

# Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Januari 2013 nr. 49

Zakendoen  
met grote buur  
Duitsland

Hoe kiest  
u de juiste  
handelsagent of  
distributeur?

QuESD treft  
wereldwijd  
doel

- 4 Zakendoen met grote buur **Duitsland**
- 9 Radar
- 10 Hoe kiest u de juiste **handelsagent** of **distributeur**?
- 14 **QuESD** treft wereldwijd doel
- 17 **Azië** voor beginners
- 18 Met FIT naar **Tsjechië**:  
op verkenning in **Centraal-Europa**
- 19 **SIAL Parijs**: een hart voor voeding
- 20 Spitstechnologisch Vlaanderen op  
**FIT-missie in Taiwan**
- 22 Op zoek naar **Zuid-Amerikaanse zakenvibes**
- 25 Vertrek
- 26 "Ik volgde mijn hart naar de **hipste Europese metropool** van het moment!"
- 27 Fijnproeverij in **Stockholm**



Wereldwijs is een uitgave van



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

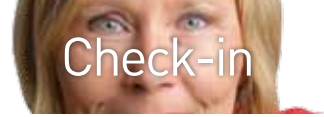
 [www.linkedin.com/groups](http://www.linkedin.com/groups)  
 [twitter.com/fitagency](https://twitter.com/fitagency)

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

Overnemen of vermenigvuldigen van artikelen 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,**

Eerst en vooral wensen we u een gelukkig, gezond en succesvol 2013!

Met de start van een nieuw jaar maken we allemaal de balans op van wat we de voorbije twaalf maanden hebben gerealiseerd of hadden willen verwezenlijken. Op persoonlijk en professioneel vlak. We hopen dat u 2012 tevreden heeft kunnen afsluiten.

Ook exporterend Vlaanderen mag terugblikken op een zeer goed jaar. De volledige cijfers zijn nog niet bekend, maar tijdens de eerste acht maanden van 2012 steeg de Vlaamse uitvoer met ruim 3%. Daarmee doen we beter dan de totale wereldgoederenuitvoer, die bijna met 0,5% daalde.

Opvallende vaststelling: van januari tot en met augustus steeg de Vlaamse export naar de VS met een derde in vergelijking met diezelfde periode in 2011. Yes, we can. Die exponentiële toename

is vooral toe te schrijven aan chemie en farmaceutica, traditioneel belangrijke exporttakken in Vlaanderen. Samen namen ze bijna een kwart van de Vlaamse uitvoer op zich. Uitstekend nieuws voor onze partner essenscia, de Belgische federatie van de chemische industrie en life sciences.

Daarnaast toonde onze uitvoer naar China, Rusland, Brazilië en Zuid-Afrika dubbele groeicijfers, vergeleken met de eerste acht maanden van 2011. Minister-president Kris Peeters verzekerde dat de Vlaamse regering ook in de volgende jaren Vlaamse bedrijven zal stimuleren om zich meer te richten op groeimarkten, zonder daarbij de buurlanden uit het oog te verliezen. Daarmee bevestigde hij opnieuw onze bestaansreden en missie.

Uiteraard gaan we ook in 2013 tot het uiterste om deze opdracht optimaal te vervullen. Dat is niet alleen een goed voor-nemen, maar een engagement!

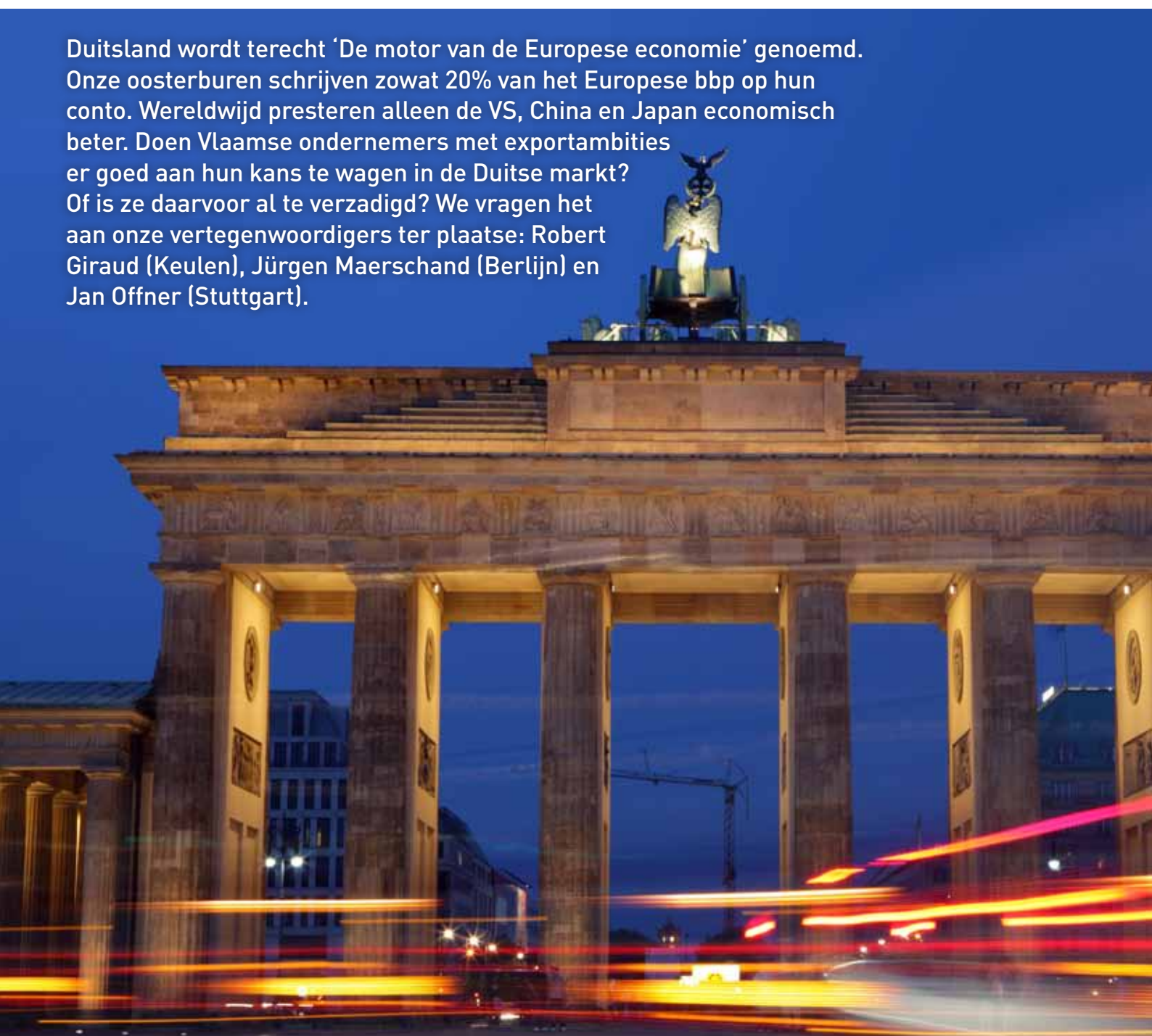
Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade



# Zakendoen met grote buur **Duitsland**

Welke opportuniteiten biedt de sterkhouder van Europa?

Duitsland wordt terecht 'De motor van de Europese economie' genoemd. Onze oosterburen schrijven zowat 20% van het Europese bbp op hun conto. Wereldwijd presteren alleen de VS, China en Japan economisch beter. Doen Vlaamse ondernemers met exportambities er goed aan hun kans te wagen in de Duitse markt? Of is ze daarvoor al te verzadigd? We vragen het aan onze vertegenwoordigers ter plaatse: Robert Giraud (Keulen), Jürgen Maerschand (Berlijn) en Jan Offner (Stuttgart).





### De kranten kopten vorige maand 'Duitse economie verliest schwung'. Wat is de huidige marktsituatie en hoe zijn de verwachtingen?

**Jürgen Maerschand:** "De Bundesbank gaat uit van een eventueel herstel vanaf begin 2013. Als dat klopt, zou Duitsland ternauwernood ontsnappen aan een recessie. Hoewel de Duitse economie het relatief goed doet, stond het ondernemersvertrouwen op een laag pitje. Dat bleek uit de vertrouwensindex van het Ifo-instituut, gebaseerd op een maandelijkse bevraging van 7.000 bedrijfsleiders. Van mei tot en met oktober vorig jaar daalde het vertrouwen van de ondernemers gestaag. Ze toonden zich bezorgd over hun concurrentiepositie, aangewakkerd door wat ze ervaren als 'dumpingpraktijken uit China'. Pas in november kwam de kentering en werd de uitkijk opnieuw positief."

**Robert Giraud:** "Noord-Rijnland-Westfalen, met Keulen als grootste stad, is economisch een van de beste leerlingen van de Duitse klas. De deelstaat maakt onderdeel uit van de Rijn-Ruhrregio, een van de grootste en belangrijkste economische gebieden van Duitsland, vooral door het succes van steenkool en staal. Toen die industriële takken begin jaren 70 begonnen af te kalven, focuste Noord-Rijnland-Westfalen sterk op innovatie en hernieuwbare energie. Daardoor kon de deelstaat de juiste ommezwaai maken en plukt het daar vandaag de vruchten van."

**Jan Offner:** "Duitsland doet het inderdaad beter dan de rest van Europa. Die goede resultaten zijn te danken aan export en niet noodzakelijk aan de thuismarkt. In de deelstaat Baden-Württemberg is dat duidelijker zichtbaar. Hier huizen de autofabrikanten zoals Mercedes, Porsche en Audi. In 2009 kregen ze rake klappen door de wereldwijde financiële en economische crisis. Intussen heeft de almaar toenemende vraag uit de VS, het VK en

de BRIC-landen – met China in het bijzonder – ervoor gezorgd dat de autoproductie hier opnieuw bloeit."

### Hoe belangrijk was het relanceplan van begin jaren 2000 voor Duitslands huidige economische sterkte?

**Jürgen Maerschand:** "Het succes vandaag heeft zeker veel te maken met die herstructurering onder impuls van Gerhard Schröder, de voormalige bondskanselier. Naast ingeperkte werkloosheidsvergoedingen, introduceerde hij ook een systeem van loonmatiging, waardoor de bedrijven hun concurrentievermogen konden verbeteren. Daarnaast spelen nog andere factoren. Zo bestaat het Duitse ondernemersveld voor een groot deel uit kmo's, net zoals in Vlaanderen. Veelal zijn het familiebedrijven, vrij conservatief en opgebouwd met eigen kapitaal. Dat zijn de zogeheten 'hidden champions'. Door hun technologisch hoge niveau hebben ze zich vaak opgewerkt tot wereldleider in hun niche. Die combinatie van kwalitatief hoogstaande producten en de focus op R&D en innovatie geeft Duitsland een solide economische basis."

**Robert Giraud:** "Wees flexibel in de aanpak. Er bestaan geen kant-en-klare oplossingen."

**Robert Giraud:** "Door flexibel om te springen met werk kunnen bedrijven zich makkelijker aanpassen aan de marktvraag. Zo is er het systeem van 'Arbeitszeitkonten'. Daarin mogen medewerkers een bepaalde periode langer of korter werken dan collectief is afgesproken. Zo sparen ze credits of debits op, die ze later compenseren. Daarnaast mogen bepaalde uitkeringsgerechtigden

in Duitsland tot 400 euro per maand extra verdienen zonder dat ze er sociale-zekerheidsbijdragen en belastingen op moeten betalen. Die zogeheten mini-jobs maken overwerk interessanter voor de werknemer. Werkgevers kunnen zo een beroep doen op goedkopere en flexibele krachten.”

## Welke factoren kunnen een stok in het geoliede wiel van de Duitse economie steken?

**Jürgen Maerschand:** “In het voorbije jaar was het centrale thema bij vele Industrie und Handelskammer of de Kamers van Koophandel: hoe zorgen we ervoor dat we gekwalificeerde arbeidskrachten aantrekken en behouden? Het Duitse economische model stoelt op R&D en ingenieurs, maar door de negatieve geboortecijfer dreigt het aantal beschikbare arbeidskrachten te dalen. De regering lanceerde enkele maanden geleden de zogeheten Blue Card. Daarmee wil ze hoogopgeleide medewerkers van buiten de EU aantrekken. Voorlopig kent het initiatief weinig succes. Niet alleen zijn de vereiste kwalificaties streng, ook het Duits is voor veel buitenlanders een struikelblok.

**Jürgen Maerschand:**  
“Als je erin slaagt om te leveren aan de vicewereldkampioen export, kan je wereldwijd een mooi visitekaartje voorleggen.”

Dat er minder Duitsers worden geboren, maakt de vergrijzing een van de grootste uitdagingen voor het land. In 2025 zal de gemiddelde leeftijd in het voormalige Oost-Duitsland 50 jaar bedragen, in West-Duitsland 47 jaar. Bij autofabrikant Daimler zal in 2020 de helft van het personeel ouder zijn dan 50 jaar. De regering zal er nog een flinke kluit aan hebben om deze demografische evolutie op te vangen.”

## Wat zijn volgens jullie de grootste troeven van Duitsland?

**Jan Offner:** “Met meer dan 82 miljoen inwoners en de grootste economie van Europa kan Duitsland wel wat schokken opvangen. Daarnaast gaan ze zeer planmatig te werk, met een langetermijnpolitiek voor ogen.”

**Robert Giraud:** “Door het Ausbildung-systeem beschikt Duitsland over veel



Boven: Bob Giraud.

gekwalficeerde technische arbeidskrachten. In dat duale systeem krijgen leerlingen zo'n drie tot vier dagen praktische training in een bedrijf en de overige dagen les op school. Het is vergelijkbaar met ons deeltijds beroepsonderwijs van de secundaire graad, maar in Duitsland zit het ingebouwd in het curriculum. Jongeren worden voorbereid op een job en leren vaardigheden aan op maat van de industrie. Bedrijven krijgen meteen een correct en volledig beeld van potentiële medewerkers.”

**Jürgen Maerschand:** “Ik beschouw de focus op R&D en innovatie als hun grootste troef. In Duitsland bestaat een lange traditie van samenwerking en uitwisseling tussen bedrijven en kennisinstellingen. Dat schept een ideale voedingsbodem.”

## 'Made in Germany' staat wereldwijd synoniem voor kwaliteit. Staan Duitsers open voor 'Made in Flanders'?

**Jürgen Maerschand:** “Vlaanderen heeft een typische halffabricatenindustrie. In



- Maak duidelijke afspraken en leef ze na.
- Doe een inspanning om Duits te praten.
- Zorg voor een goede voorbereiding – uitgebreide technische productdocumentatie – en voor follow-up.



- Professionele laksheid wordt niet vergeven.
- Wees niet familiair en wees voorzichtig met humor.
- Kom snel terzake. Time is money.

veel Duitse machines steken Vlaamse onderdelen. Hoewel veel firma's weten dat ze met hun Duitse bedrijfsnaam automatisch de connotatie van kwaliteit oproepen, beoordelen ze hun potentiële partners zelf minder emotioneel. Voor Duitsers telt alleen of je product van topkwaliteit is en correct geprijsd.

**Jan Offner:**  
“Wie een technisch uitstekend product maakt tegen een concurrentiële prijs kan zeker terecht in Duitsland.”

Het is een misverstand dat in Duitsland door de hoge kwaliteitsvereisten a priori grote marges realiseerbaar zijn. Duitsland kent een stabiele verdringingsmarkt. Iedereen wil een deel van de taart, en die groeit niet. Dat betekent dat als jij er een plekje veroverd, iemand anders weg moet. Dat maakt de Duitse markt aanboren moeilijk, maar zeker niet onmogelijk.”

## Duitsers werken het liefst samen met een betrouwbaar bedrijf, met een mooi track record. Maken Vlaamse starters een kans?

**Jan Offner:** “Wie een technisch uitstekend product maakt tegen een scherpe prijs kan zeker terecht in Duitsland. Belangrijk is dat starters, maar ook ervaren ondernemers, zich aan hun afspraken houden. Vertrouwen is zeer belangrijk. Minstens even essentieel is investeren in goede technische productdocumentatie in het Duits. Beklemtoon de technische aspecten en zorg ervoor dat het geheel professioneel oogt.”

**Robert Giraud:** “Die constante vraag naar kwaliteit geldt ook voor voeding.

Voor dagelijkse producten zijn Duitsers zeer prijsbewust, maar ze willen gerust meer betalen voor een stuk chocolade als dat lekkerder is.”

### Duitsland bestaat uit zestien deelstaten, met elk een eigen wetgeving. In welke mate moet de Vlaamse ondernemer hier rekening mee houden?

**Jürgen Maerschand:** “Voor Vlaamse exporteurs zijn er weinig wezenlijke verschillen. Wie hier een productievestiging plant, moet zich aanpassen aan de lokale wetgeving. Belangrijker is dat elke deelstaat ook zijn eigen investeringspromotieagentschap heeft, vergelijkbaar met FIT. Die willen allemaal een buitenlandse investeerder binnenhalen, waardoor je de meest aantrekkelijke voorwaarden kan bedingen.”



Boven: Jan Offner.

**Robert Giraud:** “De deelstaten hebben soms verschillende culturen, gewoontes, smaken ... Hou daar rekening mee. Als je een marketingplan opstelt of op zoek gaat naar een distributeur, dien je dikwijls regionaal te denken. De FIT-medewerkers in Duitsland kennen de lokale cultuur en delen graag die kennis.”

### Met welke uitdagingen wordt de Vlaamse ondernemer geconfronteerd als hij zaken doet in Duitsland?

**Jan Offner:** “De eerste stap is de moeilijkste: referenties opbouwen. Probeer dat zo planmatig mogelijk te doen. Begin bijvoorbeeld in Noord-Rijnland-Westfalen, dat ligt het dichtst bij Vlaanderen. Het is niet altijd aangewezen om meteen in meerdere deelstaten tegelijk aanwezig te zijn, daardoor loop je alleen maar meer kans op leveringsproblemen en

kan je zendingen niet optimaal bundelen. Onderschat daarbij niet het belang dat Duitsers hechten aan je inspanning om Duits te spreken. Een vooraanstaande Duitse CEO verwoordde het ooit heel treffend zo: “Ik verkoop in elke taal, maar als ik koop, is het in het Duits”. Je Duits hoeft niet perfect te zijn, de intentie telt.”

**Robert Giraud:** “Je mag er inderdaad niet van uitgaan dat iedereen wel Engels spreekt. Als ze merken dat je inspanning doet om Duits te praten en dat hun Engels beter is, zullen ze wel overschakelen. Maar laat het op hun initiatief gebeuren. Voorts mag je de grootte van de markt niet onderschatten. Bied je bijvoorbeeld een grote retailspeler je producten aan, dan moet je beschikken over voldoende capaciteit.”

**Jürgen Maerschand:** “De taal kan een uitdaging vormen, maar mag niet verlamdend werken. Als je wil dat een Duitser kiest voor jou in plaats van voor een binnenlandse concurrent, moet je iets extra in de schaal kunnen leggen. Maar slaag je erin om te leveren aan de huidige ‘vice-export Weltmeister’ – Duitsland is na China in nominale termen de grootste exporteur ter wereld en was daarvoor jarenlang de ‘Exportweltmeister’, kan je een mooi visitekaartje voorleggen. Boek je succes in Duitsland, dan heb je een referentie voor de rest van de wereld.”

### Hoe is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Duitsland?

**Robert Giraud:** “Duitsland is al enkele jaren de eerste exportmarkt van Vlaanderen. In 2011 exporteerde Vlaanderen er voor bijna 53 miljard euro heen. Die



Boven: Jürgen Maerschand.

exportgroei van 8,1% bleef lichtjes onder de exportstijging van 2010, toen er nog een meeruitvoer van 10% werd gehaald. Maar de uitvoer kwam opnieuw in de buurt van de resultaten van 2008, voor de wereldwijde economische en financiële crisis uitbrak. In de periode januari-augustus 2012 stagneerde de Vlaamse uitvoer naar Duitsland.”

**Jan Offner:** “Vlaanderen was in 2011 de vierde grootste leverancier van Duitsland, na Frankrijk (65,96 miljard euro) en voor de VS (49,5 miljard euro). Omgekeerd importeerde Vlaanderen voor net geen 41 miljard euro uit Duitsland. Tijdens de eerste acht maanden van 2012 daalde het invoercijfer met bijna 8% in vergelijking met diezelfde periode in het jaar voordien. Nog altijd goed voor 25,22 miljard euro en – na Nederland – een



tweede plaats op de Vlaamse leverancierslijst. Een bestendiging van de positie die Duitsland, sinds het vrijgeven van de Vlaamse invoerstatistieken door het Instituut voor de Nationale Rekeningen, bekleedt.”

## Tot slot, met welke culturele eigenheden moet de Vlaamse ondernemer rekening houden in buurland Duitsland?

**Jürgen Maerschand:** “Duitsers zijn een kei in het verzorgen van hun public relations. De bedrijven communiceren sterk en veel over waar ze mee bezig zijn. Dat hangt samen met hun cultuur van ‘Mitbestimmung’, waarbij alle stakeholders uitgebreid overleggen en elk veel inspraak hebben.”

**Robert Giraud:** “In veel clichés schuilt een grond van waarheid. Duitsers gaan zeer gestructureerd te werk. Dat maakt het voor hen soms moeilijk om out of the box te denken. Maar alles is tot in de puntjes georganiseerd. Het openbaar vervoer komt op tijd, meetings gaan door wanneer ze stonden gepland. Die ingesteldheid maakt wonen en werken in Duitsland erg aangenaam.”

Op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be) kan u in de rubriek ‘Mediatheek’ - ‘Brochures en folders’ dit handige boekje ‘Succesvol op de Duitse markt’ downloaden of bestellen.

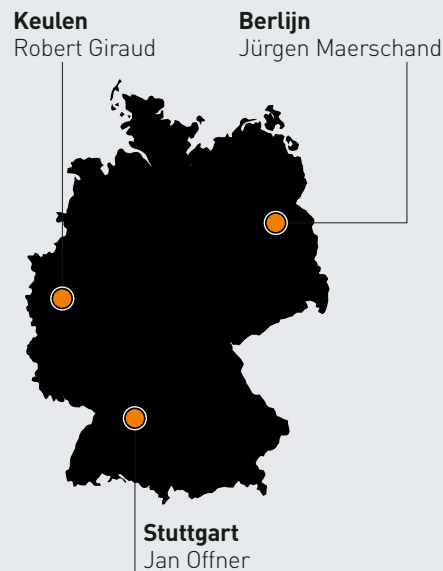


## Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Duitsland (2011):

organische chemische producten (12,96%)
farmaceutische producten (10,44%)
wagens en ander wegtransportmaterieel (10,23%)
kunststof en toepassingen (9,04%)
minerale brandstoffen (8,83%)

## Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Duitsland (2011):

auto's, tractoren, motorrijwielen, fietsen (21,04 %)
farmaceutica (14,93 %)
machines, mechanische werktuigen (8,74 %)
organische chemie (6,93 %)
kunststoffen (5,8 %)



## Fact sheet Duitsland

- **Oppervlakte:** 357.121 km<sup>2</sup>
- **Aantal inwoners:** 81.305.856 (2012)
- **Aantal ingeschreven Belgen in Berlijn:** 10.004 (2012)
- **Aantal ingeschreven Belgen in Keulen:** 14.148 (2012)
- **Officiële taal:** Duits
- **Munteenheid:** euro
- **Weetje:** in Noord-Rijnland-Westfalen vinden jaarlijks meer dan 60 gerenommeerde internationale vakbeurzen plaats
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2011)**
  - landbouw 1,2%
  - industrie 25,8%
  - diensten 73,1%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2011)**
  - Frankrijk 9,6%
  - VS 6,9%
  - Nederland 6,3%
  - China 6,1%
  - VK 6%
- **Belangrijkste leveranciers (2011)**
  - Nederland 12,9%
  - Frankrijk 7,6%
  - China 7,1%
  - België 6,2%
  - Italië 5,4%

## Wat staat binnenkort op ons programma voor Duitsland?

### \* BAU – München - 14 tot 19 januari 2013

Groepsstand op BAU, de meest internationale beurs in de bouwindustrie.

### \* ISM – Keulen - 27 tot 30 januari 2013

Groepsstand op ISM, 's werelds belangrijkste vakbeurs voor zoetwaren, chocolade, koekjes en versnaperingen.

### \* Green Ventures – Leipzig - 28 tot 30 januari 2013

Trefdag Green Ventures, het ondernemersevent voor energie- en milieutechnologie. Het Forum vindt plaats in het kader van de beurzen enerotec en TerraTec.

### \* BioFach – Nürnberg - 13 tot 16 februari 2013

Groepsstand op de internationale vakbeurs voor biovoeding.

### \* ConhIT – Berlijn - 9 tot 11 april 2013

Product Sample Booth op de belangrijkste vakbeurs in Europa voor e-health.

### \* Transport Logistic – München - 4 tot 7 juni 2013

Groepsstand op de belangrijkste transportbeurs in Europa.

### \* Anuga – Keulen - 5 tot 9 oktober 2013

Groepsstand op het grootste en meest toonaangevende voedingssalon ter wereld.

### \* Medica – Düsseldorf - 20 tot 23 november 2013

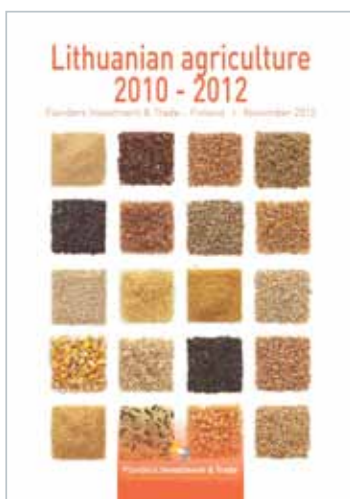
Groepsstand op de belangrijkste medische vakbeurs ter wereld.

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



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

# Sterk naslagwerk



## Lithuanian agriculture 2010-2012

Ons kantoor in Helsinki maakte een gedetailleerde Engelstalige situatieschets van de Litouwse landbouwsector over de periode 2010-2012. U vindt er cijfermateriaal over productie-eenheden, import en export, en prijslijsten van onder meer granen, melk, vlees, groenten, fruit en vruchten.



## Setting up a company in California

Update van de studie 'Setting up a company in California'. Dit rapport geeft een overzicht van de verschillende aspecten waar een Vlaams bedrijf rekening mee dient te houden bij het opstarten van een bedrijf in Californië. Verder staan daarin ook nuttige contacten en veel praktische informatie over legale aspecten, visa, personeelszaken en dienstverleners.



## Clothing and textile sector in Finland

Deze studie geeft een overzicht van de Finse kleding- en textielsector. Dat gaat van cijfergegevens, tewerkstelling en in- en uitvoer van kleding en textiel, over productie, vakverenigingen en beurzen tot contactgegevens van distributeurs en producenten.

Ondanks de economische crisis kopen de mensen nog steeds kleding, waardoor er steeds nieuwe winkelketens bijkomen, vooral Scandinavische. Ook in hypermarkten en warenhuizen wordt veel kledij gekocht. Volgens de marktleider in winkelcentra 'Citycon' worden tegen 2016 twintig nieuwe retailers verwacht.

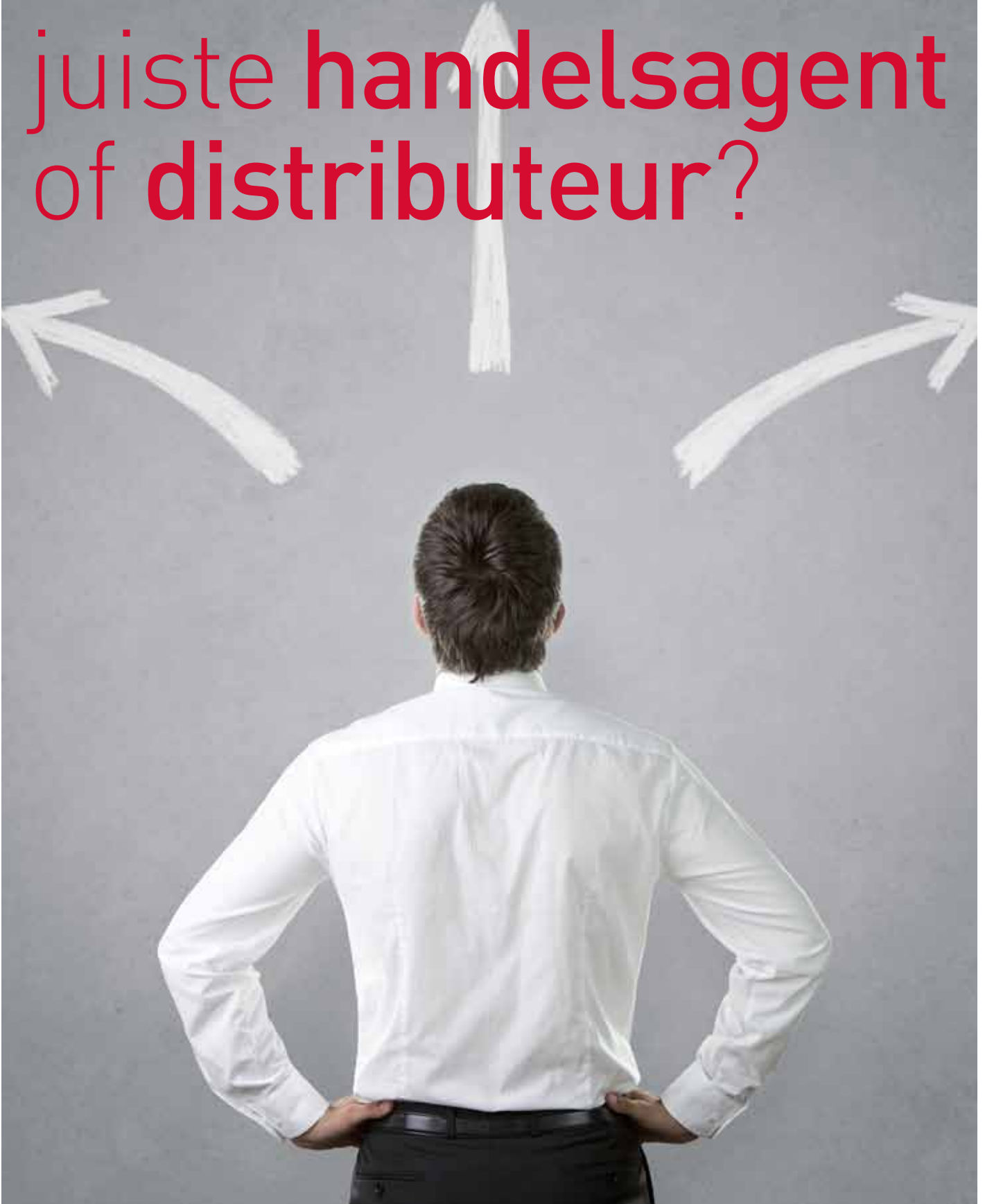


## De Britse retailmarkt

Britten geven graag geld uit aan voedingswaren. Voor elke pond die wordt uitgegeven, gaat 53 pence naar food & grocery. Het VK telt maar liefst 88.000 grocery stores. Deze korte studie geeft u een overzicht van de Britse detailmarkt en zijn opportuniteiten.

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

# Hoe kiest u de juiste **handelsagent** of **distributeur**?



Een nieuwe buitenlandse markt aanboren kost tijd, geld en energie. Vaak maakt een permanente aanwezigheid het verschil tussen slagen en falen. Maar eigen kantoren of dochterondernemingen zijn financieel en praktisch veeleisend. Een interessante oplossing is het samenwerken met een handelsagent of distributeur ter plaatse. Maar wat is precies het verschil tussen beide? En voor welke formule kiest u best? Wereldwijd legt zijn oor te luister bij een aantal ervaringsdeskundigen.

Expert Peter Jaspers (Flanders Investment & Trade) en ondernemers Davy De Sutter (Barbecue) en Nicholas Weinberg (Vegotex) vertellen vanuit hun ervaring over de voor- en nadelen van deze aanpak. Ook de factoren die de uiteindelijke keuze bepalen, komen aan bod.

**De termen handelsagent en distributeur worden vaak door elkaar gebruikt. Ondernemers kennen niet altijd het verschil tussen beide. Hoe komt dat?**

**Peter Jaspers:** "Beide functies vertonen gelijkenissen. Allebei fungeren ze als een tussenpersoon voor het bedrijf en de eindklant. Toch zijn er ook duidelijke verschillen. Belangrijk om te onthouden, is dat een handelsagent je producten niet koopt. Hij zoekt klanten en verdient een commissie op de verkoop. Een distributeur koopt wel in en zoekt daarna afnemers om die producten opnieuw aan de man te brengen. De realiteit is complexer, maar in een notendop is dat het wezenlijke verschil."

**Peter Jaspers:** "De keuze lijkt op een bepaald moment altijd verkeerd!"

**Op welke manieren zijn jullie internationaal actief?**

**Nicholas Weinberg:** "25 jaar geleden was Vegotex een importeur van textiel uit Azië. Geleidelijk aan schoven onze activiteiten op naar design, productie en distributie van eigen collecties. Momenteel zijn we actief in ongeveer 25 landen. Onze productie is ondergebracht in Azië. Onze klanten en partners bevinden zich in Europa, Rusland, Zuid-Amerika, het Midden-Oosten en in mindere mate in de VS."

**Davy De Sutter:** "In Duitsland en Frankrijk werken onze Country Managers samen met meerdere handelsagenten. Ik ben verantwoordelijk voor de verkoop in alle landen, behalve in de Benelux, Duitsland en Frankrijk. Onze ambitie reikt

wereldwijd, maar voorlopig ligt de focus op Europa. Een goede marktintroductie vergt immers middelen en tijd. Liever eerst dicht bij huis een stevige verankering opbouwen en zo gestaag het werkterrein uitbreiden naar verre en meer exotische markten. We werken zowel met handelsagenten als met distributeurs. In sommige landen kiezen we ook voor een rechtstreekse benadering van grote doe-het-zelfzaken."

**Werken jullie meer met handelsagenten of met distributeurs?**

**Davy De Sutter:** "We kiezen ervoor om zo veel mogelijk met een handelsagent in zee te gaan. Je hebt zo immers meer controle over hoe je product in de buitenlandse markt wordt gezet, niet onbelangrijk als een onberispelijke reputatie cruciaal is voor het merk dat je verkoopt. Telkens als we met een nieuwe agent samenwerken, stellen we samen een businessplan op. Dat omvat duidelijk omlijnde doelstellingen en geeft aan hoe we die zullen bereiken. Eenmaal je de juiste handelsagent hebt gevonden, is het een win-winsituatie voor beide partijen. Wij hebben de knowhow en kunnen de prijs en promotieacties bepalen, de handelsagent kent de markt als zijn broekzak en krijgt ondersteuning van ons. Idealiter versterken we elkaar zodanig dat we samen grotere klantenaccounts kunnen benaderen dan alleen. Als de samenwerking uitstekend verloopt, bestaat ook de optie om de handelsagent op te nemen als vaste medewerker in de organisatie."

**Davy De Sutter:** "Op aanvraag bezorgt FIT je een shortlist en ze maken zelfs een afspraak voor je."

**Nicholas Weinberg:** "We streven naar een goede mix. Voor een merk is een handelsagent inderdaad vaak de betere keuze, omdat die optreedt als een vertegenwoordiger van je merk. In onze volumebusiness is het voor distributeurs net interessant om een grote hoeveelheid

aan te kopen en die dan in delen door te verkopen aan vele kleinere klanten. Belangrijk is dat ze vertrouwd zijn met onze business. Als we via via of op vakbeurzen de juiste persoon ontmoeten, dan laten we de kans niet liggen om er mee samen te werken, los van zijn statuut."

**Nicholas Weinberg:** "We beschikken over de nodige filters om de betrouwbaarheid te controleren of om tijdig bij te sturen."

**Bestaat er een 'betere' keuze?**

**Peter Jaspers:** "Neen, beiden hebben hun voor- en nadelen. Wat telt, is hoeveel risico je wil nemen, hoeveel je wil investeren en hoeveel inspraak je wil."

**Davy De Sutter:** "Daarnaast kijken we ook naar de historie van een land, naar onze ervaringen ter plaatse. Ook de toegankelijkheid van een markt – taal, soorten verkoopkanalen – bepaalt mee de keuze. Voorts maken we een inschatting van het groeipotentieel van de omzet. Als dat groot is, kiezen we veeleer voor een agent, omdat we die eventueel in dienst kunnen nemen. In een verre groeiemarkt, zoals in Azië, overwegen we eerder een distributeur. Die werkt immers onafhankelijk, maar houdt zelf een stockvoorraad bij, regelt de inning van facturen en biedt een dienst-na-verkoop. Belangrijk voor een optimale klantenservice. Of je de beste keuze hebt gemaakt – voor een agent én distributeur – hangt af van zijn enthousiasme, motivatie en inzet. Jij kan hen enkel zo goed mogelijk ondersteuning en training bieden."

**Nicholas Weinberg:** "De economische marktsituatie van een land speelt een rol. In landen die het momenteel moeilijk hebben, zoals Griekenland, kiezen we voor een distributeur, dat verlaagt het financiële risico. Hetzelfde geldt voor verre markten waar de wetgeving ter zake nog niet op punt staat. Als daar iets fout loopt, is het immers niet altijd evident om

je producten terug te halen.”

## Kunnen in eenzelfde land ook een agent én een distributeur worden aangetrokken?

**Peter Jaspers:** “Voor verschillende marktsegmenten is dat mogelijk. Een voedingsfabrikant kan bijvoorbeeld kiezen voor een distributeur om de biowinkels te bevoorraden, en voor een agent die een grote supermarktketen in zijn portefeuille heeft.”

Peter Jaspers: “Hoeveel risico wil je nemen, hoeveel wil je investeren en hoeveel inspraak wil je?”

**Nicholas Weinberg:** “Klopt, wij bieden allerhande types producten aan voor verschillende doelgroepen. Zo werken we in eenzelfde markt soms samen met agenten die onze collecties voor volwassenen verkopen en met distributeurs voor de kinderkleding.”

**Davy De Sutter:** “Wij kiezen in hetzelfde land voor ofwel een agent, ofwel een distributeur. Op die manier geven we hen voluit de kans om zich te profileren en te bewijzen.”

## Hebben bedrijven achteraf soms spijt van hun keuze?

**Peter Jaspers:** “De keuze lijkt op een bepaald moment altijd verkeerd! Je activiteiten in een buitenlandse markt veranderen immers. In het begin hou je de risico's zo laag mogelijk en kies je voor een handelsagent. Na enkele succesvolle jaren wil je misschien liever een distributeur. De samenwerking met een handelsagent stopzetten, verloopt niet altijd van een leien dakje. In veel landen is het statuut bijzonder goed beschermd. In Frankrijk en Duitsland, bijvoorbeeld. Daarom is het belangrijk dat je van bij het begin expliciet de opzegmogelijkheden vermeldt. Of je wil veranderen van handelsagent. Als het contract met je

eerste handelsagent niet uitdrukkelijk de opzegvoorwaarden, exclusiviteitsrechten en territoriumbepalingen vermeldt, heb je vaak geen poot om op te staan en riskeer je dubbele commissies te moeten betalen.”

## Hoe pakken jullie slecht presterende handelsagenten of distributeurs aan?

**Davy De Sutter:** “Als de partner zich niet aan zijn deel van de afspraken houdt, is het makkelijker om de samenwerking stop te zetten. De economische situatie zorgt wel voor een natuurlijke eliminatie, bij handelsagenten en distributeurs. Betalingsproblemen, voorraden die niet meer aangehouden kunnen worden, kredietverzekeringen die niet meer worden toegekend ... Vervelend is dat problemen pas na enige tijd opduiken. Het vergt toch even voor de partner een volwaardig klantenbestand opbouwt. Als de partner zijn beloftes niet inlost, proberen we eerst corrigerend bij te sturen en extra ondersteuning te bieden. Bij handelsagenten stellen we bijvoorbeeld het businessplan bij, als dat mogelijk is.”

Davy De Sutter: “We kiezen ervoor om zo veel mogelijk met een handelsagent in zee te gaan.”

**Nicholas Weinberg:** “Een handelsagent werkt meestal voor meerdere bedrijven. Soms kan hij op papier zeer goede resultaten voorleggen, maar merk je dat die

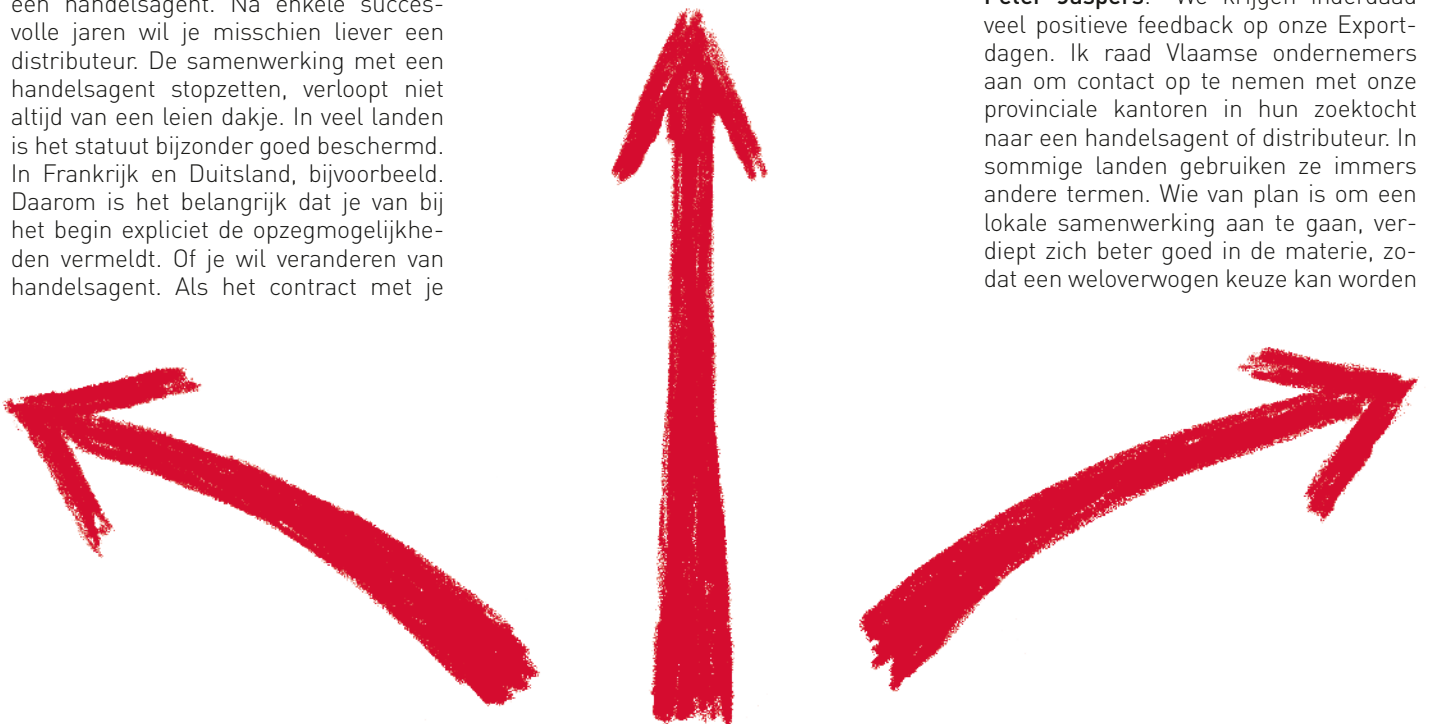
in de praktijk tegenvallen. Of de verkoop kalft af, omdat hij lucratievere klanten in zijn portefeuille heeft en zijn inspanningen daarop focust. Daarom is een goede screening essentieel. We beschikken uiteraard over de nodige filters om te controleren hoe betrouwbaar iemand is of om tijdig bij te sturen. Als een distributeur geen middelen heeft om te betalen, merk je dat vrij vroeg in de samenwerking. Voorzichtigheid is nodig.”

Nicholas Weinberg: “Als we de juiste persoon ontmoeten, dan laten we de kans niet liggen om er mee samen te werken, los van zijn statuut.”

## Zijn handelsagenten en distributeurs overal even makkelijk of moeilijk te vinden?

**Davy De Sutter:** “In sommige landen is dat al langer zoeken dan ergens anders. FIT is daarbij een grote steun. Hun medewerkers in het buitenland kennen de markt en spreken de taal. Dat boezemt vertrouwen in. Op aanvraag bezorgt FIT je een shortlist, ze maken zelfs een afspraak voor je, als je dat wil. Ook de Exportdagen – waar de deelnemers het binnen- en buitenlandse netwerk van FIT leren kennen en ontdekken wat FIT voor hen kan betekenen – zijn een fantastisch initiatief. Onlangs was ik op de Exportdagen Noord-Europa waar ik op één voormiddag vijf interessante mensen heb gesproken.”

**Peter Jaspers:** “We krijgen inderdaad veel positieve feedback op onze Exportdagen. Ik raad Vlaamse ondernemers aan om contact op te nemen met onze provinciale kantoren in hun zoektocht naar een handelsagent of distributeur. In sommige landen gebruiken ze immers andere termen. Wie van plan is om een lokale samenwerking aan te gaan, verdiept zich beter goed in de materie, zodat een weloverwogen keuze kan worden



genomen.”

**Nicholas Weinberg:** “Hoe verder, hoe moeilijker om de juiste contactpersoon te vinden. Andere talen, andere culturen... dat maakt het allemaal een pak complexer. In zeer gestructureerde landen verloopt de zoektocht tamelijk vlot, in andere markten moet je meer geduld aan de dag leggen, zoals in het Midden-Oosten. Ga ter plaatse, probeer te begrijpen hoe de businesscultuur in elkaar steekt. Overal is de koopkracht anders, probeer daar oplossingsgericht naar te handelen.”

### 🔗 Grijp uw kans!

Als u deze rubriek geregeld leest, dan kent u het principe: een rondetafelgesprek met een expert en enkele bedrijven over een mogelijk obstakel dat ondernemers tegenkomen op hun weg naar internationaal ondernemen. Is er een onderwerp waarover u graag een Turbulentie zou lezen, laat het ons weten!

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

### 🔗 Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Hopelijk is dit gesprek slechts een aanzet. Heeft u zelf goede of minder goede ervaringen met handelsagenten of distributeurs? Zoekt u bijkomend advies of tips van collega-ondernemers? Dan nodigen we u uit om verder te praten in onze LinkedIn-groep. Laat u horen!

**Linked in**

## Ons panel



### Peter Jaspers

Peter Jaspers is coördinator van het binnenlandse netwerk bij FIT. Vanuit zijn jarenlange ervaring kent hij als geen ander de vraagstukken waarmee Vlaamse exporteurs worden geconfronteerd. Hij is bovendien een van de bezielers achter tal van FIT-publicaties, onder meer de reeks naslagwerken Leidraad bij het internationaal ondernemen.

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



### Davy De Sutter

Davy De Sutter is International Key Account Manager van Barbecue, een merk van SAEY Home & Garden. Na een eerste baan bij Brouwerij Palm, werkte hij vijf jaar bij Somati als Sales Advisor. Nadien stapte hij over naar internationaal key account management bij onder meer Noble Chocolates en Dujardin/Unifrost.

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



### Nicholas Weinberg

Nicholas Weinberg is Commercieel Directeur bij Vegotex. Hij startte zijn carrière bij Façonnable, onderdeel van de Nordstrom Group, als Assistant Director North European Operations. Nadien ging hij aan de slag bij Polo Ralph Lauren als International Sales Manager Noord-Europa. Voor hij bij Vegotex in dienst trad, werkte hij zes jaar als Head of Commercial & Development bij Martin Blanc.

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

# QuESD treft wereldwijd doel



## Vlaamse technologie analyseert vlijmscherp elke voetbalseconde

In het voetbal circuleren astronomische bedragen. Wat ooit een ontspannend partijtje sporten was, is vandaag uitgegroeid tot een bikkelharde business. Niets wordt nog aan het toeval overgelaten. Daarbij worden technologische tools ingezet zoals SoccerLAB, ontwikkeld door het Limburgse QuESD.

‘Ken uw vijand en uzelf, en u zal in geen honderd veldslagen in gevaar zijn.’ Zo schreef de Chinese generaal Sun Tsu al in 500 v.C. in zijn befaamde boek ‘The art of war’. Vandaag is deze Aziatische wijsheid de mantra van veel voetbaltrainers, overal ter wereld. Zij moeten feilloos de capaciteiten van hun team en dat van de tegenstander kunnen inschatten.

Eddy Schuurmans, CEO van QuESD, vertelt ons hoe SoccerLAB daarbij een onmisbaar instrument is. Samen met Jan Tirez, bij FIT de Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor Limburg, doorloopt hij het prille maar veelbelovende parcours van QuESD.

**Tip!**  
Doe geen toegevingen op kwaliteit en service.

### Informatie is elementair

**Jan Tirez:** “QuESD bestaat sinds 1999. Hoe waren de beginjaren?”

**Eddy Schuurmans:** “Het bedrijf is opgericht als spin-off van de Universiteit Hasselt door drie pas afgestudeerde software-engineers: Jim Kunnen, Peter Trekels en Stefan Verkoyen. Dat gebeurde in samenwerking met Androme, het moederbedrijf, waar tot op vandaag verschillende hoogtechnologische starters onderdak vinden.

“In de softwarebranche maken goede ontwikkelaars het verschil.”

QuESD staat voor Quinta Essentia Software Development. Die naam verwijst naar informatie als het vijfde element – de letterlijke betekenis van quinta essentia – naast vuur, water, lucht en zand. Aanvankelijk ontwikkelde QuESD software voor embedded systems, bestemd voor allerhande compacte toestellen zoals smartphones. Al snel bleek dat de niche te klein was en werd overgestapt

naar algemene softwareontwikkeling.

Toen ikzelf voor mijn toenmalige werkgever een applicatie nodig had, kwam ik terecht bij QuESD, die het project succesvol rondde. Ik geloofde in het potentieel en stapte in 2001 mee in de zaak.”

### Tot op de seconde

**Jan Tirez:** “Na die verbreding van de activiteiten volgde opnieuw een focus op een niche. Hoe ging dat in zijn werk?”

**Eddy Schuurmans:** “In 2005 lanceerden we SportVAS, dat staat voor Sports Video Analysis Systems. Een videoanalysetool waarmee je snel elke seconde van een opgenomen voetbalwedstrijd kan labelen en taggen, en de complete wedstrijd kan analyseren. Op die manier kan je in één videoclip fragmenten selecteren, zoals alle voorzetten of hoekschoppen van een wedstrijd. Of uit meerdere wedstrijden de laatste tien doelpunten van je volgende tegenstander op een rij zien.”

### Trainers beste verkopers

**Jan Tirez:** “SportVAS breidde vier jaar later uit met SoccerLAB, een gecentraliseerd systeem dat nog meer analysemogelijkheden biedt. Was dat uit passie voor het voetbal?”

**Eddy Schuurmans:** “Veel trainers, dikwijls Nederlanders, omdat we samenwerken met de Nederlandse voetbalbond KNVB, waren tevreden gebruikers van SportVAS. Als ze naar een buitenlandse club trokken, namen ze vaak onze tool mee. Die trainers fungeerden als onze verkopers, hun enthousiasme was voor ons de best denkbare reclame. Soms leidde dat tot twee nieuwe klanten: de vervangende trainer en de nieuwe club. Maar het risico bestond dat we met het vertrek van de trainer ook een klant verloren. Daarom ontwikkelden we een nieuw systeem op maat van de voetbalclub, SoccerLAB, dat video en alle mo-

gelijke data over spelers en ploegen samenbrengt in één systeem. Daarnaast begonnen we ook opnamesystemen te bouwen. Zo installeerden we schotelantennes bovenop het stadion van Ajax die daarmee een 100-tal wedstrijden per week opnemen.”

### Goede output vereist goede input

**Jan Tirez:** “Kan je kort vertellen hoe SoccerLAB werkt?”

**Eddy Schuurmans:** “SoccerLAB is een webgebaseerd systeem met een videotheek waarin alle beeldmateriaal van onder meer trainingen, wedstrijden en interviews worden bewaard. Daarnaast staat een centrale applicatie, waarmee de klant gedetailleerde info kan opvragen. Alle goals van Zagorakis tijdens het EK voetbal 2004? Alle wedstrijden die AA Gent het voorbije seizoen heeft gespeeld? In een mum van tijd krijg je de gevraagde info. Ons systeem stuurt om het uur updates rond spelers en gespeelde wedstrijden.

“Het is fijn als een club als Ajax vertelt dat ze een Europese wedstrijd hebben gewonnen met behulp van SoccerLAB!”

Om SoccerLAB optimaal te gebruiken, is discipline vereist. Daarom is het cruciaal dat de club beschikt over een langetermijnvisie. In de voetbalwereld komen ontslagen geregeld voor. Maar als de club een dergelijke langetermijnvisie heeft, zou de wissel van een trainer geen invloed mogen hebben op het gebruik van een centraal systeem als SoccerLAB.

### SoccerLAB kan het verschil maken

**Jan Tirez:** “Ervaren klanten dat ze dankzij SoccerLAB beter presteren?”

**Eddy Schuurmans:** “Ik hoorde onlangs van Ajax dat ze een Europese wedstrijd tegen Manchester United hebben gewonnen met behulp van data uit Soccer-



LAB. Na een grondige analyse met data uit ons systeem ontdekten ze onder meer dat de tegenstander zeer efficiënt met twee verdedigers de centrale spits afblokte. En dat de defensie aan de binnenkant zwakker was. Ajax koos daarom om zonder centrale spits te spelen en paste zijn aanvalstactiek aan. Het verrassingseffect was groot en de tegenspelers hebben het onderspit moeten delven. Die expliciete feedback krijgen, is natuurlijk bijzonder fijn."

## Focus op buitenland

**Jan Tirez:** "QuESD won de Export Award 2011 van UNIZO, een signaal dat je internationaal goed bezig bent. In hoeveel landen zijn jullie actief?"

**Eddy Schuurmans:** "SportVAS wordt wereldwijd gebruikt, bij de Chinese olympische voetbalploeg tot de Russische jeugdacademie Konoplev. SoccerLAB zijn we nog volop aan het uitrollen. Ondertussen hebben we ongeveer vijftien klanten."

"Pas als de club beschikt over een langetermijnvisie, heeft het zin om ons product te kopen."

Een van mijn hoofdtaken is nu een agentennetwerk uitbouwen. In Zuid-Amerika, China en de VS werken we al samen met een agent. Terwijl ons bedrijf hoofdzake-

lijk bestond uit ontwikkelaars, moeten we nu de balans in evenwicht brengen met verkoopmedewerkers en consultants.

"Onze klanten zijn onze beste promotors."

In Qatar woonde ik recent een congres bij over sport en technologie. Zij organiseren in 2022 het WK voetbal en dat schept veel mogelijkheden voor ons. Daarnaast gebruiken de CIOS-scholen in Nederland, waar toekomstige trainers worden opgeleid, onze modules. Afgestudeerden kennen ons pakket en nemen dat hopelijk mee naar hun eerste job."

## Flexibel inspelen op mentaliteitsverschillen

**Jan Tirez:** "Zijn er grote verschillen tussen de landen waar QuESD verkoopt?"

**Eddy Schuurmans:** "Elk land heeft een andere mentaliteit. Zo willen clubs in Duitsland vooraf alle details checken en pas dan beslissen. In Nederland hebben we al jarenlang een betrouwbare reputatie opgebouwd en is het geloof er dat we er samen iets goed van gaan maken. China wil geen jaarlijkse licentie. Zij kopen vandaag en beslissen binnen drie jaar of ze een nieuwe licentie willen. Amerikanen kiezen veeleer voor een jaarlijkse licentie, die goedkoper is. Het is aan ons om op al die verschillende mentaliteiten zo flexibel mogelijk te reageren."

## Gezond ambitieus

**Jan Tirez:** "Hoe ziet QuESD de toekomst?"

**Eddy Schuurmans:** "We willen graag binnen drie jaar SoccerLAB bij 111 clubs verkocht hebben, een zeer ambitieuze doelstelling. Voorts zijn er plannen om ons systeem uit te breiden naar andere teamsporten en individuele sporten, zoals tennis."

Nog een project in de steigers is de ontwikkeling van een interactief systeem voor de KNVB. De Nederlandse regering wil de agressie in de sportwereld intomen, onder andere door een betere kennis van de spelregels bij de bezoekers. Voor dat interactief systeem zijn een databank met de spelregels nodig en een

videotheek met praktijkvoorbeelden. Met de kennis en data die wij in huis hebben, is dat project op ons lijf geschreven."



## → ID

- **Bedrijf:** QuESD
- **Sector:** ICT
- **Opgericht in:** 1999
- **Omzet in 2010-2011:** ± 1,2 miljoen euro
- **% van omzet 2010-2011 gerealiseerd in het buitenland:** ± 60%
- **Hoofdkwartier:** Diepenbeek
- **Aantal medewerkers:** 13
- **Product:** SoccerLAB

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

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





# Azië voor beginners

Zakendoen in Azië is de droom van vele bedrijven. Gigantische afzetmarkten lonken, maar alleen: hoe begint u eraan? Om die eerste stappen in de Aziatische markt te vergemakkelijken, organiseert FIT in samenwerking met UNIZO Internationaal in 2013 'Azië voor beginners'. Een begeleide groepszakenreis naar Singapore en Hongkong, twee bestemmingen die in de regio een sleutelrol vervullen.



Azië voor beginners mikt op kmo's die al actief zijn in de export, maar nu hun pijlen op Azië willen richten. Van 11 tot 17 mei 2013 reist een delegatie Vlaamse bedrijven af naar Singapore en Hongkong. Onder impuls van FIT worden nieuwe contacten gesmeed en afzetmarkten verkend. De zakenreis is geen losstaand initiatief, maar kadert in een globaal programma. Een kick-off meeting (zie kader) bijt eind januari de spits af. Eind maart volgt een voorbereidende workshop voor de deelnemende bedrijven. En na de reis voorziet FIT een vervolgcours. Hoe gaat u als bedrijf om met al die kersverse contacten? Waar schuilen de moeilijkheden, en hoe overbrugt u die efficiënt?

Peter Christiaan en Siegfried Verheijke weten er alles van. Ze zijn onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) in respectievelijk Singapore en Hongkong. Twee Vlamingen die ter plaatse wonen en sinds jaar en dag Vlaamse bedrijven in die landen met raad en daad steunen.

## Draaischijf voor Azië

"De keuze voor Hongkong of Singapore als springplank is logisch", begint Peter Christiaan. "Beide gebieden vervullen een belangrijke hubfunctie: door hun uitstekende ligging fungeren ze als economische draaischijf in het Aziatische continent. Het zakenleven is er efficiënt georganiseerd en op de meeste producten worden geen invoerrechten geheven. Bovendien is de culturele kloof met onze bedrijven niet zo groot: in tegenstelling tot meer hermetische markten als China of Japan, zijn Hongkong en Singapore heel internationaal gericht. Tal van culturen en nationaliteiten leven er dicht op elkaar. Daarnaast is de voertaal er Engels, wat persoonlijk contact natuurlijk vergemakkelijkt."

Maar wat met de financiële malaise? Heeft die dan geen vat op Azië? "Eerlijk gezegd: in Singapore heb ik weinig gemerkt van een financiële crisis", vertelt Peter Christiaan. "Dat geldt trouwens voor veel Aziatische markten. In deze regio werkt Singapore bovendien als een soort barometer: doordat de economie zo vrij en transparant kan werken, voel je algemene economische trends hier altijd iets sneller."

**Siegfried Verheijke:**  
"Kleine vrijhavens als Singapore of Hongkong zijn de perfecte uitvalsbasis voor het Aziatische continent."

Dat beide gebieden tot de rijkste ter wereld behoren, helpt natuurlijk ook. Siegfried Verheijke geeft toelichting: "In rijke regio's beschikken mensen uiteraard over meer koopkracht. Hongkong telt slechts 7 miljoen inwoners, een peulenschil in vergelijking met de rest van China. Maar die zijn wel allemaal kapitaalkrachtig, en staan open voor buitenlandse producten en diensten. Een ander voordeel van zo'n kleine opeervlakte is dat je het overzicht bewaart. Eens je hier de juiste mensen kent, ben je vertrokken. Kortom, die kleine vrijhavens zijn de perfecte uitvalsbasis voor het Aziatische continent."

## Aangename verrassingen

Voor Vlaamse bedrijven op de handelsmissie wordt het misschien even schrikken, in positieve zin dan. Een bedrijf opstarten in Singapore of Hongkong gaat snel en makkelijk. Door duidelijke en eenvoudige regels draait het bedrijfsle-

ven er als een goed geoliede machine. Om die zakencultuur te introduceren, werkte FIT een voorbereidend traject uit. Na de kick-off-meeting eind januari, reizen Peter Christiaan en Siegfried Verheijke eind maart af naar Vlaanderen om de Vlaamse bedrijfsleiders grondig voor te bereiden op de handelsmissie. Beide experts maken dan duidelijk hoe de zakenreis verloopt, wat de lokale gewoontes zijn, en – vooral – hoe u daar duurzame zakencontacten smeedt.

"Dat de interesse in Azië bij de Vlaamse bedrijfsleiders de laatste jaren is toegenomen, klopt", bevestigt Peter Christiaan. "Maar die trend bestaat toch al ongeveer 15 jaar. Dat is logisch, want de export naar Azië stijgt al jarenlang spectaculair. Een voorbeeld: eind 2011 was Singapore nog de 37ste afzetmarkt in de wereld. Nu staat het land al op nummer 34. Best indrukwekkend voor een land met maar 5 miljoen inwoners, niet?"

### 🕒 Kick-off: de Aziatische markt, your cup of tea?

Terwijl Europa en Amerika kreuken onder de crisis, blijven China en India mooie groeicijfers voorleggen. Maar Azië is veel meer dan die reuzen: kleine, vinnige motoren als Singapore en Hongkong boosten de hele regio.

Voor uw bedrijf liggen daar ongekende opportuniteiten. Maar hoe zet u daar voet aan wal? Welke markten zijn het meest interessant voor uw sector? En hoe kan u de expertise van ervaren exporteurs verzilveren?

Op 31 januari 2013 organiseren FIT en UNIZO Internationaal een kick-offmeeting voor Vlaamse bedrijven.

#### Waar?

De Casino, Stationsstraat 104,  
9100 Sint-Niklaas

#### Wanneer?

19.30 – 21.30 u.  
Onthaal vanaf 19.30 u.

#### Voor wie?

Vlaamse kmo's met interesse in Aziatische markten

#### Hoe?

Schrijf u in via  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)

## 5 tips

om de Aziatische tijgers te temmen

1. Begin klein. China lijkt aantrekkelijk, maar zonder referenties uit andere Aziatische landen zet u er moeilijk voet aan wal. Onderschat die culturele barrière dus niet.
2. Train uw Engels. In Singapore en Hongkong spreekt iedereen het. Laat die Chinese taallessen dus maar achterwege.
3. Laat u bijstaan door experts. De medewerkers van FIT kennen de lokale markt als hun broekzak. Wij kunnen u bovendien in contact brengen met andere Vlaamse bedrijven in de regio.
4. Denk duurzaam. Stort u niet halsoverkop in een Aziatisch avontuur, maar denk een strategische langetermijnplanning uit.
5. Kom terug. Persoonlijk contact is elementair bij business in Azië. Zoek een goede importeur of zakenpartner en schep een vertrouwensband.

# Met FIT naar Tsjechië: op verkenning in Centraal-Europa



Kleinere, mindere bekende afzetmarkten kunnen bijzonder interessante zakenkansen bieden. Neem nu Tsjechië. Het land staat op de 19de plaats als Vlaamse exportbestemming, telt ruim 10 miljoen inwoners en heeft veel vakkennis in petto. De tijd dat Centraal- en Oost-Europa synoniem waren voor goedkope arbeidskrachten, is voorbij. Dat de regio perspectieven biedt, ondervonden negen Vlaamse bedrijven in oktober 2012. Samen met FIT tastten ze hun kansen af in de Tsjechische markt.

Van voeding over cleantech en entertainment tot IT: negen uiteenlopende Vlaamse firma's reisden van 15 tot 19 oktober af naar Praag en Brno, de twee grootste Tsjechische steden. Elk bedrijf kreeg via FIT een zakelijk afsprakenprogramma op maat. Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) Frederik De Potter leidde de groepszakenreis in goede banen. Het doel: de nodige zakencontacten smeden in een nieuwe, niet te onderschatten afzetmarkt.

## FIT als lokale gids

Dat de zakenwereld positief evolueert in Tsjechië, bevestigt ook Carine Vrancken, managing director van ITSTOASTED, een internationale speler in IT-project-



management, -consultancy en -audit. "De technische kennis in Tsjechië groeit sterk. Via FIT had ik maar liefst acht afspraken met IT- en softwarebedrijven. Met zeven daarvan heb ik nu nog contact. Om die samenwerking nog verder te concretiseren, reis ik er deze maand opnieuw heen. Ook dan zal ik een beroep doen op FIT, bijvoorbeeld om vergader-ruimtes te boeken. Doordat zij het land door en door kennen, kom je nooit voor verrassingen te staan."

Ook Cartamundi, producent en verkoper van speelkaarten, nam poolshoogte van de Tsjechische markt. "Wij hadden van FIT op voorhand een adressenlijst van potentiële zakenpartners gekregen. Via de persoonlijke meetings in Tsjechië konden we die goed opvolgen", licht key accountmanager Stijn Vankerckhoven toe. "Met twee contacten zijn nu concrete gesprekken aan de gang. Het grote voordeel van zo'n groepsreis is dat je plots middenin de markt staat. De VLEV's gidsen je daar vlot doorheen."

## Wegwijs in gewoontes

Naast de individuele zakencontacten was er ook ruimte om te netwerken. Zowel

in Praag als Brno ontmoette de Vlaamse delegatie er plaatselijke Vlamingen. "Heel nuttig, want zij konden ons wegwijs maken in lokale gewoontes of culturele verschillen", gaat Carine Vrancken verder. "Spreek bijvoorbeeld nooit over het Oostblok of het communisme. Daar worden ze niet graag aan herinnerd. Tsjechen zijn trotse, hardwerkende mensen, en die moet je met de nodige voorzichtigheid benaderen."

Voor Carine Vrancken is de FIT-zakenreis voor herhaling vatbaar. "In november was ik mee met de prinselijke missie naar Australië en Nieuw-Zeeland. Ook daar heb ik enkele interessante leads aan overgehouden. In 2013 wil ik zeker opnieuw met FIT het buitenland verkennen."

## ? Interesse in zakendoen in Tsjechië?

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

# SIAL Parijs: een hart voor voeding

Vakbeurzen hebben als marketingtool nog niets aan betekenis ingeboet. Voor veel bedrijven blijven ze de place to be om nieuwe markten aan te boren en leads te genereren, of als trefpunt voor bestaande zakenpartners. Eind oktober trok FIT met een rist Vlaamse bedrijven naar SIAL in Parijs, de op één na grootste voedingsbeurs ter wereld. Professionals uit de wereldwijde voedingsindustrie onderhandelden, keurden en proefden. Voor heel wat bedrijven en bezoekers smaakte dat naar meer.

150.000 vakmensen uit meer dan 200 landen vonden elkaar van 19 tot 23 oktober in Parijs. De tweejaarlijkse voedingsbeurs lokte bovendien 10% meer bezoekers dan in 2010. Het is dus geen wonder dat SIAL zijn vooraanstaande plaats heeft verworven binnen de foodindustrie. FIT tekende present met 52 Vlaamse bedrijven, onderverdeeld in 3 groepsstanden: zoetwaren, fijne vleeswaren en diepvries.

## Gestroomlijnde machine

Lilly Foods uit Sint-Gillis-Waas, producent van cake en biscuit, zag veel potentieel van op de FIT-groepsstand. "Al sinds het begin van de jaren 90 is SIAL voor ons een vaste waarde", verklaart commercieel directeur Yves Boone. "Deze editie waren er opvallend meer bezoekers. Niet dat dit automatisch in meer contracten resulteert, maar de basis is gelegd. We zijn druk bezig met offertes opmaken, stalen opsturen en afspraken vastleggen."

Yves Boone bevestigt de professionaliteit die de FIT-stand uitstraalde. "Wij zijn wel wat grote vakbeurzen gewend, zoals de

ISM-voedingsbeurs in Keulen. Toch waren we erg onder de indruk van de logistiek en inkleiding. FIT haalde echt alles uit de kast, als een gestroomlijnde machine. Wij waren bijzonder trots op onze mooie stand."

## Smakelijke aankleding

Beurzen als SIAL zijn voor sommige bedrijven puur voor verkoop minder belangrijk. Voor Fruitmark uit Sint-Truiden, groothandel in diepvriesfruit, draait het vooral om de bestending van vaste zakenpartners. "Voor ons is SIAL een absolute must. Iedereen uit onze sector is er aanwezig", legt sales director Raf Fissette uit. "Op die manier onderhouden wij zowel onze klanten als onze leveranciers. Heel handig en efficiënt, want dan hoeven we niet naar de andere kant van de wereld te reizen om hen te ontmoeten." Ook voor Fruitmark was SIAL een aangename editie: "Niet alleen was onze stand ruim en mooi, de FIT-groepsstand straalde ook frisheid en originaliteit uit. In 2014 zijn we zeker opnieuw van de partij."

## Global Food Marketplace

Sinds jaar en dag draagt SIAL internationale samenwerking hoog in het vaandel. Ervaringen delen, nieuwe afzetmarkten verkennen of anticiperen op trends: via face-to-facecontact gaat het allemaal een stuk vlotter. Niet voor niets is 'The Global Food Marketplace' de slogan van het voedings salon.

### Meer weten over de FIT-groepsstand op vakbeurzen?

Via de FIT-groepsstanden kan u voordelig aanwezig zijn op de belangrijkste vakbeurzen van uw sector. Bespreek uw plannen met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle gegevens vindt u op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be).





## Spitstechnologisch Vlaanderen op FIT-missie in **Taiwan**

Dat Vlaamse bedrijven sterk staan in technologie, innovatie en R&D, wist u al. En dat Azië een steeds belangrijkere afzetmarkt wordt, staat buiten kijf. De FIT-groepszakenreis naar Taiwan, eind oktober 2012, combineerde die twee feiten. Tien hoogtechnologische Vlaamse bedrijven gingen in samenwerking met FIT vijf dagen hun kansen in de Taiwanese markt verkennen. Op het programma: een reeks b2b-meetings, bedrijfsbezoeken, netwerkevents en seminars.

Dat Taiwan aan belang toeneemt als handelspartner, bewijzen de cijfers. De Wereldhandelsorganisatie tekende in 2011 een groei van 28% in handelsvolume tussen België en Taiwan op. Bovendien is het Aziatische eiland inmiddels de zestiende grootste handelsetonomie ter wereld. Daarom organiseerde FIT voor de eerste keer een zakenreis naar Taiwan. Om het belang van de economische missie te onderstrepen, reisde ook onze gedelegeerd bestuurder Claire Tilckaerts mee.

### Korte reis, grote impact

De multisectorale missie concentreerde zich op bedrijven uit de technologische of innovatieve sector. Van 27 oktober 2012 tot 1 november tekenden topspelers uit de ICT, medische technologie, cleantech en onderzoekscentra present in Taiwan. ABC services, Amplidata, Aptec Diagnostics, The Brussels Airport Company, DEME, Medec, Globus Technologies, OTN Systems, The Leuven Nanocenter en VITO beten de spits af in de hoofdstad

Taipei, met een serie individuele b2b-afspraken.

Johan Baeke, International Sales Manager van het Aalsterse Medec, spreekt over een succes: "FIT illustreert perfect hoe een korte zakenreis een grote impact kan hebben. Voor onze anesthesie-uitrusting zochten we nog een distributeur in Taiwan. Dat we via FIT de juiste contactpersonen en ingangen vonden, is niet evident. De wereld van de medische



apparatuur is namelijk erg complex. Na de missie hadden we zelfs de luxe om te kiezen tussen twee partners. Binnenkort tekenen we een contract met onze kersverse Taiwanese verdeler.”

## Nokvol meetings

Dat FIT ook voor elke deelnemer een programma op maat uitwerkte, juicht Johan Baeke toe. “Via FIT hebben we zelfs een aantal ziekenhuizen bezocht. We hebben er gepraat met de diensthoofden anesthesie. Ten slotte hebben we ook veel waardevolle informatie gekregen van het Taiwanese ministerie van volksgezondheid. Dat briefte ons over de complexe regels omtrent registraties van medische producten.”

Voor Patrick Ampe, General Manager van OTN Systems Shanghai (de Chinese dochtermaatschappij van OTN Systems), zat de zakenreis nokvol b2b-meetings. “Met onze optische netwerken hebben wij altijd minstens twee soorten zakenpartners. Je hebt de eindklant: grote bedrijven waar het netwerk levensbelangrijk is, bijvoorbeeld metro’s of treinen. Hen moeten we overtuigen van OTN. Maar de verkoop zelf gebeurt meestal via partners die onze oplossing integreren met de rest van het systeem. De contacten van FIT gaven ons een ideale start op de Taiwanese markt. Daarnaast onderhandelen we ook met de installateurs van onze netwerken. Ik had dus dagenlang mijn handen vol met de contacten die FIT aangeleverd had. Maar doordat ik vloeiend Chinees spreek, kon ik me makkelijk uit de slag trekken.”

## Taiwanese Silicon Valley

Economisch kroonjuweel van Taiwan is zonder twijfel het Hsinchu Science and Industrial Park. Deze Taiwanese Silicon Valley huisvest meer dan 400 hoogtechnologische bedrijven, waaronder wereldwijde topspelers in elektronica, IT en telecommunicatie. Enkele bedrijven

van de delegatie bezochten er de lokale afdeling van imec, het researchcentrum voor nanotechnologie met zijn hoofdzetel in Leuven.

## Vlaanderen-Taiwan: 1-1

Dat zo’n handelsmissie ook dient om investeringen in Vlaanderen te stimuleren, werd geïllustreerd door het bezoek aan TP Vision in Taipei. TP Vision, een joint venture tussen Philips en het Taiwanese TPV Technology, bevestigde zijn belangstelling voor de sterk ontwikkelde kenniseconomie in Vlaanderen. In september vorig jaar concretiseerde TP Vision dit via de beslissing om een nieuw innovatiecentrum te bouwen in Gent. Dat krijgt vorm tegen eind 2013, en zal intensief samenwerken met de Gentse Universiteit en de onderzoeksinstituut iMinds (het voormalige IBBT).

Om de handelsrelaties tussen Vlaanderen en Taiwan te verstevigen, ten slotte, tekende FIT een MOU met de Chinese International Economic Cooperation Association (CIECA), de Taiwanese evenknie van FIT.

## Interesse in zakendoen in Taiwan?

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





# Op zoek naar Zuid-Amerikaanse zakenvibes

Zuid-Amerika is veel meer dan samba, stranden en steaks. Economisch speelt het continent een steeds grotere rol op het wereldtoneel. Brazilië is daarin de onbetwiste protagonist: nu nog een land in snelle ontwikkeling, maar binnenkort wellicht aan de wereldtop. Het continent herbergt echter ook enkele goed bewaarde geheimen, zoals het kleine maar erg interessante Uruguay. Daarom ondernam FIT met 23 Vlaamse bedrijven in november een groepshandelsreis naar São Paulo, Rio de Janeiro en Montevideo.

verkennen voor het eerst hun commerciële kansen, anderen vernieuwden of verbeterden hun bestaande netwerk.

## Drukke dagen

Voor Vulkoprin, fabrikant van polyurethaan wielen voor de industrie, is de blik op Zuid-Amerika onvermijdelijk. "Veel van onze klanten zijn Amerikaanse of Europese heftruckbedrijven. Die verhuizen echter steeds meer hun productie naar Brazilië. Daardoor moeten wij op zoek naar nieuwe lokale dealers. Tijdens deze missie hebben we verschillende interessante contacten gesmeed", legt export salesmanager Peter Maton uit. "We hadden op voorhand zelf met enkele prospects contact genomen via telefoon of mail. Die hebben we dan face to face ontmoet. Daarnaast had ook FIT enkele interessante zakencontacten aangeleverd. Het was dus een aanzienlijk drukke week voor mij."

Voor Frank Heemskerck, CEO van RIMS (Research & Innovation Management Services), waren de b2b-meetings heel divers. "Ik sprak met academische organisaties, managers uit biotech-clusterbedrijven en individuele firma's. Wij zijn altijd de schakel tussen onderzoeksorganisaties en bedrijven, omdat we academische kennis helpen omzetten in innovatieve producten. Ons wereldwijde netwerk telde al meer dan 3.000 organisaties, maar nu komen er opnieuw enkele bij. Vooral in Uruguay was er een grote interesse voor biotech-partnerships."

## Zuid-Amerikaanse Zwitserland

Na enkele dagen ruimde Brazilië plaats voor Uruguay. Het land telt slechts 3,5 miljoen inwoners, maar is dankzij zijn ligging een uitstekende toegangspoort tot Zuid-Amerika. Bovendien fungeert de haven er als logistieke hub voor de regio. Voorts is de economie erg open, de politiek stabiel en de scholingsgraad hoog. Daarom wordt Uruguay ook wel eens het 'Zwitserland van Zuid-Amerika' genoemd.

"Ook aan Uruguay hou ik interessante contacten over", bevestigt Peter Maton. "Het bezoek aan de nieuwe containerterminal van Katoen Natie in de haven van hoofdstad Montevideo illustreerde perfecte de groeimogelijkheden van de regio. Als zo'n bedrijf ergens investeert, weet je dat er potentieel is. Als exportbedrijf kunnen wij niet anders dan die internationale trends volgen." Om af te ronden werd de delegatie getrakteerd op een asado, een barbecue typisch voor de streek. Een smakelijke afsluiter van een al even gesmaakte handelsmissie.

Als een van de BRIC's belooft Brazilië op economisch vlak veel moois. Het land heeft nu nog een sterk exportgerichte economie, maar de nadruk komt steeds meer op handel in tweerichtingsverkeer te liggen. Voor Vlaamse bedrijven biedt de hele regio ontzettend veel potentieel. Dat ondervonden de deelnemers aan de FIT-groepszakenreis van 12 tot 16 november 2012. De multisectorale missie had verschillende klemtonen: sommigen

## 🔗 Profiteren van het Zuid-Amerikaanse potentieel?

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

## SEMINARIES



### Aankoopprocedures DIY-bouwketens in Frankrijk – Brussel

7 februari 2013

Het seminarie geeft u nuttige tips over de manier waarop u kan toeleveren aan Franse bouwketens. UNIBAL, de vakvereniging van toeleveranciers aan DIY-ketens in Frankrijk, stuurt een expert naar Brussel om u de aankoopprocedures uit te leggen.

#### Inschrijven

kan tot 4 februari 2013 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Barbara Tieleman, 02 504 88 87  
[barbara.tieleman@fitagency.be](mailto:barbara.tieleman@fitagency.be)

## GROEPSZAKENREIS



### Burundi

25 februari tot en met 1 maart 2013

De zakenreis vindt plaats in het kader van de vierde editie van de 'Belgische week in Burundi' die de Belgische knowhow in de kijker wil stellen.

#### Inschrijven

kan tot 25 januari 2013 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Catherine Van Ransbeeck, 02 504 88 62  
[catherine.vanransbeeck@fitagency.be](mailto:catherine.vanransbeeck@fitagency.be)

## CONTACTDAGEN

### Rusland

16 tot en met 24 januari 2013

Locatie: Antwerpen, Hasselt, Brugge, Leuven en Dendermonde

#### Inschrijven

kan tot en met 23 januari 2013.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Kazachstan, Oekraïne en Oezbekistan

22 tot en met 24 januari 2013

Locatie: Brugge, Leuven en Dendermonde

#### Inschrijven

kan tot en met 23 januari 2013.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Oostenrijk en Zwitserland

30 januari tot en met 6 februari 2013

Locatie: Kortrijk, Sint-Niklaas, Hasselt, Geel en Vilvoorde

#### Inschrijven

kan tot en met 5 februari 2013.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Slovenië en Bosnië-Herzegovina

30 januari tot en met 6 februari 2013

Locatie: Kortrijk, Sint-Niklaas, Hasselt, Geel en Vilvoorde

#### Inschrijven

kan tot en met 5 februari 2013.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Griekenland en Turkije

30 januari tot en met 6 februari 2013

Locatie: Kortrijk, Sint-Niklaas, Hasselt, Geel en Vilvoorde

#### Inschrijven

kan tot en met 5 februari 2013.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Israël

30 januari tot en met 6 februari 2013

Locatie: Kortrijk, Sint-Niklaas, Hasselt, Geel en Vilvoorde

#### Inschrijven

kan tot en met 5 februari 2013.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor



## PRINSELIJKE MISSIE



### Prinselijke missie Thailand

16 tot en met 22 maart 2013

Thailand is na Indonesië de grootste economie van Zuidoost-Azië. Dankzij zijn strategische ligging heeft het land een interessante hubfunctie. Met de toetreding van de buurlanden Vietnam, Myanmar, Laos en Cambodja tot de ASEAN-vrijhandelszone in 2015 zal die troef nog belangrijker worden.

Naast uw afsprakenprogramma kan u deelnemen aan enkele seminars over Thailand en sectorale workshops met de technische ministeries in Thailand (Landbouw, Energie, Milieu, Transport, Gezondheid & Sociale Ontwikkeling). De missie staat open voor bedrijven uit alle sectoren.

#### Inschrijven

kan tot 18 januari 2013 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)

📞 Sabine Vincke, 02 504 87 41  
sabine.vincke@fitagency.be



### 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 wereld bbp. In termen van bbp per capita, is de VS dan ook een van de rijkste landen ter wereld.

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

#### Inschrijven

kan tot 8 maart 2013 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)

📞 Anke Vanderstappen, 02 504 88 24  
anke.vanderstappen@fitagency.be

## GROEPSSTAND



### London Fabrics – Londen

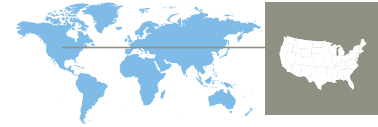
25 tot en met 26 februari 2013

In Londen organiseert FIT op vraag van Fedustria en de deelnemende bedrijven in 2012 opnieuw twee op maat gemaakte trefdagen voor de Vlaamse sector van de meubel- en gordijnstoffen. De Britse markt is immers ontzettend belangrijk. U krijgt de kans om gedurende twee dagen een groot aantal toonaangevende Britse meubelfabrikanten en stoffengrossiers te ontmoeten. Daarnaast is uiteraard de kans groot dat u nieuwe contacten ontmoet die u later verder kan uitwerken.

#### Inschrijven

kan tot 10 januari 2013 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)

📞 Marianne Temmerman, 02 504 87 79  
marianne.temmerman@fitagency.be



### Bio International Convention – Chicago

22 tot en met 25 april 2013

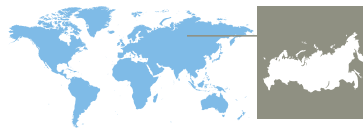
BIO (Chicago) is het belangrijkste wereldevent voor de biotechsector. Alle belangrijke spelers komen er bij elkaar om informatie uit te wisselen, partners te zoeken en/of hun diensten bekend te maken bij een professioneel publiek. FIT, FlandersBio en de andere gewesten organiseren er een Belgische groepsdeelname.

#### Inschrijven

kan tot 10 januari 2013 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)

📞 Jeroen De Vuyst, 02 504 88 55  
jeroen.devuyst@fitagency.be

## PSB-STAND



### TransRussia – Moskou

23 tot en met 26 april 2013

TransRussia is de grootste internationale beurs voor de Russische industrie en elk jaar neemt de grootte nog toe. Zowat alle spelers uit de transportsector zijn er vertegenwoordigd.

#### Inschrijven

kan tot 26 januari 2013 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)

📞 Francine Van Den Borre, 02 504 87 47  
francine.vandenborre@fitagency.be



### CommunicAsia – Singapore

18 tot en met 21 juni 2013

CommunicAsia & BroadcastAsia zijn de enige vakbeurzen in de regio die een volledig platform bieden voor zowel het presenteren van bestaande als voor het lanceren van nieuwe producten op het vlak van ICT en digitale convergentie. De combinatie van deze twee beurzen onder één dak zorgt voor een uniek aanbod van deelnemende bedrijven en professionele bezoekers.

#### Inschrijven

kan tot 15 januari 2013 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)

📞 Marianne Temmerman, 02 504 87 79  
marianne.temmerman@fitagency.be

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

Antwerpen  
03 260 87 22  
antwerpen@fitagency.be

Limburg  
011 29 20 80  
limburg@fitagency.be

Oost-Vlaanderen  
09 267 40 80  
oostvlaanderen@fitagency.be

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

West-Vlaanderen  
050 24 74 10  
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 bevragen we Tom Claerhout, Kredietanalist bij Landesbank Berlin.

# “Ik volgde mijn hart naar de hipste Europese metropool van het moment!”

**Eerst iets 'nuttigs' studeren: dat was de deal met mijn ouders.** Daarna was ik vrij om te doen wat ik wilde. Zo belandde ik aan de Universiteit Gent in de richting Algemene Economie, waar ik het gaandeweg meer naar mijn zin kreeg. Tussendoor behaalde ik ook een kandidaatsdiploma Geschiedenis. En al kreunt mijn boekenkast nu onder de literatuurklassiekers die ik ooit nog hoop te lezen, ondertussen lees ik al langer mijn wekelijkse Economist dan Apollinaire gedichten schreef!

**De stap naar het buitenland zette ik al tijdens mijn studies.** Aan de London School of Economics volgde ik een opleiding economische geschiedenis. Een visitekaartje dat deuren opende. Het leverde me een baan op als bankenanalist bij Fitch Ratings, in het hartje van de Londense City. Een enorm boeiende job, zeker omdat de bankencrisis toen volop losbrak. Uitgerekend op de eerste dag van mijn detachering in het Parijse kantoor ging Lehman Brothers voor de bijl. Luttele weken later volgden de meeste Benelux-banken, mijn chef stond op de rand van een zenuwinzinking. Tijdens die drie maanden in de lichtstad bleef zo

voor sightseeing wel heel wat minder tijd over dan oorspronkelijk gepland ...

**Met carrièreplanning had mijn verhuis naar Berlijn, nu drie jaar geleden, weinig te maken.** Een nachtje uit in Brussel, een Duits telefoonnummer, een eerste bezoek in Berlijn, en mijn besluit stond vast. Nu is Berlijn niet Frankfurt, waar bijna alle grote Duitse banken hun hoofdzetel hebben, dus jobs in finance liggen er niet voor het rapen. Ik ging aan de slag bij de Landesbank Berlin, de enige bank met een behoorlijke kapitaalmarktdivisie. Als kredietanalist ben ik er verantwoordelijk voor de Franse en Benelux-banken. Ik gebruik nu de ratingverslagen van mijn voormalige collega's voor mijn interne ratinganalyses.

**Soms is een schijnbare stap terug wel een dubbele stap vooruit.** Door de bankencrisis is ook in de Duitse Landesbanken- en Sparkassensector veel in beweging. Mijn internationale parcours opent doorgroeimogelijkheden in de aanzienlijk grotere Dekabank, die momenteel delen van de Landesbank Berlin overneemt, of in de Berliner Sparkasse, die je qua balanstotaal kan vergelijken met een Argenta in België. Bovendien zijn de topda-



## Paspoort:

**Naam:**  
Tom Claerhout  
**Bedrijf:**  
Landesbank Berlin,  
voordien Fitch Ratings

**Sector:**  
bankwezen

**Functie:**  
Kredietanalist

**Studies:**  
Economie, Geschiedenis

**Leeftijd:**  
29 jaar



gen voor de grote ratingbureaus wellicht geteld, nu Europa hen onder bergen wet- en regelgeving begraaft, terwijl banken hun eigen risicoafdelingen opwaarderen.

**Wonen in de hipste Europese metropool van het moment telt als dikke bonus.** Vrienden komen maar al te graag op bezoek. Hier probeert een bruisende wereldstad die aan een verwoestende oorlog en decennialange tweedeling bijna ten onder ging, zichzelf opnieuw in de spiegel te herkennen. In hetzelfde gebouw waar in 1940 de aanval op Engeland werd georkestreerd, worden vandaag de plannen voor de redding van de euro opgemaakt. Vanuit mijn kantoor kijk ik neer op de Alexanderplatz, waar vijf dagen voor de val van de Muur een half miljoen Oost-Duitsers democratische hervormingen eisten. Een fascinerende plek om te wonen en te werken, niet?



## Fijnproeverij in Stockholm



Johan Billiet

Vlaamse Economische Vertegenwoordiger  
Stockholm

### Waar?

Markthal Saluhall  
Östermalmstorg

Maandag tot donderdag, van 9.30 tot 18 uur

Vrijdag, van 9.30 tot 19 uur | Zaterdag, van 9.30 tot 16 uur

Stockholm telt tal van boeiende bezienswaardigheden, zoals de vele musea en kastelen.

Toch kies ik voor een minder bekende toppe: de Saluhall in het stadsgedeelte Östermalm. Vis- en schaaldieren, exotische kruiden, vleeswaren, chocolade, kazen of ander lekkers: wie gek is op verfijnde, verse producten zit hier gebeiteld. De overdekte markthallen zijn uitgegroeid tot een combinatie van ongeveer 150 standen met delicatessen van over de hele wereld.

Met maar liefst 3.000 m<sup>2</sup> is de Saluhall de grootste markthal in Zweden. Je kan er heel betaalbaar een hapje eten, bijvoorbeeld in de vorm van een dagschotel.

Maar naast je smaakpapillen worden ook je andere zintuigen volop verwend. De exquise ingrediënten vormen een kleurrijk visueel spektakel en een echt feest voor de neus. Na een bezoekje is het heerlijk kuieren langs de nabije Strandvägen, een soort Champs Elysées, maar dan aan het water.

Ga je dan via de brug naar het eiland Skeppsholmen, dan kom je op mijn favoriete stek op een zonnige dag. Op het dek van de driemaster Af Chapman, eigenlijk een jeugdherberg, geniet je bij een koffie van een magnifiek uitzicht over de oude stad en het koninklijk paleis."

Hej då!

"Het is de unieke ligging die Stockholm een van de mooiste steden ter wereld maakt. De Zweedse hoofdstad is gebouwd op 14 eilanden, waardoor de luchtigheid en flair meteen in het oog springen. Daarnaast is het de toegangspoort tot de Archipelago, een verzameling van ongeveer 30.000 eilanden. Niet alleen Brugge, maar ook Stockholm wordt daarom het Venetië van het Noorden genoemd.

## Boekentip

# Een digitaal marketingplan in 100 dagen

Bert Van Wassenhove

De wereld van de digitale marketing is complex, uitgestrekt en altijd in verandering. Voor wie er niet in thuis is, kan de zoektocht naar de digitale graal een slopend karwei worden.

Om te voorkomen dat u helemaal het spoor bijster raakt, gidst Bert Van Wassenhove u doorheen een helder en praktisch stappenplan. In honderd dagen weet u waar u staat in online marketing, welke stappen u kan nemen en waar de eindbestemming precies ligt. In welke kanalen moet u investeren? Hoe selecteert u de juiste partners? En hoe kunnen sociale media echt werken voor uw bedrijf?

Een digitaal marketingplan in 100 dagen is een praktisch en inspirerend boek voor marketingprofessionals, managers en ondernemers. Of voor iedereen die wil werken aan efficiëntere communicatie via het web.

### Over de auteur

Bert Van Wassenhove is een marketingman in hart en nieren. Als marketing partner van social media agency All The Way helpt hij bedrijven om digitale communicatiestrategieën uit te werken en te realiseren. Verder is hij een verwoede blogger en graag geziene spreker. Inmiddels maakt hij al meer dan vijftien jaar het verschil tussen hypes en blijvers.



Een digitaal marketingplan in 100 dagen  
ISBN 978-94-0140-559-1  
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