

# Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Maart 2013 nr. 51

Efficiënt en  
veelzijdig  
Zwitserland

Hoe zich beschermen tegen  
internationale risico's?

**Achilles Design  
zet Vlaamse design  
op de wereldkaart**

- 4 **Zwitserland**: efficiënt en veelzijdig als zijn zakmessen
- 8 Radar
- 10 Geniet u voldoende **bescherming in het buitenland?**
- 13 **Achilles Design** zet Vlaamse design op de wereldkaart
- 16 Allereerste uitreiking **Foreign Investment Trophy**
- 18 Vergroot uw kansen om **de Leeuw van de Export** te winnen
- 20 Creatief toptalent op **Aziës grootste design-event**
- 21 **Missie Marokko**: projecten aan de poort van Afrika
- 22 **Australië en Nieuw-Zeeland**: uitgelezen uithoeken voor zakendoen
- 24 Vertrek
- 26 “Ik ben geboren met **een set moersleutels** in de maag”
- 27 **Killiney Bay**, Bono's achtertuin



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](https://twitter.com/fitagency)

**Verantwoordelijke uitgever:** Claire Tillekaerts.

**Eindredactie:** Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.

**Hoofredactie:** Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.

**Foto's:** FIT en Bart Lasuy.

**Lay-out en druk:** Vanden Broele 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,**

Vorige maand bereikte ons belangrijk economisch nieuws: in 2012 liet China de VS achter zich als grootste handelsnatie. Sinds 2009 had China al de titel van 's werelds grootste exporteur op zak. Velen onder u zijn tijdig op de trein gesprongen en bouwen inmiddels succesvol activiteiten uit in China. De aandacht van de Vlaamse bedrijven zal er alleen maar toenemen, dat staat buiten kijf. Zo zullen ze nog meer inzetten op handel met de oosterse gigant. Soms uit noodzaak, maar nog meer uit zakelijk voordeel.

Dat China als afzetmarkt aan belang wint, betekent uiteraard niet dat alleen verre groeilanden potentieel bieden. Zo ontdekt u hoe Zwitserland een lucratieve en interessante exportbestemming kan zijn. Maar hoe ver of dichtbij uw horizon

ook reikt: u verzekeren tegen internationale risico's blijft een must. U leest er meer over in deze Wereldwijs.

In deze tijden ligt het niet voor de hand om nieuwe afzetmarkten aan te boren. Daarom blijven we met de Leeuw van de Export sterke exportverhalen belonen. Maar ook de omgekeerde beweging verdient aandacht. Daarom zetten we vanaf dit jaar ook opvallende buitenlandse investeerders op het erepodium. Volgende maand zullen we voor het eerst de Foreign Investment Trophy uitreiken.

Een award of niet, de belangrijkste beloning als ondernemer blijft natuurlijk een geslaagde zakendeal. En waar die opportuniteit zich ook voordoet: wij zijn er om u hierbij te ondersteunen.

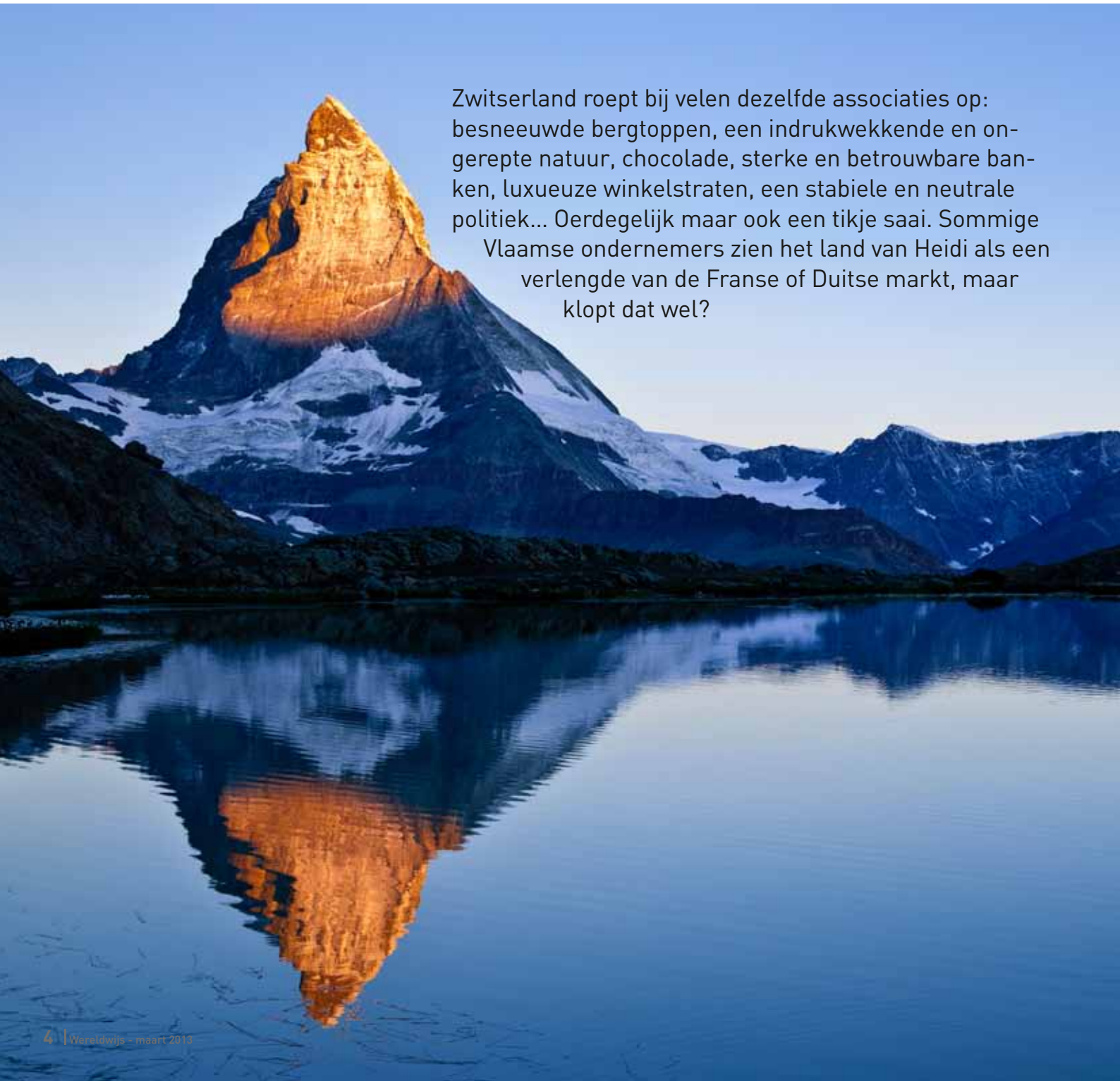
Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade



# Zwitserland:

efficiënt en veelzijdig  
als zijn zakmessen

Hoe pakt u de Zwitserse markt best aan?



Zwitserland roept bij velen dezelfde associaties op: besneeuwde bergtoppen, een indrukwekkende en ongerepte natuur, chocolade, sterke en betrouwbare banken, luxueuze winkelstraten, een stabiele en neutrale politiek... Oerdegelijk maar ook een tikje saai. Sommige Vlaamse ondernemers zien het land van Heidi als een verlengde van de Franse of Duitse markt, maar klopt dat wel?



Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) Kris Castelein woont en werkt al bijna zeven jaar in Zürich. Van daaruit adviseert en ondersteunt hij Vlaamse bedrijven die de Zwitserse markt willen aanboren. Daarnaast maakt hij potentiële Zwitserse investeerders warm voor Vlaanderen. Voor hij in het buurland van Frankrijk, Duitsland, Liechtenstein, Oostenrijk en Italië aan de slag ging, was hij werkzaam in de Saudische hoofdstad Riyad, waar hij later dit jaar opnieuw naar terugkeert.

### Een overstap van Saoedi-Arabië naar Zwitserland is een culturele clash. Hoe verliep de inburgering?

**Kris Castelein:** “Ook al lijkt de aanpassing miniem voor een Europeaan, toch was het even wennen. Zwitsers zijn immers afstandelijk en gereserveerd. Het respect voor hiërarchie is groot en de hele maatschappij is geïnstitutionaliseerd. Je moet dus een zekere barrière doorbreken, maar ondertussen stel ik hun ingesteldheid net op prijs. De levenskwaliteit is absoluut top en dat weerspiegelt zich ook in het Zwitserse zakenleven.”

### Heeft de wereldwijde financiële en economische crisis Zwitserland zwaar getroffen? Hoe is de huidige marktsituatie?

**Kris Castelein:** “De Zwitserse economie boert goed en heeft weinig geleden onder de wereldwijde financiële en economische crisis. Er was hooguit wat groeivertraging. Omdat de belangrijkste handelspartners de EU en de VS zijn, ondervindt het land wel indirecte effecten van de crisis. Daarom nam de Zwitserse overheid enkele maatregelen. Zo stelde ze in 2011 een grens aan de maximale wisselkoerswaarde van de Zwitserse frank

ten opzichte van de euro, omdat de Zwitserse frank te hoog gewaardeerd stond, wat nadelig is voor hun exportgedreven economie.

Ook de invoering van de Kurzarbeit of tijdelijke werktijdverkorting laat bedrijven toe om flexibeler om te springen met arbeid. Daarnaast kende de Zwitserse regering enkele incentives toe om de binnenlandse consumptie op peil te houden. Met al deze kordate maatregelen heeft Zwitserland de crisis efficiënt aangepakt.”

### Met meerdere taalgemeenschappen en kantons vertoont Zwitserland gelijkenissen met België. Hoe vertaalt zich dat economisch?

**Kris Castelein:** “Net zoals wij gewesten hebben, hebben de Zwitsers kantons, 26 in totaal. Bij ons is het al behoorlijk complex met drie taalgemeenschappen, Zwitserland telt er vier. De 26 kantons beschikken over een hoge mate van autonomie, met eigen grondwetten en een parlement, regering en rechtbanken. Fundamentele verschillen zijn er niet, zodat Vlaamse ondernemers daar weinig rekening moeten mee houden.

“Hier zakendoen heeft administratief weinig voeten in de aarde.”

In Duitstalig Zwitserland ligt het economische zwaartepunt, met een enorm sterke farma- en chemieindustrie in Basel, banken & verzekeringen in Zürich en een bloeiende sector machinebouw en precisiematerieel. Franstalig Zwitserland heeft veel invloed met Genève als Europese hoofdkwartier van de Ver-

enigde Naties en tweede belangrijkste financiële centrum van het land. Ook de horloge-industrie in de Jura verdient een vermelding.

Beide taalgemeenschappen tellen veel hoogtechnologische clusterbedrijven, vooral rond Zürich en Lausanne, dat zijn heuse groeipolen. In het Italiaanssprekende deel is Lugano een niet onbelangrijk financieel centrum. Daarnaast behoort ook het Reto-Romaans tot de officiële talen van Zwitserland, maar dat wordt slechts door een zeer beperkte minderheid gesproken.”

“Zakendoen in Duitstalig Zwitserland is anders dan in Franstalig Zwitserland.”

## Zwitserland telt ongeveer 8 miljoen inwoners. Dat is een kleine afzetmarkt. Is er nog plaats voor Vlaamse ondernemers?

**Kris Castelein:** “Net omdat het een bescheiden maar gevarieerde regio is, is Zwitserland een typische testmarkt. Zwitsers geven doorgaans de voorkeur aan ‘Swiss Made’, maar staan tegelijk open voor kwalitatieve innovatieve producten. Ze zijn echte trendsetters, zowel op het vlak van goederen als diensten. De Zwitserse koopkracht is bij de hoogste ter wereld en de prijs speelt weinig rol. In ruil willen ze wel een onberispelijke kwaliteit en dito dienstverlening.”

## Is een distributeur dan een betere keuze dan een handelsagent om de Zwitserse markt te bedienen?

**Kris Castelein:** “In veel gevallen wel. Een distributeur is immers verantwoordelijk voor de promotie en de dienstna-verkoop. Daar tegenover staat dat je



Boven: Kris Castelein

minder invloed hebt op de prijsbepaling. Vele Vlaamse ondernemers kiezen er ook voor om hier een eigen kantoor of vennootschap op te richten, zodat ze zelf de touwtjes in handen houden. Ook fiscaal kan dat interessant zijn. Een eigen vestiging oprichten is hier een fluitje van een cent. Wel moet de raad van bestuur minstens één Zwitser of één Belg met een verblijfsvergunning in Zwitserland tellen.”

## Telt Zwitserland naast de koopkracht en de stabiele politiek en economie nog troeven?

**Kris Castelein:** “De infrastructuur is werkelijk uitstekend. Voorts is Zwitserland geografisch letterlijk het hart van Europa. Wie hier zaken wil doen, hoeft daarvoor door weinig administratieve rompslomp. Bovendien is de regelgeving erg transparant. Tot slot is de arbeidsmarkt zeer flexibel en liberaal.”

## Zijn er ook obstakels voor de Vlaamse ondernemer die de Zwitserse markt betreedt?

**Kris Castelein:** “Nog te vaak zien Vlaamse ondernemers Zwitserland als een verlengstuk van Duitsland of Frankrijk. Ook al lopen de bilaterale gesprekken met de EU al jarenlang en zijn er verdragen uit voortgekomen, Zwitserland maakt voorsnog geen deel uit van de EU, noch van de EER. Vergeet dus de invoerrechten niet. Wie actief is in voeding, moet bovendien rekening houden met strenge importregels. Het gebeurt nog altijd dat Vlaamse ondernemers contact opnemen met ons kantoor, omdat hun producten geblokkeerd zijn aan de grens.

“De Zwitserse koopkracht is bij de hoogste ter wereld en de prijs speelt weinig rol. Maar daar staan een onberispelijke kwaliteit en dito dienstverlening tegenover.”

Ook mag je Zwitserland niet als één markt beschouwen. Zakendoen in Duitstalig Zwitserland is anders dan in Franstalig Zwitserland.”

## Is het gemakkelijk samenwerken met Zwitserse zakenlui?

**Kris Castelein:** “Zwitsers laten zelden het achterste van hun tong zien. Ook al handelen ze altijd correct en eerlijk, ze zullen zichzelf niet tekortdoen. Volgens



DO

- Kom altijd voorbereid en op tijd naar meetings.
- Spreek uw gesprekspartner aan met zijn titel en achternaam. Zelfs burenspreken elkaar niet aan met enkel de voornaam.
- Focus op kwaliteit en niet op prijs.



DON'T

- Vermijd een theatrale houding, dat wordt niet op prijs gesteld.
- Stel geen persoonlijke vragen.
- Beschouw Zwitserland niet als één markt.

een Zwitsers spreekwoord is dat 'de schone rozijnen eruit pakken'. Dat mag je niet tegenhouden, hou er gewoon rekening mee. Wel aangenaam is: je hoeft niet te vrezen voor wanbetalingen, dat komt zelden voor.

Het is niet eenvoudig om door te dringen tot het Zwitserse zakennetwerk. Dat is nog een hecht mannenbastion. Vele 'captains of industry' hebben elkaar leren kennen tijdens hun legerdienst en een band voor het leven gesmeed. Investeer daarom genoeg tijd en energie om een netwerk uit te bouwen."

"De levenskwaliteit in Zwitserland is absoluut top en dat weerspiegelt zich ook in het zakenleven."

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

**Kris Castelein:** "In 2011 voerde Vlaanderen voor ongeveer 4,5 miljard euro uit naar Zwitserland, het op een na beste exportresultaat sinds het ongeëvenaarde recordjaar 2007, goed voor meer dan 5 miljard euro. Zwitserland maakte dan ook een fikse sprong opwaarts in de rangschikking exportbestemmingen van Vlaanderen en landde op de elfde plaats.

Tijdens de eerste tien maanden van 2012 liep de Vlaamse export naar Zwitserland een pak minder vlot: we exporteerden er voor 3,8 miljard euro heen, amper 3% beter dan tijdens diezelfde periode in 2011. Vooral de sectoren machines, kunststoffen, metalen en textiel scoorden minder goed. Daardoor viel Zwitserland terug naar onze dertiende afzetmarkt.

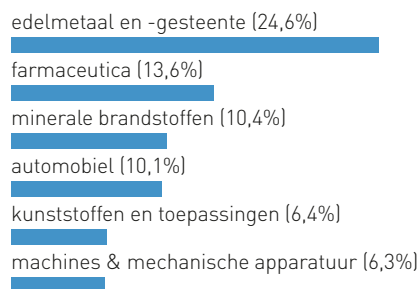
Wereldwijd importeerde Zwitserland in 2011 voor 149,26 miljard euro aan goederen. Vlaanderen nam daarvan een bescheiden 3% voor zijn rekening, of een exportpakket van 4,49 miljard euro. Absolute blikvanger was ongetwijfeld

de branche edelgesteente en diamant, waarvan de exportgroei (+189,63%) exponentiële allures aannam. Die 3% volstond om Vlaanderen uit te roepen tot tiende leverancier van Zwitserland.

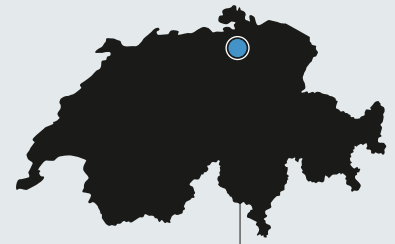
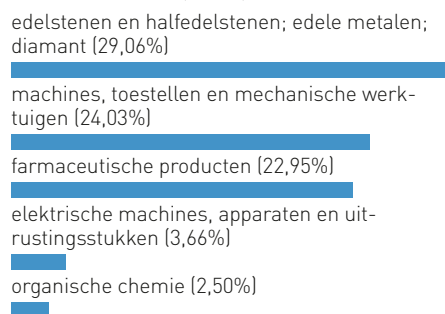
De situatie aan de invoerzijde verliep min of meer parallel met die bij de uitvoer. In 2011 importeerde Vlaanderen voor ongeveer 2,5 miljard euro uit Zwitserland, meteen het sterkste resultaat ooit. Dat was hoofdzakelijk door de spectaculaire toename van de import van edelstenen, edele metalen en diamant, en van chemie en farma. Tien maanden ver in 2012 sloeg het invoerverhaal uit Zwitserland om, want de import kreeg in die periode een tik van 6%.

In 2011 exporteerde Zwitserland wereldwijd voor 168,6 miljard euro aan goederen. Het aandeel van de Vlaamse import, 2,48 miljard euro of 1,47% in de Zwitserse totaalexport, maakt Vlaanderen de dertiende klant van Zwitserland."

#### Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Zwitserland (2011):



#### Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Zwitserland (2011):



Zurich  
Kris Castelein



#### Fact sheet Zwitserland

- **Oppervlakte:** 41.285 km<sup>2</sup>
- **Aantal inwoners:** 7.925.517 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Genève:** 10.513 (2012)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Bern:** 7.067 (2012)
- **Officiële talen:** Duits, Frans, Italiaans en Reto-Romaans
- **Munteenheid:** Zwitserse frank; 1 EUR = 1,23 CHF (februari 2013)
- **Weetje:** volgens het World Economic Forum is Zwitserland het 'Meest concurrentiële land ter wereld' (september 2012)
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2011)**
  - Landbouw, bosbouw en visserij 1,3%
  - Industrie 27,5%
  - Diensten 70,9%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2011)**
  - Duitsland 20,2%
  - VS 10,3%
  - Italië 7,8%
  - Frankrijk 7,2%
  - VK 4,8%
  - China 4,2%
  - Hongkong 3,8%
- **Belangrijkste leveranciers (2011)**
  - Duitsland 32,3%
  - Italië 10,4%
  - Frankrijk 8,6%
  - VS 5,0%
  - Nederland 4,4%
  - Oostenrijk 4,3%
  - VK 3,4%

#### Wat staat binnenkort op ons programma voor Zwitserland?

##### \* Hoofdzetel CERN – Genève – 5 tot 7 mei 2013

Multisectorale groepszakenreis naar de hoofdzetel van CERN, het wereldbepaalde onderzoekslaboratorium in het vakgebied van de elementaire deeltjes.

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



## De zoetwarenmarkt in Duitsland

Deze studie schetst een beeld van de huidige marktsituatie in België en Duitsland op het vlak van zoetwaren. Daarnaast komen ook de belangrijkste trends in deze markten aan bod. De studie bevat een uitgebreide adressenlijst van potentiële afnemers van Belgische zoetwaren zoals Duitse groothandelaars, importeurs en zoetwarenketens met een groot productaanbod. Ten slotte worden de belangrijkste beurzen in de Duitse zoetwarenbranche en de meest interessante tijdschriften en nuttige webadressen belicht.



## De biermarkt in Denemarken

Denemarken heeft een lange biertraditie. Tot het einde van de jaren 90 was pils het meest populaire bier, maar na de eeuwwisseling vond een echte bierrevolutie plaats. De Deense consument toonde interesse in andere biersoorten, vooral in hoogkwalitatieve bieren. Daardoor moesten de Deense bierspelers hun producten aanpassen. Momenteel bestaat de Deense biermarkt uit enkele grote brouwerijen, Deense microbrouwerijen en een toenemende invoer van buitenlands bier, onder meer uit België, het VK, Tsjechië en Duitsland. Ondanks de algemeen stagnerende consumptie in Denemarken blijft de interesse voor bier van goede kwaliteit stijgen.



## De bouwsector in Tsjechië

Hoe belangrijk is de bouwsector voor de Tsjechische economie? Daarover buigt deze studie zich. Bouw blijft een van de pijlers van de Tsjechische economie, ondanks de daling in private en openbare investeringen. Verwacht wordt dat de kapitaalexport verder zal toenemen en dat de Tsjechische bouwbedrijven dochterondernemingen zullen oprichten in de opkomende markten. De toenemende invloed van de BRIC-landen zal de concurrentie op dat gebied vergroten. Tegen 2014 wordt een stabilisatie verwacht, en vanaf dan zouden ook de winsten opnieuw geleidelijk aan stijgen.

Download deze marktstudies op  
[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)





# Geniet u voldoende bescherming in het buitenland?

Alle ondernemers worden vroeg of laat geconfronteerd met een tegenslag, klein of groot. Wie onvoldoende is verzekerd, kan daar verstrekende gevolgen van ondervinden. En dat komt – zeker in het buitenland – vaker voor dan gedacht.

Verzekeringsexpert Bart Vanoorbeek (ADD) en ondernemers Chris Buysel (ThromboGenics) en Patrick De Bondt (CDM) zitten met Wereldwijs rond de tafel. Ze vertellen vanuit hun ervaring over internationale verzekeringsrisico's.

## ADD

ADD is een onafhankelijke risicobeheerder en verzekeringsmakelaar voor Belgische ondernemingen. Naast de vestigingen in Vlaanderen – in Merelbeke en Heverlee – is ADD wereldwijd actief. Daarbij springen vooral Europa, Azië, de VS, Canada en Zuid-Amerika in het oog. ADD is een lokale partner van het Worldwide Broker Network, zodat ze overal ter wereld hun dienstverlening verzekeren.

## CDM

CDM produceert geluids- en trillingsdempende isolatie op maat voor de sectoren spoor en bouw. Het hoofdkantoor is gevestigd in Overijse. Daarnaast heeft het bedrijf elf filialen, verspreid over Europa, de VS, Zuid-Amerika en Azië. Agenten stellen er de systemen voor, die in Vlaanderen worden ontwikkeld, vervaardigd en geleverd aan de eindklant. Een belangrijk deel van de grondstoffen maakt CDM in een fabriek in Frankrijk, waar het rubber uit ongeveer 10.000 ton autobanden wordt gerecycleerd tot platen en vormstukken.

## ThromboGenics

ThromboGenics is een beursgenoteerd biotechbedrijf dat geneesmiddelen ontwikkelt voor oogandoeningen. In januari keurde de Amerikaanse Food and Drug Administration (FDA) zijn oogmedicijn Jetrea goed. Geïnjecteerd geneest het de verkleving van het netvlies aan de achterkant van het oog, voordien alleen chirurgisch te behandelen.

Ook een commissie van het Europese Geneesmiddelenagentschap (EMA) heeft Jetrea al groen licht gegeven. De Europese Commissie beslist deze maand, maar doorgaans volgt die het advies van het EMA. In de VS brengt een eigen verkoopteam Jetrea op de markt. In andere landen werkt ThromboGenics samen met het Zwitserse farmaconcern Novartis.

## Het lijkt evident dat exporterende ondernemers zich voldoende indekken tegen internationale risico's. Of klopt dat niet?

**Bart Vanoorbeek:** "Nog te vaak gaan ondernemers ervan uit dat ze, door zich te verzekeren in België, op dezelfde wijze ook in het buitenland gedekt zijn. Dat klopt niet, zelfs binnen de EU zijn er grote verschillen in wetgeving en soorten verzekeringen. Bovendien speelt de volwassenheid van de verzekeringssector een rol. Zo is die in West-Europa sterk ontwikkeld. Hoe meer oostwaarts je trekt, hoe meer de verzekeringssector er nog in zijn kinderschoenen staat."

Chris Buysse: "De gemoedsrust die je verwerft door goed te zijn verzekerd, is onbetaalbaar."

## Zijn vooral kleinere bedrijven onvoldoende verzekerd?

**Bart Vanoorbeek:** "Onwetendheid ligt vaak aan de basis van onvoldoende verzekerd zijn. Vlaamse ondernemers rekenen er dikwijls op dat het lokale management de nodige stappen zet, maar dat loopt niet altijd goed af."

Zo nam ADD een Bulgaarse firma onder de loep voor een Vlaamse potentiële overnemer. Uit dat due diligence-onderzoek kwam naar voren dat het Bulgaarse bedrijf beschikte over een aansprakelijkheidspolis, maar bij het lezen van de voorwaarden bleek dat de dekking beperkt was tot Bulgarije. Het bedrijf realiseerde ongeveer 80% van zijn omzet in het buitenland, en was dus eigenlijk zo goed als niet verzekerd. Dan kunnen de kleine letters heel grote gevolgen hebben."

## Wanneer komt dat tot uiting?

**Patrick De Bondt:** "Bij ons was de belangrijkste trigger de opstart van onze activiteiten in de VS en het VK. Isolatieproducent CDM bestaat sinds 1951. Rond de eeuwwisseling kenden we een internationale groeispurt, waardoor we andere noden kregen op het vlak van verzekeringen. Pas toen we bepaalde verzekeringsattesten moesten voorleggen waarin ook de professionele aansprakelijkheid werd gedekt, beseften we de beperkingen van onze lokale makelaar en zijn we overgestapt naar een internationale verzekeringsmakelaar."

**Chris Buysse:** "Inderdaad, de Amerikaanse wetgeving spant op dat vlak wereldwijd de kroon. Een maximale verzekering is aangewezen, voor elk bedrijf, in eender welke sector. Een class action lawsuit of collectieve rechtszaak, voorlopig nog hoofdzakelijk een Amerikaans fenomeen, is de nachtmerrie van elke ondernemer. Onvoldoende verzekerd zijn betekent dan de doodsteek. Geen beroep doen op een topverzekeringsexpert zou waanzin zijn."

## Hoe vinden bedrijven de juiste verzekeringsmakelaar?

**Bart Vanoorbeek:** "Naast onwetendheid, zorgt ook verkeerd advies van een makelaar soms voor problemen. Vraag naar zijn internationale skills en laat hem die aantonen. Is hij lid van een internationaal netwerk? Beschikt hij over de knowhow en expertise om het risico correct te analyseren en beheren? Biedt hij internationale verzekeringsprogramma's aan? Kent hij de lokale gebruiken en wetgevingen?"

Patrick De Bondt: "Pas toen we bepaalde verzekeringsattesten moesten voorleggen waarin ook de professionele aansprakelijkheid werd gedekt, beseften we de beperkingen van onze lokale makelaar."

## Tegen welke internationale risico's zijn jullie verzekerd?

**Patrick De Bondt:** "Onze contracten voor het isoleren van een gebouw houden een resultaatsverbintenis in met klanten, uitgedrukt in bespaarde decibels, waardoor een verzekerde productaansprakelijkheid na levering onontbeerlijk is. Dat vullen we aan met een professionele aansprakelijkheidsdekking en brandverzekering."

**Chris Buysse:** "Ook in de geneesmiddelenindustrie zijn de risico's zeer specifiek. Aan elk medicijn gaan jaren van intensieve R&D vooraf. Voor Jetrea was dat twaalf jaar. Ons verzekeringsportfolio valt uiteen in twee delen: voor en na goedkeuring van het medicijn. Voorafgaand sluiten we een polis 'clinical trial' af. Het blijven tenslotte experimentele producten, zelfs na meerdere testfases."

Testpersonen kunnen onverwacht anders reageren en menselijke fouten kan je nooit uitsluiten. Na goedkeuring is de verzekering productaansprakelijkheid prioriteit. Daarbij moeten alle haltes van het traject productie tot patiënt worden afgedekt. Omdat we koudeketenproducten produceren, is correct transport – op -20 °C – essentieel. De FDA stelt een zeer uitvoerig veiligheidsprofiel op, waarin alle risico's worden besproken. De bijsluiter moet alle mogelijke bijwerkingen oplijsten. Daarnaast hebben we ook de gewone verzekeringen zoals voor arbeidsongevallen, ons wagenpark, brand enzovoort."

## Hoe worden verzekeringsrisico's in een bepaalde markt onderzocht?

**Chris Buysse:** "Wij kiezen voor een globale productaansprakelijkheid. Dat is maatwerk: alleen globale verzekeringsmaatschappijen kunnen dat dragen. ADD screent voor ons de markt. Zij hebben een cel van experts die gespecialiseerde risico's als de onze berekent. Wij moeten uitmaken welke mogelijke risico's we financieel zelf aankunnen. Als we de franchise in rekening brengen, wat komt in de verzekeringskorf en wat behandelen we op patiënteniveau? Op basis van die gegevens stelde ADD drie internationale verzekeraars voor. Zij hebben op hun beurt ThromboGenics doorgelicht. Ook al kost het jaarlijks veel geld, over verzekeringen mag je niet krenterig doen. De gemoedsrust die je verwerft, is onbetaalbaar."

Bart Vanoorbeek: "Nog te vaak gaan ondernemers ervan uit dat ze, door zich te verzekeren in België, op dezelfde wijze ook in het buitenland gedekt zijn."

## Kan een bedrijf zich verzekeren tegen alle mogelijke risico's?

**Patrick De Bondt:** "We importen kleine componenten uit China. Toen een boot daar averij had opgelopen, kregen we onze goederen pas terug als we een deel van de bergingskosten betaalden. Een beperkte, maar onverwachte kost. Voor grotere ladingen kan dat stevig aantikken. Of een aangepaste transportverzekeringspolis aan de orde is, bekijken we nog."

**Chris Buyse:** "Het ergste wat ons kan overkomen, is het wegvallen – om wat voor reden ook – van medewerkers. Je kan daar wel een 'key men insurance' voor afsluiten, maar het geld kan het verlies niet compenseren. Daarom nemen we dit type verzekering niet, maar zorgen we ervoor dat meerdere medewerkers cruciale posten bemannen."

**Bart Vanoorbeek:** "Niet-materiële risico's zoals de schending van intellectuele-eigendomsrechten, milieu- en reputatieschade worden door de band genomen minder verzekerd. Nochtans brengen ze mogelijk de continuïteit van een bedrijf in gevaar. Stel, een productiefaciliteit brandt af. Als het bedrijf een brandverzekering heeft, krijgt het de middelen om een nieuwe fabriek bouwen. Maar ondertussen ligt de productie stil, trekken klanten naar concurrenten, zijn medewerkers technisch werkloos enzovoort. Uiteraard zijn de risico's voor elk bedrijf anders, wij helpen die te detecteren."

## Tot slot, bestaan er notoire landen met meer verzekeringsrisico's?

**Bart Vanoorbeek:** "Sommige landen, zoals de BRIC-landen en Maleisië, bepalen dat alle ondernemers met een belang in dat land, verzekeringspolissen moeten afsluiten met een lokale verzekeringsmaatschappij. Dat zijn de zogeheten admitted-verzekeringen. Ik herinner me een Vlaamse ondernemer die een overslagbedrijf in India had overgenomen. Toen hij zich wilde verzekeren tegen beroepsaansprakelijkheid, vond hij geen lokale verzekeraar die deze polis dekken kon. Ook Brazilië is een 'moeilijk' land. De verzekeringswetgeving varieert er nogal. Door het tijdsverschil duurt het vaak uren vooraleer vragen worden beantwoord. Daarom hebben we een softwareplatform uitgebouwd, waarop onze klanten altijd toegang hebben tot hun verzekeringsportfolio en een beroep kunnen doen op de meest recente databases en onze lokale expertise."

? Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Heeft u zelf goede of minder goede ervaringen met internationale verzekeringsrisico's? Zoekt u bijkomend advies of tips van collega-ondernemers? Laat uw stem horen in onze LinkedIn-groep.

**LinkedIn**

? Grijp uw kans!

Op hun weg naar internationaal ondernemen kunnen ondernemers op verschillende obstakels botsen. Is er een onderwerp waarover u graag experts en bedrijven met terreinervaring aan het woord hoort, laat het ons weten!

We ontvangen uw suggesties graag op [wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be).

## Ons panel



### Bart Vanoorbeek

Bart Vanoorbeek is ruim 25 jaar actief in de verzekeringssector. Hij staat al tien jaar aan het hoofd van het internationale departement bij verzekeringsmakelaar ADD. Dagelijks ondersteunen hij en zijn team Belgische bedrijven bij het managen van hun risico's in het buitenland.

[www.add.be](http://www.add.be)



### Chris Buyse

Chris Buyse heeft meer dan twintig jaar ervaring in internationale bedrijfsfinanciën. Voor hij als CFO aan de slag ging bij ThromboGenics, leidde hij de overname van biotechbedrijf CropDesign door BASF in goede banen. Ook bij WorldCom/MCI Belux, Keyware Technologies, Spector Photo Group, Suez Lyonnaise des Eaux en Unilever bekleedde hij financiële topposities. Vorig jaar riep Trends Business Magazine Chris Buyse uit tot 'CFO van 2012'.

[www.thrombogenics.com](http://www.thrombogenics.com)



### Patrick De Bondt

Patrick De Bondt is al bijna dertien jaar CFO bij CDM. Hij bouwde zijn ervaring en expertise op bij St. Jude Medical, Banksys, Quick Restaurants en e-Zone.

[www.cdm.be](http://www.cdm.be)

# Achilles Design

zet Vlaamse  
design op de  
wereldkaart

Productontwikkeling  
op strategisch niveau

Het Vlaamse ontwerp bureau Achilles Design was een opvallende deelnemer aan de voorbije Business of Design Week in Hongkong (zie p. 20). Niet alleen door zijn indrukwekkende en veelgelauwerde productportfolio, maar ook door zijn geïntegreerde manier van werken. Het bedrijf geeft industrieel design een bredere dimensie. En dat loont.

Samen met Annik Du Pont, bij FIT een Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Antwerpen, overloopt medeoprichter en managing director Jürgen Oskamp de bedrijfsgeschiedenis van Achilles Design.

**Tip!**  
Zorg ervoor dat alle neuzen in dezelfde richting wijzen.

## Naar het mekka van design

**Annik Du Pont:** "Hoe is Achilles Design ontstaan?"

**Jürgen Oskamp:** "Medeoprichter en zaakvoerder Koen Elsen en ik hebben samen industriële vormgeving gestudeerd. We hebben allebei stage gelopen in Milaan, waarna we er ook als designer aan de slag gingen. Koen bij Depro Design, ik bij Makio Hasuike. Na twee jaar verhuisde ik naar Tokio, waar ik de volgende twee jaar conceptauto's ontwierp voor Nissan. Al die tijd hielden we contact. Koen had hier inmiddels een ontwerp bureau opgericht: Achilles Product Design. In januari 1994 stapte ik mee aan boord en hernoemden we het bedrijf Achilles Associates. Ondertussen zijn we uitgegroeid tot een van de grootste designbureaus van het land. We werken uitsluitend voor b2b-klanten – voornamelijk kmo's en multinationals, maar ook start-ups – die vooral actief zijn in de industrie, de sport- en medische wereld."

"We hadden geen vastomlijnd plan om buitenlandse klanten aan te trekken, zij vroegen ons."

## Context is alles

**Annik Du Pont:** "Vorig jaar is de bedrijfsnaam veranderd in Achilles Design. Waarom?"

**Jürgen Oskamp:** "Omdat onze activiteiten niet meer dezelfde zijn als bijna twintig jaar geleden. In het begin deden we

pure productontwikkeling, maar over de jaren heen hebben we ons steeds meer gespecialiseerd in strategisch design. Elke opdracht benaderen we vanuit de relatie tussen product, merk en service. De totaalbeleving van ons product door de gebruiker moet zo optimaal mogelijk zijn. Dat zorgt immers voor een positieve merkbeleving. Via observatie en andere methodes onderzoeken we de gebruiker en leren we alle factoren kennen die belangrijk zijn voor de productontwikkeling en marktpositionering."

"China is zowel een  
opportunititeit als een  
bedreiging"

**Annik Du Pont:** "Het belang van merkbeleving en branding is dus toegenomen?"

**Jürgen Oskamp:** "Juist. Product design, brand design en service design zijn nu drie afdelingen die zeer nauw samenwerken. Die omschakeling ging zeer geleidelijk. Ook vroeger namen we de gebruiker al als uitgangspunt, maar toen deden we dat vooral op buikgevoel. Nu hebben we daar structuren en een methodologie voor.

Als we bijvoorbeeld een toestel voor een fabrikant van anesthesieapparatuur ontwerpen, zorgen de ingenieurs van de klant ervoor dat het toestel technologisch perfect werkt. Wij zorgen voor een toestel dat perfect is voor de gebruiker. In die branche is het belangrijk dat de gebruiker zo weinig mogelijk fouten kan maken. Daarom onderzoeken we alle mogelijke scenario's. Ons eindresultaat zal niet alleen op maat van de gebruiker zijn, het zal bovendien ook de klant sterk en competitief in de markt zetten en zijn strategie visueel versterken."

## Stappen naar professionalisering

**Annik Du Pont:** "Als je terugkijkt op de voorbije twee decennia, wat was voor het bedrijf een heuse mijlpaal?"

**Jürgen Oskamp:** "Omdat we geen onnodige risico's nemen, zijn we altijd organisch gegroeid. Twee gebeurtenissen hebben de professionalisering van ons bureau ingeleid.

Tijdens onze beginjaren slaagden we erin om een belangrijke opdracht voor Xeikon, pionier in digitale printprocessen, binnen te halen. Normaal gaan zulke jobs naar grote designbureaus, niet naar een startend bedrijfje van drie à vier man. Dat gaf ons zelfvertrouwen een boost. Ons ontwerp was een commercieel schot in de roos en onze naam was gemaakt. Ook de volgende twee Xeikon-machines hebben wij ontworpen.

De aankoop van dit pand, een voormalige stoomfabriek, was nog zo'n memorabele stap. Daarvoor werkten we bij mij thuis op de benedenverdieping. Rond de eeuwwisseling zijn we hier ingetrokken. Het gebouw leek toen veel te groot voor ons. Momenteel kijken we uit naar een nieuwe stek, omdat het veel te klein is geworden voor ons groeiende, internationale team."

"Als er iets fout loopt,  
is het vrijwel altijd  
terug te brengen tot  
communicatie."

## Van passieve naar actieve prospectie

**Annik Du Pont:** "Hoe is het exportavontuur begonnen?"

**Jürgen Oskamp:** "Ook dat is organisch gegroeid. We hadden geen vastomlijnd plan om buitenlandse klanten aan te trekken, zij vroegen ons. Ik geloof dat het Nederlandse Janssen-Fritsen de eerste was. Zij maken professionele turntoestellen en behoren tot de top in hun branche. Op de laatste twee edities van de Olympische Spelen stonden trouwens

hun toestellen, waaronder enkele door ons mee ontworpen. Dat zijn technisch zeer moeilijke, complexe producten, die moeten beantwoorden aan een strikte reglementering. Voor die eerste opdracht hebben we de handvaten van hun valmatten innovatief verbeterd. Sindsdien werken we nog altijd samen. Daarna volgde Duitsland via Esselte/Leitz.”

### Communicatie zonder ruis

**Annik Du Pont:** “Jullie focussen vooral op Nederland, Frankrijk en Duitsland. Volgt de rest van Europa?”

**Jürgen Oskamp:** “We houden het nog even bij deze buurlanden. In strategisch design is het belangrijk dat je de lokale cultuur kent en begrijpt. Daarnaast plannen we tijdens een project regelmatige feedbackmomenten in met de klant. Dat is cruciaal om tijdig te kunnen bijsturen. Het is prioritair dat alle betrokkenen dezelfde perspectieven hebben. Het zou niet de eerste keer zijn dat uit één meeting verschillende interpretaties volgen. Uit ervaring merken we dat, als er iets fout loopt, het vrijwel altijd terug te brengen is tot communicatie. Dat geldt voor binnen- en buitenland.”

“Door onze specialisatie in strategisch design en onze technische bekwaamheid maken we het verschil met andere ontwerpbureaus.”

Ook de aard van onze branche vergt veel persoonlijk contact. Alles is top secret. Enkele jaren geleden, bijvoorbeeld, ontwierpen we een product voor een fabrikant in automotive. In deze industrie zijn de regels bijzonder strikt. Tegenwoordig zijn daar beveiligde systemen voor, maar toen mochten we de files niet elektronisch versturen. Die moesten we persoonlijk afleveren. Zoiets kan enkel als je dichtbij bent gevestigd. Daarom is afstand onze grootste belemmering.”

### Chinees avontuur in de maak

**Annik Du Pont:** “Waarom dan de missie naar China?”

**Jürgen Oskamp:** “Ik vind China zowel een opportuniteit als een bedreiging. Er is veel industrie, veel productie en dat impliceert dat er ook designers nodig zijn. De Chinese designbureaus rijzen als paddenstoelen uit de grond. Het aanbod goedkope design stijgt exponentieel. Dat

haalt weliswaar nog niet het niveau van Europa, de VS of Japan – ik bedoel hier China zonder Hongkong – maar dat is een kwestie van tijd. Daarom hebben we tien jaar geleden beslist dat ook wij onze pijlen op het land gingen richten.

**Annik Du Pont:** “Hoe vullen jullie dat concreet in?”

**Jürgen Oskamp:** “We gaan geregeld mee op economische missies naar China, nemen deel aan vakbeurzen ter plaatse en hebben een kantoor geopend in

Hongkong om lokaal klanten te kunnen werven. Voorlopig heeft dat nog niet veel opdrachten opgeleverd. Chinezen vragen me op de man af waarom ze geld zouden uitgeven voor iets dat ze kunnen kopiëren. Daarom is onze sterkte – ons strategisch design en onze technische bekwaamheid – zo belangrijk. Daarmee maken we het verschil met de meeste andere designbureaus, voor wie design puur om productstyling gaat.”

**Tip!**

Zet de product-gebruiker centraal, niet de klant.



## → ID

- **Bedrijf:** Achilles Design
- **Sector:** design
- **Opgericht in:** 1994
- **Omzet in 2012:** ± 1,7 miljoen euro
- **% van omzet 2012 gerealiseerd in het buitenland:** ± 15%
- **Hoofdkwartier:** Mechelen
- **Andere vestigingen:** Hongkong
- **Aantal medewerkers:** 18
- **Actief in:** België, Nederland, Duitsland, Frankrijk en China
- Tienvoudig winnaar van de 'product design award winner'
- Tweevoudig winnaar van de 'reddot design award winner'

### ? 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.

# Allereerste uitreiking Foreign Investment Trophy

## Buitenlandse investeerders in de kijker

Met onze Leeuw van de Export bekronen we elk jaar de Vlaamse ondernemers met de meest uitzonderlijke exportresultaten. Maar ook de buitenlandse investeerders die kiezen voor Vlaanderen verdienen extra aandacht. Beide types van ondernemer zijn immers onmisbaar in een gezond economisch weefsel. Daarom riepen we de Foreign Investment Trophy in het leven.

Het voorpaginanieuws van de voorbije maanden, zelfs jaren, stemt niet tot optimisme. Bedrijf X sluit de deuren, firma Y slinkt af ... Het lijkt wel alsof de industrie in Vlaanderen ten dode is opgeschreven. Toch zijn er ook heel veel ondernemingen die bijzonder succesvol ondernemen in Vlaanderen. Dat mag volgens ons prominenter in beeld komen, omdat die bedrijven andere en toekomstige ondernemers inspireren.

### Een Nieuw Industrieel Beleid zorgt voor de Industrie van de Toekomst

Want om ook in de wereld van morgen een topregio te zijn, is industriële activiteit nodig, stelt Vlaanderen in Actie (ViA). Die 'Industrie van de Toekomst' steunt op innovatie. Zo zorgt ze duurzaam voor welvaart en gediversifieerde werkgelegenheid in Vlaanderen. Het Nieuw Industrieel Beleid creëert die voorwaarden en stimuleert het essentiële veranderingsproces om bestaande industriële activiteiten te vernieuwen en om bijkomende te ontwikkelen. Zodat de Fabrieken van de Toekomst in Vlaanderen een thuis vinden.

### Waardering voor langetermijnrelaties

De Foreign Investment Trophy omvat twee prijzen: de 'Lifetime Achievement Award' en de 'Investment of the Year Award'.

Met de Lifetime Achievement Award willen we een gevestigde waarde bedanken voor zijn jarenlange vertrouwen in Vlaanderen. Bijkomende voorwaarde is dat dit buitenlandse bedrijf onlangs nog investeringen deed in zijn Vlaamse tak.

Op basis van enkele vooropgestelde criteria zoals innovatiegehalte, groeicijfers en groeipotentieel, maakt FIT een preselectie van kandidaat-bedrijven. Deze shortlist wordt niet alleen voorgelegd aan het kabinet van Vlaams minister-president Kris Peeters, maar moet ook gevalideerd worden door de sponsorpartners. Via hun activiteiten hebben zij een perfect zicht op de toekomstplannen van het kandidaat-bedrijf. Tijdens de prijsuitreiking zal de CEO of de vice-president



FOREIGN  
INVESTMENT TROPHY  
FLANDERS INVESTMENT & TRADE



EMEA in kwestie zijn of haar onderneming toelichten.

### Belangrijke nieuwkomers

Vlaanderen kan veel troeven uitspelen in de strijd om buitenlandse investeerders. Maar ook andere regio's en landen gooien hun gewicht in de schaal. Als een buitenlandse investeerder dan voluit gaat voor Vlaanderen, mogen we daar best trots op zijn. Sinds dit jaar hebben we een extra argument: de kans op het winnen van de Investment of the Year Award, de tweede trofee die wordt uitgereikt tijdens de Foreign Investment Trophy.

De winnaar van de Investment of the Year Award is een 'nieuwe' investeerder, die met zijn investeringsproject in het voorafgaande jaar een belangrijke toegevoegde waarde biedt voor de Vlaamse economie.

Uit een lijst van vijftien mogelijke kanshebbers selecteren de sponsors en FIT zes bedrijven. Na een tweede evaluatieronde blijven nog slechts vier genomineerden over.

Zij zullen tijdens het event de strijd aangaan met elkaar. De sponsors en FIT bepalen de helft van de score, de driehonderd genodigden in de zaal brengen ook hun stem uit en vervolledigen zo de score. Zo blijft de spanning tot op het laatste moment te snijden.

### Vlotte, dynamische formule

In tegenstelling tot de Leeuw van de Export schrijven mogelijke kanshebbers zich niet in voor de Foreign Investment Trophy. De genomineerden voor deze investeringsawards worden gekozen en hoeven geen dossier op te stellen en in te dienen. Via hun investeringsdossier beschikken ze al over de nodige presentaties. De vier genomineerden en hun mentor – een van de sponsors – zullen hun bedrijf voordien ook uitgebreid kunnen voorstellen tijdens een interview op KanaalZ.

### Prijsuitreiking Foreign Investment Trophy 2013

Op dinsdag 16 april vindt dit feestelijke avondevenement plaats. Vlaams minister-president Kris Peeters overhandigt dan de Lifetime Achievement Award. De winnaar van de Investment of the Year Award 2013 ontvangt zijn prijs van Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van FIT, en van Christ'l Joris, voorzitter van de raad van bestuur van FIT.

Net zoals bij de prijsuitreiking van de Leeuw van de Export wordt ook de Foreign Investment Trophy afgesloten met een netwerkevenement. Zo kunnen nieuwe banden worden gesmeed en bestaande onderhouden. En wie weet, misschien wordt daar wel de basis gelegd voor een toekomstige Investment of the Year Award!



En de vier genomineerden voor de Investment of the Year Award zijn...

...op dit moment van schrijven nog niet bekend.

Volg ons op Twitter via @investinlanders en @fitagency voor het allerlaatste nieuws.



# Vergroot uw kansen om de **Leeuw van de Export** te winnen

Schrijf u in voor het seminarie en krijg tips van insiders!

U bent kandidaat voor de Leeuw van de Export 2013, maar u twijfelt over wat in uw inschrijvingsdossier hoort? Vorig jaar waren uw export-resultaten uitzonderlijk, maar hoe vertelt u dat aan de jury?

U bent bezig met de samenstelling van uw dossier, maar aarzelt nog bij het leggen van de juiste accenten? Ons seminarie geeft u alle antwoorden.

## **Seminarie Leeuw van de Export**

- 11.00 uur: welkom
- 11.05 uur: tips & tricks, door Dirk Van Steerteghem
- 11.25 uur: oud-winnaars – zowel in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers' als in 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers' – getuigen
- 11.50 uur: vragen & antwoorden
- 12.00 uur: netwerkmoment

### **Praktisch**

21 maart 2013  
Flanders Investment & Trade  
Gaucheretstraat 90, 1030 Brussel

» Schrijf u in op [www.leeuwvandeexport.be](http://www.leeuwvandeexport.be)



De eerste horde die een kandidaat moet nemen, is een goed dossier opstellen. Onze Adviseurs Internationaal Ondernemen (AIO) helpen u hierbij graag. Daarnaast organiseren we een seminarie waarin u een heleboel praktische tips krijgt.

### Tips uit jarenlange ervaring

Een beknopt maar relevant programma maakt u wegwijs in de voorbereiding van de Leeuw van de Export. Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT, zorgt voor de inleiding. Zijn jarenlange ervaring als voorzitter van de vakjury en lid van de Vlaamse jury maakt hem goed geplaatst om aan te geven waarop de jury let. Waaraan hechten de juryleden (extra) belang? Welke fouten kan u vermijden en wat mag zeker niet ontbreken in een goed inschrijvingsdossier?

Daarna vertellen voormalige winnaars hoe zij hun deelname hebben aangepakt en hoe ze de gevolgen van hun overwinning hebben ervaren. Er worden heel wat handige tips gedeeld, zowel voor de kleine als voor de grotere firma's.

**Tip!**  
Vergeet niet dat ook duurzaamheid een belangrijk selectie-criterium is!

## Wat wint u bij het winnen van de Leeuw van de Export?

Winnen is altijd leuk. Maar wat blijft over eenmaal de overwinningsroes is weggeëbd? Is de geleverde inspanning evenredig met wat volgt? We vroegen het aan de winnaars van de Leeuw van de Export 2012 ...

### Leeuw van de Export 2012, in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers'

**Frederik Vandenberghe**, Finance and Operations Director bij Skyline Communications:

“ Ons jaar als Leeuw van de Export was uitstekend. We behaalden opnieuw mooie groeicijfers, hebben veel boeiende contacten gelegd en nieuwe exportmarkten aangeboord. Uiteraard kan je het effect van zo'n titel niet rechtstreeks meten, maar het heeft zeker een rol gespeeld bij de rekrutering en het behouden van medewerkers. Het geeft je een label van betrouwbaarheid, ook voor buitenlandse bedrijven die met ons in zee willen gaan.

We vonden het absoluut de moeite waard om deel te nemen aan deze wedstrijd. Het is de ideale gelegenheid om een stand van zaken op te maken. Dat is een interessante oefening, voor eender welke ondernemer.

Winnaars mogen vijf jaar niet deelnemen, maar daarna wagen we zeker opnieuw onze kans. Tenminste, als onze resultaten in dezelfde stijgende lijn blijven gaan. Dan zullen we wel met de grote bedrijven concurreren, want vorig jaar hebben we twintig nieuwe mensen aangeworven.

Mijn tip? Toon dat je enthousiast en gedreven bent. Laat zien dat je de wil hebt om te slagen!”

### Leeuw van de Export 2012, in de categorie 'Bedrijven met 50 of meer medewerkers'

**Anissa Tamsamani**, Vice President International Relations & Public Affairs bij Waterleau:

“ Ondanks de crisis was 2012 ook voor Waterleau een goed jaar. We hebben onze activiteiten verder gediversifieerd. Zo kochten we onder meer een biomassacentrale aan en produceren we nu zelf energie.

Het winnen van de award hebben we in al onze communicatie vermeld en dat heeft zowel nationaal als internationaal zijn impact gehad. Om nieuwe medewerkers aan te trekken, bijvoorbeeld. Een winnend bedrijf is aantrekkelijk om voor te werken. Ook voor onze stakeholders is het een belangrijke boodschap. Zo weten banken dat je deze prijs niet zomaar krijgt. De genomineerden worden grondig doorgelicht, ook door financiële experts. Internationaal is deze award zeker relevant: als kwaliteitstabel, uitgereikt door de overheid, geeft het een zekere sérieux in landen waar we als bedrijf minder gekend zijn.

Ik raad potentiële kandidaten aan om door te zetten. Waterleau heeft driemaal deelgenomen, pas de derde keer hadden we prijs. Het is belangrijk dat je effectief kan aantonen dat je eerder vermelde ambities hebt waargemaakt, dat de groei duurzaam is. Voor de Leeuw van de Export moet je vechten! Gelukkig zit dat in ons bedrijfs-DNA.”

**Tip!**  
Liever een dun en goed dossier met alle essentiële informatie, dan een dikke turf met overbodige elementen. Integreer de relevante informatie zo veel mogelijk in het vragenformulier.



### Ding mee naar de Leeuw van de Export!

Het officiële inschrijvingsformulier kan u downloaden op [www.leeuwvandeexport.be](http://www.leeuwvandeexport.be) of aanvragen via [leeuwvandeexport@fitagency.be](mailto:leeuwvandeexport@fitagency.be). Ook met bijkomende vragen kan u terecht op datzelfde e-mailadres of bij de provinciale kantoren van FIT. Inschrijven kan enkel door middel van het officiële inschrijvingsformulier.

**Stuur uw volledige dossier vóór vrijdag 19 april 2013 naar:**

Flanders Investment & Trade  
T.a.v. Guy De Winne  
Gaucheretstraat 90 - 1030 Brussel



# Creatief toptalent op Azië's grootste designevent

De Business of Design Week (BoDW) in Hongkong is de jaarlijkse hoogmis van design in Azië. Die golf van creativiteit mondt uit in tal van conferenties, seminaries, workshops, netwerkrecepties en exposities. Omdat ook Vlaanderen op het vlak van mode en design tot de wereldtop behoort, trok een delegatie van 1 tot 8 december 2012 naar Azië's grootste designevent.

Onder de vleugels van FIT, Brussel Invest & Export en AWEX reisde een stijlvolle variëteit aan ondernemers af naar de Business of Design Week. De 40-koppige delegatie telde architecten, industriële designers, modeontwerpers en fabrikanten van designproducten in haar rangen. Vijf dagen lang nam het event vier thema's in het vizier: creativiteit, industrieel design, vorming en zakendoen.

## Ogen en oren in het Verre Oosten

Greenpoint.be levert onafhankelijke consultancy voor projectmanagement, en linkt industriële bedrijven met creatieve sectoren. Voor zaakvoerster Katja Craeghs leverde de reis veel nieuwe opportuniteiten op. "Op BoDW was ik de ogen en oren voor verschillende Vlaamse bedrijven. Voor hen heb ik heel wat mogelijke partnerships kunnen leggen. Met een bedrijf in Hongkong met innovatieve ideeën rond CO<sub>2</sub>-neutrale gebouwen, bijvoorbeeld, zijn we nu volop in gesprek."

Als geboren netwerker betekende Katja Craeghs bovendien een meerwaarde binnen de groep. "Een missie met FIT

kan je zien als een informeel platform voor teambuilding tussen de verschillende ondernemers", vertelt ze. "Zo kon ik de business van verschillende delegatieleden aan elkaar koppelen. Die zijn nu een verdere samenwerking aan het uitstippelen."

## Knowhow voor Chinese steden

Ook voor Filip Delanghe, architect bij de vennootschap AWG Architecten, bood de reis tal van nieuwe inzichten. "De regio biedt Vlaamse architecten uitgelezen mogelijkheden. Onze aanpak, waarbij we vertrekken vanuit de openbare ruimte, vindt stilaan zijn ingang in de Chinese stedenbouw. Daarom reisden we met verschillende architectenbureaus van Hongkong naar het Chinese Shenzhen. Daar gaven we enkele lezingen over 'Creating Breathing Places', of hoe architectuur perfect te verzoenen valt met aandacht voor de openbare ruimte."

Zoals gewoonlijk, bracht FIT de deelnemers in contact met Vlamingen die actief zijn in de regio. "Enkele architecten vertelden ons hoe Hongkong als econo-

mische uitvalsbasis dient om Chinese opdrachten binnen te halen", vertelt Filip Delanghe. "Zo kan Vlaanderen met al zijn knowhow ongetwijfeld een rol van betekenis spelen in de Chinese stedenbouw."

## België als partnerland in 2013

Elk jaar nodigt BoDW één partnerland uit om zijn creatieve sectoren voor te stellen aan de deelnemers en lokale media. Op de volgende editie eind dit jaar krijgt België de eer. Binnen het thema van 'Design for a Global Market' zullen onze creatieve industrieën er het beste van zichzelf geven. De boodschap die deze toekomstige missie zal uitdragen: België en Vlaanderen zijn wereldklasse in design!

### De Belgische delegatie op BoDW 2013

In december mikken we op een grote delegatie voor de nieuwe editie van BoDW. Zodra meer details beschikbaar zijn, brengen we u op de hoogte.



## 🔍 Interesse in zakendoen in Marokko?

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



# Missie Marokko: projecten aan de poort van Afrika

Er beweegt wat in Marokko. Dat dit zelfs een understatement is, konden eind vorig jaar 45 Vlaamse ondernemers aan den lijve ondervinden. Samen met minister-president Kris Peeters verkenden ze de zakelijke mogelijkheden in Casablanca, Rabat en Tanger. In de steigers staan tal van knappe projecten en bloeiende initiatieven. De teneur van de multi-sectorale missie: Marokko etaleert prima perspectieven voor zakendoen.

Dat het ondernemersklimaat in Marokko in sneltempo moderniseert, bewijzen de cijfers. In het 'Doing Business 2012'-rapport steeg het Noord-Afrikaanse land met maar liefst 21 plaatsen naar de 94ste stek. En in de periode 2004-2010 groeide de economie gemiddeld met 5,4%. Gangmakers van die economische bloei zijn Koning Mohammed VI en zijn regering. Hun uitgebreide hervormingen en investeringen stimuleren de expansiedrang van onze Vlaamse ondernemers.

## Plechtige opening

Het eerste officiële bedrijfsbezoek van de missie was er een met Vlaamse fundamente. Petrotank, een brandstoftank-producent voor 67% in Vlaamse handen, opende in Casablanca een nieuwe geautomatiseerde productielijn. Kris Peeters knipte er een Vlaams én een Marokkaans lintje door, onder het goedkeurend oog van CEO Chris D'Hondt, de FIT-delegatie,

Marokkaanse hoogwaardigheidsbekleders en Petrotanks klanten en leveranciers.

"We produceren vooral voor Marokko, maar onze toeleveranciers zijn hoofdzakelijk Vlaams", vertelt Chris D'Hondt. "Petrotank blijft een beroep doen op Vlaanderen voor onder meer staal, machines of studies. Na onze succesvolle opening reisden we mee met FIT naar de Office National de l'Eau Potable (ONEP), waar we een debat hielden over drinkwater. Op termijn streven we ernaar om ook in Marokko veiligere milieunormen te introduceren. Petrotank kan daar met zijn dubbelwandige tanks goed op inspelen."

## Ultiem uithangbord

De reis van Christine Conix stond helemaal in het teken van een prestigieus project in de havenstad Nador. Met haar architectenbureau Conix Architects uit

Antwerpen mag zij de hele binnenstad hertekenen. De opdracht kwam van Koning Mohammed VI. "Een enorme uitdaging," bevestigt Christine Conix, "want het project maakt deel uit van de ambitie om het hele gebied economisch en toeristisch op de kaart te zetten. Daarbij houden we rekening met de Marokkaanse tradities, met respect voor de ecologie in de omgeving."

Die internationale aspiraties vertaalden zich verder in verschillende bedrijfsvisites, havenbezoeken en b2b-meetings. "In Rabat had ik een erg interessante meeting met een vastgoedontwikkelaar. Ook Tanger had enkele constructieve ontmoetingen in petto", gaat Christine Conix verder. "Al die contacten kaderen helemaal in onze missie om Conix Architects verder internationaal op de kaart te zetten. Daarvoor is Nador ons ultieme uithangbord."



# Australië en Nieuw-Zeeland: uitgelezen uithoeken voor zakendoen

Bij Australië denken veel mensen al snel aan onafgebroken zon. Maar wist u dat de economie er al even onafgebroken schittert? De laatste 20 jaar was er nooit sprake van een recessie, met een mooie gemiddelde groei van 3,6% per jaar. Omdat dat uitgelezen kansen biedt voor buitenlandse ondernemers, reisden 51 Vlaamse bedrijven eind november 2012 down under op een groepszakenreis onder leiding van prins Filip. Met Nieuw-Zeeland als logische – maar niet te onderschatten – uitloper.

Het was van 2002 geleden dat een prinselijke missie nog eens afzakte naar onze tegenvoeters. Terwijl de westerse economie het niet altijd even makkelijk had om competitief te blijven, was er in Australië geen vuiltje aan de lucht. De groei hield aan, de inflatie en schuld bleven laag, en de vraag naar import groeide. Ook kleine broer Nieuw-Zeeland hoort bij de beste leerlingen van de klas, en bekleedt een derde plaats op de wereldranglijst 'Ease of Doing Business' van de Wereldbank. Allemaal uitstekende redenen voor een nieuwe prinselijke zending!

### Van prospects tot nieuwe branch

Van 16 tot 30 november 2012 reisde prins Filip met een 150-koppige Belgische zakendelegatie af naar Perth, Sydney, Melbourne en Auckland. De groep was actief in uiteenlopende sectoren zoals voeding, engineering, bouw en transport, IT en consultancy. Tot die laatste tak behoort Nova Reperta, gespecialiseerd in bedrijfstransformatie. "Het was onze eerste FIT-missie, maar die was ontzettend vruchtbaar", blikt bedrijfspartner Nick Dieltiens tevreden terug. "Dankzij de businesscontacten die we op de reis gesmeed hebben, zal Nova Reperta wellicht in 2013 een operationele branch hebben in Sydney."

Voor de meeste Vlaamse zakenlui had FIT tal van individuele b2b-meetings voorbereid. "In Australië hebben we al een tijdje een contactpersoon die sterk geïnteresseerd is om onze branch mee uit de grond zal stampen. Verschillende meetings ter plaatse moesten ons hele plan mee vorm geven", gaat Nick Dieltiens verder. "Ik had onder meer gesprekken met andere consultancy-bedrijven. Een daarvan wil concreet met ons samenwerken. Daarnaast zag ik verschillende advocatenkantoren. Zij gaven ons advies rond de juridische verplichtingen en mogelijke structuren, en kunnen ons straks helpen bij het opstarten van een lokale vestiging. Ten slotte ontmoette ik tal van grote spelers die al projecten rond bedrijfstransformatie hebben lopen, uiteraard voor ons erg interessante prospects."

### Op bedrijfsvisite

De handelsmissie had nog een rist andere programmaonderdelen in petto: optionele infosessies, bedrijfsbezoeken, officiële recepties, ondertekeningen van zakencontracten, powermeetings en bezoeken aan Vlaamse realisaties in lokale bedrijven. Een voorbeeld van zo'n succesverhaal zijn de Barco-schermen in het Telstra Global Operations Centre in Melbourne, het operationeel kwartier

van de grootste Australische telecom-provider. Nick Dieltiens: "Daar viel het mij op dat wij in Vlaanderen niet moeten onderdoen wat innovatie betreft. Voor onze bedrijven is dat uitstekend nieuws, want dat betekent dat onze kennis en technologie nog veel onontgonnen afzetmarkten kunnen veroveren."

Een bedrijf dat gretig deelnam aan de visites, was Vergokan, fabrikant van kabeldraagsystemen. Voor commercial director Dirk Deruytere hadden al die events – formeel of informeel – hun nut. "De recepties draaiden natuurlijk vooral rond netwerken. Ook de CEO-powermeetings waren interessant om te lobbyen. Daarbij is me hoofdzakelijk bijgebleven dat elke ondernemer uitgebreid de kans kreeg om zich professioneel voor te stellen. De grootte van het bedrijf maakte weinig uit. Daarnaast waren de officiële bezoeken aan engineeringbedrijf Worley Parsons en mijnbouwer Rio Tinto in Perth heel interessant en inspirerend."

### Wegwijs in een nieuwe markt

Wie wilde, kon intekenen voor een bezoek aan Port Hedland, de grootste bulkhaven ter wereld waar de vele realisaties van Belgische bedrijven zoals Jan De Nul, DEME, Besix en Sarens in Australië via een infosessie in de kijker werden geplaatst. En naar goede gewoonte organiseerde FIT, samen met UNIZO en Voka, in Sydney een druk bijgewoond paneldebat met praktijkgetuigenissen van vier Vlamingen die wonen en werken in Australië. "Door hun pragmatische aanpak hing iedereen aan hun lippen", vertelt Dirk Deruytere. "Via nuttige tips, do's en don'ts maakten ze ons wegwijs in zakendoen in Australië. Ze namen ook bepaalde aspecten van de wetgeving onder de loep, bijvoorbeeld die in verband met verloning. Dat is voor ons interessant op lange termijn, als we daar ooit een Vergokan-werknemer willen stationeren."

De groepsreis legde Vergokan geen windeieren. "FIT bezorgde ons een uitgebreide mix van potentiële klanten", licht Dirk Deruytere toe. "Door te prospecteren in die nieuwe markten, weten we nu concreet waar we met ons bedrijf naartoe willen. We hebben geopteerd om met geselecteerde importeurs te werken, voor Australië en voor Nieuw-Zeeland. Heel binnenkort maken we concrete afspraken en mogen we beide landen aan onze lijst met referenties toevoegen."

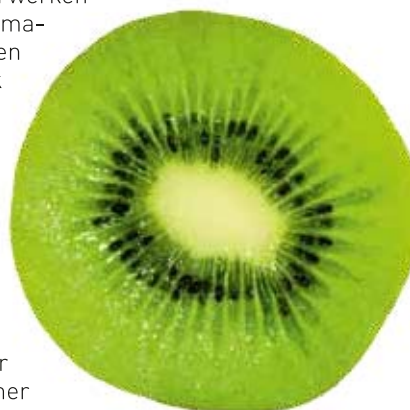
### Populaire ambassadeur

Door de aanwezigheid van prins Filip op tal van bezoeken en netwerkevents, hadden veel deelnemers ontmoetingen op het hoogste niveau. Nick Dieltiens prijst de ambassadeursrol van prins Filip: "Het viel me op dat hij enorm op de hoogte was van de bedrijven die deelnamen. Toplui uit andere steden kwamen zelfs overgevlogen om met hem op de foto te mogen. Wat ons prima gelegenheden bood om contacten te leggen met hen."

Voor Nick Dieltiens had de groepsreis nog een waardevol neveneffect. "Ook de contacten tussen de deelnemers onderling zijn erg de moeite. Je bouwt een professionele band op die later van pas kan komen, voor beide partijen. Zo versterken we elkaar en verhogen we onze competitiviteit."

### Verlengd kiwicontract

Een prinselijke missie vormt het perfecte kader voor nieuwe samenwerkingsovereenkomsten. In Nieuw-Zeeland werd het contract tussen Zespri, wereldmarktleider in kiwi's, en Sea Invest verlengd met vijf jaar. Daardoor blijft de haven van Zeebrugge de Europese draaischijf voor Nieuw-Zeelandse kiwi's. Uitstekend nieuws voor de tewerkstelling in Zeebrugge én voor de Vlaamse economie!



#### 🔗 Interesse in zakendoen in Australië of Nieuw-Zeeland?

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



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!

## PRINSELIJKE MISSIE



### Prinselijke missie VS

2 tot en met 8 juni 2013

Neem deel en ontdek Los Angeles en San Francisco. De Amerikaanse economie produceert meer dan een vijfde van het globale bbp. In termen van bbp per capita is de VS dan ook een van de rijkste landen ter wereld.

Deze prinselijke missie besteedt vooral aandacht aan de meest beloftevolle sectoren: biotechnologie, creatieve industrie (design), cleantech en ICT.

#### Inschrijven

kan tot 8 maart 2013

op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)

☎ Anke Vanderstappen, 02 504 88 24  
[anke.vanderstappen@fitagency.be](mailto:anke.vanderstappen@fitagency.be)

## CONTACTDAGEN



### China, Hongkong en Taiwan

20 tot en met 27 maart 2013

Locatie: Mechelen, Leuven, Brugge, Gent en Hasselt

#### Inschrijven

kan tot en met 26 maart 2013.

☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

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)



## PSB-STAND



### Fine Food Australia – Sydney

9 tot 12 september 2013

Fine Food Australia is de grootste en belangrijkste vakbeurs in Australië voor voeding, dranken en horeca. Jaarlijks verzamelen er ruim 100 exposanten uit 35 landen en ongeveer 23.000 professionele bezoekers uit alle hoeken van de wereld. Fine Food Australia vindt afwisselend plaats in Sydney en Melbourne. De volgende editie zal doorgaan in het Sydney Convention & Exhibition Centre.

FIT zal er voor de derde keer aanwezig zijn met een Product Sample Booth, een formule waarmee u deze verre markt kan verkennen tegen zeer gunstige voorwaarden, of op aanvraag met een individuele module van 6 m<sup>2</sup>. We huren er een beperkte oppervlakte, die dienst doet als expositieruimte en meeting point. Als exposant bent u duidelijk te onderscheiden van de andere deelnemers.

#### Inschrijven

kan tot 31 maart 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ☎ Frank Baeyens, 02 504 88 49  
[frank.baeyens@fitagency.be](mailto:frank.baeyens@fitagency.be)

## CATALOGOOSTAND



### Batimatec – Algiers

6 tot en met 10 mei 2013

Batimatec is de belangrijkste internationale beurs in Algerije. Volgende sectoren staan centraal: industrie- en bouwmaterialen, woningbouw, openbare werken, grondwerken, milieu, diensten en consultancy. Onze FIT-vertegenwoordiger in Algiers stelt uw catalogi voor aan de bezoekers, noteert de handelsvoorstellen voor uw bedrijf en maakt die – samen met andere feedback – aan u over.

Stuur voor 10 april uw product- en/of dienstencatalogus (een 30-tal in het Frans, telkens met een businesskaartje bij) en/of poster naar:

Flanders Investment & Trade  
 T.a.v. Francine Van den Borre  
 Gaucheretstraat 90, 1030 Brussel

#### Inschrijven

kan tot 10 april 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ☎ Francine Van den Borre, 02 504 87 47  
[francine.vandenborre@fitagency.be](mailto:francine.vandenborre@fitagency.be)

## GROEPSZAKENREIS



### Sectorale groepszakenreis VAE

15 tot en met 19 april 2013

FIT organiseert een groepszakenreis naar Dubai en Abu Dhabi. De focus ligt op bouw, energie, leefmilieu en water. Tijdens deze missie kan u de vakbeurs Water and Electricity Technology Exhibition (WETEX Dubai) bezoeken. Ontmoet er de aankoopdiensten van het Department of Water and Electricity uit Dubai (DEWA) en lokale bedrijven actief in deze sectoren.

#### Inschrijven

kan tot 15 maart 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ☎ Bart Van den Bossche, 02 504 87 09  
[bart.vandenbossche@fitagency.be](mailto:bart.vandenbossche@fitagency.be)



### Multisectorale groepszakenreis Mexico en Colombia

4 tot en met 11 mei 2013

Mexico is een belangrijke markt in Latijns-Amerika. De economische vooruitzichten zijn positief, de vrijhandelsovereenkomst met de EU is gesloten en er is volop vraag naar buitenlandse consumptieproducten. In Colombia blijft de overheid inzetten op het aantrekken van buitenlandse investeringen, het bevorderen van de macro-economische stabiliteit en het verbeteren van het ondernemingsklimaat. Het economische beleid richt zich op vijf specifieke groeimotors: landbouw, huisvesting, mijnbouw en energie, infrastructuur en innovatie.

#### Inschrijven

kan tot 15 maart 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ☎ Anke Vanderstappen, 02 504 88 24  
[anke.vanderstappen@fitagency.be](mailto:anke.vanderstappen@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Azië voor beginners' – Singapore & Hongkong

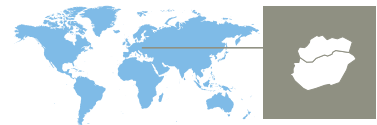
12 tot en met 18 mei 2013

U exporteert al binnen Europa, en acht de tijd rijp om oostwaarts te trekken? De gigantische Aziatische markt spreekt u aan, maar u weet niet hoe u eraan moet beginnen? Neem dan deel aan het traject 'Azië voor beginners'.

Daarbij staat in maart een workshop in Brussel op het programma, onder leiding van onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers uit Singapore en Hongkong. Na een degelijke voorbereiding begeleidt FIT u op een groepszakenreis naar Hongkong en Singapore. In het najaar nodigen we u uit voor een follow-upsessie.

#### Inschrijven

kan tot 8 april 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ☎ Michèle Surinx, 02 504 87 91  
[michèle.surinx@fitagency.be](mailto:michèle.surinx@fitagency.be)



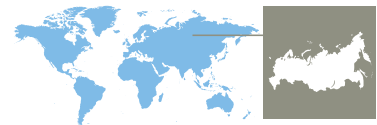
### Multisectorale groepszakenreis Hongarije & Slowakije

20 tot 23 mei 2013

Deze economische zending gaat naar Bratislava en Boedapest. Sinds 2009 stijgen de Vlaamse exportcijfers naar Hongarije continu. De meest kansrijke sectoren zijn machines/uitrusting, voedsel & landbouw en milieu & duurzame energie. Ook Slowakije kende de afgelopen jaren een aanzienlijke economische boom. Het land staat gekend om zijn automotive sector, maar er zijn ook vele kansen in andere branches zoals machines, ICT, voeding & dranken en cleantech.

#### Inschrijven

kan tot 15 maart 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)



### Groepszakenreis 'gezondheidszorg' Rusland

26 tot en met 31 mei 2013

De noden op het vlak van gezondheidszorg in Rusland zijn groot. Ontdek tijdens deze verkennende missie de mogelijkheden van deze enorme markt. Tijdens deze missie bezoeken we Moskou, Nizhny Novgorod en St-Petersburg. In deze drie belangrijkste steden staan een seminarie, b2b-afspraken en ontmoetingen met lokale overheden gepland.

#### Inschrijven

kan tot 30 maart 2013 op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
 ☎ Evelien Staelens, 02 504 88 48  
[evelien.staelens@fitagency.be](mailto:evelien.staelens@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 bevragen we Freek Van Cauwenberghe, mechanicus bij Deme.

## “Ik ben geboren met een set moersleutels in de maag”

**Sleutelen aan auto's en moto's, ik kan me geen leuker tijdverdrrijf voorstellen.** De mechaniek van een systeem doorgronden, onderhouden en herstellen als dat nodig is ... het blijft kicken! Ook in mijn huidige job als mechanicus bij DEME kan ik die passie kwijt. Al heeft de garage plaatsgeruimd voor een grote scheepsmachinekamer. Dat ik bovendien een stuk van de wereld ontdek, maakt het helemaal fantastisch.

**Als jonge gast interesseerde Latijn me niet en ik had geen artistieke aspiraties.** Omdat ik graag met mijn handen werk, koos ik voor de opleiding lassen. Al snel kon ik aan de slag bij een groot Belgisch staalbedrijf. In geen tijd promoveerde ik er tot ploegbaas. Mooi, maar na een paar jaar was ik klaar voor iets anders. Bij het doorploegen van de vacatures viel mijn oog op DEME. Ze zochten weliswaar geen lasser, maar ik dacht dat een baggerbedrijf die wel kon gebruiken, dus solliciteerde ik spontaan. Ik mocht er beginnen als mechanicus/stortman. Omdat deze functie internationale mogelijkheden bood, hapte ik meteen toe.

**De helft van het jaar heb ik vakantie.** De andere helft ben ik zo goed als non-stop aan het werk. Shifts van twaalf uur per dag, zeven dagen op zeven. Telkens in blokken van zes weken, afwisselend

tussen het snikhete Abu Dhabi en Gent. Het is stevig doorwerken en ik mis soms belangrijke gebeurtenissen met familie en vrienden, maar ik zou het niet willen ruilen voor een nine-to-fivejob.

**DEME draagt goed zorg voor zijn medewerkers.** Vóór dit project in Abu Dhabi heb ik ook in Spanje, Nederland en op het Britse eiland Man gewerkt. Altijd is alles tot in de puntjes geregeld. Zo haalt een taxi me om de zes weken op om me naar de luchthaven te brengen. Idem als ik land in Zaventem. Binnen het bedrijf kan je tal van opleidingen volgen, zodat je een carrière lang kan bijleren. Die waardering en omkadering geven een fijn gevoel en zorgen ervoor dat ik omgekeerd ook een extra inspanning doe als dat nodig is. Als een collega ziek is bijvoorbeeld, en ze vervanging nodig hebben.

**Op het ritme van de golven van de zee slapen is zalig.** Momenteel bouwen we in Abu Dhabi een kunstmatig eiland. In deze fase van het project overnachten we op het schip, maar daarvoor logeerden we op een eiland waar ook de bemanning van veel andere schepen komt slapen. Alles is er voorhanden: restaurants, bioscopen, hotels, noem maar op.

**Vrouwen zijn er verboden.** Alleen mannen mogen dat eiland betreden. Ook alcohol en porno zijn er ten strengste



### Paspoort:

**Naam:**  
Freek Van  
Cauwenberghe

**Bedrijf:**  
DEME

**Sector:**  
dredging solutions

**Functie:**  
mechanicus

**Studies:** lasser

**Leeftijd:** 32 jaar



verboden, wat niet uitzonderlijk is in veel moslimlanden. Zelfs camera's zijn er niet toegestaan. Daarom heb ik een laptop zonder webcam gekocht, en ik gebruik er een oude gsm waarmee ik enkel kan bellen en sms'en.

**Honkvast ben ik nooit geweest.** Zoals Belgen met een baksteen in de maag geboren zijn, kreeg ik een set moersleutels. Een eigen huis zegt me weinig, maar voor een Amerikaanse truck waaraan ik kan sleutelen, spreek ik graag mijn spaargeld aan. Misschien verandert dat als ik kinderen heb, maar tot nu toe hou ik wel van deze manier van leven.



Killiney Bay, Bono's achtertuin



Dirk Smolders

Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Dublin

Waar?

Killiney Bay  
Baai van Dublin

Een van de bekendste bewoners van deze baai is Bono. Je kan zijn woning enkel zien vanaf zee, maar dat houdt de fans niet tegen. De kunstige koperen toegangspoort tot zijn domein en het wandelpad dat naast zijn huis naar het strand leidt, zijn ware bedevaartsoorden. Het verhaal gaat dat Bono zich liet inspireren door het uitzicht vanuit zijn huis voor de titel van U2's jongste cd 'No Line on the Horizon'. Ook de schitterende Ierse film 'Once' putte inspiratie uit Killiney Bay. Een cruciale scène tussen de twee protagonisten speelt zich af op dit punt.

"Wie Ierland zegt, zegt water, natuur, literatuur, muziek, Guinness en whiskey. Dat laatste is trouwens geen spelfout: Ieren houden er een andere spelling op na dan Britten. Al die Ierse elementen vind je terug in Killiney Bay. Killiney ligt op het meest zuidelijke punt van de baai van Dublin. Vanaf Killiney Hill krijg je het beste uitzicht over Killiney Bay.

Mijn aanrader? Verken de kustlijn langs Dublin met de bovengrondse metro DART. Een rit zuidwaarts verbindt het noordelijke Howth met Killiney en Greystones. De diverse baaien en inhammen zijn echte blikvangers. En hou zeker halt in Killiney om de Killiney Hill te beklimmen, dat mag je zeker niet missen! Smaakt het wandelen naar meer? Stap dan ook af in Bray, om van daaruit een klifwandeling naar Greystones te maken."

Beannachtai  
ó Éireann

Boekentip

'De ondernemersmythe'

Michael E. Gerber

'De ondernemersmythe' is een wereldwijde bestseller: het boek is in zestien talen vertaald en ging meer dan drie miljoen keer over de toonbank.

Eigenaren van kleine bedrijven werken vaak keihard, zonder navenant succes te boeken. Meestal besteden ze te veel tijd aan de uitvoering en te weinig aan ondernemen en managen. En daar knelt het schoentje, aldus Michael E. Gerber in 'De ondernemersmythe'. Ze moeten net aan het bedrijf werken, niet erin.

Op basis van zijn ervaringen als adviseur van meer dan 10.000 kleine ondernemingen schreef Michael E. Gerber dit vlot leesbare boek. Aan de hand

van anekdotes leert u de beginselen die uw bedrijf tot een succes kunnen maken. De boodschap en inzichten van de auteur worden afgewisseld met voorbeelden van fictieve firma's. Dit boek is een aanrader voor iedere ondernemer die worstelt met de vraag hoe hij zijn onderneming succesvol kan laten groeien.

Over de auteur

Michael E. Gerber is een ware ondernemerslegende. Hij wordt ook wel 's werelds grootste smallbusinessgoeroe genoemd. In de loop der jaren hebben tienduizenden ondernemers geprofiteerd van zijn visie, met tal van succesverhalen als resultaat.



'De ondernemersmythe'  
ISBN 978-90-430-2766-3  
Uitgeverij Pearson



# DE DAG DAT DE EXPORT MANAGER ZIJN DOSSIER AFLEVERDE

**Doe mee aan de Leeuw van de Export 2013 van Flanders Investment & Trade.**

**VOLG ONS  
SEMINARIE  
EN VERHOOG  
UW KANSEN**

Scheert uw bedrijf hoge toppen in het buitenland? Dan wint u misschien de Leeuw van de Export 2013, de belangrijkste export-award van Vlaanderen. De Leeuw van de Export opent heel wat deuren in binnen- en buitenland en is een opsteker voor al uw medewerkers en partners. Maak dus meteen werk van uw kandidatuur en grijp de kans om uw bedrijf een ware boost te geven.



**Dien uw dossier in voor 19 april. Alle info op [www.leeuwvandeexport.be](http://www.leeuwvandeexport.be)**



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



Hoofdsponsors



Sponsors



Mediasponsor

