZAMELDEN PROFESSIONALS UIT ALLE HOEKEN VAN DE WERELD IN HET DELOITTE GATEWAY OFFICE NAAST BRUSSELS AIRPORT. DE LUCHTHAVEN BOOD HET GEKNIPT DECOR VOOR EEN INTERNATIONALE COMPETITIE: DE ZEVENDE EDITIE VAN DE FOREIGN INVESTMENT TROPHY VAN FIT. ZOWEL DE GENOMINEERDEN ALS DE AANWEZIGEN IN DE ZAAL ZATEN OP HUN PUNTJE VAN HUN STOEL TOEN VLAAMS MINISTER-PRESIDENT GEERT BOURGEOIS EN CLAIRE TILLEKAERTS, GEDELEGEERD BESTUURDER VAN FIT, DE WINNAARS BEKENDMAAKTEN.

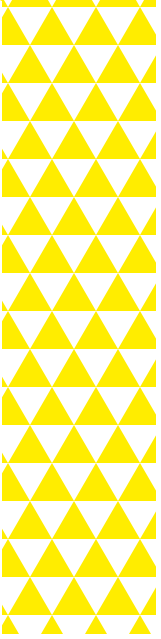
GROTE STER WAS CHEMIECONCERN BOREALIS. NA DRIE STEMRONDES – DOOR HET ONLINE PUBLIEK, EEN VAKJURY EN DE AANWEZIGEN IN HET PUBLIEK – MOCHTEN DE OOSTENRIJKERS DE FOREIGN INVESTMENT OF THE YEAR TROPHY IN ONTVANGST NEMEN: DE KROON OP EEN MILJARDENINVESTERING IN KALLO. VERDER GING DE PERUAANSE AGP GROUP AAN DE HAAL MET DE NEWCOMER OF THE YEAR TROPHY. DE JAPANESE AIRCOSPECIALIST DAIKIN ONTVING DAN WEER DE LIFETIME ACHIEVEMENT TROPHY ALS ERKENNING VOOR MEER DAN VIER DECENNIA TROUW INVESTEREN OP VLAAMSE BODEM.

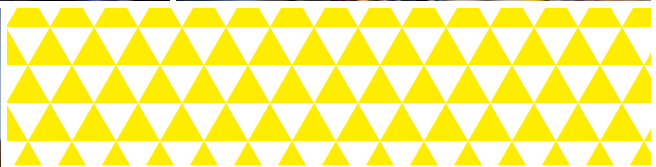
(Her)beleef de competitieve avond in onderstaand fotoverslag!



FOTOREPORTAGE







TELEX

230.000

Zoveel vierkante meter omvat de stadsontwikkeling van de stationsbuurt in Den Haag. De Nederlandse stad vertrouwt dit enorme project toe aan de Antwerpse projectontwikkelaar LIFE en de Limburgs-Gentse bouwfirma Gijbels Group. Bovenaan de agenda: de herbesteding van het historische stationspostgebouw. In 2021 neemt PostNL zijn intrek in dit rijksmonument, later volgt het Antwerpse coworkingbedrijf **FOSBURY AND SONS**.



In februari verzamelden standbouwers en professionals uit de evenementensector in Las Vegas voor ExhibitorLive. Ook specialist in modulaire standbouw **BEMATRIX**, genomineerde van de Leeuw van de Export 2018, tekende present. Het bedrijf uit Roeselare kreeg een award voor zijn hoogtechnologische stand.



De Oost-Vlaamse ondernemers Matthew Van Noten en Tommy De Mulder verbazen internationaal met hun ginmerk Moon. Tijdens de World Gin Awards in Londen vielen ze tweemaal in de prijzen: **CHERRY MOON** werd verkozen tot best flavoured gin en **MOON GIN** won zilver in de categorie best contemporary gin. Hun geestrijke drank is al te koop in Nederland en er lopen onderhandelingen met Frankrijk en Denemarken.

Jaarlijks beloont Creston zijn partners op de Nederlandse domoticabeurs Integrated Systems Europe. Het Amerikaanse domoticabedrijf reikt er onder meer een prijs uit aan het project dat zijn producten het best weet te integreren. Het Gentse **CASA GRANDE** streek voor de derde keer in vijftien jaar de eer op.

////STOP////

Maar liefst drie Oscars sleepte de Marvel-creatie Black Panther in de wacht. Die voor beste kostuumdesign is bovendien deels een Vlaamse verdienste. De opvallende kroon van koningin Ramonda komt namelijk uit de koker van het Leuvense **MATERIALISE**, dat hiervoor een hoogtechnologische 3D-printtechniek inzette.

////STOP////

De Mechelse vestiging van het Amerikaanse **CHECKPOINT SYSTEMS** bracht een award mee naar huis van EuroCIS, de grootste Europese beurs voor retailtechnologie. Het bedrijf wil de winstgevendheid van retailers verbeteren en hun klantenbeleving vergroten. Ze werden in de bloemetjes gezet voor de webapplicatie die ze hiervoor ontwikkelden.

////STOP////

In februari vond Integrated Systems Europe plaats in Amsterdam, wereldwijd de grootste beurs voor de audiovisuele sector en systeemintegratoren. Leeuw van de Export 2015 **ALUVISION** gooide er hoge ogen met zijn modulaire ledtegel waarmee videocontent kan worden geïntegreerd in een beursstand. Uit zo'n 1.300 exposanten werd het bedrijf uit Deinze verkozen tot beste middelgrote standontwerp.

////STOP////



DOSSIER

DUITS



VAN NAAST DE DEUR OVER HOGE KOOPKRACHT TOT EEN IMMENSE CONSUMENTENMARKT: ER ZIJN TALLOZE REDENEN OM ALS EXPORTEUR UW OOG OP DUITSLAND TE LATEN VALLEN. HET IS DAN OOK AL SINDS JAAR EN DAG DE BELANGRIJKSTE EXPORTBESTEMMING VOOR VLAAMSE PRODUCTEN EN DIENSTEN. MAAR ONZE GROTE BUUR OVERTUIGEN VAN UW KUNNEN IS GEEN WANDELING IN HET PARK. OP UW PAD ZAL U VEELEISENDE HANDELSPARTNERS EN KRITISCHE CONSUMENTEN TEGENKOMEN.





LAND

ONZE
TOPEXPORTBESTEMMING
ONDER DE LOEP

ECONOMISCHE GROOTMACHT NAAST DE DEUR

Duitsland is de op drie na grootste economie wereldwijd en de topexportbestemming voor Vlaamse ondernemingen. Met kantoren in Berlijn, Keulen en Stuttgart is FIT er dan ook stevig vertegenwoordigd. Van daaruit speuren onze experts naar zakenkansen. Ze presenteren elk de sterkhouders van hun werkgebied.

AAN DE WERELDTOP

DUITSLAND IS EN BLIJFT DE STERKST PRESTERENDE ECONOMIE VAN EUROPA EN MOET OP WERELDVLAKE ALLEEN DE VS, CHINA EN JAPAN LATEN VOORGAAN. DE ECONOMISCHE GROEI IS VOORAL TE DANKEN AAN DE HOGE BINNENLANDSE CONSUMPTIE – DUITSLAND KENT EEN HEEL LAGE WERKLOOSHEIDSGRAAD – EN EXPORT.

AL BEGINT DE DUITSE MOTOR TOCH WAT TE SPUTTEREN. DAT IS VOORAL TE WIJTEN AAN WERELDWIJDE HANDELSCONFLICTEN EN DE GROEIVERTRAGING IN CHINA.

HET ZWAARTEPUNT VAN DE DUITSE ECONOMIE LIGT OVERDUIDELIJK IN DE DEELSTAAT NOORD-RIJNLAND-WESTFALEN EN DE ZUIDELIJKE STATEN BEIEREN EN BADEN-WÜRTTEMBERG. DEZE 3 BUNDESLÄNDER ZIJN SAMEN GOED VOOR RUIM DE HELFT VAN HET BBP.

KATHARINA DESMET, VLEV IN KEULEN



Verantwoordelijk voor: Hessen, Noord-Rijnland-Westfalen, Rijnland-Palts en Saarland

“Frankfurt is het financiële hart van het land en beschikt over een van de grootste luchthavens van Europa. Langs de Rijn zijn er belangrijke hubs voor chemie, machinebouw, automobiel, metaalverwerking en elektrotechniek. Verder vormen de metropolen Düsseldorf, Keulen, Bonn en Krefeld een indrukwekkende afzetmarkt voor consumentengoederen. De deelstaat Noord-Rijnland-Westfalen is een voortrekker in milieu- en klimaattechnologie en de grootste importeur van het land: metaal, chemische producten, ICT, elektrotechnische en optische materialen enzovoort.”

KANSRIJKE SECTOREN



AUTOMOBIEL

De automobielenindustrie is de grootste tak van de Duitse economie. Van binnenbekleding over elektronische componenten tot allerhande accessoires: het palet aan toeleveranciers voor deze sector is quasi onuitputtelijk. Vandaag zit de auto-industrie volop in de omwenteling naar elektromobiliteit en autonoom rijden, wat ook voor buitenlandse bedrijven opportuniteiten biedt.



BOUW

De bouwsector is een van de grootste industrietakken van de Duitse economie. Klassiek wordt er een onderscheid gemaakt tussen Tiefbau – infrastructuurwerken aan of onder het grondoppervlak – en Hochbau – particuliere woningen, commerciële panden, kantoorgebouwen enzovoort. Duurzaamheid en ecologie zijn hot, dus energiebesparende oplossingen liggen goed in de markt, zoals isolatiematerialen, zonnepanelen en ventilatiesystemen.



FOTONICA

Duitsland draait mee aan de wereldtop in industriële lasers, lithografische optica en beeldverwerking. Voor buitenlandse bedrijven liggen er zakenkansen in onder meer medische technologie, biotech en productietechnologie.



MARC STRUYVELT, VLEV IN BERLIJN

Verantwoordelijk voor: Berlijn, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Voorpommeren, Nedersaksen, Saksen, Saksen-Anhalt, Sleeswijk-Holstein en Thüringen

—
“Bremen en Hamburg zijn belangrijke logistieke centra voor de handel met Oost- en Noord-Europa. Maar het epicentrum van mijn werkgebied is uiteraard de hoofdstad Berlijn. Naast een creatieve hotspot is deze metropool een magneet geworden voor start-ups. Nergens in het land worden zoveel nieuwe bedrijven opgestart als in Berlijn. In de ‘nieuwe’ deelstaten wordt dan weer volop ingezet op onderzoek en ontwikkeling en nieuwe technologieën.”



BART BOSCHMANS, VLEV IN STUTTART

Verantwoordelijk voor: Baden-Württemberg en Beieren

—
“De zuidelijke deelstaten vormen twee krachtige economische motoren en zijn zeer internationaal georiënteerd. Farmaceutica, voertuigen, machines en elektronica zijn de belangrijkste exportgoederen. In München en Stuttgart vind je bio-, nano- en milieutechnologie, net zoals e-health en lucht- en ruimtevaart. Beieren en Baden-Württemberg zijn bovendien octrooienkampioenen op wereldvlak.”



VOEDING

De voedingsindustrie is de op twee na grootste industrietak. De detailhandel is het belangrijkste afzetkanaal, maar food-services winnen terrein. Bio staat sterk in Duitsland maar is streng gereguleerd.



CREATIEVE INDUSTRIE

Naast designmekka Keulen is Berlijn dé creatieve hotspot van het land. De nadruk ligt er op mode, media en film. Net zoals elders in de wereld is gaming een van de snelst groeiende branches binnen de creatieve industrie.



HEALTHCARE

Infusiesets, katheters, pacemakers, röntgenapparatuur, medische instrumenten, laboratoriumdiagnostiek ... Door de sterke vergrijzing zit de markt van medische hulpmiddelen stevig in de lift. Maar ook in de medische technologie liggen volop kansen voor buitenlandse bedrijven.



CLEANTECH

De Atomausstieg tegen 2022 gaf een boost aan de stroomopwekking uit wind- en zonne-energie, waterkracht en biomassa. Op het vlak van zonne-energie is Duitsland trouwens koploper op wereldvlak. Buitenlandse spelers met innovatieve oplossingen in waterzuivering, ecodesign, energieopslag of slimme net-infrastructuur komen zeker aan de bak.

DE DUITSE MARKT IN 5 TRENDS

OVER ONZE TOEXPORTBESTEMMING KUNNEN WE BOEKEN SCHRIJVEN. MAAR BIJ WIE KUNNEN WE BETER TERECHT DAN ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGERS IN KEULEN, BERLIJN EN STUTTGART VOOR MEER INZICHT IN DE HEDENDAAGSE TRENDS BINNEN DE DUITSE ECONOMIE? TIJD VOOR EEN GESPREK OVER VEELEISENDE CONSUMENTEN, SLIMME FABRIEKEN, EEN VERGRIJZENDE NATIE EN EEN MOEIZAME ENERGIEWENDE.

TREND 1: CONSUMENT HINKELT TUSSEN GROEN EN GOEDKOOP

Met zijn ruim 80 miljoen inwoners en verschillende metropolen lijkt het alsof er voor exporteurs van consumentenproducten een enorme afzetmarkt ligt te lonken. Tot op zekere hoogte klopt dat ook, al maakt zeker niet elk product een kans in deze verzadigde en veeleisende markt. De Duitse consument denkt groen en wil topkwaliteit, maar tegelijk blijft prijs een van de belangrijkste aankoopcriteria als hij zijn winkelkar vult.

VEELEISEND PUBLIEK

Marc Struyvelt: "Duitsers zijn vrij loyale kopers, buitengewoon kritisch op kwaliteitsvlak én bijzonder prijsbewust. Ter illustratie: de grote retailspelers beschikken samen over 24.000 filialen, waarvan maar liefst 16.000 discounters. Bovendien zijn er nog altijd aanzienlijke verschillen in koopkracht tussen de regio's. In Berlijn en de oostelijke deelstaten liggen de lonen gevoelig lager dan in Noord-Rijnland-Westfalen, bijvoorbeeld."

Katharina Desmet: "Verschillende grote retailers hebben hun hoofdzetel en aankoopcentrale in Noord-Rijnland-Westfalen. Behalve langs die centrales kan je de markt bottom-up benaderen via zelfstandige uitbaters van een of meerdere filialen van een specifieke keten. Wie met zijn premiumproduct het segment van de voedingspecialzaken wil aanspreken, doet er goed aan om in te zetten op ambachtelijkheid, authenticiteit en innovatie. Zo is de Duitse consument gevoelig voor producten met een lager suikergehalte en andere gezonde alternatieven."

BIO GAAT CONVENTIONEEL

Katharina Desmet: "Tegelijk is Duitsland binnen Europa de grootste markt voor biologische voedingsproducten en steeds meer landbouwers zetten er de stap naar biologische teelt-

methodes. De omzet van bioproducten neemt jaar na jaar toe. In 2018 klokte die af op bijna 11 miljard euro, een stijging van 5,5%. Ook het aandeel van bio in de totale voedingsmarkt neemt stelselmatig toe. Al bijna 5,3% in 2018, dat is opmerkelijk meer dan in ons land. Door die stijgende populariteit liggen bioproducten tegenwoordig alsmear vaker in conventionele warenhuizen. Daardoor wordt prijs ook binnen het bio-segment een doorslaggevend argument. De biosupermarkten voelen deze concurrentie, maar vooral onafhankelijke reform-

winkels – de pioniers van destijds – krijgen het lastig. Naast bio vinden trouwens ook steeds meer veganistische producten hun weg naar het winkelschap, al is hun aandeel nog vrij beperkt."

DUURZAAM OVER DE HELE LIJN

Katharina Desmet: "*VerpackG*, de nieuwe verpakingswetgeving die begin dit jaar van kracht werd, wil het gebruik van verpakkingen reduceren en de recycleer-

baarheid ervan verhogen. De nieuwe wet legt de verantwoordelijkheid van zowel de primaire verkoopverpakking als de secundaire serviceverpakkingen en het vulmateriaal bij de *Erstinverkehrbringer*. Retailers hebben in elk geval oor naar innovatieve verpakkingsmethodes met minder afval."

Bart Boschmans: "De Duitse consument is in elk geval een bewuste koper die inzicht wil in de volledige waardeketen van de producten die hij aanschaft. Voedingsmiddelen, maar net zo goed interieurartikelen of kledij. In de b2b-context geldt dit principe trouwens evenzeer: duurzaamheid – de bewuste *Nachhaltigkeit* – is een belangrijke pijler van de bedrijfsvoering. Focus dus niet alleen op economische argumenten als je je Duitse zakenpartner wil overtuigen van je product of dienst, maar besteed ook voldoende aandacht aan sociale en ecologische aspecten."

OOK IN HET BIOSEGMENT WORDT PRIJS STEEDS MEER EEN DOORSLAGGEVEND ARGUMENT

KATHARINA DESMET,
VLEV IN KEULEN



TESTIMONIAL **1** YUMMY BAKERY

SARA GELDHOF Sales & Marketing Director

Zoet, hartig of bio: bij het familiebedrijf Yummy Bakery uit Brugge rollen er al decennialang uitsluitend pannenkoeken van de band. Het bedrijf was jaren geleden actief in de Duitse markt, maar daar kwam abrupt een einde aan. Vandaag proberen ze opnieuw om deze interessante afzetmarkt aan te boren.

“DOOR DE DIOXINECRISIS VERLOOR ONZE KLANT ZIJN VERTROUWEN”

Sales & Marketing Director **Sara Geldhof**: “Vanaf 1997 waren we actief in Duitsland. We verdeelden er onze artisanale Brugse pannenkoeken via een grote retailspeler. Maar toen de dioxinecrisis in het voorjaar van 1999 losbarstte, verloor onze klant zijn vertrouwen in Belgische voedingsproducten. Ook met ons verbrak hij van de ene dag op de andere de samenwerking. Een zware dobber, maar tegelijk evenzeer het startschot voor ons om te onderzoeken of we biologisch konden produceren.”

VEELBELOVENDE ACTIES

Vandaag zijn de Bruggelingen in eigen land de grootste producent van biopannenkoeken. Hun producten gaan in verschillende omringende landen over de toonbank. Omdat de volumes overal in de lift zitten, investeerde het familiebedrijf de voorbije jaren in extra productiecapaciteit. Sara Geldhof: “Alleen Duitsland bleef een blinde vlek,

op enkele acties met supermarktketen Lidl na. Al waren die wel veelbelovend. Dus het zou mooi zijn, mochten we er stilaan opnieuw voet aan de grond kunnen krijgen.”

BEWUSTE CONSUMENTEN

Yummy Bakery stelde zijn biologische pannenkoeken al voor op BioFach in Nürnberg, het symposium Feines Essen + Trinken staat nog op het programma. Om op te vallen in het grote aanbod namen de pannenkoekenbakers zelfs een sterrenchef in de arm om enkele recepten samen te stellen. Sara Geldhof: “Opnieuw minstens een retailer kunnen beleveren is de ambitie. We verwachten vooral veel van ons biogamma, omdat de consumenten er erg bewust met voeding omspringen. Food is een enorme afzetmarkt, maar qua volumes kunnen we dit zeker aan met ons nieuwe machinepark.”

“DE GROTE VOEDINGSBEURZEN
TREKKEN EEN HEEL DIVERS
INTERNATIONAAL PUBLIEK
AAN. JE KOMT ER DUS NIET
ALLEEN IN CONTACT MET DUITSE
RETAILERS, ZE ZIJN DE IDEALE
PLEK OM JE EUROPESE NETWERK
TE VERSTEVIGEN.”

TREND 2: INTELLIGENTE FABRIEKEN KRIJGEN VORM

Duitsland is wereldleider in machinebouw en elektrotechniek. Naast een aantal multinationals als Siemens en Bosch telt de sector talloze *hidden champions* in heel specifieke niches. Net zoals elders in Europa is de digitale transformatie er volop aan de gang in de machinebouw. Maar de digitale infrastructuur is op veel plaatsen niet top. Dat speelt de Duitsers parten om echt werk te maken van de vierde industriële revolutie.

DE WIEG VAN INDUSTRIE 4.0

Bart Boschmans: "Nochtans was het bondskanselier Merkel zelf die in 2011 het begrip Industrie 4.0 lanceerde op de Hannover Messe, een van de leidende vakbeurzen op wereldvlak voor industriële technologie. De Duitse maakindustrie zou de omslag maken naar zogeheten *smart factories*. In zo'n intelligente fabriek zitten innovatieve digitale techno-

logieën verweven in productie en logistiek zodat het hele proces kostenefficiënter, flexibeler en duurzamer kan worden georganiseerd."

INNOVATIE INKOPEN

Bart Boschmans: "Het Internet of Things, integratie van cobots in de productie, Artificiële Intelligentie, Additive Manufacturing ... Voor de grote jongens kent Industrie 4.0 al geen geheimen meer. De voorbije jaren bouwden verschillende Duitse machinebouwers een zogeheten *showcase factory* waar ze de principes van Industrie 4.0 toepassen en demonstreren.

Marc Struyvelt: "Voor Vlaamse technologiestart-ups biedt Industrie 4.0 flink wat kansen. Duitse multinationals staan op de uitkijk voor innovatieve technologieën die ze in eigen

TESTIMONIAL 2 ML6

JULIE SCHERPENSEEL Business Developer

Sinds vorige herfst heeft ML6 een vestiging in Berlijn. Voor de Gentse specialisten in machinelearning zijn de vele Duitse ingenieursbedrijven de gedroomde afzetmarkt. De scale-up volgde zijn partner Google en hoopt in de Duitse hoofdstad aansluiting te vinden bij de ontelbare technologiestarters.

"IN DE BERLIJNSE START-UPCOMMUNITY LIGT EEN ENORME OPPORTUNITEIT VOOR MACHINELEARNING"

Julie Scherpenseel, Business Developer: "ML6 zag het licht in 2013 en is gespecialiseerd in machinelearning, een deelgebied van de artificiële intelligentie. Onze AI-oplossingen vinden hun toepassing in een brede waaier van sectoren, van e-commerce over finance tot de maakindustrie. Pas je machinelearning bijvoorbeeld toe in productieprocessen, dan til je ze naar een hoger niveau op het vlak van energiezuinigheid, veiligheid, kwaliteitscontrole ... Zo ontwikkelden we al systemen waarbij een computer camerabeelden scant om automatisch schade te detecteren."

OPGEPIKT DOOR GOOGLE

"In eigen land zijn we reeds enkele jaren *preferred partner* van Google voor machinelearning. Maar in de Duitse hoofdstad was Google nog op zoek naar zo'n partnerbedrijf. ML6

werd daarom uitgenodigd op een van hun Masterclasses om een workshop te geven. Dat is zo goed verlopen, dat ze met ons in zee wilden als partner voor de Duitse markt. We schoten meteen in actie en richtten een GmbH (vennootschap met beperkte aansprakelijkheid) op in Berlijn."

DYNAMISCHE STARTERSVIBE

"Dat de hoofdstad onze eerste uitvalsbasis werd, is niet zo toevallig. Het is een broedplaats van technologiestarters. Er heerst een innovatieve, dynamische vibe, dus voor ons is dat een ideale habitat. Nog een troef: Berlijn is heel internationaal georiënteerd, waardoor je er makkelijker wegkomt met je Engels dan in pakweg München.

Daarnaast ligt er in die Berlijnse start-upcommunity een enorme opportuniteit voor onze oplossingen. Machinelearning is namelijk voor vele digitale start-ups en scale-ups de *next step* in productontwikkeling en met deze *digital natives* zitten we heel snel op dezelfde golflengte. We zijn dan ook heel ambitieus: tegen eind dit jaar willen we in onze Duitse vestiging van een naar tien medewerkers klimmen. Het moet een volledig zelfstandig kantoor worden met eigen businessdevelopers en technici."

WIL JE EEN GMBH OPRICHTEN? HOU REKENING MET EEN ZWARE ADMINISTRatieve PROCEDURE DIE FLINK WAT TIJD IN BESLAG NEEMT. BOVENDIEN MOETEN ALLE DOCUMENTEN VERTAALD WORDEN NAAR HET DUIJS. MOET HET ECHT SNEL GAAN, DAN BEHOORT OOK HET KOPEN VAN EEN GMBH TOT DE MOGELIJKHEDEN.



INDUSTRY 4.0

land niet kunnen inkopen. Maar ook onze productiebedrijven zelf kunnen zeker een graantje meepikken. Op voorwaarde dat ze iets in de schaal kunnen leggen waar de concurrentie niet aan kan tippen. Een uniek productkenmerk, bijvoorbeeld, maar net zo goed korte levertijden, maatwerk of componenten in kleine oplages.”

BEHOUDSGEZINDE MIDDENMOOT

Bart Boschmans: “Voor de Duitse overheid is de uitdaging echter om de grote groep van *Mittelständische Industrie* mee te krijgen in de digitale revolutie. Die productiebedrijven excelleren in hun vakgebied, maar ze hebben niet altijd de skills in huis om nieuwe technologieën te integreren in hun bestaande processen. Bovendien zet hun behoudsgezindheid een rem op innovatie. De Duitse overheid organiseerde daarom al bewustmakingsprogramma’s en pilootprojecten om hen over de streep te trekken. In dat opzicht wordt vanuit de Duitse maakindustrie met aandacht gekeken naar de verwezenlijkingen van het Factories of the Future-programma van Agoria en Sirris in ons land.”

BIJBENEN MET INFRASTRUCTUUR

Katharina Desmet: “Typerend voor die middelgrote productiebedrijven is dat ze met hun hoofdkwartieren erg verspreid zitten over het land. In economische centra, maar net zo goed in landelijke gemeentes. Ze hebben familiale roots in de streek en houden er hun hoofdzetel, ook al zijn ze globaal actief en draaien ze mee aan de wereldtop. Die sterke geografische spreiding vereist specifieke aandacht op digitaliseringsvlak. De telecominfrastructuur, bijvoorbeeld, is nog niet overal op het niveau dat de ondernemingen wensen.”

Bart Boschmans: “Het infrastructuurprobleem beperkt zich trouwens niet tot snelle dataverbindingen alleen. Ook veel auto-, spoor- en waterwegen zijn verouderd en hebben dringend een update nodig. De Duitse overheid krijgt op dat vlak veel kritiek te slikken. Ze zou te veel aan budgetsanering doen en te weinig investeren in grote infrastructuurwerken. De voorbije jaren werd hiervoor een verhoogd uitgavenpakket goedgekeurd, maar de bouwsector vindt dat nog altijd ontoereikend om de lange lijst van noodzakelijke werven aan te pakken. Duitsland staat geboekstaafd als ingenieursland. Maar om die reputatie hoog te houden, zullen ze de komende jaren een tandje moeten bijsteken.”

DE DUITSE MAAKINDUSTRIE
KIJKT MET AANDACHT NAAR DE
VERWEZENLIJINGEN VAN HET
FACTORIES OF THE FUTURE-
PROGRAMMA VAN AGORIA EN
SIRRIIS.

BART BOSCHMANS,
VLEV IN STUTTART

TREND 3: DATAREVOLUTIE IN DE AUTOBRANCHE

De automobielproductie met al zijn toeleveranciers blijft dé industriële groeimotor van het land. Veel constructeurs – Daimler, Porsche, BMW, Audi, Opel ... – zitten geconcentreerd in de zuidelijke deelstaten Baden-Württemberg en Hessen. Al zijn er met Ford en Volkswagen ook belangrijke hubs in Noord-Rijnland-Westfalen en Nedersaksen. En ook de oostelijke deelstaten Saksen en Thüringen hebben enkele productiesites. Maar hoe toonaangevend ze nog altijd is, de branche staat voor pittige uitdagingen. De komende 10 jaar zal ze wellicht meer veranderen dan de voorbije eeuw.

DIESELAFFAIRE LAAT SPOREN NA

Bart Boschmans: “De Duitse autobouw heeft enkele woelige jaren achter de rug. Allereerst zindert de dieselaflaire nog serieus na. Het zo gerenommeerde Made in Germany-label liep er een serieuze deuk door op. Verder wordt dieselrijden in steeds meer landen afgestraft en toenemende internationale handelsspanningen dreigen een domper te zetten op de uitvoer.

En dan is er nog de omschakeling naar elektromobiliteit en autonoom rijden, waar de Duitse autobouwers een achterstand goed te maken hebben ten opzichte van de VS en China. Vijf jaar geleden propageerde Duitsland nog een miljoen elektrische voertuigen op de wegen te willen hebben tegen 2020. Maar Angela Merkel borg die ambitieuze doelstelling twee jaar geleden weer op wegen onhaalbaar.”

CONSORTIA OVER SECTOREN HEEN

Bart Boschmans: “De Duitse auto-industrie heeft lang geteerd op haar ingenieurskunde. Maar om haar leiderschap te behouden, moet ze nu de digitale switch maken. Want de auto van de toekomst is een smartphone op wielen. Wie toegang heeft tot alle data, heeft de markt in handen. Stilaan begint dan ook het besef te komen dat de klassieke autobouwers die omwenteling niet alleen aankunnen.

Daarom worden er consortia opgericht tussen constructeurs enerzijds en spelers uit elektrotechniek en IT anderzijds: Daimler en Bosch, bijvoorbeeld, of BMW en Intel. Eeuwige rivalen Daimler en BMW kondigden recent zelfs aan om samen ontwikkelingen te doen op het vlak van zelfrijdende voertuigen. Tot voor kort was dat gewoon ondenkbaar.”

Marc Struyvelt: “Ook Porsche, lang erg sceptisch tegenover autonoom rijden, investeert er nu fors in met een gespecialiseerd ontwikkelingscentrum in Berlijn. Opvallend is trouwens dat de automobielenindustrie voor zijn digitale labs wel vaker neerstrijkt in de hoofdstad. Ze hopen er mee te surfen op de creativiteit en de innovatiekracht van de starterscommunity en het jonge, internationale publiek.”

DE AUTO VAN DE TOEKOMST IS EEN SMARTPHONE OP WIELEN. WIE TOEGANG HEEFT TOT ALLE DATA, HEEFT DE MARKT IN HANDEN.

BART BOSCHMANS,
VLEV IN STUTTGART





Het Leuvense ICsense zag het licht in 2004 als universiteitsspin-off en is vandaag een van de grootste chipontwikkelaars van Europa. Een tweetal jaar geleden kwam het bedrijf – als dochter van het Duitse TDK-Micronas – in handen van het Japanse TDK. Al vanaf het prille begin werkt ICsense in opdracht van de Duitse automobiel- en maakindustrie.

“DE AUTOMOBIELSECTOR IS ZOEKENDE, NET ZOALS DE CONSUMENT TROUWENS”

Medestichter **Wim Claes**: “Dat Duitsers een leverancier in eigen land verkiezen boven een buitenlandse? Die indruk hebben wij nooit gehad. Een Duitstalige contactpersoon als voorwaarde om het project aan ons te gunnen, dat maakten we wél al mee.” ICsense ontwikkelt chips op maat die onder meer temperatuur, positie, stromen of spanningen opmeten en vertalen. De automobielsector is een grote afnemer van dit soort sensoren. Ze vinden er hun toepassing in securitysystemen, klimaatcontrole, batterijmanagement van elektromotoren, stuurwielen en gaspedalen van zelfrijdende voertuigen enzovoort.

INPIKKEN OP NIEUWE TRENDS

Wim Claes: “De auto-industrie is goed voor 60% van onze chipprojecten. We merken dat de Duitse automobielsector vandaag zoekende is, net zoals de consument trouwens. De constructeurs hebben lang gewacht om op nieuwe trends als elektrisch of autonoom rijden in te pikken. Die achterstand moeten ze nu inhalen. Maar hun productieapparaat blijft zonder meer indrukwekkend en superefficiënt, wat hen een concurrentieel voordeel biedt.”

GEEN CATALOGUSPRODUCTEN

ICsense werkte in het verleden met twee lokale agenten voor de Duitse markt, maar heeft die strategie laten varen. Wim Claes: “Onze producten koop je niet uit een catalogus, elke ontwikkeling is uniek en ontstaat in dialoog met onze klant. Van een tussenpersoon kan je niet verlangen dat hij al die technische knowhow in huis heeft. Het gevolg: de agenten speelden vooral doorgeefluik, maar wisten het kaf niet van het koren te scheiden. Net zoals in de beginjaren trekken we nog geregeld naar beurzen binnen onze niche. In Duitsland blijven vakbeurzen namelijk een belangrijke ontmoetingsplek voor de industrie.”

NEEM DE TIJD OM HET CONTRACT TOT IN DE KLEINSTE DETAILS DOOR TE NEMEN. JE DUITSE ZAKENPARTNER ZAL ER LANG OVER DOEN OM DE DEAL TE SLUITEN. MAAR EENS DIE HORDE GENOMEN IS, IS HIJ ERG LOYAAL.

INNOVATIEVE MOBILITEITSCONCEPTEN

Bart Boschmans: “Heel deze omwenteling wordt gedreven door innovatieve technologieën, materialen en toepassingen. Binnen de Duitse automotive liggen er dan ook kansen voor spelers in energie- en/of brandstofbesparing, lichtgewichtmaterialen, batterijtechnologie, laadinfrastructuur, sensortechnologie ... Of die innovatieve mobiliteitsconcepten kunnen binnenbrengen, zoals ook spelers à la Amazon, Apple of Google doen. Zij zetten hun geld in op mobiliteitsdiensten als robot-taxi's of carsharing in plaats van op carrosserie.”



TREND 4: VERGRIJZING DOET HEALTHCARE BOOMEN

Een combinatie van sterke vergrijzing – 4 op 10 zal 60 jaar of ouder zijn tegen 2040 – en een laag geboortecijfer zetten de Duitse arbeidsmarkt steeds zwaarder onder druk. In sommige regio's is de tewerkstellingsgraad bijna absoluut en zet het nijpende tekort aan technisch geschoolde krachten een rem op de industriële groei. Tegelijk biedt de verouderende bevolking nieuwe kansen: de healthcaresector is booming business.

BEVOLKINGSGROEI VS. TALENTSCHAARSTE

Katharina Desmet: "Hoewel de vergrijzing zich overal doorzet, zijn er toch opmerkelijke verschillen tussen deelstaten. In staten die economisch sterk staan – zoals Noord-Rijnland-Westfalen en de hoofdstedelijke regio – neemt de bevolking nog toe, andere deelstaten zijn daar dan weer het slachtoffer van. Op veel plaatsen is er hoe dan ook een groot gebrek aan geschoolde profielen: technici, verpleegkundigen, ICT'ers, ingenieurs ... Grote internationale bedrijven lossen dat deels op door via hun buitenlandse filialen te rekruteren, voor de zorgsector ligt dat uiteraard een stuk moeilijker."

BEDRIJF OVER TE NEMEN

Marc Struyvelt: "De hoofdstedelijke regio heeft een jonge bevolking en een aanzienlijke instroom uit het buitenland. Maar in de oostelijke staten zet de vergrijzing zich wel degelijk door en daar tekent zich een opmerkelijk fenomeen af. Veel bedrijven werden er meteen na de Wende opgericht door twintigers en dertigers, maar die staan nu massaal voor hun pensioen. Die ondernemers zoeken nu opvolging of zetten hun zaak te koop."

TESTIMONIAL **4** FamilyEye SYLVIE DE SMET CEO

Het detectiesysteem van FamilyEye brengt mantelzorgers of het personeel van de zorginstelling automatisch op de hoogte wanneer een persoon met een zorgbehoefte valt of bij een plotse verandering in zijn vaste leefpatroon. In eigen land is de oplossing al op de markt en nu zet de Gentse start-up zijn eerste stappen in de Duitse zorgsector.

"BERLIJN IS NAAR MIJN GEVOEL HET SILICON VALLEY VAN WEST-EUROPA"

CEO en stichter Sylvie De Smet: "FamilyEye werkt met een sensor in elke kamer die via algoritmes een val detecteert of het leefpatroon van de bewoner in kaart brengt. Treedt er een plotse verandering op, dan gaat er automatisch een alarmbelletje af bij de opgegeven contactpersonen. Bij een val, wanneer er op het vaste uur van ontwaken geen beweging is, bij veelvuldig opstaan 's nachts ..."

GROTE ZORGGROEPEN AAN ZET

65-plussers zijn de belangrijkste doelgroep van FamilyEye. Met de snel vergrijzende bevolking in West-Europa is er dus nog een enorm onontgonnen potentieel voor deze technologische oplossing. Sylvie De Smet: "In Duitsland gaat de vergrijzing nog 3 keer sneller dan in eigen land. Omgerekend is dat 6 miljoen mensen die vandaag al in aanmerking komen voor FamilyEye. Daarom is dit voor ons veruit de interessantste Europese afzetmarkt."





DE HOOFDSTEDELIJKE REGIO HEEFT EEN JONGE BEVOLKING EN EEN AANZIENLIJKE INSTROOM UIT HET BUITENLAND.

MARC STRUYVELT,
VLEV IN BERLIJN

De CEO is dan ook volop bezig met de analyse van de Duitse healthcare: "Die zit helemaal anders in elkaar dan in eigen land. De woonzorgsector wordt er bijvoorbeeld gedomineerd door grote, internationale privéspelers. Ook het zorgverzekeringsstelsel is niet te vergelijken met het onze. Verder tast ik de mogelijkheden af voor franchising en staan er een aantal pilootprojecten in de steigers. Die eerste referenties hebben we nodig om de markt te kunnen overtuigen van ons kunnen."

PRIVACYGEVOELIG PUBLIEK

Voor FamilyEye is Berlijn de geknipte uitvalsbasis om de Duitse markt en omliggende landen te benaderen. Sylvie De Smet: "De Duitse hoofdstad is naar mijn gevoel het Silicon Valley van West-Europa en er heerst een echt ondernemersklimaat. Vorig najaar maakte ik er drie maanden deel uit van een incubatorprogramma. Dat was de ideale manier om mijn lokale netwerk uit te breiden en de markt af te tasten."

Ook met de Duitse kritische blik heeft FamilyEye intussen ervaring: "Uiteraard krijgen we veel vragen over privacybescherming. Duitsers springen daar heel bewust mee om. En dat is positief, want ook voor FamilyEye is databescherming het hoogste goed. Het is aan ons om te bewijzen dat we de gecapteerde data van de momentopnames alleen inzetten binnen onze eigen zelflerende algoritmes.

EEN INCUBATORPROGRAMMA IS DE IDEALE MANIER OM JE NETWERK UIT TE BREIDEN EN DE MARKT AF TE TASTEN.

DIGITALISERINGSGOLF IN DE ZORG

Katharina Desmet: "Net zoals in ons land zijn er in de Duitse healthcare heel wat samenwerkingsverbanden tussen onderzoeksinstituten en bedrijven. Samen zoeken ze naar manieren om via innovatie en digitalisering concrete oplossingen te vinden voor de uitdagingen in de gezondheidszorg. Zo leidt het Fraunhofer Institute het project *Krankenhaus der Zukunft* en onderzoekstrajecten in het kader van *Digitization in health-care*. Voor innovatieve technologiespelers liggen vooral kansen in de concrete implementatie van deze bevindingen."

BANG VOOR DATALEKKEN

Bart Boschmans: "Let wel: Duitsers zijn heel bang dat hun persoonlijke gegevens misbruikt zouden worden. Ze zullen elke app of toepassing onder de loep nemen om te checken of er voldoende aandacht is besteed aan gegevensbescherming. Vorige lente werd trouwens de nieuwe Datenschutz-Grundverordnung van kracht, waarin de GDPR wordt toegepast.



TREND 5: ENERGIEWENDE MET VALLEN EN OPSTAAN

HET SAMENGAAN VAN ECONOMISCHE, ECOLOGISCHE EN SOCIALE DOELSTELLINGEN VORMT HET FUNDAMENT VAN DE DUITSE BEDRIJFSCULTUUR. IN HET KADER VAN DIE *NACHHALTIGHEIT* BESLISTEN DE DUITSERS NA DE KERNRAMP IN HET JAPANESE FUKUSHIMA OM TEGEN 2022 VOLLEDIG UIT KERNENERGIE TE STAPPEN. MAAR DAT GAAT NIET ZONDER SLAG OF STOOT.

PIONIERS IN DUURZAME ENERGIE

Bart Boschmans: "Op het vlak van hernieuwbare energie spelen de Duitsers al decennialang een voortrekkersrol. Vandaag komt 38% van de stroom van duurzame energiebronnen: zonneparken, windinstallaties op zee en op het land, waterkrachtcentrales en biomassa-installaties. Bovendien gaven verschillende grote energiebedrijven aan dat ze resoluut de kaart van hernieuwbare energie willen trekken. Alleen blijkt dat niet zo evident: de vraag naar elektriciteit blijft stijgen en de Duitse stroomprijzen zijn vandaag al hoger dan elders in Europa."

MOEILIJK BALANCEREN

Katharina Desmet: "Ondanks de vele investeringen in hernieuwbare energie, is de Duitse industrie in sommige deelstaten nog steeds sterk afhankelijk van fossiele brandstoffen. Ook dat is het rechtstreekse gevolg van de sluiting van de kerncentrales. Zo zorgt de bruinkoolontginning ervoor dat de energiebevoorrading van Noord-Rijnland-Westfalen gegarandeerd is. Daarbovenop is het een belangrijke economische activiteit, goed voor duizenden arbeidsplaatsen. Kortom, het is lastig balanceren tussen ecologie en economie. Toch is ook de *Kohleausstieg* een feit: de mijnen moet ten laatste in 2038 dicht. De getroffen deelstaten zullen een substantiële financiële compensatie ontvangen."





AMBITIES IN OFFSHORE WINDENERGIE

Marc Struyvelt: "Los daarvan liggen er natuurlijk heel wat opportuniteiten voor buitenlandse expertise in hernieuwbare energie. Onder meer onze knowhow in offshore windenergie wordt sterk gewaardeerd en de Belgian Offshore Cluster is hier actief. De Duitsers hebben immers ambitieuze doelstellingen vooropgezet rond energiewinning op de Noord- en de Oostzee. Verder liggen zeker opportuniteiten in ecodesign, energieopslag, recyclage, waterbehandeling enzovoort."

SHOWCASEPROJECTEN

Katharina Desmet: "Binnen het energievraagstuk gaat verder veel aandacht naar de ontwikkeling en implementatie van nieuwe technologieën rond hernieuwbare energie en efficiënter energieverbruik. Binnen het federale SINTEG-programma worden vijf voorbeeldprojecten opgezet in evenveel regio's: windenergie in het noorden, gridsystemen in het zuiden, efficiënte netverknoping van hernieuwbare energiebronnen in Noord-Rijnland-Westfalen, Rijnland-Palts en Saarland ..."

IN SOMMIGE DEELSTATEN IS DE
INDUSTRIE NOG STEEDS STERK
AFHANKELIJK VAN FOSSIELE
BRANDSTOFFEN.

KATHARINA DESMET,
VLEV IN KEULEN



HOE SHOWPAD DE DUITSE MARKT AANPAKT

Op 7 jaar tijd groeide Showpad uit van technologiestart-up tot wereldspeler. Op dezelfde periode ontpopte de eerste verkoopapplicatie zich tot een volwaardig 'sales enablement platform' met een brede waaier aan functionaliteiten op maat van verkopers, hoofdzakelijk in een b2b-context. Enkele kapitaalrondes en overnames later bedient het technologiebedrijf ruim 1200 klanten in zo'n 50 landen wereldwijd. Vorige lente openden de Gentenaars een saleskantoor in München. "De status quo is onze grootste concurrent".

Het digitale salesplatform van Showpad geeft verkopers betere toegang tot presentatiemateriaal, brochures en productinfo, en stelt hen in staat om dat alles makkelijker te presenteren, delen en personaliseren. Het bedrijf mikt hiermee voornamelijk op ondernemingen met een uitgebreide commerciële ploeg en content die regelmatig aangepast moet worden. In de klantenportefeuille van het Gentse technologiebedrijf is een rits sectoren vertegenwoordigd, waarvan chemie en farma, bouw, manufacturing, technologie en finance de belangrijkste zijn. Zo werken ze in Duitsland al geruime tijd samen met chemie-reuzen als Dow Chemical en BASF.

AGENTEN METEN TEMPERATUUR

Ruben Decancq, GTM Enablement Specialist: "Vanaf dag één wilden we onze activiteiten uitbreiden over heel Europa. Op dat moment stond ook Duitsland al op onze verlanglijst. De vele b2b-spelers, van middelgrote familiale bedrijven tot multinationals, zijn namelijk de geknipte afzetmarkt voor onze toepassing. Alleen hadden we toen nog niet de financiële draagkracht voor een lokale vertegenwoordiging. Dus besloten we om de Duitstalige markt te benaderen met een netwerk van agenten."

Vandaag is **Orhan Dayioglu** Business Development Director voor de DACH-regio. Een vijftal jaar geleden beet hij de spits af als agent voor de Duitse markt: "Ik prospec-

DE VELE B2B-SPELERS,
VAN MIDDELGROTE
FAMILIALE BEDRIJVEN TOT
MULTINATIONALS, WAREN
DE GEKNIPT AFZETMARKT
VOOR ONZE TOEPASSING.

RUBEN DECANCQ

teerde in naam van Showpad en speelde de warme leads door naar de verkopers in Gent, zodat zij de deal konden sluiten. Naarmate de zaken beter begonnen te draaien, speurde ik in mijn eigen netwerk ook naar versterking. Eind 2017 stuurde ik een netwerk van vijf agenten aan."

EIGEN KANTOOR IN DIGITALE HUB

Op dat ogenblik stonden er al heel wat ronkende namen op de Duitse klantenlijst van Showpad, maar het ontbrak de Gentenaars aan nabijheid om hen echt op hun wenken te bedienen. De tijd was rijp om te investeren in lokale aanwezigheid.

Jan Dejosse, Head of EMEA Marketing: "Vorige lente openden we ons saleskantoor in de Beierse hoofdstad München. Deze Zuid-Duitse stad is niet alleen interessant om zijn strategische ligging bij de Oostenrijkse en Zwitserse grens, het is ook een belangrijke digitale hub. Onder meer Google, Adobe, Salesforce en Apple hebben er hun uitvalsbasis. Vandaag hebben we er 15 medewerkers, maar verdere uitbreiding is op til. Want met locals die klanten in hun eigen taal verder helpen, maak je echt het verschil."

MINDER FORMEEL

Die eigen taal is meteen een van de grote verschillen met veel andere markten waar het Gentse technologiebedrijf intussen vaste voet aan de grond heeft. **Orhan Dayioglu**: "Engels wordt gedoogd, maar de deuren zwaaien pas echt open wanneer je in het Duits de markt opgaat. Sommige klanten haken zelfs af als je ter plaatse geen juridische entiteit hebt."

HEEL TYPEREND WAS DE
VRAAG VAN ONZE DUITSE
COLLEGA'S NAAR EEN
WEBSITE MET DE .DE-
EXTENSIE.

JAN DEJOSSE

Jan Dejosse: "Daar toon je immers mee dat je niet het zoveelste buitenlandse bedrijf bent dat het een keer probeert, maar dat je vastberaden bent om het te maken in



de Duitse markt. Heel typerend was ook de vraag van onze Duitse collega's naar een website met de .de-extensie. In geen enkele andere exportmarkt kregen we ooit die vraag, we gebruiken wereldwijd de .com-extensie."

Verder was vooral de communicatiestijl wennen voor de Gentenaars. Ruben Decancq: "Bij Showpad zijn we wat lossier in de omgang, een erfenis van onze start-upcultuur. Maar die stijl matcht niet zo goed met de traditionele manier van zakendoen van onze oosterburen. Zowel in e-mailcommunicatie als tijdens meetings gaat het er heel formeel aan toe. Daar hebben we in het begin vaak tegen gezondigd. Al is er wel een kantelpunt dat de klant wat loskomt en de band minder zakelijk wordt. Dat kan je echter onmogelijk aanvoelen van op afstand. Een hechte klantenrelatie en lokale aanwezigheid zijn hiervoor onontbeerlijk."

INSPELEN OP EFFICIËNTIE

Vanuit München bewerkt Showpad vandaag de volledige Duitse markt, maar ideaal is dat niet. Orhan Dayioğlu: "De afstanden zijn immens. Een klant in pakweg Hamburg bedienen vanuit München is minder evident. Daarom zal het zeker niet bij één saleskantoor blijven. Op dit moment liggen er echter nog geen concrete plannen op tafel. Het

DE AFSTANDEN ZIJN
IMMENS. DAAROM ZAL
HET ZEKER NIET BIJ ÉÉN
SALESKANTOOR BLIJVEN.

ORHAN DAYIOĞLU

Ruhrgebied zou voor ons bijvoorbeeld een interessante uitvalsbasis zijn, door de hoge concentratie aan industriële en logistieke spelers."

Qua concurrentie heeft Showpad op vandaag weinig te vrezen. Jan Dejosse: "Sales enablement is een jonge branche, dus de grootste concurrent is voor ons de vastgeroeste gewoonte om op de traditionele, manuele manier te blijven werken. Zeker in Duitsland speelt ons dat parten. We worden er geconfronteerd met zakenpartners die risico's vermijden en ons vanaf het eerste gesprek bestoken met kritische en vaak erg technische vragen. Zo krijgen

we telkens opnieuw gedetailleerde vragen over de GDPR, nergens anders is dat topic zo top-of-mind."

Ruben Decancq: "Duitsers gaan erg bedachtzaam en planmatig tewerk, waardoor de salescyclus gemiddeld langer duurt dan in andere markten. Wat wel weer een voordeel is: met ons platform helpen we verkopers om nog efficiënter te werken, waardoor hun productiviteit stijgt. Dat klinkt hen als muziek in de oren."

3 TIPS VAN SHOWPAD

1. START FORMEEL

- > **ONZE OOSTERBUREN HOUDEN HET GRAAG ZAKELIJK, ZEKER BIJ EEN EERSTE KENNISMAKING. VERWACHT JE OOK VANAF HET EERSTE GESPREK AAN EEN SPERVUUR AAN KRITISCHE OF HEEL TECHNISCHE VRAGEN.**

2. TREK DE DUITSE KAART

- > **INVESTEER IN EEN LOKALE VERTEGENWOORDIGER OF START EEN SALESKANTOOR. PROBEER ZEKER NIET ALLES VANUIT EIGEN LAND TE REGELEN.**

3. WERK RISICOVERLAGEND

- > **ZORG VOOR REFERENTIECASES VAN BEKENDE BEDRIJVEN. HEB JE DIE NOG NIET, LAAT JE POTENTIËLE KLANT JE PRODUCT OF DIENST TESTEN OM ZELF DE MEERWAARDE TE ERVAREN.**

HÉT BEURSMEKKA VAN EUROPA

Of je nu actief bent in voedingsmiddelen, bouwmaterialen of games, Duitsland is de place to be om je aanbod voor te stellen op een vakbeurs of -evenement. Want ondanks de concurrentie van digitale kanalen, blijft de beurssector er springlevend. The Ice Crime Factory tekende in voor de FIT-groepsdeelname aan het symposium Feines Essen + Trinken en de toonaangevende voedingsbeurs Anuga. Het Gentse ijsbedrijf staat op het punt om zijn suikervrije ijsgamma internationaal aan de man te brengen. Vennoten Charles Colle en Peter De Jaeger gaan er de temperatuur opmeten.

Charles Colle: "Na het VK is Duitsland een pioniersmarkt voor gezonde ijsvarianten. Voor ons is het dus logisch om voor onze eerste internationale stappen oostwaarts te kijken. Bovendien hoeven we onze verpakkingen niet aan te passen, want we communiceren in eigen land ook al in de drie landstalen. Al zijn we er ons tegelijk van bewust dat Duitsland allesbehalve een evidente markt is. De consument is er heel prijsbewust en je moet aanzienlijke volumes kunnen garanderen. Bovendien is een afspraak versieren met een van de grote aankoopcentrales een huzarenstukje."

Daarom neemt The Ice Crime Factory in het najaar deel aan de internationale voedingsbeurs Anuga in Keulen, waar de hele Europese voedingssector present tekent. Charles Colle: "We hopen er vooral inkopers te ontmoeten en hen te overtuigen van ons kunnen. Ook voor het symposium Feines Essen + Trinken in mei zijn onze verwachtingen hooggespannen. Omdat Vlaanderen er gastregio is, krijgen 20 Vlaamse producenten het centrale paviljoen ter beschikking om hun speciale voedingswaren voor te stellen en proefsessies te organiseren. Wij maken er onze opwachting met een ijskar met suikervrije minifrisco's op basis van stevia."

WE HOPEN INKOPERS TE ONTMOETEN EN HEN TE OVERTUIGEN VAN ONS KUNNEN.

CHARLES COLLE,
THE ICE CRIME FACTORY



TASTE FLANDERS' FINEST

FEINES ESSEN + TRINKEN

WITH FLANDERS INVESTMENT & TRADE

MAY 9-10, 2019

 Flanders
State of the Art

OP DE AGENDA

BEURSDEELNAME GAMESCOM IN KEULEN

Via FlandersDC en Enterprise Europe Network kan u deelnemen aan deze internationale beurs waar de voltallige gamingwereld verzamelen blaast.

- **Datum:** woensdag 21 tot zondag 25 augustus 2019
- **Locatie:** Keulen
- **Sector:** creatieve industrie, ICT en datatechnologie

Meer informatie? Neem contact op met Natascha Rommens via natascha.rommens@flandersdc.be.

BEURSDEELNAME VOEDINGSBEURS ANUGA IN KEULEN

In de voedings- en drankenindustrie kan u niet om Anuga heen. Trek samen met FIT, Fevia Vlaanderen en VLAM naar de grootste vakbeurs en het belangrijkste ontmoetingspunt voor deze sector.

- **Datum:** zaterdag 5 tot zaterdag 9 oktober 2019
- **Locatie:** Keulen
- **Sector:** voeding en dranken

Meer weten? Neem contact op met Annemieke De Tollenaere van FIT of Koen Van Swijgenhoven van VLAM via annemieke.detollenaere@fitagency.be of koen.vanswijgenhoven@vlam.be.

BEURSDEELNAME BOEKENBEURS FRANKFURTER BUCHMESSE IN FRANKFURT

Voor dit event slaan FIT en Boek.be de handen in elkaar. Netwerk met internationale uitgevers, schrijvers, cultuurliefhebbers en belangrijke spelers uit de creatieve industrie.

- **Datum:** woensdag 16 tot zondag 20 oktober 2019
- **Locatie:** Frankfurt
- **Sector:** creatieve industrie

Voor meer informatie kunt u terecht bij Kurt Vleminckx via kurt.vleminckx@fitagency.be.

GROEPSZAKENREIS AUTOMOTIVE

In samenwerking met Agoria en Flanders Make reist FIT met een delegatie automotivespelers naar Zuid-Duitsland, het hart van de automobielenindustrie. U legt er contact met potentiële partners en klanten, en netwerkt met andere Vlaamse bedrijven en plaatselijke spelers.

- **Datum:** oktober 2019 (onder voorbehoud)
- **Locatie:** Stuttgart
- **Sector:** automotive

BEURSDEELNAME BIO EUROPE IN HAMBURG

In het najaar tekenen FIT en flanders.bio opnieuw present op de herfsteditie van BIO EUROPE, Europa's belangrijkste biotechevent. U maakt er gratis gebruik van de Vlaamse/interregionale onthaalstand met vermelding van uw bedrijfslogo.

- **Datum:** maandag 11 tot woensdag 13 november 2019 (onder voorbehoud)
- **Locatie:** Hamburg
- **Sector:** biotechnologie

BEURSDEELNAME MEDICA IN DÜSSELDORF

Medica is de grootste internationale vakbeurs voor de medische industrie. Samen met Agoria, AWEX, hub.brussels, Flanders Care en Enterprise Europe Network organiseert FIT een groepstand voor Vlaamse bedrijven uit de gezondheidssector.

- **Datum:** maandag 18 november tot donderdag 21 november 2019
- **Locatie:** Düsseldorf
- **Sector:** gezondheid en farma

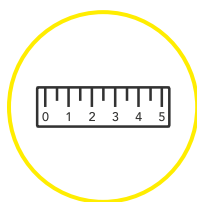
Interesse? De inschrijvingen voor deze acties zijn nog niet opgestart.

Meld u aan via www.flanderstrade.be.

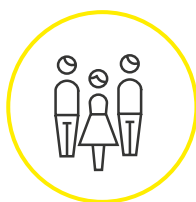
We brengen u op de hoogte zodra inschrijven mogelijk is.

FACTSHEET DUITSLAND

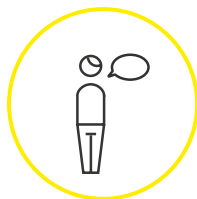
FLANDERSTRADE.BE



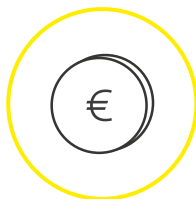
Oppervlakte
357.021 km²



Aantal inwoners
82,3 miljoen (2017)



Officiële taal
Duits



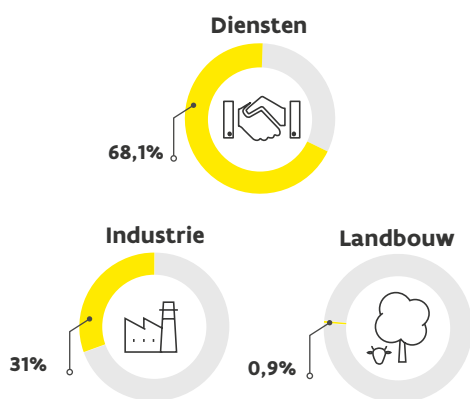
Munteenheid
euro

WEETJE

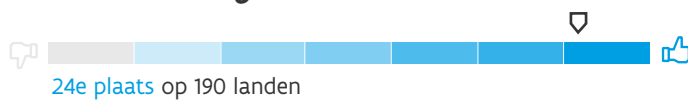


De drie grootste Europese productiebedrijven zijn van Duitse oorsprong: Volkswagen, Daimler en BASF.

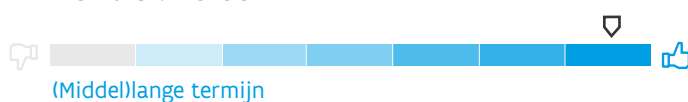
Aandeel economische sectoren in bbp (2017)



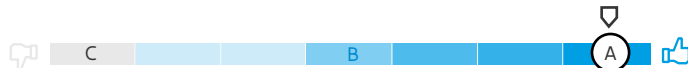
Ease of doing business index



Politiek risico



Commercieel risico (van A tot C)



Top 5 Vlaamse export naar Duitsland

€ 58,9 miljard (2018)

- 23% Organische chemische producten
- 10,3% Voertuigen voor wegtransport
- 9,3% Kunststoffen
- 7,3% Minerale brandstoffen en aardolieproducten
- 6,1% IJzer en staal

Top 5 Vlaamse import uit Duitsland

€ 34,9 miljard (2018)

- 17,8% Voertuigen voor wegtransport
- 11,7% Machines en mechanica
- 7,6% Kunststoffen
- 6,9% Organische chemische producten
- 6,2% Elektr(on)ische apparatuur en componenten

GEREGELD BUNDELEN ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGERS (VLEV'S) DE LOKALE ZAKENOPPORTUNITEITEN IN OVERZICHTELIJKE MARKTSTUDIES.

U KAN ZE ALLEMAAL LEZEN EN DOWNLOADEN OP WWW.FLANDERSTRADE.BE, ONDER DE RUBRIEK 'LANDEN'.

THE TURKISH FOOD AND BEVERAGE SECTOR

Doordat Turkije gezegend is met een gunstig klimaat en goede ecologische omstandigheden voor landbouwproductie, is het land een belangrijke producent van voedingsmiddelen. Zijn export voor voedingsmiddelen en dranken ligt dan ook veel hoger dan hun import. Turkije telt bovendien veel en jonge inwoners en kent een hoge mate van verstedelijking. De interesse in internationale producten die vooral verkocht worden in supermarkten en winkelcentra, zit merkbaar in de lift.

Opportunities voor Vlaamse bedrijven zijn er vooral voor nieuwe producten, alternatieve producten die een gezondere levensstijl promoten en nicheproducten (bv. koffie en mineraalwater). Kom het allemaal te weten in deze studie. Ook krijgt u een beeld van onder meer de regelgeving, retail en voedselverwerkingsindustrie.

DE BIERMARKT IN CANADA

De Canadese markt is niet de makkelijkste om alcoholische dranken naar uit te voeren. Maar als u de juiste kanalen volgt, veel geduld uitoefent en een goede commerciële en vertrouwensrelatie opbouwt met een lokale agent, kan u er mooie verkoopcijfers realiseren. Dat bewijzen de invoerstatistieken van de voorbije jaren. Vooral speciaalbieren worden populairder en de Belgische bieren zijn goed vertegenwoordigd in het aanbod. Bovendien genieten het Belgische bier én onze knowhow goede naam en faam in Canada.

Deze studie beschrijft onder meer: het wettelijke kader waarbinnen bier wordt gecommercialiseerd in Canada. Daarnaast komen ook de handelsbalansen, consumptietrends en markt-evolutie van de laatste jaren aan bod. Ten slotte krijgt u ook een lijst van de belangrijke federaties.

HERNIEUWBARE ENERGIE IN CHILI

Door zijn nood aan onafhankelijke energiebronnen en zijn gunstige klimaat, maakte Chili enkele jaren geleden zijn doelstellingen voor hernieuwbare energie op. Tegen 2025 wil het land dat 20% van zijn energiematrix uit Energías Renovables No Convencionales (ERNC) komt. Deze term dekt zonne-energie, windenergie, biomassa, geothermische energie, oceanische energie en mini-hydraulische energie (tot 20 MW). Toen vorig jaar bleek dat dit met vlag en wimpel zou worden gehaald, bepaalde Chili dat tegen 2040 60% van zijn energienoden uit hernieuwbare energie moet komen, en tegen 2050 70%. Daarvoor zet Chili sterk in op deze niet-conventionele hernieuwbare energiebronnen. Dat opent perspectieven voor Vlaamse bedrijven die knowhow of innovatieve technologieën ter zake aanbieden. Daarom brengt deze marktstudie de Chileense hernieuwbare-energiesector in kaart vanuit de invalshoek van een Vlaams bedrijf, met oog voor opportuniteiten.

THE INDIAN STARTUP ECOSYSTEM

India's Startup Ecosysteem is levendig en mainstream geworden op het vlak van werkgelegenheid, het oplossen van consumentenproblemen en de creatie van producten voor de rest van de wereld. Dat is duidelijk, ook globale investeerders zien dit in. Door het toenemende gemak van zaken doen met India stijgt ook het aantal investeerders in broodnodige maar verwaarloosde gebieden. In deze studie van FIT-Bangalore vindt u onder meer: de huidige situatie van Indiase start-ups, financiering, incubatoren, acceleratoren en investeerders, kansen en opportuniteiten voor Vlaamse bedrijven.

Download alle marktstudies op
www.flanderstrade.be

**LEEuw
VAN DE
EXPORT
2019**



FLANDERS INVESTMENT & TRADE



18E EDITIE **LEEuw** VAN DE **EXPORT**

GEZOCHT: LEEuw VAN DE EXPORT

KENMERKEN: WOONT IN VLAANDEREN, MAAR IS GROTENDEELS IN HET BUITENLAND AAN HET WERK. IS ENERGIEK, CHARISMATISCH EN EEN INTERNATIONALE TOPPER IN ZIJN VAKGEBIED. HEEFT EEN HELDERE EXPORTVISIE EN -STRATEGIE, TREKT DIE DOOR OVER DE HELE LIJN EN IS NIET BANG OM ZE TE VERKONDIGEN. TOT SLOT STAAT OOK DUURZAAMHEID STEVIG OP DE RADAR.

Na 17 edities en uit onze dagelijkse werking bij FIT weten we dat ze talrijk zijn in onze regio: Vlaamse bedrijven die impressionante exportcijfers realiseren. Omdat we dat geweldig blijven vinden én willen stimuleren, bekronen we jaarlijks de strafste exportverhalen. Zo kwamen BOPLAN ('Bedrijven met max. 49 medewerkers') en Biobest ('Bedrijven met 50 of meer medewerkers') in 2018 als winnaars uit de bus na twee juryrondes. Op 22 april start onze zoektocht opnieuw.

Heeft u onze nieuwe Leeuw van de Export gezien, of beter nog: bent u die?

Laat dat dan zeker weten vanaf 22 april via www.leeuwvandeexport.be! Overtuig ons met uw wedstrijdossier dat u de exportkampioen bent die we zo naarstig zoeken.





WIN DE LEEUW VAN DE EXPORT 2019

IN 7 STAPPEN



Stel u kandidaat op www.leeuwvandeexport.be tussen 22 april en 24 mei 2019.



Word geselecteerd als een van de 3 'kleine bedrijven' (max. 49 medewerkers) of 3 'grote bedrijven' (50 of meer medewerkers) op 7 juni 2019.



Haal inspiratie en tips op de infosessie voor de 6 genomineerden op 17 juni 2019.



Presenteer uw bedrijf en exportcijfers in een korte video, de opname is in juli/augustus 2019.



Werk aan een uitgebreider wedstrijdossier en een presentatie, na een gedetailleerde briefing eind juni. Voor het finale dossier is 14 augustus 2019 de deadline.



Geef op 9 september een grandioze presentatie voor de eindjury.



Triomfeer op het podium tijdens de uitreikingsceremonie op 18 september in Limburg. Onze Vlaamse minister-president overhandigt u de felbevochten exporttrofee.



**INSCHRIJVEN VOOR DE
BEKENDMAKING VAN DE LEEUW
VAN DE EXPORT 2019?**

De registraties zijn nog niet gestart, maar via leeuwvandeexport@ftagency.be kan u alvast uw interesse melden.

BREXIT



VAN BREXIT-UITSTEL KOMT GEEN AFSTEL

“VOORBEREIDEN OP HET ERGSTE,
HOPEN OP HET BESTE”

EVEN LEEK EEN HARDE BREXIT VAN DE BAAN. OP 13 MAART STEMDE HET BRITSE PARLEMENT 'NAY' OVER DE KWESTIE OF HET VK DE EU ZONDER AKKOORD MOEST VERLATEN. DE VOLGENDE DAG KLONK HET DAN WEER 'AYE' OP DE VRAAG OF BRITS PREMIER THERESA MAY UITSTEL DIENDE TE VRAGEN AAN EUROPA. EEN POSITIEF SIGNAAL, MAAR DE POLITIEKE MOLEN DRAAIDE VERDER ...

Enkele dagen later probeerde May het echtscheidingsakkoord met de EU voor de derde maal aan het Lagerhuis voor te leggen. Al was dat buiten parlamentsvoorzitter John Bercow gerekend. Aan de overkant van het Kanaal boog de Europese Raad zich intussen over het verzoek van de Britse premier om het beruchte artikel 50 te verlengen. Uitstel kreeg ze, maar minder dan gehoopt. Keuren de Britse parlementsleden het

akkoord alsnog goed, dan treedt het VK pas op **22 mei** uit de EU. Gebeurt dat niet, dan ligt de deadline al op **12 april**.

Dat de brexit-ontwikkelingen moeilijk bij te benen zijn, is zacht uitgedrukt. Net voor het ter perse gaan van deze Wereldwijs, vroegen we **Hans De Backer** – de nieuwe brexit-coördinator van Flanders Investment & Trade – naar een laatste stand van zaken.

VOORWAARDELIJK UITSTEL

De vroegst mogelijke datum voor de brexit ligt nu op 12 april. Waarom die dag?

Hans De Backer: "De keuze voor 12 april is geen toeval. Uiterlijk op die datum moeten de Britten laten weten of ze deelnemen aan de Europese parlementsverkiezingen – een scenario dat aan beide kanten van het Kanaal op weinig bijval kan rekenen. Wel betekent dit voorwaardelijke uitstel dat een harde brexit nog steeds tot de opties behoort. Ten vroegste vanaf 13 april komen er dan douaneformaliteiten. Voorbereiden op het ergste en hopen op het beste blijft dus de beste ingesteldheid. Ook nu loont het nog om stocks aan te leggen in het VK en je administratie voor te bereiden op de talrijke formaliteiten aan de grensovergang bij een no-dealscenario."

INVOERTARIEVEN BEKEND

De onzekerheid speelt bedrijven almaar meer parten. Wat ligt intussen wel vast?

Hans De Backer: "Midden maart hebben de Britten bekendgemaakt welke importtarieven ze zullen hanteren bij een harde brexit. Voor 87% van de goederen gelden nultarieven, maar voor de overige 13% worden Vlaamse bedrijven wél met importheffingen geconfronteerd. Het gaat om afgewerkte voertuigen en bepaalde voedings- en textielproducten, maar ook om keramische producten, mest- en brandstoffen. Bedrijven in deze sectoren hebben er alle baat bij de importtarieven te checken op de website van de Britse overheid en ze in te calculeren in hun financiële analyses en prognoses."

DIVERSIFICATIE ESSENTIEEL

Stel, de Britten gooien het alsnog op een akkoord met de EU. Zijn de voorbereidingen van bedrijven op een harde brexit dan voor niets geweest?

Hans De Backer: "Absoluut niet! Bij een akkoord komt er een overgangperiode. Tot 31 december 2020 zullen de Britten dan nog deel uitmaken van de douane-unie en de interne markt. Hoewel Vlaamse exporteurs tot die datum geen extra douaneformaliteiten moeten vervullen, kunnen er in die periode wel andere problemen opduiken, bijvoorbeeld op het vlak van normering en certificering."

Wie zich voorbereidde op een harde brexit, maakte bovendien al een groot deel van zijn huiswerk om verdere markten buiten de EU aan te boren. Je export diversifiëren blijft de slimste zet – ook voor kmo's. Want zelfs na een zachte brexit zal het VK een andere markt worden met nieuwe handelsovereenkomsten, tarieven enzovoort. Wel moet je bedrijf klaar zijn voor exportdiversificatie. Idealiter kan je product of dienst al bogen op een succesvol parcours in nabije markten, en je hebt een waterdicht exportplan nodig. Onder meer de adviseurs en financiële steun van VLAIO en FIT kunnen je daarbij op weg helpen."

ONTDEK ONS BREXIT-ADVIES VAN A TOT Z

Surf naar www.brexitready.be en download onze gids 'Are you Brexit ready?'. Inmiddels kreeg onze brexit-website ruim 20.000 bezoekers over de vloer en deden meer dan 17.500 Vlaamse bedrijven de Brexit Impact Scan. Met praktische vragen kan u aankloppen bij de Brexit Helpdesk via brexit@fitagency.be.

GETUIGENIS

"NET OP TIJD EEN BUFFERSTOCK AANGELEGD"

Chocolademaker Guylian exporteert zijn lekkernijen naar ruim 100 landen. Ook naar het VK. "De Britse markt is goed voor 15% van onze exportomzet", zegt managing director Mieke Callebaut. "Al sinds het referendum in 2016 voelen we de impact van de brexit. Door de onzekerheid houdt de Britse consument zich in. Bovendien kreeg de koers van het pond een fikse knauw, wat onze cijfers niet ten goede komt."

Bij de pralineproducent houden ze dan ook hun hart vast. "Uiteraard hopen we op een zachte brexit, waarbij het VK lid blijft van de douane-unie. Dan hoeven we geen importtarieven door te rekenen en houdt de vraag naar onze chocolade wellicht aan."

ADMINISTRATIEF VOORBEREID

Maar een harde brexit loert nog steeds om de hoek. "De bijbehorende chaos zal de bedrijfswereeld handenvol geld kosten. Gelukkig hebben we ook een Britse vestiging met lokale medewerkers. We blijven dus gespaard van de administratieve malle-molen met arbeidskaarten en verblijfsvergunningen. En dankzij onze exportervaring buiten de EU hebben we een grondige kennis van douane-administratie."

BUFFER VOORZIEN

Toch neemt Guylian het zekere voor het onzekere. "Enkele maanden geleden legden we een bufferstock aan. Net op tijd, zo bleek. Want vandaag is amper nog opslagruimte beschikbaar. Dankzij die voorraad kunnen we enkele maanden overbruggen. Een essentiële maatregel, want met Pasen in aantocht, staat een drukke periode voor de deur. Ook zullen we extra transporteurs inschakelen. Zo hopen we bij oponthoud aan de grens toch tijdig onze grote klanten te kunnen bevoorraden."

KOERSSCHOMMELINGEN

Bij een harde brexit is het voor Guylian vooral afwachten wat het Britse pond zal doen. "Gaat de munt na de brexit in vrije val, dan moeten we die forse koersdaling incasseren. De commerciële onderhandelingen met onze retailpartners beloven dan lastig te worden."

VEROVER DE WERELD

DE AGENDA VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEND VLAANDEREN

EIND 2016 LANCEERDE DE VLAAMSE OVERHEID ONDER DE NOEMER 'VLAANDEREN VERSNELT!' HAAR INTERNATIONALISERINGSTRATEGIE VOOR DE PERIODE 2017-2021. DE DOELSTELLINGEN? MINDER BELEMMERINGEN VOOR BEDRIJVEN, EEN FOCUS OP 5 AFGEBAKENDE DOMEINEN – VAN VOEDING TOT CIRCULAIRE ECONOMIE – EN MEER INTERNATIONALISERING DOOR EEN BETERE BEGELEIDING. OM DIE AMBITIE KRACHT BIJ TE ZETTEN, KUNNEN VLAAMSE ONDERNEMERS VANAF APRIL 2019 TERECHT OP EEN UNIEKE WEBSITE VOOR HET UITSTIPPELEN VAN HUN INTERNATIONALE AGENDA.



Creative solutions for a complex world

We are part of the solution



Niet minder dan 150 economische partners, bedrijven en kennisinstellingen sloegen enkele jaren geleden de handen in elkaar om een internationaal groeiplan voor Vlaanderen op te stellen. "Bij velen onder hen rees de vraag naar een centraal platform voor alle relevante acties en events", zegt Sam Abosi, projectbeheerder bij 'Vlaanderen versnelt!'. "Met het project 'Verover de wereld' – www.veroverdewereld.be – hebben we de ideale oplossing gevonden. Zo kunnen internationale ondernemers voortaan nog een versnelling hoger schakelen."

TRANSPARANTE DIENSTVERLENING

Sam Abosi: "Als coördinator van 'Vlaanderen versnelt!' heeft FIT al langer een jaarlijkse agenda voor zijn acties en events. In het Actieprogramma vinden internationale ondernemers snel hun gading en komen ook de structurele partners aan bod, maar er zijn uiteraard nog organisaties met een aantrekkelijk aanbod. Het gevolg: je ziet al snel door de bomen het bos niet meer. Een online zoektocht leidt je van de ene naar de andere website. Dat kan beter, was de algemene consensus. Door alle acties te verzamelen op een website willen we een zo volledig mogelijk overzicht creëren voor alle betrokkenen."

VAN NIEUWPOORT TOT BRAZILIË

Sam Abosi: "Het platform 'Verover de Wereld' zal zowel binnenlandse als buitenlandse acties en events bevatten van verscheidene partnerorganisaties. De hoofdvereiste? Ze moeten internationaal ondernemen voor Vlaamse ondernemers bevorderen. Zo plaatsen we evengoed een lezing in Nieuwpoort over zakendoen in Peking op de agenda als een groepszakenreis naar Rio de Janeiro. De gebruikers van het platform zullen de agenda kunnen ordenen volgens vier filters: datum, land, sector en type event. Met andere woorden, of je nu op zoek bent naar alle internationale acties rond de automotive-industrie of enkel de Duitse agenda wil raadplegen, via 'Verover de wereld' krijg je razendsnel de gewenste resultaten."

IEDEREEN OP DEZELFDE LIJN

Onder het goedkeurend oog van Vlaams minister-president Geert Bourgeois en met de steun van het Europese Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) en het Hermesfonds, versterkt 'Vlaanderen versnelt!' zijn digitale dienstverlening. "Onze regio leeft van het internationaal ondernemen. Zo breken de exportcijfers jaar na jaar records. En als een van de meest geglobaliseerde regio's ter wereld moeten we onze concurrentiepositie veiligstellen", besluit Sam Abosi. "De nieuwe website is een logische stap in dat proces."

**OP ZOEK NAAR EEN GESCHIKT
EVENT OM UW ONDERNEMING OP
DE KAART TE ZETTEN?**

Bekijk het volledige aanbod vanaf nu via www.veroverdewereld.be.





ENTERPRISE EUROPE NETWORK



BEREID U VOOR OP DE NIEUWE EUROPESE REGELS VOOR MEDISCHE HULPMIDDELEN EN IN-VITRODIAGNOSTIEK

IN MEI 2017 KEURDE DE EUROPESE COMMISSIE NIEUWE VERORDENINGEN ROND MEDISCHE HULPMIDDELEN (MDR) EN IN-VITRODIAGNOSTIEK (IVDR) GOED. DE OVERGANGSPERIODES VOOR BEIDE VERORDENINGEN BELANDEN INTUSSEN IN EEN LAATSTE FASE: VANAF RESPECTIEVELIJK 26 MEI 2020 EN 26 MEI 2022 GELDEN DE NIEUWE REGELS. START DAAROM TIJDIG MET DE VOORBEREIDINGEN. WERELDWIJS ZET DE BELANGRIJKSTE WIJZIGINGEN OP EEN RIJ.



Advies voor uw onderneming binnen handbereik



De EU-markt telt meer dan 500.000 verschillende soorten medische hulpmiddelen en medische hulpmiddelen voor in-vitrodiagnostiek. Met de wijzigingen laat de Europese overheid de EU-wetgeving nu beter aansluiten op technische innovaties en wetenschappelijke ontwikkelingen in beide domeinen. Zo vergroot de veiligheid van patiënten, wordt de medische dienstverlening transparanter en krijgen medische spelers een gelijk speelveld.

MEDISCHE HULPMIDDELEN (MDR)

Over welke hulpmiddelen gaat het?

De regeling geldt voor alle medische hulpmiddelen, onder meer contactlenzen, röntgenapparatuur, pacemakers, borst-implantaten, kunstheupen en kleeftpleisters.

Wat verandert er vanaf 26 mei 2020?

De productie van kwalitatieve, veilige en betrouwbare medische hulpmiddelen staat centraal. De nieuwe verordening neemt dan ook geen wettelijke vereisten weg, maar voegt er toe in het huidige systeem.

De belangrijkste zijn daarbij:

- Hulpmiddelen met een **HOOG RISICO**, waaronder implanta-ten, mogen niet meer in de omloop komen zonder uitdrukkelijke goedkeuring van een Europees expertenteam.
- Alle medische producten en diensten die **ONLINE** of op afstand worden aangeboden, vallen binnenkort ook onder de nieuwe wetgeving.
- Verplichte **UNIEKE IDENTIFICATIECODES** maken het binnenkort mogelijk alle hulpmiddelen op te sporen via een Europese databank (Eudamed).
- Niet-gereguleerde **ESTHETISCHE PRODUCTEN**, zoals contactlenzen zonder zichtcorrectie, maken ook deel uit van de regelgeving.
- Meer controle op **KLINISCHE PROEVEN** moet de veiligheid van patiënten garanderen.
- Fabrikanten blijven ook na de marktintrede **AANSPRAKELIJK** voor de goede werking van de medische hulpmiddelen.
- De EU-landen gaan beter **SAMENWERKEN** op het gebied van markttoezicht.

HOE VOORBEREIDEN?

U doet er goed aan nu al rekening te houden met de nieuwe context.

Wacht daarom niet met deze 6 stappen:

1. Deel al uw producten in volgens de nieuwe risicogroepen.
2. Ga na of uw medische hulpmiddelen voldoen aan de strengere eisen voor klinische evaluatie.
3. Update indien nodig uw systeem voor kwaliteitsmanagement en risicomanagement.
4. Stel een technisch dossier op dat aantoont dat uw product aan alle eisen voldoet.
5. Voorzie een systeem voor blijvende productcontrole na de marktintrede.
6. Ontwerp een actieplan voor terugname van defecte producten.

MEDISCHE HULPMIDDELEN VOOR IN-VITRODIAGNOSTIEK (IVDR)

Over welke hulpmiddelen gaat het?

Medische hulpmiddelen voor in-vitrodiagnostiek worden gebruikt om tests uit te voeren op monsters en omvatten onder meer hiv-bloedtests, zwangerschapstests en controlesystemen voor de bloedsuikerspiegel van diabetici.

Wat verandert er vanaf 26 mei 2022?

Ook hier vooral strengere regels. Zo zorgt een nieuw risico-analysesysteem ervoor dat ongeveer 85% van de hulpmiddelen controle zal moeten ondergaan door een erkende externe organisatie. Daarnaast moeten fabrikanten meer klinisch bewijsmateriaal voorleggen om een medische CE-markering te krijgen.

Hoe voorbereiden?

U heeft nog 3 jaar om de nieuwe verordeningen toe te passen. Bent u graag goed voorbereid, neem dan het stappenplan voor medische hulpmiddelen door.

KOM NAAR DE DAG VAN DE CE-MARKERING!

Niet alleen medische hulpmiddelen, maar ook heel wat andere producten die in de Europese Economische Ruimte (EER) worden geproduceerd of verhandeld, moeten een CE-markering dragen: van bouwproducten over speelgoed tot meetinstrumenten. Dit label toont immers aan dat een product voldoet aan de Europese eisen op het gebied van veiligheid, gezondheid en milieu.

De afgelopen jaren zijn de criteria voor verschillende productgroepen aangepast. Mee zijn met de nieuwste regels is cruciaal voor wie actief is op de Europese markt. Op **29 APRIL 2019** organiseert Enterprise Europe Network Vlaanderen daarom de dag van de CE-markering in het **ELEWIJT BUSINESS CENTER** in Elewijt.

MEER WETEN?

Nem contact op met Pascal Verheye van het Enterprise Europe Network Vlaanderen via 02 209 27 38 of pascal.verheye@vlaio.be.

EHBIO

ELKE MAAND SCHIJNEN WE UITGEBREIDER ONS LICHT OVER EEN VRAAG UIT ONZE GIDS '101 VEELGESTELDE VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN'.

EERSTE HULP BIJ INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

HOE PAKT U HET
BESTE WANBETALERS
BUITEN DE EU AAN?

DOE EEN BEROEP OP
INTERNATIONALE
INCASSOBUREAUS

INTRUM, DE EUROPESE MARKTLEIDER IN 'FINANCIAL CUSTOMER CARE', HEEFT DE HANDEN VOL MET AANVRAGEN VAN VLAAMSE EXPORTEURS OM NIET-BETAALDE FACTUREN TE INNEN. TUSSEN 2008 EN 2018 STEEG HET AANTAL NIET-EUROPESE INVORDERINGSDOSSIEREN MET 400%. "DANKZIJ ONS WERELDWIJDE NETWERK IS DE KANS OP BETALING VAAK GROTER DAN WANNEER ONDERNEMERS HET HEFT IN EIGEN HANDEN NEMEN", ZEGT **GUY VAN MULLEM**, MANAGER KMO EN MARKETING BIJ INTRUM. "BOVENDIEN HOUDEN WE ZO HUN KLANTENRELATIES INTACT."

Export vanuit Vlaanderen zit al geruime tijd in de lift: jaar na jaar sneuvelen de recordcijfers. "De keerzijde van de medaille is dat ook het aantal niet-betaalde facturen stijgt", verklaart Guy Van Mullem. "Niet toevallig vertegenwoordigen onze buurlanden daarbij de grootste stapels dossiers. We exporteren immers meer naar Nederland, Frankrijk en Duitsland dan naar Israël of Peru. In dat geval kunnen internationale ondernemers rekenen op een aantal beschermingsinstrumenten, zoals het Europese betalingsbevel of een procedure voor geringe invorderingen, maar bij wanbetalers buiten de EU liggen de kaarten anders."

WERELDWIJD NETWERK

"De 5 grootste obstakels om facturen in verre exportbestemmingen te innen, zijn: taalbarrières, culturele eigenheden, tijdsverschillen, andere valuta's en – vooral – lokale wetgevingen. Dan kan een financiële dienstverlener een welkome partner zijn", zegt Guy Van Mullem. Vaak werken deze organisaties met een uitgebreid netwerk van vertegenwoordigers die de taal beheersen en de lokale wetten en gewoontes goed kennen,

terwijl de schuldeisers een uniek aanspreekpunt in Vlaanderen hebben. Guy Van Mullem: "Het belang van klantenrelaties komt daarbij op de eerste plaats. Een schuldinvordering is immers een delicate aangelegenheid."

PROCEDURE ALS LAATSTE STAP

"De best mogelijke uitkomst van elk dossier is een minnelijke schikking. Dat lukt in het merendeel van de gevallen ook. We nemen contact op met de wanbetalers via mail of telefoon en gaan indien nodig ter plaatse. Dat laatste is vooral in minder ontwikkelde regio's een succesvolle strategie of een laatste redmiddel om grote bedragen te innen in andere exportbestemmingen. Pas als dat niet lukt, gaan we over tot een gerechtelijke procedure", licht Guy Van Mullem toe.

Heel wat incassobureaus volgen daarbij het 'no cure, no pay'-principe. Gaan klanten over tot betaling, dan hangt de commissie af van een aantal factoren zoals het land waar de wanbetaler zich bevindt, de 'ouderdom' van de factuur, het type klant (b2b of b2c) en het bedrag van de factuur.

**BETER VOORKOMEN
DAN GENEZEN!**

**EXPERT
GUY VAN MULLEM GEEFT
5 TIPS
OM WANBETALINGEN
TE VERMIJDEN**

1

WEET MET WIE U ZAKEN DOET

"Licht uw zakenpartners goed door. Schakel externe organisaties – zoals FIT – in voor een screening en vraag bij twijfel een kredietrapport op. Doe dat bovendien op geregelde tijdstippen. Zo houdt u stevast de vinger aan de pols."

2

ZET ALLES OP PAPIER

"In sommige landen zijn mondelinge afspraken nog heel gebruikelijk. Zorg ervoor dat u altijd uw belangrijkste handelsparameters (prijs, leveringstermijn ...) schriftelijk vastlegt."

3

STUUR TIJDIG UW FACTUREN

"Maak hiervan een maandelijkse topprioriteit. Doet u dat niet, dan geeft u impliciet aan dat ook de betaling op zich mag laten wachten. Hetzelfde geldt voor eventuele aanmaningen zodra de betalingstermijn is verstreken."

4

**VERWIJS NAAR DE
ALGEMENE VOORWAARDEN**

"Dit is noodzakelijk om uw facturen rechtsgeldig te maken, maar zo geeft u ook subtiel aan dat er voorwaarden zijn en dat u bereid bent deze in te roepen in geval van wanbetaling"

5

**LAAT DE BEDRAGEN NIET
TORENHOOG OPLOPEN**

"Vat de koe meteen bij de horens en vermijd buitensporige optelsommen van nalatigheidsinteressen. Overweeg ook om uw leveringen stop te zetten tot de betalingen in orde zijn."



**HEEFT U INTUSSEN
NOG VRAGEN OVER
INTERNATIONAAL
ONDERNEMEN?**

Download onze Leidraad voor Internationaal Ondernemen '101 veelgestelde vragen over internationaal ondernemen' via www.flanders-investmentandtrade.be/nl/publicaties.

KALENDER

CONTACTDAGEN

1 ARGENTINIË, BOLIVIA, BRAZILIË, CHILI, ECUADOR, MEXICO, PARAGUAY, PERU

8 tot en met 15 mei 2019

Kortrijk, Antwerpen, Gent, Hasselt en Leuven

INSCHRIJVEN? Tot en met 13 mei 2019 op
www.flanderstrade.be

2 COLOMBIA, CUBA, PANAMA EN URUGUAY

13 tot en met 15 mei 2019

Brussel

INSCHRIJVEN? Tot en met 13 mei 2019 op
www.flanderstrade.be

BEURSDEELNAME

5 TAIPEI FOOD

Taipei

19 tot en met 22 juni 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 1 juni op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Linda Huybrecht op +32 2 504 88 37 of
linda.huybrecht@fitagency.be

6 MAKS

Moskou

27 augustus tot en met 1 september 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 15 april op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Jan Huysentruyt op +32 2 504 88 06 of
jan.huysentruyt@fitagency.be

7 THE HOTEL SHOW

Dubai

27 augustus tot en met 1 september 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 25 mei op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Hilda Debie op +32 2 504 88 90 of
hilda.debie@fitagency.be

8 ADIPEC

Abu Dhabi

11 tot en met 14 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 april op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Frank Baeyens op +32 2 504 88 49 of
frank.baeyens@fitagency.be

9 THE BIG 5

Dubai

25 tot en met 28 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 25 april op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Kurt Vleminckx op +32 2 504 88 03 of
kurt.vleminckx@fitagency.be

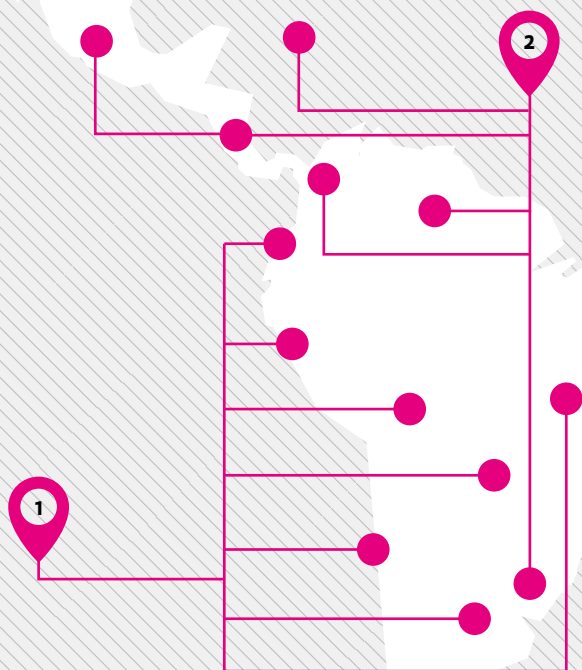
10 WIND EUROPE OFFSHORE

Kopenhagen

26 tot en met 28 november 2019

INSCHRIJVEN? Tot en met 30 april op
www.flanderstrade.be

CONTACT? Frank Baeyens op +32 2 504 88 49 of
frank.baeyens@fitagency.be



10

INSCHRIJVEN?

www.flanderstrade.be

6

VRAGEN OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN?

STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

Antwerpen > 03 260 87 22 – antwerpen@fitagency.be

Limburg > 011 29 20 80 – limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen > 09 276 19 30 – oostvlaanderen@fitagency.be

Vlaams-Brabant > 016 66 56 00 – vlaamsbrabant@fitagency.be

West-Vlaanderen > 050 24 74 10 – westvlaanderen@fitagency.be

7

9

8

5

UITGELICHT

GROEPSZAKENREIS

Multisectorale groepszakenreis Nigeria, i.s.m. UGent

15 tot en met 20 november 2019

Nigeria is de grootste economie van sub-Sahara Afrika en telt een kwart van zijn inwoners, zo'n 200 miljoen. De huidige economische groei wordt gedreven door de industrie (mijn- en maakindustrie) en de dienstensector, niet zozeer door de extractie van fossiele brandstoffen. Zo is het bnp verdeeld: 50% diensten, 22% landbouw, 10% olie.

Waarom een samenwerking met het Ghent Africa Platform (GAP) van de Universiteit Gent?

Gezien het bestaande Afrika-platform (www.africaplatform.ugent.be), de vele onderzoeks- en onderwijsprojecten in Afrika en de actieve outreach naar bedrijven is UGent de aangewezen partner. Vanwege de grote expertise op het vlak van landbouw, voedselveiligheid, de voedselverwerkende nijverheid en de logistieke omgeving (waardeketen, transport, distributie en export enz.) spitst de samenwerking tussen FIT en GAP zich vooral hierop toe. Maar de zending en de voorbereidende seminars staan open voor alle sectoren.

Wat mag u verwachten?

Het voorbereidende seminarie aan de Universiteit Gent op 14 juni mikt op academici, onderzoeksinstituten, ngo's en onderne-

mingen. Op 18 juni krijgen bedrijven op het netwerkevent met academici, ngo's en bedrijven werkzaam in West-Afrika meer informatie over het zakenklimaat, de financieringsmogelijkheden en de praktische modaliteiten van de zending. Deze opdeling is niet strikt, u kiest.

De groepszakenreis bezoekt zowel de economische hoofdstad Lagos als de politieke hoofdstad Abuja. In beide steden worden b2b-afspraken, meetings met stakeholders en netwerkevenementen georganiseerd. Ook staan er in Abuja meetings met de overheid en multilaterale organisaties op de agenda. Parallel zullen Vlaamse onderwijs- en onderzoeksinstituten hun knowhow kenbaar maken aan de lokale Nigeriaanse actoren. Daar kunnen deelnemende Vlaamse ondernemingen op inspelen.

INSCHRIJVEN? Tot begin juni op www.flanderstrade.be (seminarie Brussel) en www.africaplatform.ugent.be (netwerkevent Gent); inschrijvingen voor de zending worden eind mei opgestart op www.flanderstrade.be – onder voorwaarden zijn er subsidies mogelijk voor kmo's

CONTACT? Johan Malin op +32 2 504 57 58 of johan.malin@fitagency.be; Annelies Verdoolaege op +32 9 264 83 73 of gap@UGent.be



Vlaanderen

is internationaal
ondernemen

INTERNATIONALE PLANNEN VOOR UW ONDERNEMING ?

Bestel dan het boekje
**'101 veelgestelde vragen
over internationaal ondernemen'**.
De inhoud is to-the-point en handig
voor elk bedrijf dat zich vragen stelt
over exporteren en ondernemen
in het buitenland.

U kan het gratis bestellen op
www.flanderstrade.be



**101 VEELGESTELDE VRAGEN
OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN**
Leidraad voor Internationaal Ondernemen
Flanders Investment & Trade

> DE BESTSELLER
TO SELL BETTER
IN HET BUITENLAND