

# Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Augustus 2013 nr. 55

**Medec Benelux en  
H.Essers winnen  
Leeuw van de  
Export 2013**

- 4 **Noorwegen**: een moeilijke markt?
- 8 Radar
- 10 En de Leeuw van de Export 2013 is... **Medec Benelux!**
- 13 Exportleeuw **H.Essers** toont trots zijn tanden
- 16 In beeld: **Leeuw van de Export 2013**
- 20 Injectie van **Vlaamse knowhow**  
voor **Russische gezondheidszorg**
- 22 **ConhIT**, tussen e-health en Vlaamse ambitie
- 23 Vlaamse kmo's zoomen in  
op **Azië**
- 25 FIT opent de weg naar **Transport Logistic**
- 27 Deals sluiten in **Latijns-Amerika**
- 28 Vertrek
- 30 "De **ideale opstap** voor een internationale carrière"
- 31 De aantrekkingskracht van **Hasselt**



Wereldwijs is een uitgave van  
 **Flanders Investment & Trade**  
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen

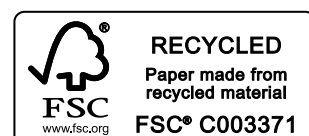
**Flanders Investment & Trade**  
Gaucheretstraat 90  
1030 Brussel  
T 02 504 87 11  
www.flandersinvestmentandtrade.com  
wereldwijs@fitagency.com

 [www.linkedin.com/groups](http://www.linkedin.com/groups)  
 [twitter.com/fitagency](http://twitter.com/fitagency)

**Verantwoordelijke uitgever:** Claire Tillekaerts.  
**Eindredactie:** Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.  
**Hoofdreductie:** Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.  
**Foto's:** FIT, Wolters-Softstop en Bart Lasuy.  
**Lay-out en druk:** Vanden Broeue Graphic Communications.

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](mailto:wereldwijs@fitagency.be) met uw adresgegevens.





## Beste lezer,

Omdat Wereldwijs in juli een korte adempauze inlast, lijkt het alweer even geleden. Toch staat 18 juni nog vers in het geheugen geprent, al zeker bij onze nieuwe Leeuwen van de Export. De strijd om de titel van exportkoning was spannend, omdat de zes finalisten absoluut aan elkaar gewaagd waren.

In dit nummer leest u een gesprek met de twee winnaars: Medec Benelux in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers', en H.Essers in de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'. Ik wil hen in naam van FIT nogmaals feliciteren. Ook de andere vier genomineerden – Brouwerij L. Huyghe, Vermeiren Princeps, ADB en Punch Powertrain – bedanken we hartelijk voor hun deelname en we wensen hen nog veel mooie internationale successen.

Gewoonlijk maakt Vlaams minister-president Kris Peeters de winnaars bekend, maar een geblokkeerde autosnelweg besliste daar dit jaar anders over. Herman Reynders, gouverneur van Limburg, en Christ'l Joris, voorzitter van onze raad van bestuur, sprongen in. En ze deden dat met verve. Ook hen wil ik oprecht bedanken.

Deze twaalfde editie van de Leeuw van Export gaat onze geschiedenisboeken in als de warmste ooit. De temperaturen klommen tot boven de 30°C. Toch weerhield dat de ruim zevenhonderd aanwezigen niet om na de prijsuitreiking uitvoerig te netwerken. IJzer moeten we volgens het spreekwoord smeden als het heet is.

Volgend jaar strijkt de Leeuw van de Export neer in de Oost-Vlaamse hoofdstad Gent. We hopen u daar minstens even talrijk te mogen verwelkomen.

Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade





# Noorwegen: een moeilijke markt?

De opportuniteiten zijn legio, maar voorwaarden gelden

Bij de jaarlijkse rangschikking van landen naar welvaart en welzijn eindigt Noorwegen steevast hoog. De plaatselijke levensstandaard torent boven die van het grootste deel van de wereld uit en de inwoners worden er in de watten gelegd. Bovendien wonen de Noren te midden van ongerepte natuur die doorgaans met superlatieven wordt omschreven. Het is er duidelijk heerlijk toeven, maar is het ook een zakelijk walhalla voor buitenlandse ondernemers? Onze handelssecretaris Patricia Van Pouck geeft een insiderkijk op Noorwegen.





Vijftien jaar geleden verhuisde Patricia Van Pouck naar Noorwegen, het geboorteland van haar echtgenoot. Sindsdien ondersteunt, adviseert en informeert ze Vlaamse ondernemers bij hun Noorse internationaliseringsplannen. De zakelijke opportuniteiten zijn er talrijk, maar om die te kunnen verzilveren, gelden enkele voorwaarden.

**Met een groei van 3% in 2012 en dezelfde verwachting dit jaar, doet Noorwegen het stukken beter dan de meeste Europese landen. Wat maakt het verschil?**

**Patricia Van Pouck:** "De aanwezigheid en winning van natuurlijke grondstoffen zoals hout, mineralen en vooral olie en gas. Noorwegen is 's werelds zevende belangrijkste olie-exporteur en derde belangrijkste gasexporteur. De olie- en gasindustrie vormen de ruggengraat van de Noorse economie. Een vierde van de staatsinkomsten komt van de petroleumsector, die een vijfde van het bnp genereert.

**"Alles in Noorwegen stoelt op 'janteloven', de code van het gelijkheidsbeginsel."**

Hoewel de Noorse economie in theorie een kapitalistische markteconomie is, drukt de overheid zwaar haar stempel op de economie. Zo is ze hoofdaandeelhouder van enkele Noorse industriële zwaar-gewichten, zoals Statoil en Norsk Hydro. Ook belangrijke spelers uit de energie- en banksectoren zijn in staatshanden."

**Niet alleen de staatskas vaart wel bij de bloeiende olie- en gasactiviteiten. Ze helpen ook de welvaart te financieren. Hoe werkt dat precies?**

**Patricia Van Pouck:** "Een groot deel van de inkomsten uit de Noorse olie- en gasactiviteiten stopt de overheid in een pensioenfonds, zodat huidige en toekomstige generaties meegenieten. Met dat fonds investeert ze in weinig risicovolle langetermijninvesteringen in sterke bedrijven wereldwijd. Eind juni bedroeg de waarde van het pensioenfonds 541 miljard euro. Elk jaar wordt 4% gebruikt om het staatsbudget aan te zuiveren."

**Een hoge welvaart is niet noodzakelijk synoniem voor een hoog welzijn, al draagt het er wel toe bij. Welke initiatieven neemt de overheid om een hoog welzijn te creëren?**

**Patricia Van Pouck:** "Alles in Noorwegen stoelt op 'janteloven': de code van het gelijkheidsbeginsel. Zo zijn onderwijs en gezondheidszorg volledig gratis. Ook de welvaartsuitkeringen zijn genereus. Moeders krijgen bijvoorbeeld tien maanden betaald ouderschapsverlof, en vaders tien weken. Voor het overige bestaat er geen onderscheid tussen vrouwen en mannen. Bijna de helft van de beroepsbevolking is vrouwelijk en ongeveer een derde van de parlementariërs draagt een rok. Noorwegen was trouwens het eerste land ter wereld dat de verplichte quota voor vrouwelijke bestuursleden invoerde. Sinds 2003 moet 40% van de raad van bestuur bestaan uit vrouwen. Wie die wet met de voeten treedt, mag zich aan zware boetes verwachten.





Boven: Patricia Van Pouck

Voorts is Noorwegen een groot, uitgestrekt land dat toch weinig inwoners telt. Die leven in groene steden waar weinig tot geen milieuvervuiling is en waar monsterfiles en verkeersinfarcten zelden voorkomen.”

### Wat zijn de grootste zakelijke troeven van Noorwegen voor buitenlandse ondernemers?

**Patricia Van Pouck:** “De gunstige economische situatie en positieve groeiprognozes, gekoppeld aan een sterke munt, maken Noorwegen tot een interessante zakenbestemming. Noorwegen importeert veel en de inwoners zijn erg kapitaalkrachtig en vragende partij voor luxe, innovatieve kwaliteitsproducten. Bovendien komt wanbetaling er zelden voor.”

“Vind je een gat in de markt, dan opent de Noorse markt zich en zit je gebeiteld.”

Daartegenover staat de relatief beperkte afzetmarkt: slechts vijf miljoen inwoners. De Vlaamse ondernemer die een prospectiereis plant, moet rekening houden met enorme afstanden tussen de verschillende steden. Wie een wagen huurt ter plaatse, moet extra tijd voorzien om de talrijke bergpassen en diepe fjorden te doorkruisen. De zo geroemde natuur wordt dan een beperking.”

### Wat is de basisvoorwaarde voor succesvol zakendoen in Noorwegen?

**Patricia Van Pouck:** “Noorwegen is een beperkte en erg conservatieve afzetmarkt. Daarom moet je persoonlijk het land bezoeken, om de kansen voor je product goed in te schatten. Daarbovenop zijn Noren bijzonder chauvinistisch. Als ze kunnen kiezen, gaan ze gegarandeerd voor een product van eigen makelij. Tenzij je een gat in de markt vindt: dan opent de Noorse markt zich en zit je gebeiteld.”

### Maken Vlaamse ondernemers een grotere kans in bepaalde sectoren?

**Patricia Van Pouck:** “De opportuniteiten situeren zich zowel in de industrie als in de algemene consumentenmarkt. Toeleveranciers aan de offshore- en maritieme industrie – de twee belangrijkste sectoren van Noorwegen – hebben mooie toekomstperspectieven in dit land. Om dit concreet aan te pakken, raad ik een deelname aan Offshore Northern Seas en Nor-Shipping aan. Beide internationale vakbeurzen vinden plaats in Noorwegen.”

“De olie- en gasindustrie vormen de ruggengraat van de Noorse economie.”

Daarnaast plant de Noorse overheid in de komende tien jaar 68 miljard euro investeringen in het wegen- en spoorwegennet. Vlaamse bouw- en constructiebedrijven kunnen daaraan bijdragen. Ook onze expertise in de gezondheidszorg is welkom in Noorwegen.”

### En waar liggen opportuniteiten in de algemene consumentenmarkt?

**Patricia Van Pouck:** “Alleen kwalitatieve en innovatieve producten zullen er doorbreken. In Noorwegen winkelen consumenten ofwel goedkoop, ofwel high-end. Van een middensegment is bijna geen sprake. Buitenlandse luxeproducten met internationale faam hebben een voetje voor. Die ontdekken ze vaak op reis. Omdat Vlaanderen vooralsnog geen populaire vakantiebestemming is voor Noren, zijn onze producten er weinig bekend en dus onbemind.”

### Hoe zijn de meeste Vlaamse bedrijven actief in Noorwegen?

**Patricia Van Pouck:** “Vooral als exporteur, in samenwerking met een lokale agent of distributeur. Weinigen richten een plaatselijke vestiging op. Een partner vinden is niet zo moeilijk, die lijsten zijn voorhanden, maar hem overtuigen is een pak lastiger. De markt is klein en omdat alleen rond de steden wordt verkocht, zijn snelle resultaten veeleer uitzondering. Heb je de geschikte compagnon gevonden, zorg er dan voor dat het contract alle situaties dekt. Als je wil veranderen, bestaat immers het risico dat de Noren denken dat je de agent of distributeur geen kans geeft. Iedereen kent iedereen, en mensen praten. Voor je het weet, is jouw reputatie om zeep.”

### Waar houden Vlaamse ondernemers beter nog rekening mee als ze de Noorse markt willen betreden?

**Patricia Van Pouck:** “Noorwegen is een geconcentreerde markt, gedomineerd



- Wees op tijd. Noren hechten veel belang aan stiptheid.
- Kom ter plaatse aftasten hoe groot uw slaagkansen zijn.
- Wees doelgericht in een zakelijk gesprek en vermijd smalltalk.



- Breng geen geschenk mee bij een eerste ontmoeting, dat kan een gevoel van omkoperij opwekken.
- Plan geen zakenreis tijdens verlengde weekends, vakantie is heilig en niemand presteert overuren.
- Vergeet niet dat Noorwegen geen deel uitmaakt van de EU. Voor landbouwproducten gelden hoge importkosten, check die vooraf.



door retailketens voor alle soorten producten zoals DIY, huishoudlinnen, schoenen, sanitaire producten, kappers en bakkers. Deze ketens kopen aan via Noorse producenten, via agenten en via rechtstreekse import. Voor nieuwkomers is het aanstellen van een agent wellicht de meest voor de hand liggende manier om de markt te betreden. Wat je vaak ziet, is dat een klein, nieuw concept onmiddellijk wordt overgenomen door een keten. Dat maakt het voor de consument weinig spannend winkelen.”

### Welke zakelijke hordes moeten Vlaamse ondernemers nemen in Noorwegen?

**Patricia Van Pouck:** “Hoewel de jongeren meestal in het buitenland hebben gestudeerd, blijft de Noorse gemeenschap gesloten en chauvinistisch. Check en analyseer de bestaande concurrentie. Is die Noors? Dan wacht je een moeilijk, zo niet onmogelijk traject. Sowieso versier je er alleen een afspraak als ze je product interessant vinden of denken dat het een meerwaarde biedt. Om tot een beslissing te komen, nemen de Noren hun tijd. Aandringen ervaren ze als erg storend.

“Alleen kwalitatieve en innovatieve producten zullen er doorbreken.”

Daartegenover staat een zeer transparante wetgeving. Bovendien beseffen ze dat kwaliteit geld kost, dus over de prijs wordt niet gediscussieerd. Heb je eenmaal voet aan Noorse wal, dan kan je er mooie marges realiseren.”

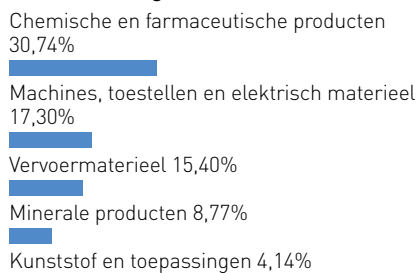
### Tot slot, hoe is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Noorwegen?

**Patricia Van Pouck:** “In 2011 tekende Vlaanderen nog een exportstijging van bijna 26% op naar Noorwegen, maar die

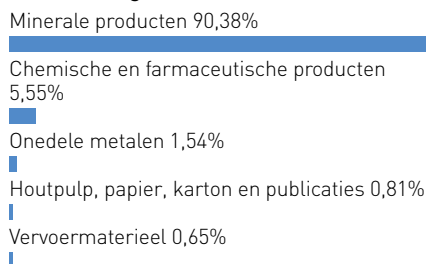
evolutie kon het jaar nadien niet worden voortgezet. Toen exporteerden we voor 1,56 miljard euro naar Noorwegen, een daling van haast 10%. Voor 2013 – we hebben intussen de cijfers voor het eerste kwartaal – ziet het er alvast beter uit. Voorlopig exporteerden we richting Noorwegen opnieuw 14% meer in vergelijking met het eerste kwartaal 2012.

Aan de invoerzijde gaat de Vlaamse import uit Noorwegen de afgelopen drie jaar in stijgende lijn. Wellicht spelen de sterk gestegen energieprijzen een rol. Terwijl we in 2010 voor bijna 3,5 miljard euro invoerden, was dat in 2011 al opgelopen tot ruim 4,5 miljard euro. In 2012 ging ook dat invoerbedrag alweer een pak de hoogte in, tot haast 5,3 miljard euro. Tijdens het eerste kwartaal van 2013 groeide de Vlaamse invoer uit Noorwegen met bijna 200 miljoen euro meer dan in hetzelfde kwartaal vorig jaar, een stijging van ruim 13%.”

#### Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Noorwegen (2012):



#### Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Noorwegen (2012):



#### Factsheet Noorwegen

- **Oppervlakte:** 385.155 km<sup>2</sup>
- **Aantal inwoners:** 5.051.275 (2013)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Oslo:** 963 (2012)
- **Officiële taal:** Noors
- **Munteenheid:** kroon; 1 EUR = 7,9 NOK (juli 2013)
- Weetje: Noorwegen is wereldwijd het meest ontwikkeld op het vlak van digitale media (2013)
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2012)**
  - Landbouw, bosbouw, visserij 2,9%
  - Industrie 41,9%
  - Diensten 55,3%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2012)**
  - VK 25,6%
  - Duitsland 12,6%
  - Nederland 12,0%
  - Frankrijk 6,7%
  - Zweden 6,3%

#### Belangrijkste leveranciers (2012)

- Zweden 13,6%
- Duitsland 12,4%
- China 9,3%
- Denemarken 6,3%
- VK 6,1%

### Wat staat binnenkort op ons programma voor Noorwegen

#### \* Uitnodigingsactie Noorwegen en IJsland – maart 2014

Inkopers uit de gezondheidssector worden in contact gebracht met Vlaamse bedrijven.

#### \* Offshore Northern Seas (ONS) – Stavanger – 25 tot 28 augustus 2014

FIT organiseert opnieuw een groepsstand op deze sterk internationaal georiënteerde vakbeurs.

Meer info vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).

Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) marktstudies uit. Geen zakenopportunity in hun werkterrein ontsnapt aan hun aandacht. Alle naslagwerken kan u lezen en downloaden op onze website [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be), onder de rubriek 'Marktinformatie'.

# Sterk naslagwerk



## Chocolade en suikerwaren in Noorwegen

Deze update van de paper over de Noorse markt voor chocolade en suikerwaren beschrijft kort de marktsituatie. Ook de formaliteiten en kosten voor de invoer van chocolade en suikerwaren worden besproken. Tot slot leest u meer over de Noorse grootdistributie en krijgt u de contactgegevens van de betrokken beroepsfederatie, Noorse producenten en invoerders van chocolade en suikerwaren.



## Gastronomische markt in Duitsland

Deze studie omvat, naast de omkadering van de Duitse gastronomiemarkt, een lijst met adressen van geselecteerde groothandelaars en importeurs. Dat vergemakkelijkt de eerste zoektocht naar potentiële afnemers. Bovendien worden 20 geregistreerde handelsagenten opgesomd.



## Bouwsector in Chili

Na een korte paper over het wettelijk kader van de Chileense bouwsector, bespreekt deze marktstudie de publieke, private en huisvestingssector in Chili. Daarna leest u meer over de verbruiksmaterialen en benodigdheden voor de bouw. Het volgende hoofdstuk belicht de sectorale trends, met een focus op duurzaam bouwen. Waar mogelijk, worden de grootste opportuniteiten vermeld. Zoals gewoonlijk sluit de studie af met de contactgegevens van de belangrijkste vakbeurzen, nuttige (overheids)instanties en de grootste spelers in de Chileense constructiemarkt.





## ➤➤ Nieuwe ICT-sector in Ierland

Ierland is een belangrijk centrum op het gebied van ICT in Europa. En met meer dan 95.000 medewerkers is ICT een sleutelsector voor de Ierse economie. De industrie neemt meer dan een derde van de totale Ierse export voor haar rekening. Veel multinationals hebben er zich gevestigd. Dublin draagt zelfs de titels 'The emerging internet capital of Europe', 'Dublin's silicon dock' of 'Silicon Valley of Europe'. Deze studie geeft een overzicht van deze groeisector en beschrijft de belangrijkste spelers in de verschillende subsectoren.



## ➤➤ Seafood industry in Scotland

Vis en schaaldieren zijn enorm belangrijk voor de Schotse voedselindustrie. 60% van de zeevruchten in Schotland is bestemd voor export. Het relatieve belang van zeefruit is in de afgelopen jaren gedaald. De EU-quota's zijn restrictiever, de vangsten zijn gedaald en vloten zijn uit roulatie genomen. Toch blijft de Schotse visserijsector sterk. In dit verslag ontdekt u de verschillende marktsegmenten, het logistieke proces en de belangrijkste spelers.



## ➤ Zakendoen met de overheid in Frankrijk

In deze beknopte paper geven we een overzicht van de bevoegdheidsverdelingen en nuttige links over zakendoen met de overheden in Frankrijk. Buitenlandse bedrijven ervaren de Franse overheidsaanbestedingen soms als protectionistisch. Toch wordt deze markt, onder meer door de Europese wetgeving en de positieve houding van de Franse overheid, almaar toegankelijker. Om uw product of dienst meer bekendheid te geven, is exposeren op vakbeurzen een goede manier. Zo komt u rechtstreeks in contact met de verantwoordelijke inkoopers van lokale overheden.

## ➤➤ De biermarkt in Québec

Deze studie geeft een overzicht van de markt voor alcoholische dranken in de Canadese provincie Québec. Ook in- en uitvoerstatistieken, trends in de bierconsumptie en adressenlijsten van mogelijke agenten, associaties en de vakpers zijn erin opgenomen.

## ➤➤ Alcoholische dranken in Noorwegen

In deze update van de paper over de Noorse markt voor alcoholische dranken krijgt u een bondig overzicht van de geschiedenis van het alcoholverbruik in Noorwegen. Voorts vindt u er informatie over de marktsituatie en -tendensen, invoertarieven en adressenlijsten van invoerders van alcoholische dranken en licentiehouders.





# En de Leeuw van de Export 2013 is ... Medec Benelux!

Met een adres als de Lion d'Orweg lijkt Medec Benelux wel voorbestemd om de titel Leeuw van de Export te dragen. Maar uiteraard heeft het winnen van onze exportprijs alles te maken met de gedrevenheid, het doorzettingsvermogen, het strategische inzicht en het indrukwekkende trackrecord van deze Aalsterse 'born global'.

Medec Benelux zal zijn ambassadeursrol voor exporterend Vlaanderen met glans vervullen, zoveel is zeker. Dat blijkt al als we de fabrikant van hoogwaardige anesthesieapparatuur kort na de prijsuitreiking een bezoek brengen. In de inkomhal staat de award alvast prominent te blinken.

Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT, sprak er met Kristof Braem, CEO van Medec Benelux.

## Ondeelbare schakel

**Dirk Van Steerteghem:** "Nogmaals gefeliciteerd met de Leeuw van de Export 2013. Hoe smaakt de overwinning?"

"Ondanks onze groei moeten we met dezelfde menselijkheid en flexibiliteit blijven werken."

**Kristof Braem:** "Uitstekend, de vele fijne reacties doen deugd. Ik wil graag benadrukken dat deze overwinning een erkenning is voor het werk en de inzet van iedereen bij Medec Benelux én van onze 93 distributeurs wereldwijd. Onze sterke cijfers zijn immers niet het resultaat van een onemanshow. Ze zijn het gevolg van een hechte teamprestatie, waar elkeen zijn onmisbaar steentje aan bijdraagt."

## Met reuzensprongen

**Dirk Van Steerteghem:** "Medec Benelux was al voor de derde keer genomineerd voor de Leeuw van de Export, onder meer ook vorig jaar. Waarin schulde deze keer het verschil volgens jou?"

**Kristof Braem:** "Bij elke deelname konden we fraaie exportresultaten voorleggen, maar in 2012 hebben we op alle vlakken een stap of – beter nog – vijf stappen vooruit gezet: qua groei, marketing, productbenadering, noem maar op. Ditmaal hebben we ons product veel concreter voorgesteld. Ook kwamen in ons dossier niet alleen de cijfers aan bod, maar ook de mensen. Zo hebben we onder meer onze unieke band met ons distributienetwerk in de verf gezet."

## Geen internationale eendagsvlieg

**Dirk Van Steerteghem:** "Via dat distributienetwerk is Medec Benelux structureel actief in 93 landen. Hoe organiseer je dat?"

**Kristof Braem:** "Per land werken we slechts met één distributeur. Dat is een bewuste strategie, omdat we intensief investeren in zo'n samenwerking. Onze reputatie in dat land staat of valt namelijk met de keuze van de juiste partner. Bovendien moeten we er zorgen voor

de productregistratie en een continue ondersteuning. Dat gaat van onderhoud over verkoop tot klinische bijstand. Maar ook voor onze partners is de investering niet gering, want zij kopen de demonstratiemodellen aan. Daarnaast vertegenwoordigen ze veelal nog andere merken en moeten ze lokaal soms opboksen tegen grotere spelers. De eerste toestellen verkopen in een nieuwe markt, dat is het moeilijkst. Daarna hebben we meestal het vertrouwen gewonnen en kunnen we referenties opbouwen. Het is aan ons om onze distributeurs blijvend te overtuigen en te motiveren. Daarvoor werken we bijzonder nauw samen en onderhouden we geregeld persoonlijk contact."

## Persoonlijk zakendoen

**Dirk Van Steerteghem:** "Die bevologenheid en persoonlijke aanpak zijn ook de jury niet ontgaan. Kunnen jullie dat behouden aan dit groeitempo?"

**Kristof Braem:** "Het wordt zeker een van onze grotere uitdagingen in de toekomst om, ondanks onze groei, toch met dezelfde menselijkheid en flexibiliteit te werken. Bij Medec Benelux vinden we dat allemaal belangrijk. Zo zijn veel distributeurs door de jaren heen echte vrienden geworden. Bij een werkbezoek brengen ze vaak hun gezin mee en breien ze er

**Tip!**  
Voorzie een plan B. Onderhandel met de banken als het goed gaat, niet als je met de rug tegen de muur staat.

enkele dagen vakantie aan.

Ook onze klantenservice mag geen log, rigide systeem worden. Als bijvoorbeeld een elektronische printer na twee jaar uitvalt zonder dat de klant daar een hand in had, dan herstellen we die kosteloos, zelfs al is de garantietermijn verstreken. Klantentevredenheid blijft een prioriteit. Daarom zegt een klant die in totaal al vijftig toestellen heeft gekocht, meer dan een klant die er ineens vijftig bestelt. In het laatste geval kan dat een gelukstrefker zijn, in het eerste geval blijft de klant terugkomen omdat hij tevreden is over onze producten. Die langetermijnvisie blijft de rode draad in ons bedrijf.

“Deze keer kwamen in ons dossier niet alleen de cijfers aan bod, maar ook de mensen.”

Daarnaast is ook onze flexibiliteit een troef. Wij bepalen niet wat onze klanten nodig hebben, maar we luisteren naar hun noden en trachten daarop in te spelen. Die manier van werken en denken onderscheidt ons van de grote spelers en moeten we zeker aanhouden.”

### Jonge entrepreneur

**Dirk Van Steerteghem:** “Van boekhouder-fiscalist naar producent van hoogwaardige anesthesieapparatuur. Vanwaar dat traject?”

**Kristof Braem:** “Mijn opleiding gaf me een solide basis, maar ik ambieerde geen carrière in een boekhoudkantoor. Mijn vader verdeelde medische apparatuur. Toen hij eind jaren tachtig stopte, bood hij me de kans om zijn zaak over te nemen, maar ik vond mezelf als achttienjarige nog te jong.

Een van de merken die hij verdeelde, was Medec: een anesthesietoestel van Nederlandse makelij met bijbehorende accessoires. In 1994 raakte Medec in moeilijkheden door gezondheidsproblemen van de zaakvoerder. Ondertussen had ik enkele jaren ervaring opgebouwd – ook in de medische wereld – en het sprak me aan om over te schakelen naar productie. Vooral het technische aspect boeide me. Via opleidingen bij enkele gelijksoortige fabrikanten in het buitenland had ik mijn kennis daarover al aangescherpt.

Ik besliste de gok te wagen, nam het bedrijf over van de bank, wijzigde de naam in Medec Benelux en verhuisde alles naar Aalst. We zijn met z'n drieën gestart: een

monteur, een secretaresse en ik. Alles deden we zelf: produceren, ontwikkelen, prospecteren, verkopen, exporteren enzovoort.”

### Strategie van de omgekeerde olievlek

**Dirk Van Steerteghem:** “Medec Benelux hanteert de strategie van de omgekeerde olievlek: eerst focus op verre markten, pas nadien op de naburige landen. Waarom?”

**Kristof Braem:** “Om de CE-markering en ISO-normering te behalen, moest ik flink investeren en ervaren mensen aantrekken. Dat vergt enige jaren, maar ondertussen moesten er wel orders en geld binnenkomen. De West-Europese markt werd – en wordt – gedomineerd door de twee marktleiders: het Amerikaanse General Electric en het Duitse Dräger. Ziekenhuizen opereerden toen zelfstandig en grote aankoopcentrales bestonden nog niet. Prijs was nog geen beslissende factor en geen westers ziekenhuis wilde het risico nemen om een anesthesietoestel van een onbekende fabrikant te kopen.

“Kwaliteitsgaranties kunnen we alleen bieden als onze productie in Vlaanderen blijft.”

Als onbekende starter strenden we met ongelijke wapens. Maar in Azië en Afrika speelde de prijs wel een grote rol. Potentiële klanten in onder meer Iran, Rusland, India, China, Mexico en Peru, haalden we over de streep door niet alleen onze kwaliteit te belichten, maar ook onze voordelige prijs en uitgebreide service. Tot vandaag bieden we die meerwaarde. Zo hebben we onlangs een groot project in Myanmar binnengehaald, omdat we naast de toestellen ook een opleiding in westerse anesthesietechnieken aanboden. Vergelijk het met een auto: het is niet omdat je alle knopjes kent en de gas- en rempedaal weet zitten, dat je een goede chauffeur bent. Daarvoor is een rijopleiding nodig.”

### Export zorgt voor financiering

**Dirk Van Steerteghem:** “Was het in het begin moeilijk om de financiering rond te krijgen?”

**Kristof Braem:** “Het startkapitaal heb ik van mijn vader gekregen. Daarna haalden we onze inkomsten hoofdzakelijk uit export. We werken in de buitenlandse markten met een Letter of Credit – een bankgarantie in de vorm van een documentair krediet – of via voorafbetaling. Zo bouwden we kapitaal op. Soms werkte ik nachten aan een stuk door om een toestel af te krijgen, want een week vroeger verstuurd, stond gelijk aan een week eerder betaald.

Omdat doorgaans 80% van je zakencijfer door 30% van je klanten wordt gerealiseerd, beseften we in die beginjaren goed dat we in een zeer afhankelijke positie zaten. Als één klant wegviel, kon dat het einde zijn. Daarom betekende export ook een manier om te blijven groeien en zo almaar meer onafhankelijk te worden van de beslissingen van een handvol klanten.

Die beginjaren waren fantastische, maar tegelijk best moeilijke tijden. Vergeet niet dat e-mail in die periode nog niet be-

**Tip!**  
Als de zaken slecht gaan, is uitbreiding geen optie.

### → ID

- **Bedrijf:** Medec Benelux
- **Sector:** hoogwaardige anesthesieapparatuur
- **Opgericht in:** 1994
- **Aanwezig in:** 93 landen, wereldwijd
- **Hoofdkwartier:** Aalst
- **Buitenlandse vestigingen:** het VK (verkoop) en Costa Rica (bijkantoor)
- **Huidig aantal medewerkers:** ± 45
- **Omzet in 2012:** bijna 9,5 miljoen euro
- **% aandeel export in omzet 2012:** 99,66%
- **% omzet naar R&D:** jaarlijks minstens 10%
- **Aandeel van ± 2,25%** van de wereldmarkt (2012)

**?** Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) vindt u alle adressen en contactinfo.



stond. We communiceerden via post, fax en telefoon. Beursstanden bouwden we zelf op. Gelukkig verloopt alles vandaag een stuk sneller en comfortabeler.”

## Made in Flanders

**Dirk Van Steerteghem:** “Hebben jullie nooit overwogen om een productievestiging in het buitenland op te richten?”

**Kristof Braem:** “Nooit, integendeel. We verhuizen binnenkort naar een nieuw gebouw om de hoek dat ongeveer zeven keer groter is. Onze productieruimte wordt verviervoudigd en dan benutten we nog niet de hele oppervlakte. In onze branche is kwaliteit cruciaal – tenslotte hebben onze toestellen mee het leven van een patiënt in handen. Die kwaliteitsgarantie kunnen we alleen bieden als onze productie hier blijft, dus ligt de discussie bij ons zelfs niet op tafel. Bovendien betekent ‘Made in Flanders’ of, ruimer gezegd, ‘Made in Western Europe’ wereldwijd nog altijd ongeëvenaarde topkwaliteit.”

## Nieuwe lanceringen

**Dirk Van Steerteghem:** “Tot slot, wat zijn de toekomstplannen voor Medec Benelux?”

**Kristof Braem:** “We zijn een nieuw apparaat aan het lanceren met een zeer gebruiksvriendelijke userinterface, zoals bij een iPad. Erg innovatief in de anesthesiewereld. Onze stevige R&D-inspanningen werpen hun vruchten af.

Verder blijven we ons bestaande distributienetwerk versterken. Daarnaast richten we onze exportpijlen nu ook op West-Europa. Tot slot beginnen we eind dit jaar

“Soms werkte ik nachten door om een toestel af te krijgen, want een week vroeger verstuurd, was een week eerder betaald.”

met de productie en verkoop van een ventilator voor de intensive care. Afgaand op de huidige vraag, zullen veel van onze bestaande distributeurs die aan hun assortiment toevoegen. Met al die plannen komt onze overwinning van de Leeuw van Export – en de bijbehorende media-aandacht en gestegen naambekendheid – als geroepen!”





# Exportleeuw H.Essers

## toont trots zijn tanden

In de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers' ging de Leeuw van de Export 2013 naar logistiek dienstverlener H.Essers. Het familiebedrijf voert dan wel geen afgewerkte producten van eigen makelij uit, vanuit Genk exporteert het wel logistieke diensten en expertise naar 163 landen in Europa en daarbuiten. Met eigen mensen, eigen middelen en eigen systemen.

In 2012 draaide H.Essers een omzet van ruim 388,3 miljoen euro, waarvan 84% afkomstig uit export. Benieuwd naar de strategie achter dit opmerkelijke succesverhaal, klopte ons afdelingshoofd Internationaal Ondernemen Dirk Van Steerteghem weefs na de prijsuitreiking aan bij gedelegeerd bestuurder Hilde Essers en CEO Gert Bervoets.

### Logistieke allrounder

**Dirk Van Steerteghem:** "Hilde, jij vertegenwoordigt sinds kort de derde generatie in het familiebedrijf. Is de Leeuw van de Export een opsteker om je vaders beleid voort te zetten?"

**Hilde Essers:** "De Leeuw is een fijne erkenning voor al onze inspanningen in de afgelopen 85 jaar. De prijs moedigt ons zeker aan om de gekozen koers voort te zetten. Niet alleen is het een mooie onderscheiding voor mijn vader. Ook voor Gert Bervoets en mezelf is het prettig om zo de start te kunnen maken in het bedrijf.

Velen kennen ons enkel van onze rode vrachtwagens op de baan en zien ons als een doorsnee transporteur. De mediabelangstelling rond de exportprijs gaf ons de kans om ons volledige verhaal te vertellen en te tonen dat we meer doen dan van punt A naar punt B rijden. Het was een ideale gelegenheid om al onze logistieke diensten in strategische segmenten in de verf te zetten en het ook eens te hebben over onze innovatieve magazijnen, onze 85-koppige IT-afdeling die al onze transport- en warehousing-systemen zelf ontwikkelt en onze inspan-

ningen op het gebied van duurzaamheid en tewerkstelling."

**Dirk Van Steerteghem:** "Kozen jullie van bij het begin in 1928 resoluut voor een internationale aanpak?"

**Hilde Essers:** "Mijn grootvader is destijds gestart met veevervoer, waarna mijn vader en zijn broer in de zaak zijn gestapt. Vanaf de jaren 50 begonnen ze met internationaal transport, vooral naar Spanje, Italië en Duitsland. In 1980 is daar ook warehousing bijgekomen."

### Volop inzetten op nicheproducten

**Dirk Van Steerteghem:** "Vandaag zijn jullie internationaal actief in chemie, farma en het vervoer van hoogwaardige goederen. Is dat zo gegroeid of was dat een bewuste keuze?"

**Hilde Essers:** "We proberen ons te onderscheiden door strategische keuzes te maken en in te zetten op specifieke niches. Enerzijds zijn we organisch met onze klanten meegegroeid. Met onder meer Dupont, Agfa, Atlas-Copco en Ecolab werken we al twintig à dertig jaar samen. Chemiebedrijf Dow is al klant sinds 1977. Daarnaast hebben we een aantal strategische overnames gedaan van firma's met groeipotentieel, zoals Centrum Transport in 2004 en Hessenatie Logistics in 2011.

Met de overname van Centrum Transport in Roemenië opende zich een weg naar de Oost-Europese markt, met een verdere doorsteek naar strategische groeipolen als Turkije, Rusland en Polen. Ondertussen is Roemenië een tweede thuishaven geworden. Momenteel bou-

de Export 2013



wen we er een extra magazijn van 30.000 m<sup>2</sup> en ons klantenbestand blijft groeien. Nog andere thuisbases zijn Bulgarije, Italië en Denemarken. Sinds kort zitten we ook in het Litouwse Vilnius. Van daaruit organiseren we transporten naar landen uit de voormalige Sovjet-Unie.”

“Onze strategische ligging maakt dat sommige buitenlandse klanten ervoor kiezen om hun export naar de rest van Europa volledig vanuit Vlaanderen te laten verlopen.”

*Gert Bervoets*

## Luisteren, meedenken en investeren

**Dirk Van Steerteghem:** “Daarnet haalde je enkele langdurige klantenrelaties aan. Die sterke klantenservice zag de jury als een belangrijke troef. Hoe gaan jullie daarin te werk?”

**Hilde Essers:** “We gaan samen met de klant op zoek naar oplossingen op maat, waarbij we hen een one-stop-shopconcept aanbieden met zowel transport als warehousing. We luisteren, denken mee én investeren mee. In Denemarken, bijvoorbeeld, waren we enkele jaren terug nog niet actief, tot Ecolab onze hulp vroeg en we er een hele organisatie uitbouwden. We hebben in Kopenhagen een magazijn van meer dan 10.000 m<sup>2</sup> opgetrokken, specifiek uitgerust voor Ecolabs producten.

In het Henegouwse Courcelles hebben

we een volledig distributiecentrum opgestart, enkel en alleen voor Belgacom. Wij verzorgen en organiseren er de volledige logistieke afhandeling. Met dergelijke geïntegreerde oplossingen kunnen we een grote flexibiliteit en toegevoegde waarde bieden. Zo verzorgen we in Kampenhout de logistieke afhandeling van chocolade. Dat doen we intussen voor tien chocolatiërs. Wij krijgen de pralines in bulk aangeleverd, waarna we de volledige supply chain verzorgen – van verpakken en paletten samenstellen tot en met de internationale distributie.”

## Snelle beslisser

**Dirk Van Steerteghem:** “Vaak moeten bedrijven een beroep doen op buitenlands kapitaal om te blijven verder groeien. Wat maakt dat jullie er toch voor kiezen om onafhankelijk te blijven werken?”

**Gert Bervoets:** “Het grote voordeel van onze onafhankelijke, familiale structuur is dat we korte beslissingslijnen hebben. Bij belangrijke investeringen hoeven we niet met aandeelhouders in binnen- of buitenland te onderhandelen om een beslissing af te dingen. Onze groei is volledig met eigen kapitaal gefinancierd en dus kunnen we snel handelen.

Weinig van onze concurrenten zijn nog zo ‘asset-based’. De meeste huren magazijnen en nemen onderaannemers in dienst om voor hen te rijden. Met de 1.250 trekkers en 2.500 trailers die we in eigendom hebben en onze 850.000 m<sup>2</sup> magazijnruimte kunnen we een enorme flexibiliteit bieden.”

## Expats als ankerpunt

**Dirk Van Steerteghem:** “Hoe krijgen jullie alle 32 vestigingen internationaal op dezelfde lijn?”

**Gert Bervoets:** “Daarvoor rekenen we onder meer op onze expats. De logistieke concepten die hier zijn uitgedacht en met de jaren zijn gegroeid, dragen zij over heel Europa uit. In alle internationale vestigingen implementeren zij, in samenwerking met het lokale management, de procedures en systemen die in Genk zijn ontwikkeld. Op die manier werken alle operaties in al onze vestigingen op dezelfde uniforme systemen.

Het zou natuurlijk zonde zijn om de goede elementen van bestaande organisaties zomaar verloren te laten gaan. Dikwijls gaat het om familiebedrijven, waar de familie na de overname gewoon in de organisatie blijft meedraaien. Het is belangrijk dat je daar de waarde van inziet. Maar anderzijds hebben we ondervonden hoe belangrijk het is om je eigen bedrijfs-cultuur te introduceren.

“Momenteel zoeken we partners voor ons nieuwe netwerk waarmee we de volledige cold chain voor farma in Europa willen garanderen.”

*Hilde Essers*

Onze Belgische expats vormen daarin een belangrijk ankerpunt. Het zijn onze vertrouwenspersonen. Voor hen is het de uitdaging om bedrijfsculturen op elkaar af te stemmen. In Roemenië stuiten we bijvoorbeeld op het communistische verleden, waardoor de inwoners geen initiatief nemen, louter omdat ze het niet gewend zijn. Dus was en is het aan ons om hen te stimuleren toch zelf dingen te ondernemen.”

## Verregaande innovatiepolitiek

**Dirk Van Steerteghem:** “Hoeveel ruimte is er voor innovatie?”

**Hilde Essers:** “We blijven permanent investeren in onze IT. Terwijl andere transportbedrijven vaak met externe softwarepakketten werken, ontwikkelen wij die zelf en stemmen we onze systemen af op de noden van onze klanten.

Al onze wagens zijn bijvoorbeeld uitgerust met een binnenboordcomputer, waardoor we de belastingsgraad, locatie, rij- en rusttijden van al onze wagens precies kunnen volgen. Die technologie is door onze eigen ingenieurs ontwikkeld. In Roemenië hebben we verder een ‘control tower’ met 25 mensen die permanent alle security- en farmagoederen monitoren, zowel op het gebied van temperatuur als qua veiligheid.”





**Gert Bervoets:** "Dit jaar investeren we 56 miljoen euro, waarvan ongeveer de helft naar warehousing en de andere helft naar het rollend materieel gaat. We zijn aan het bouwen in Wilrijk en Boekarest, en dit jaar komt er nog een magazijn bij in Lommel. Voor de trekkers en opleggers hebben we een overeenkomst met onze leveranciers, waarbij we de wagens om de drie-vier jaar inruilen voor nieuwere modellen met een betere motor. Momenteel testen we de euro-6-motor en hebben we een proefproject lopen met een 100% elektrische vrachtwagen."

**Hilde Essers:** "Ook in ons transportmodel durven we te innoveren. Voor onze West-Europese distributie hebben we in 2005 mee System Alliance Europe opgericht, een netwerk van 54 familiale transportbedrijven. De ervaring en expertise die we daarmee hebben opgebouwd, gebruiken we nu om een nieuw netwerk op te zetten, dat specifiek is toegepast op de farma-industrie. We werken al samen met twee andere partners, maar het is de bedoeling om dat aantal in de komende jaren op te trekken tot minimum zeven, zodat we met de groep in Europa de volledige cold chain voor farma kunnen garanderen."

## Duurzame groei

**Dirk Van Steerteghem:** "Welke rol speelt duurzaamheid voor een internationaal logistiek bedrijf als H.Essers?"

**Hilde Essers:** "Samen met klanten en partners gaan we op zoek naar innovatieve, duurzame oplossingen, zoals ons proefproject met de e-truck dat we in samenwerking met BASF lanceerden. We bekijken telkens alle mogelijke transportmodi. Per week vertrekken hier vlak bij ons terrein in Genk vier treinen richting Curtici, aan de Roemeense grens. Zo houden we wekelijks een driehonderd trailers van de baan. Momenteel onderzoeken we om vanuit Curtici intermodaal door te steken naar Turkije."

**Gert Bervoets:** "We gaan ook via de binnenwateren en zouden die weg zelfs vaker willen gebruiken, maar de binnenscheepvaart heeft zo zijn beperkingen. Zo kan je minder frequent vrachten aanbrengen.

Verder hebben we overal op onze ge-

bouwen in Vlaanderen zonnepanelen geplaatst en hebben we een aanvraag ingediend om in Genk en Antwerpen windmolens te plaatsen. Onze nieuwe

"Door ons intermodaal transport per spoor richting Roemenië, houden we wekelijks een driehonderd trailers van de baan."

Hilde Essers

site voor Belgacom is het eerste BREEAM-gecertificeerde logistiek bedrijf in België. We proberen onze voetafdruk ook te verlagen door onze chauffeurs te laten coachen door ervaren collega's in veilig en zuinig rijgedrag."

## Genk, een gedroomde uitvalsbasis

**Dirk Van Steerteghem:** "Onder meer door de lagere loonkosten elders trekken veel logistieke dienstverleners weg uit Vlaanderen. Iets wat jullie in de toekomst ook overwegen?"

**Hilde Essers:** "We zijn een authentiek Vlaams bedrijf en het is absoluut de bedoeling om hier te blijven, ondanks onze brede internationale verankering. Genk is nu eenmaal de perfecte uitvalsbasis: de industriegronden zijn hier nog betaalbaar en we hebben een uitstekende verbinding via zowel de autosnelweg als het spoor. Langs de haven van Genk hebben we bovendien een directe verbinding met het Ruhrgebied. Onze medewerkers hoeven ook geen uren in de file te staan om tot hier te raken.

In België stellen we ongeveer 2.200 mensen te werk, verdeeld over een 15-tal sites. Zo hebben we onze magazijnen, een site in Wilrijk – vlak bij de Antwerpse haven – en in Vilvoorde hebben we onze aircargotransporten naar andere luchthavens. Dat alles gooi je niet zomaar overboord. Al die strategische punten samen maken trouwens dat sommige buitenlandse klanten ervoor kiezen om hun export naar de rest van Europa volledig vanuit Vlaanderen te laten verlopen."

## Oog op overnames

**Dirk Van Steerteghem:** "Wat zijn jullie grootste uitdagingen in de nabije toekomst?"

**Gert Bervoets:** "We merken toch dat het vroeger vlotter ging om met klanten mee te groeien. Zodra we wisten hoe een klant werkte en we ons systeem hadden gelanceerd, konden we het transport gewoon laten groeien. Met de huidige economische situatie zien we volumes fluctueren. Weinig klanten blijven groeien. We behouden onze klanten, maar bij grote opdrachtgevers zien we structureel minder volumes. Voorlopig compenseren we dat nog met nieuwe klanten, voornamelijk in farma, maar voortdurend nieuwe projecten opstarten, is natuurlijk veel arbeidsintensiever. Daarom blijven we alert voor overnames en blijven we investeren."

## → ID

- **Bedrijf:** H.Essers
- **Sector:** logistiek
- **Opgericht in:** 1928
- **Aanwezig in:** 163 landen wereldwijd
- **Hoofdkwartier:** Genk
- **Buitenlandse vestigingen:** 32 in 11 landen (België, Nederland, Duitsland, Denemarken, Italië, Roemenië, Bulgarije, Litouwen, Moldavië, Polen en Turkije)
- **Huidig aantal medewerkers:** 3.738, waarvan ongeveer 2.200 in België en 1.500 in het buitenland
- **Omzet in 2012:** ruim 388,3 miljoen euro
- **% aandeel export in omzet 2012:** 84%
- **Innovatie:** 85 medewerkers in eigen IT-afdeling te Genk
- **Infrastructuur:** 850.000 m2 magazijnruimte, 1.250 trucks en 2.500 opleggers



## Hoe het vooral *niet* moet volgens Gert Bervoets:

1. Exporteren om te exporteren, zonder dat die export past in een strategie waar je volledig achter staat.
2. Activiteiten opstarten in landen die je niet kent, zonder een juridisch en hr-expert in de arm te nemen.
3. Bedrijven overnemen zonder rekening te houden met de lokale cultuur.

## 🔗 Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) vindt u in de rubriek 'Onze dienstverlening' alle adressen en contactinfo.

# In beeld: Leeuw van de Export 2013



Dinsdag 18 juni was een hoogtepunt voor exporterend Vlaanderen. Toen werden de winnaars van de Leeuw van de Export 2013 bekendgemaakt in het cultuurcentrum Hasselt. Proficiat, Medec Benelux en H.Essers! Ook felicitaties voor de finalisten Brouwerij L. Huyghe, Vermeiren Princeps, ADB en Punch Powertrain. Nadien volgde een gesmaakt netwerk-event bij tropische temperaturen. Bedankt voor uw komst. Hopelijk bent u er volgend jaar opnieuw bij!



















## Injectie van **Vlaamse knowhow** voor **Russische gezondheidszorg**

Ruslandorst het hoogste percentage ziektes en overlijdens ten gevolge van tuberculose, kanker en cardiovasculaire ziektes van de geïndustrialiseerde wereld. Het land heeft een acute nood aan nieuwe, moderne ziekenhuizen, knowhow, medische apparatuur en geneesmiddelen. Op zoek naar handelsoportunities trokken Vlaamse ondernemers eind mei naar het land van Poesjkin en Poetin.



Van 26 tot 31 mei organiseerde FIT in samenwerking met Healthcare Belgium en zijn zusterorganisaties AWEX en Brussel Invest & Export een missie naar Rusland. De groepszakenreis stond in het teken van de gezondheidszorg. Naast haltes in de machtige metropolen Moskou en Sint-Petersburg, kwam met een bezoek aan Nizhny Novgorod ook het potentieel van de minder bekende regio's aan bod.

## Programma 2020

De gezondheidssector is een prioritaire sector in het 'Programma 2020', het langetermijnplan van de Russische overheid om de socio-economische ontwikkeling van het land te stimuleren. Dat biedt tal van mogelijkheden voor Vlaamse ondernemers, maar de taal, culturele verschillen en de strenge reglementering door een alomtegenwoordige staat staan deze plannen vaak in de weg.

## Remedie tegen lange en dure procedures

Herman Missine, zaakvoerder van Cypress Diagnostics uit Langdorp, zag in deze missie een handig opstapje naar de Russische markt: "Cypress Diagnostics produceert en verkoopt diagnostische toestellen en reagentia voor het klinisch labo. Wie diagnostische instrumenten of reagentia in Rusland invoert, moet voor elk product een ingewikkelde registratieprocedure doorlopen. De kost van zo'n dossier varieert tussen de 6.000 en de 16.000 euro en een procedure neemt al gauw anderhalf jaar in beslag. Tijdens deze missie hoopte ik onder meer de juiste contacten te leggen om deze procedures vlotter te laten verlopen."

## Eerste internationale stappen

Cypress Diagnostics richt zich bijna uitsluitend op export en was met deze missie niet aan zijn proefstuk toe. Voor andere leden van de Vlaamse delegatie vormde de missie een kans om hun prille expansiebeleid vorm te geven.

"Eén gouden raad: voorzie een minimum aan brochures in het Russisch."

*Wim Boone*

Wim Boone, Business Development Manager bij ingenieursbureau Ingenium uit Brugge, was een van deze nieuwsgierige deelnemers: "In het verleden werkten we

mee aan enkele losse projecten in het buitenland, zonder dat hier een duidelijke exportstrategie achter schilde. Zo voerden we een uitgebreide studie uit voor een kantoorcomplex in Warschau en analyseerden we in Moskou de technische voorzieningen voor een groot winkelcentrum. Begin dit jaar kozen we er echter voor om onze internationalisering op een structurele manier aan te pakken."

## Oost-Europa als groeimarkt

Op zoek naar een partner met kennis van zaken, klopte Ingenium aan bij FIT. Snel bleek dat Oost-Europa interessante mogelijkheden bood. Wim Boone: "Vooral Wit-Rusland en Rusland sprongen in het oog. Toen de plannen voor deze handelsmissie vorm kregen, aarzelden we niet om ons wagonnetje aan te pikken. We beschikken over een uitgebreide ervaring in de engineering van ziekenhuizen, met speciale aandacht voor duurzaamheid. Het spreekt voor zich dat een missie gericht op de gezondheidszorg ons belangrijke contacten kon opleveren."

"Bij openbare aanbestedingen is prijs vaak het enige beoordelingscriterium."

*Herman Missine*

Tijdens de missie ondervonden deelnemers hoe Moskou ook in de gezondheidszorg de touwtjes strak in handen houdt. Niet de ziekenhuisdirecteurs, maar het Kremlin beslist over elke roebel die geïnvesteerd wordt. Herman Missine: "Nogentig procent van de Russische ziekenhuizen is in handen van de overheid. De tien procent die privé is, vormt voor ons een interessantere doelgroep. Privéziekenhuizen weten immers kwaliteit veel meer naar waarde te schatten dan de staatsziekenhuizen. Bij openbare aanbestedingen is prijs vaak het enige beoordelingscriterium."

## Geen tijd voor sightseeing

Met tussenstops in Moskou, Sint-Petersburg en Nizhny Novgorod – en de bijbehorende verre verplaatsingen – kregen deelnemers weinig tijd om uit te rusten. In elk van de drie steden vond een seminarie plaats om de innovatieve kracht van Belgische bedrijven op het vlak van gezondheidszorg in de verf te zetten. Vooral in Sint-Petersburg, in de prestigieuze Mechnikov-universiteit, was het Rus-

sische publiek talrijk aanwezig. Verder bestond het programma uit bezoeken aan lokale ziekenhuizen en werkte elk deelnemend bedrijf een reeks individuele afspraken af.

## Van ziekenhuis tot datacenter

Herman Missine had na zijn meetings de interesse van drie potentiële distributeurs voor Cypress Diagnostics opgewekt. Voor Ingenium staan mogelijk drie nieuwe deals op stapel. Wim Boone: "Een daarvan heeft vreemd genoeg niets met de gezondheidssector te maken. Een Russische ondernemer had onze naam op de deelnemerslijst gespot en via onze website ontdekt dat we – als specialist in technische bouwprojecten – ook datacenters ontwerpen. Momenteel loopt het gesprek om voor een van zijn klanten zo'n installatie uit te tekenen."

## Tolken draaien overuren

De missie ontkrachtte enkele clichés over zakendoen in Rusland. Deals overgoten met wodka in exclusieve datsja's kwamen er niet aan te pas. Toch ondervonden de deelnemers dat kleine dingen het verschil kunnen maken. Door de uiterst beperkte talenkennis van de doorsnee Rus, draaiden de tolken zes dagen lang overuren. Wim Boone: "Als ik een goede raad mag geven: zorg voor een minimum aan documenten in het Russisch. Van de negen ontmoetingen die ik met geïnteresseerde partners had, sprak slecht één man degelijk Engels. De Russische brochures en presentaties die ik bij had, werden duidelijk geapprecieerd."

## 🔗 Zakendoen in Rusland?

Bespreek uw plannen met uw provinciaal kantoor. De contactgegevens vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).

Van 9 tot 11 april deden de beursgebouwen van Berlijn voor de vijfde keer dienst als decor voor ConhIT, hét evenement voor spelers in e-health. Met ruim 6.000 bezoekers groeit de vakbeurs jaar na jaar. Voor het eerst was ook FIT van de partij – en die primeur bleef niet onopgemerkt ...

# ConhIT, tussen e-health en Vlaamse ambitie



Sinds 2008 geniet ConhIT, de vakbeurs van het Duitse BVITG (Bundesverband Gesundheits-IT), almaar meer internationale belangstelling. ConhIT focust dan ook op een snelgroeiende niche in Europa: e-health of softwaretoepassingen in de gezondheidszorg. Een sector met een uitgestrekt werkveld en tal van ondernemingskansen.

## Opvallende nieuwkomer

Samen met zusterorganisaties AWEX en Brussel Invest & Export en sectorfederatie Agoria was FIT een opvallende nieuwkomer op ConhIT. Voor het eerst nam een Belgisch paviljoen – met vijftien Vlaamse, vijf Waalse en vier Brusselse ondernemingen – zijn intrek op de vakbeurs.

“Onze buurlanden ontdekten Vlaanderens ambitie in e-health.”

Het Antwerpse bedrijf Neomatics was een van de standhouders. Business Development Manager Sven Mus blikt enthousiast terug: “Eerder stonden we al op Medica, maar ConhIT bleek de ideale plek om ons bedrijf voor te stellen – net omdat er zo’n gerichte focus is. Neomatics ontwikkelt software voor kwaliteitsborging en patiëntveiligheid. Toen FIT ons uitnodigde voor een beurs over e-health,

aarzelden we niet om deel te nemen.”

## Netwerken in binnen- en buitenland

Op salesdeals is het nog even wachten, maar de beursdeelname kan niet meer stuk voor Neomatics: “Dankzij de uitstekende omkadering van FIT legden we goede buitenlandse contacten en leerden we andere Vlaamse sectorspelers beter kennen.” Met internationale ambities in het achterhoofd, sluit het bedrijf een tweede deelname niet uit. “Op ConhIT tastten we de markt verder af”, verduidelijkt Sven Mus, “en de kansen om te netwerken lagen er voor het rapen.”

## Vlaamse innovatie in de spotlights

E-health biedt veel groeipotentieel, weet ook de Vlaamse overheid. Flanders’ Care, het overheidsproject van ‘Vlaanderen in Actie’, mocht dan ook niet ontbreken op ConhIT. “De Vlaamse deelname was een succesverhaal”, vertelt coördinator Katrien Kimpe. “Innovatie stimuleren voor een kwaliteitsvolle zorgsector, dat is de missie van Flan-

“Omdat ConhIT zo gericht is, liggen er veel kansen voor het rapen.”

ders’ Care. Daarbij kijken we ook over de landsgrenzen heen. Op ConhIT ontdekten onze buurlanden Vlaanderens ambitie in e-health. Onze regio behoort tot de koplopers en dat mag gezien worden.”

## België, partnerland

Onze eerste beursdeelname wierp meteen zijn vruchten af: België werd prompt uitgeroepen tot het officiële partnerland van ConhIT 2013. Op 9 april reisden daarom ook Vlaams minister-president Kris Peeters en Vlaams minister van Welzijn Jo Vandeurzen af naar Berlijn. Na zijn speech op de openingsceremonie bezocht Kris Peeters het Belgische paviljoen. Samen met enkele Berlijnse deelstaatministers wisselde hij bovendien ideeën en ervaringen uit omtrent e-health in Vlaanderen.

## Meer weten over onze aanwezigheid op internationale vakbeurzen?

Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle gegevens vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).

# Vlaamse kmo's zoomen in op Azië



De Aziatische markt, uw 'cup of tea'? Met die vraag peilden we begin dit jaar naar de interesse in een begeleide groepszakenreis naar Singapore en Hongkong – twee kleine maar krachtige motoren voor handel in Azië. Voor veel bedrijven wachten er beloftevolle afzetmarkten, maar wie zich halsoverkop in een Aziatisch avontuur stort, komt al gauw van een kale reis thuis. Zeventien Vlaamse kmo's met exportambities besloten daarom het zekere voor het onzekere te nemen, en in te stappen in ons nieuwe 'Azië voor Beginners'-traject. Een workshop en een groepszakenreis later is het tijd om te polsen naar de eerste ervaringen.

## 3 x grenzen verleggen

Gino Harteel trok van 11 tot 18 mei mee op de handelsmissie naar Singapore en Hongkong. Voor de International Relation Manager bij Worldwide Exhibition Service was de keuze snel gemaakt. "Ik wist dat er bij bedrijven in Azië veel interesse bestaat om in Europa en Ame-

rika te exposeren. En dan kunnen wij een belangrijke schakel vormen, door onze lokale Europese en Amerikaanse standbouw-partners te introduceren bij Aziatische firma's. Of, omgekeerd, door professionele Aziatische standbouwers voor te stellen aan Europese en Amerikaanse klanten die willen deelnemen aan een event in Azië."

Filip Simoens is Co-founder en CEO van TinkerTouch, een spin-off van iMinds en Universiteit Hasselt die interactieve softwaretoepassingen ontwikkelt op basis van multitouch- en gesture-controltechnologie (aanrakingen, vinger- en handbewegingen). Zijn deelname had een goede reden: "Als we succesvol willen blijven groeien als onderneming, moeten we



onze softwareproducten ook vermarkten in groeiregio's als Zuidoost-Azië. De FIT-zending was een ideale gelegenheid om de nodige inzichten te verwerven en relaties op te bouwen."

**"De grootste meerwaarde van het traject? Zonder praktische besloomingen in contact komen met een reeks potentiële klanten en partners."**

*Filip Simoens*

Ook Hendrik Nauta stapte mee in het kennismakingstraject. Hij is zaakvoerder-eigenaar van Nauta, dat sinds 1946 paté produceert voor professionele partners in binnen- en buitenland. "We zijn altijd erg exportgericht geweest, maar bleven tot voor kort binnen de Europese grenzen. Voor ons betekende de zakenreis een eerste contact met de Aziatische markt."

## Opportunities aftasten

Azië is bijzonder uitgestrekt, en dan zijn moderne handelscentra als Hongkong en Singapore een goed vertrekpunt. "Het zijn vrij kleine, verwesterde markten die openstaan voor kwalitatieve Europese producten", weet Hendrik Nauta. "Ideale testmarkten dus, om in een tweede fase misschien de rest van de Aziatische markt aan te boren." Ook voor Worldwide Exhibition Service liggen er in Zuidoost-Azië duidelijk kansen. "Op beide locaties zijn er standbouwfirmas actief met zowel kantoren als productieruimte in het merendeel van de Aziatische landen", zegt Gino Harteel. "Daardoor kunnen we ineens heel Azië aanspreken."

TinkerTouch wil met zijn hoogperformante interactieve softwaretoepassingen doordringen tot de Aziatische hotelsector, winkelketens en -centra. "We hadden in Singapore al enkele contacten met interesse, maar verder hadden we in Azië nog geen voet aan de grond", legt Filip Simoens uit. "Tijdens de FIT-zending zag ik met wat voor ongelofelijke drive onze Aziatische collega-bedrijven

te werk gaan. Daar kunnen we in West-Europa nog wat van leren. Als jonge, nog onbekende speler wacht ons de uitdaging om de voordelen van onze service en expertise uit te spelen en een merkbaar verschil te maken."

## Uitgekiend reisschema

Naast onder meer een kennismaking met Vlaamse expats in Hongkong, een ontbijtsessie met Vlaamse bedrijven in Singapore en een ontmoeting met de economische vertegenwoordiger van de EU in Hongkong, voorzag de FIT-missie ook in een op maat gesneden programma voor elk meereizend bedrijf. Dat uitgekiende reisschema wist Hendrik Nauta bijzonder te appreciëren: "Zonder de hulp van de lokale FIT-kantoren, die voor alle deelnemers een apart programma samenstelden, had ik onmogelijk zo veel afspraken kunnen regelen."

De grootste meerwaarde van het bege-

**"Vanuit Hongkong en Singapore kunnen we ineens heel Azië aanspreken."**

*Gino Harteel*

leidingstraject volgens Filip Simoens? "Zonder praktische besloomingen in contact komen met een reeks potentiële klanten en partners. En ervaringen kunnen uitwisselen met Vlaamse ondernemers die al actief zijn in de regio."

## Zakenmissie met een staartje

Ook de netwerkmomenten bij de Belgische consul-generaal (Hongkong) en bij de Belgische ambassadeur (Singapore) bleken heel waardevol. "Een General Manager van een grote standbouwer vond ons concept zo overtuigend dat hij meteen een joint-venturesamenwerking voorstelde", vertelt Gino Harteel. "En onlangs kreeg ik van iemand die ik op de receptie in Hongkong ontmoette de vraag om samen te werken voor een beursdeelname aan de Eisenwarenmesse in Keulen

en de Ambiente-beurs in Frankfurt begin 2014."

Ook voor Nauta heeft de zakenreis al vruchten afgeworpen: "Met één importeur hebben we inmiddels een overeenkomst voor de verdeling van onze paté over de lokale markt. Het mooie is dat die partner aanwezig is in nog vijf andere Aziatische landen." TinkerTouch verwachtte zich als 'groentje' op het continent dan weer aan een zekere terughoudendheid. "En die was er ook", aldus Filip Simoens. "Gelukkig konden we die mindset snel ombuigen door aan te geven dat we in Singapore op korte termijn een vertegenwoordigingskantoor gaan opstarten. Intussen overwegen we een samenwerking met een Vlaams bedrijf dat er al een eigen vestiging heeft."

## Smaak te pakken

Op 30 september is voor de deelnemers van het eerste 'Azië voor Beginners'-traject nog een nazorgsessie gepland in aanwezigheid van de Vlaamse Economische Vertegenwoordiger van Singapore.

**"Zonder hulp van de lokale FIT-kantoren krijg je vanuit België onmogelijk zo veel afspraken geregeld."**

*Hendrik Nauta*

Gino Harteel heeft de smaak alvast te pakken: "We hebben nog zo veel steden en beurslocaties waar we nog geen lokale partner hebben, dus zetten we de samenwerking met FIT de komende jaren graag voort." Hetzelfde enthousiasme klinkt bij Hendrik Nauta, die andere missies naar nieuwe afzetmarkten overweegt. Filip Simoens wil in eerste instantie voortbouwen op de nieuwe relaties. "Eind deze maand trek ik voor een beurs terug naar Singapore", vertelt hij. "Die kans benut ik om met onze nieuwe lokale contactpersonen af te spreken en samenwerkingen een meer concrete invulling te geven."

**?** Heeft u exportplannen en kan u best wat professionele ondersteuning gebruiken?

Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle gegevens vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).



**The Asian market, my cup of tea!**

UNIZO Internationaal - Flanders Investment & Trade



# FIT opent de weg naar Transport Logistic

Er beweegt wat in de logistieke sector. Zoveel blijkt uit het internationale succes van Transport Logistic. Die 'moederbeurs' voor logistiek, mobiliteit, IT en supply chain management vond van 4 tot 7 juni plaats in München en lokte maar liefst 53.000 professionele bezoekers – een recordcijfer. Gerard Wolters was erbij met zijn bedrijf Wolters-Softstop. Samen met andere Vlaamse spelers uit de branche, ontdekte hij de toegevoegde waarde van een groepsstand.

## Transport Logistic 2013: enkele markante cijfers

- De beurs ontving **53.000 bezoekers** uit 134 landen – een recordaantal (+ 3% t.o.v. 2011).
- **2.013 exposanten** uit 63 landen maakten hun opwachting (+ 6% t.o.v. 2011).
- Bijna 40% van de bezoekers en 45% van de exposanten kwam van buiten Duitsland.
- **33 Vlaamse bedrijven** tekenden in voor een deelname aan de FIT-groepsstand.



+ 3%  
**53.000** → **134**  
bezoekers landen

komt van buiten Duitsland

40%



+ 6%  
**2.013** → **63**  
exposanten landen

komt van buiten Duitsland

45%



**33** →

Vlaamse bedrijven

**FIT groepsstand**

## Groeiend internationaal succes

De tweejaarlijkse Transport Logistic-beurs is voor logistieke bedrijven een ideaal forum om potentiële partners en klanten te ontmoeten. 's Werelds grootste vakbeurs voor goederentransport bestrijkt negen hallen. Die zijn onder meer gewijd aan logistieke diensten, intralogistiek, vrachtvervoersystemen, telematica en de luchtvrachtindustrie.

Het evenement krijgt een steeds internationaler karakter, met een groeiend bezoekersaantal waarvan dit jaar bijna 40% niet uit Duitsland zelf afkomstig was. Naast België kwamen er voornamelijk geïnteresseerden overgereisd uit Oostenrijk, Nederland, Italië, Zwitserland, Frankrijk, Tsjechië, Polen, het VK en Spanje.

Wel 2.013 exposanten bliezen verzamelen op de 110.000 m<sup>2</sup> grote beursoppervlakte. Ongeveer 45% van alle standhouders kwam van buiten de Duitse landsgrenzen naar Messe München afgezakt.

## Aangenaam verrast

33 Vlaamse bedrijven tekenden in voor een plek aan de FIT-groepsstand in de strategisch gelegen hal B3. Ze genoten er een sterke zichtbaarheid, in het kielzog van grote havenstanden uit Duitsland (Hamburg, Duisburg), Nederland (Rot-

terdam) en Frankrijk. Wolters-Softstop uit Scherpenheuvel-Zichem was als producent van flexibele, schokabsorberende aanrijdpalen een van de drie niet-haven-gerelateerde bedrijven die meesurften op de belangstelling.

"In se komen bezoekers niet naar Transport Logistic voor 'maakbedrijven' als wij, maar voor logistieke dienstverleners zoals onze havens", weet zaakvoerder Gerard Wolters. "Dankzij de groepsstand kwamen velen toch automatisch ook bij ons terecht. Toen ze kennismaakten met ons product, waren de bezoekers vaak aangenaam verrast. Heel wat bedrijven in de logistiek krijgen ooit te maken met een aanrijding door een vorklift of vrachtwagen. En dan zijn onze gepatenteerde Softstop®-palen geen overbodige luxe."

## Leerzame contacten

Op Transport Logistic aansluiten bij de Vlaamse groepsstand, bleek nog meer voordelen te hebben. Gerard Wolters: "We hebben niet alleen vruchtbare gesprekken gehad met mogelijke partners en klanten in Turkije, Finland, Duitsland en zelfs Taiwan, ook het contact met andere standhouders was bijzonder leerzaam. Zij ontdekten voor het eerst ons product, vroegen naar onze verkoop-

aanpak en gaven ons spontaan waardevolle tips. We kregen suggesties over waar we ons licht konden opsteken, hoe we bepaalde zaken nog konden aanpakken enzovoort."

Of Wolters-Softstop voor de volgende editie in mei 2015 zou intekenen? "Zeker weten! Zelf een stand opzetten op de gigantische vakbeurs – en wellicht op de verkeerde plek belanden – zou een dure grap zijn. In afwachting nemen we in november alvast deel aan de FIT-groepsstand op de MIDEST-beurs in Parijs, waar toeleveranciers uit heel Europa samenkomen", klinkt het bij een overtuigde Gerard Wolters.

## 🔔 Bent u actief in de logistieke sector?

Noteer dan nu al 5 tot 8 mei 2015 in uw agenda, want dan vindt de volgende Transport Logistic-beurs plaats in München.

Spring gerust ook binnen bij uw provinciaal FIT-kantoor om te bespreken hoe wij uw plannen kunnen ondersteunen.

De contactgegevens vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).



Tijdens een groepszakenreis staat alles in het teken van contacten. Meetings met ondernemers, overheden en ervaringsdeskundigen. Bezoeken aan lokale bedrijven en netwerkrecepties op ambassades. Alle activiteiten hebben slechts één doel: wat zijn de professionele mogelijkheden, op korte en lange termijn. Tijdens de multisectorale missie naar Mexico en Colombia die FIT organiseerde van 4 tot 12 mei, bleken de opportuniteiten talrijk.



# Deals sluiten in Latijns-Amerika

De laatste FIT-missie naar Mexico dateert van 2011. Voor de voorbije multisectorale groepszakenreis naar Mexico, kozen we ervoor om die te combineren met Colombia. Vijftien Vlaamse bedrijven namen deel aan deze actie.

## Door de ogen van ...

Cijfers en statistieken over marktsituaties staan gortdroog te lezen in rapporten, op websites enzovoort. Maar een economische situering gebracht door iemand die er woont of werkt, heeft des te meer impact. Zo gaf Boudewijn Deyremaeker, Belgisch ambassadeur in Mexico, de Vlaamse delegatie een kort overzicht van de zaken op zijn werkterrein. Bart Pattyn, CEO van Coface Latijns-Amerika, schetste de economische situatie van de hele regio, met de focus op Mexico en Colombia.

## Groepsvoordeel

Colruyt Export, een afdeling van de retailer Colruyt-group, is bezig met de uitbreiding van zijn uitvoerradius. Nu is het bedrijf vooral actief in Franstalig Afrika. Of ook Latijns-Amerika mooie kansen bood. Dat wilde Export Manager bij Colruyt Export Stephan Van Lent ontdekken tijdens deze missie.

“Nu veel bedrijven hun pijlen richten op Afrika, zoeken we ook groeimogelijkheden in andere continenten. De groepszakenreis naar Mexico en Colombia bleek de ideale manier. Op vijf dagen had ik zestien kwalitatieve afspraken, zo'n resultaat boek je niet in je eentje als nieuwkomer in de markt. Dat kost maanden research en telefonische prospectie, en dan nog betwijfel ik of je dezelfde geslaagde uitkomst zal hebben. Voorts waren de meeste meetings geboekt in het hotel, zodat ik geen kostbare tijd hoefde te spenderen aan verplaatsingen”, vertelt Stephan Van Lent.

“Bovendien reis je met gelijkgestemden, waardoor de deelnemers veel opsteken van elkaars ervaringen. Tel daarbij de talrijke introducties op hoog niveau – een mooi begin van je lokale netwerk – en het wordt duidelijk dat ik fan ben van deze formule.”

## De kansen zijn groot

Goede feedback, maar een actie is pas geslaagd als er concrete resultaten uit voortkomen. “Daarvoor is het nog iets te vroeg”, lacht Stephan Van Lent. “Onze voelsprietten steken uit op meerdere continenten, dus we moeten onze krachten wat spreiden qua follow-up. Wat ons betreft, bieden zowel Mexico als Colom-

bia mogelijkheden. Het zakenleven is in beide landen prima georganiseerd en de invoerrechten stellen geen problemen. Enkele collega-ondernemers hebben dat vanuit hun ervaring ook bevestigd, dus we gaan deze markten zeker verder aanboren. De interesse is er alvast. Momenteel hebben we een pak offertes verstuurd en zullen we ons bedrijf wat meer in detail voorstellen. Onze activiteiten in Mexico en Colombia kunnen op lange termijn stevig boomen, want sommige gesprekspartners zijn ook sterk vertegenwoordigd in de omringende landen.”

## 🔗 Interesse in zakendoen in Latijns-Amerika?

Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle gegevens vindt u op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be).



## GROEPSSTAND

Flanders Investment & Trade organiseert voortdurend acties om u te ondersteunen bij uw internationaliseringsproces. We geven u een bondig overzicht van de acties waarvoor u zich nu kan inschrijven. Met andere woorden, klaar voor vertrek!



### Food & Hotel China – Sjanghai

13 tot en met 15 november 2013

Food & Hotel China is een topbeurs in de Azië-Pacific-regio voor voeding, dranken, horeca en toerisme. De markt voor geïmporteerde voeding in China is in volle opmars. Experts verwachten dat het land tegen 2018 wereldwijd de grootste importeur voor voeding wordt.

Inschrijven kan tot 31 augustus 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ● Annemieke De Tollenaere, 02 504 87 33  
[annemieke.detollenaere@fitagency.be](mailto:annemieke.detollenaere@fitagency.be)



### Foodex – Tokio

4 tot en met 7 maart 2014

Foodex is een van de toonaangevende voedingsbeurzen en veruit de grootste in Azië. Deelnemen is een must voor wie de lucratieve Japanse voedingsmarkt wil bewerken. Volgend jaar organiseert FIT er, in samenwerking met AWEX, opnieuw een groepsstand.

Inschrijven kan tot 18 september 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ● Frank Baeyens, 02 504 88 49  
[frank.baeyens@fitagency.be](mailto:frank.baeyens@fitagency.be)

## PRINSELIJKE MISSIES



### Angola en Zuid-Afrika

20 tot en met 26 oktober 2013

De zending gaat van Luanda naar Johannesburg (en Pretoria) en eindigt in Kaapstad. De focus ligt op de meest kansrijke sectoren. Voor Angola zijn dat olie, logistiek en transport, gezondheidszorg en diamant. In Zuid-Afrika zijn vooral haveninfrastructuur, logistiek en transport, hernieuwbare energie/milieu en diamant veelbelovend. Maar uiteraard staat de missie open voor alle sectoren.

#### Inschrijven

kan tot 9 augustus 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

☎ Arianne Van den Heuvel, 02 504 88 40  
[arianne.vandenheuvel@fitagency.be](mailto:arianne.vandenheuvel@fitagency.be)



### India

23 tot en met 30 november 2013

Op de agenda van deze missie staan New Delhi, Mumbai en Chennai – de drie belangrijkste metropolen van het land. Bedrijven uit alle sectoren kunnen zich inschrijven. Bijzondere aandacht is er evenwel voor infrastructuur, logistiek en transport, koudketen, energie en cleantech, industriële toelevering, gezondheidszorg, ICT en telecom, en luxeproducten.

#### Inschrijven

kan tot 27 september 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

☎ Sabine Vincke, 02 504 87 41  
[sabine.vincke@fitagency.be](mailto:sabine.vincke@fitagency.be)

## CONTACTDAGEN

### Contactdag Frankrijk

4 tot en met 11 september 2013

Locatie: Antwerpen, Brugge, Hasselt, Oudenaarde en Leuven

#### Inschrijven

kan tot en met 10 september 2013.

☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Denemarken en Noorwegen

18 tot en met 25 september 2013

Locatie: Hasselt, Gent, Antwerpen, Leuven en Veurne

#### Inschrijven

kan tot en met 18 september 2013.

☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdagen Zweden en Finland

18 tot en met 25 september 2013

Locatie: Hasselt, Gent, Antwerpen, Leuven en Veurne

#### Inschrijven

kan tot en met 18 september 2013.

☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

## GROEPSZAKENREIS



### Afvalbeheer en bodemsanering – Polen en Tsjechië

5 tot en met 7 november 2013

Nu Tsjechië en Polen deel uitmaken van de EU staan ze voor de enorme opdracht om de strenge Europese milieunormen en -reggeving toe te passen. Zowel op het vlak van afvalverwerking als bodemsanering is de komende jaren nog veel werk aan de winkel. Daarbij is er nood aan geavanceerde en betaalbare milieutechnologie uit het buitenland.

Deze groepszakenreis gaat naar Katowice in Polen, en naar Ostrava in Tsjechië. Een FIT-vertegenwoordiging op EkoWaste is inbegrepen in de deelnameprijs. Deze vakbeurs vindt plaats in Katowice van 23 tot 24 oktober 2013. Ons kantoor in Warschau zal er de deelnemers aan deze missie promoten.

#### Inschrijven

kan tot 31 augustus 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

☎ Karine De Vleeschouwer, 02 504 87 37  
[karine.devleeschouwer@fitagency.be](mailto:karine.devleeschouwer@fitagency.be)



### Multisectoraal – Missie naar Kenia en Tanzania met de focus op de multilaterale instellingen

6 tot en met 13 november 2013

Het Afrikaanse continent is in volle ontwikkeling. Ook voor Kenia en Tanzania geldt dat. In de heropbouw en economische ontwikkeling van beide landen spelen multilaterale organisaties een grote rol. Ze zijn een bron van informatie, brengen u in contact met lokale overheden en helpen u bij de financiering van uw projecten. Bovendien schrijven ze aanbestedingen uit waarbij u verzekerd bent van transparante procedures en een tijdige betaling.

Voor beide landen richt FIT zich op de sectoren die de multilaterale instellingen financieel ondersteunen.

#### Inschrijven

kan tot 25 september 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

☎ Johan Malin, 02 504 87 58  
[johan.malin@fitagency.be](mailto:johan.malin@fitagency.be)

Op zoek naar expertise over internationaal ondernemen bij u in de buurt?

#### Antwerpen

03 260 87 22  
[antwerpen@fitagency.be](mailto:antwerpen@fitagency.be)

#### Limburg

011 29 20 80  
[limburg@fitagency.be](mailto:limburg@fitagency.be)

#### Oost-Vlaanderen

09 267 40 80  
[oostvlaanderen@fitagency.be](mailto:oostvlaanderen@fitagency.be)

#### Vlaams-Brabant

016 66 56 00  
[vlaamsbrabant@fitagency.be](mailto:vlaamsbrabant@fitagency.be)

#### West-Vlaanderen

050 24 74 10  
[westvlaanderen@fitagency.be](mailto:westvlaanderen@fitagency.be)



Internationale ondernemers verblijven tijdens hun zakenreizen regelmatig in het buitenland. Soms leven en werken ze er zelfs geruime tijd. Hoe beleven zij hun internationale carrière? Deze maand vragen bevragen we Carolyn Bednarz, Customer Intelligence Representative bij Oracle.

# “De ideale opstap voor een internationale carrière”

**Dublin is een eerste stap in wat hopelijk een boeiende internationale carrière wordt.** Als pas afgestudeerde ging ik eerst gewoon op zoek naar een job in België. Maar hoe dichter ik bij een contract kwam, hoe meer ik begon te twifelen. Na een vrijwilligersstage als lesgever Engels in Taiwan eind 2012 snakte ik naar nog meer internationale ervaringen. Daarom begon ik het internet af te schuimen op zoek naar jobs in het buitenland, en zo viel mijn oog op mijn huidige ICT-job bij Oracle in Dublin. Voor Oracle kwam ik net op het juiste moment, en dus ging ik ervoor.


**Mijn initiële plan was om zes maanden te blijven.** Maar intussen heb ik de ambitie opgevat om intern door te groeien tot Business Development Consultant, en dus blijf ik hier minstens voor een jaar. Mijn huidige functie is daar de ideale opstap voor: als Customer Intelligence Representative help ik onze klanten in kaart te brengen: hun organisatie, strategie, IT-infrastructuur ...

**Voor iemand die een internationale IT-carrière overweegt, is deze job een aanrader.** Er zijn veel doorgroeimogelijkheden, zolang je je maar volledig inzet én je


zelf initiatief neemt. In een multinational als Oracle staan veel deuren open, maar je moet ze zelf nog een extra duwtje geven. Ik prijs mezelf gelukkig dat ik ben terechtgekomen in een erg open werkomgeving, met veel jonge mensen uit verschillende landen van Europa.

**Die mix aan nationaliteiten is trouwens iets wat de Ierse hoofdstad typeert.** Naast Oracle hebben nog heel wat andere grote bedrijven, zoals Google, Yahoo en Paypal, hun Europese hoofdzetel in Dublin. Zulke spelers trekken natuurlijk veel jong internationaal talent aan. Kansen tot netwerken zijn er dan ook bij de vleet! Een van de fijne neveneffecten is de ruime keuze aan restaurants en winkels van diverse nationaliteiten. De Poolse gemeenschap is hier bijvoorbeeld sterk vertegenwoordigd, en heeft zelfs een eigen retailketen, 'Polonez'. Die Poolse specialiteiten zijn eens wat anders dan de chips en cowl salad die ze overal bij de lunch serveren.

**Dat leren graag een glas heffen, is een understatement.** Met St Patrick's Day staat Dublin een weekend lang op z'n kop. Geen enkele Ier die er op dat moment aan denkt om thuis te blijven. Van



Paspoort:



**Naam:**  
Carolyn Bednarz

**Functie:**  
Customer Intelligence Representative bij Oracle

**Sector:** IT

**Studies:**  
Handelsingenieur aan de Solvay Business School – VUB

**Leeftijd:** 23 jaar

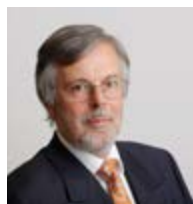
kop tot teen in het groen gehuld trekken ze massaal naar de stoet en de pubs om er een geweldig feestje te bouwen.

**Kijk goed uit – en vooral in de juiste richting – als je wil oversteken, of het zal je laatste businessstrip geweest zijn.** De dubbeldekkers razen hier namelijk als gekken voorbij. Nog een tip die ik kan meegeven aan al wie een zakenreis naar Dublin gepland heeft: toon respect voor de levendige Keltische cultuur. Leren zijn daar bijzonder trots op, en volkomen terecht natuurlijk. Pubs nodigen regelmatig livemuzikanten uit en dan zingt iedereen de folkliederen mee uit volle borst. Ook het interieur van traditionele pubs wordt in ere gehouden: alles is in hout, waardoor je gegarandeerd een authentieke Irish Pub-ervaring wacht.



De aantrekkingskracht  
van Hasselt

“Ook al is Hasselt de hoofdstad van Limburg, toch telt ze amper 70.000 inwoners. Dat is een peulenschil in vergelijking met centrumsteden als Antwerpen en Gent. Toch is de aantrekkingskracht van Hasselt onmiskenbaar. Zo zijn er de jonge en oudere koppels die ervan dromen om er de rest van hun leven lang en gelukkig te wonen – en dat ook doen.



Marc Michaux

Adviseur Internationaal Ondernemen  
in Limburg

#### Waar?

Nationaal Jenevermuseum: Witte Nonnenstraat 19, 3500 Hasselt

Modemuseum Hasselt: Gasthuisstraat 11, 3500 Hasselt

Japanse Tuin: Koning Boudewijnlaan, 3500 Hasselt

Herkenrode: Herkenrodeabdij 4, 3511 Hasselt

Maar ook voor een kortstondig bezoek heeft de stad veel te bieden. Shoppers bijvoorbeeld, halen hun hart op in het ruime winkelaanbod. Ook een begeleide wandeling door de binnenstad loont beslist de moeite. Kuierend langs blikvangers zoals het Borrelmanneke of het Boerenkrijgmonument, verzeil je in het Nationaal Jenevermuseum of het Modemuseum Hasselt. Met de toeristentrein tuf je naar de Japanse Tuin.

Wil je het liever iets actiever, huur dan een fiets en trap naar de abdijsite van

Herkenrode. Bewonder er de schitterend gerestaureerde abdij uit de dertiende eeuw van de cisterciënzerinnen en geniet van de Herkenrode-tripel, het abdijsbier dat in 2011 het kwaliteitslabel van Monde Selection ontving.

Tot slot mag een culinair festijn in een van de vele restaurants niet ontbreken. Hasselt staat bekend als ‘hoofdstad van de smaak’ en die reputatie wordt telkens opnieuw waargemaakt.”

Haad'oech!

## Boekentip

### Innovatieblunders Waarom zoveel innovaties mislukken en 25 manieren om het beter te doen

Sjors van Leeuwen

Wie herinnert zich nog de zorgpas, de rookloze sigaret of i-mode? Het zijn slechts enkele innovaties die een stille dood zijn gestorven. Zijn ze te vroeg of net te laat gelanceerd? Of simpelweg verkeerd vermarkt? Wat bepaalt het succes van een nieuw product en hoe kan u dat sturen?

Innovatie is essentieel om te overleven in een business, maar daarvoor is een goed begrip van de markt en de klant nodig. Dikwijls wringt daar het schoentje, want het overgrote deel van alle nieuwe producten, diensten en merken slaagt er niet in een vaste plek te veroveren. In dit boek leest u meer over de grootste innovatieblunders van de afgelopen decennia. Niet voor uw

leedvermaak, maar om er lessen uit te trekken, zodat u het zelf beter aanpakt. Aan de hand van sprekende voorbeelden en handige tips en tricks ontdekt u hoe u wél succesvol innoveert. Om u op weg te helpen, geeft de auteur 25 mogelijke manieren om het beter te doen.

#### Over de auteur

Sjors van Leeuwen is directeur van Indora Managementadvies en actief als zelfstandig adviseur in klantgericht ondernemen en CRM. Andere boeken die hij schreef, zijn ‘Klant in de driver’s seat’, ‘CRM in de praktijk’, ‘Het Marketingwiel’ en ‘Zorgmarketing in de praktijk’.



Innovatieblunders

Waarom zoveel innovaties mislukken  
en 25 manieren om het beter te doen

ISBN 978-90-8965-152-51

Uitgeverij Lannoo





## DE BESTSELLER TO SELL BETTER IN HET BUITENLAND

Internationale plannen voor uw onderneming? Bestel dan gratis 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.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)



**Flanders Investment & Trade**  
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen