

# Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

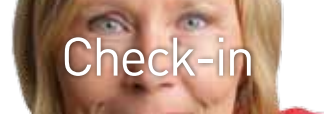
Augustus 2012 nr. 44



**Skyline Communications  
en Waterleau winnen  
Leeuw van de Export 2012**

- 3 Check-in
- 4 **Skyline Communications** wint Leeuw van de Export 2012
- 7 **Waterleau**: de welp die Leeuw werd
- 10 Een **kiwi als zakenpartner?**
- 14 Radar
- 15 Wat doet **internationale groei** met een **familiebedrijf?**
- 19 In beeld: **Leeuw van de Export 2012** en jaarlijks netwerkevent FIT
- 23 Een **Exportmeter** uit de duizend!
- 24 **Franse handelsagenten** als voet tussen de deur
- 25 Hoe vindt u de juiste **Duitse handelsagent?**
- 26 Er beweegt iets in de **Balkan**
- 27 Vlaamse bedrijven kunnen een rol van betekenis spelen in **Libië**
- 28 Vertrek
- 30 "Dineren met zicht op de **Bosporus** is moeilijk te overtreffen"
- 31 Anders lezen in **Tapei**





## Beste lezer,

Het augustusnummer van Wereldwijs staat traditioneel in het teken van de uitreiking van de Leeuw van de Export en ons jaarlijkse netwerkevent. Deze feestelijkheden vonden dit jaar plaats op 20 juni in de Koningin Elisabethzaal, naast de Zoo van Antwerpen. Een symbolische locatie, en het gedroomde decor om onze Leeuwen op u los te laten.

In dit nummer vindt u een gesprek met de kersverse Leeuwen van de Export 2012: Skyline Communications, in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers', en Waterleau, in de categorie 'Bedrijven met minstens 50 medewerkers'. In naam van FIT wil ik hen langs deze weg nogmaals van harte feliciteren.

De andere vier genomineerden van de Leeuw van de Export 2012 willen we graag nog eens in de picture zetten: Brouwerij L. Huyghe, Medec Benelux,

SESVanderHave en Soudal. Zonder twijfel krijgen we van hen nog indrukwekkende exportverhalen te horen.

Voorts vergeten we niet de 29 andere kandidaat-Leeuwen die dit jaar meedongen naar onze exportprijs. Ook uit hun sterke inschrijvingsdossiers kwam eens te meer naar voren dat Vlaanderen een exportregio pur sang is en blijft.

Tot slot wil ik de vele aanwezigen op 20 juni bedanken, en Vlaams minister-president Kris Peeters voor zijn inspirerende toespraak en de overhandiging van de trofee. De bijzonder grote opkomst onderstreepte duidelijk dat internationaal ondernemen cruciaal blijft voor Vlaamse ondernemers. Die overtuiging heeft onze economie ook absoluut nodig. Daarom blijft FIT alles uit de kast halen om uw exportinspanningen maximaal te doen welslagen.

Claire Tillekaerts  
Gedelegeerd bestuurder  
Flanders Investment & Trade





# Skyline Communications wint Leeuw van de Export 2012

In de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers' sleepte Skyline Communications de Leeuw van de Export 2012 in de wacht. De jury was vol lof over de passie waarmee dit West-Vlaamse familiebedrijf onderneemt, in binnen- en vooral in buitenland. Ook de manier waarop Skyline Communications zelf zijn markt ontwikkelt, uitbouwt en commercialiseert, oogstte bewondering. Intussen is de onderneming uitgegroeid tot de wereldmarktleider in multi-vendor network management software voor de satelliet-, telecom- en broadcastsector.

Vader Leo Vandenberghe had het niet mooier kunnen dromen. Drie zonen die in de familiezaak stappen en bovendien elkaar perfect professioneel aanvullen. Ben is verantwoordelijk voor de sales & marketing, Bert voor alles wat betreft de software en de R&D, en Frederik behartigt de financiële en operationele kant van het bedrijf.

**Tip!**  
Zet je bedrijf in de picture via wedstrijden zoals de Leeuw van de Export.

“Naast de erkenning voor ons huidige personeel, geeft zo'n prestigieuze prijs een boost aan onze employer branding.”

Dirk Van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT, klopte de dag na de prijsuitreiking aan bij Skyline Communications in Izegem. Ook andere media polsten naar eerste reacties. Terwijl Bert enkele tv-zenders te woord stond, zat Frederik met ons aan tafel. Ben, die het inschrijvingsdossier voor de jury van de Leeuw van de Export verdedigde, was nog op zakenreis in Singapore.

## Samen vieren

**Dirk Van Steerteghem:** “Nogmaals gefeliciteerd met de Leeuw van de Export 2012. Hoe waren de eerste reacties?”

**Frederik Vandenberghe:** “Hartverwarmend! We hebben al heel veel felicitaties gekregen. Ook onze medewerkers zijn ontzettend blij met deze opsteker. En voor die erkenning hebben we toch grotere deels deelgenomen. Als Ben terug is

van Singapore, gaan we met z'n allen klinken op deze mooie overwinning.”

## Groei blijft toenemen

**Dirk Van Steerteghem:** “Ook vorig jaar was Skyline Communications een van de genomineerden van de Leeuw van de Export. Wat was de hoofdreden om dit jaar opnieuw deel te nemen?”

**Frederik Vandenberghe:** “Voor 2010 konden we al mooie exportcijfers voorleggen en in 2011 waren die nog beter. Bovendien zaten we toen met 46 medewerkers nog net in de categorie 'Kleine bedrijven met maximaal 49 medewerkers'. Vandaag hebben we ongeveer 70 man in dienst; dus voor de volgende editie van de Leeuw van de Export zouden we in competitie moeten treden met de grote kleppers. Naast de erkenning voor ons huidige personeel, geeft het winnen van zo'n prestigieuze prijs een boost aan onze employer branding. Dat moet de zoektocht naar nieuwe, geschikte krachten makkelijker maken.”

## Voortdurend op zoek

**Dirk Van Steerteghem:** “Het vinden van de juiste mensen is bij veel bedrijven een bottleneck. Hoe zien de gezochte profielen bij Skyline Communications eruit?”

**Frederik Vandenberghe:** “We zoeken vooral naar mensen met een IT-diploma, software-engineers. Ze moeten gebeten zijn door de nieuwste softwareontwikkelingen en bereid zijn om bij te leren. Dat kunnen zowel pas afgestudeerden zijn als ervaren rotten. We zien een aanwerving altijd op lange termijn, omdat

het door de complexiteit van onze materie een half jaar tot een jaar duurt voor iemand volledig is ingewerkt. Ook moeten ze het Engels uitstekend beheersen. Omdat hier verschillende nationaliteiten werkzaam zijn, is dat onze voertaal, en ook met de meeste klanten communiceren we in het Engels. Die witte raven mogen zich melden.”

## Gestart in de woonkamer

**Dirk Van Steerteghem:** “Tijdens de prijsuitreiking van de Leeuw van de Export vertelde Bert dat je vader destijds Skyline Communications is opgestart in de woonkamer. Hoe is dat verder geëvolueerd?”

**Frederik Vandenberghe:** “Mijn vader stond toen aan het hoofd van een onderzoeksafdeling bij Barco. In 1985 verliet hij het bedrijf en richtte hij Skyline Communications op. Hij had een nieuw model taps – de blauwe bakjes die aan de gevel hangen waarlangs het kabel-tv-sigitaal een huis binnenkomt – ontwikkeld en wilde dat vermarkten. Daarvan zijn ondertussen meer dan twee miljoen stuks verkocht. Onze bedrijfsactiviteit bestond dus toen uit de verkoop van hardware, uitsluitend bestemd voor de Belgische telecomsector en kabeltelevisie.

**Tip!**  
Stippel gedetailleerd je exportstrategie uit.



In 2000 is Ben in de zaak gestapt. Hij merkte dat onze klanten nood hadden aan een oplossing om netwerken te beheren en op zijn initiatief hebben we ons unieke softwareplatform DataMiner ontwikkeld. Tijdens de eerste vijf jaar hebben we ons vooral toegelegd op de ontwikkeling ervan, en op de verkoop van DataMiner in België bij onze bestaande klanten.”

### Nieuw concept

**Dirk Van Steerteghem:** “Multi-vendor network management software voor de satelliet-, telecom- en broadcastsector. In leektaal, wat betekent dat precies?”

**Frederik Vandenberghe:** “DataMiner is een softwareoplossing om netwerken te bewaken, te monitoren, managen en herstellen; specifiek voor de vermelde sectoren. Daardoor moet bijvoorbeeld de klant geen technicus meer ter plaatse sturen – een sterke troef in uitgestrekte landen als Australië – en bijgevolg verminderen zijn operationele kosten aanzienlijk. Vandaag zetten we ook sterk in op proactief reageren. Daarbij scant onze software het netwerk op mogelijke knel- en verbeterpunten, en lost die proactief op of stuurt ze bij.

“Onze medewerkers zijn gebeten door de nieuwste softwareontwikkelingen en bereid om bij te leren.”

Multi-vendor betekent dat onze software onafhankelijk functioneert van de hardware. DataMiner communiceert met alle soorten toestellen, van eender welke leverancier. Dat is een zeer groot voordeel voor klanten die al beschikken over hun apparatuur. Daarnaast verkopen we softwarelicenties en diensten zoals training, consultancy en technische ondersteuning.”

### The sky is the limit

**Dirk Van Steerteghem:** “Skyline Communications is wereldmarktleider in zijn nichemarkt. Hoe ziet de concurrentie eruit?”

**Frederik Vandenberghe:** “Die is erg beperkt. Omdat we de eerste waren, beschikken we over een belangrijke technische voorsprong. Vroeger werd DataMiner beschouwd als een nice-to-have oplossing, vandaag is dat geëvolueerd naar een must-have technologie voor operatoren die een optimale service willen bieden. Omdat we ons alleen toeleggen op deze specifieke software, kunnen we ons daar grondig in specialiseren en nieuwe applicaties en meer intelligente functionalitei-

ten aanbieden. Ondertussen hebben we meer dan 2.500 verschillende drivers om met eventueel verschillende toestellen te communiceren. Geen ander bedrijf ter wereld kan bogen op zo'n uitgebreid aanbod. Die voorsprong willen we uiteraard behouden. Daarom investeren we continu in R&D en in het opleiden van onze medewerkers, een absolute noodzaak in onze uiterst hoogtechnologische en snel evoluerende markt.”

### Strategische samenwerking

**Dirk Van Steerteghem:** “Nichespelers moeten bijna per definitie internationaliseren. Hoe verliep dat bij Skyline Communications?”

“We kunnen state-of-the-artresultaten leveren dankzij de hoge kwaliteit van opleidingen in Vlaanderen.”

**Frederik Vandenberghe:** “Eerst hebben we in België gezorgd voor een stevige basis. Nadien volgden Europa en de rest van de wereld. Meestal boren we nieuwe

## Tip!

Blijf investeren in R&D en personeels-training.

markten aan doordat we ingaan op een opportuniteit. Zo creëren we relatief snel en zonder heel grote investeringen een eerste aanwezigheid. Daardoor ontstaan nieuwe opportuniteiten. Als een markt interessant blijkt voor ons, zorgen we voor een georganiseerde aanwezigheid en gaan we die gestructureerd uitbouwen.

In de plaats van een netwerk van exclusieve vertegenwoordigers, kozen we ervoor om samen te werken met lokale partners, de DataMiner Strategic Partners (DSP). Dat zijn meestal hardware-specialisten, die een besturingssysteem nodig hebben. Bij elke nieuwe samenwerking organiseren we een roadshow of seminarie, zodat ons verkoopteam DataMiner kan voorstellen aan alle bestaande contacten van de DSP. Zo bereiken we snel de voor ons relevante decision makers. Inmiddels verkopen we ongeveer de helft indirect via onze DSP's.”

### Stevig verankerd in Vlaanderen

**Dirk Van Steerteghem:** “Jullie inschrijvingsdossier benadrukte dat Vlaanderen de thuisbasis is en blijft van Skyline Communications. Wat maakt jullie zo zeker?”

**Frederik Vandenberghe:** “Doordat we



Boven: Bert Vandenberghe

### → ID

- **Bedrijf:** Skyline Communications
- **Sector:** satelliet-, telecom- en broadcastsector
- **Product:** DataMiner
- **Aanwezig in:** 65 landen, wereldwijd
- **Hoofdkwartier:** Izegem
- **Aantal DataMiner Strategic Partners:** 62
- **Aantal medewerkers:** ± 70 (juni 2012)
- **Omzet in 2011:** ruim 8,3 miljoen euro
- **% aandeel export in omzet 2011:** 74%
- Genomineerde Leeuw van de Export 2011
- Winnaar van o.a. 'Meest Beloftevolle Onderneming van het Jaar 2011' van Ernst & Young
- Winnaar Leeuw van de Export 2012 in de categorie 'Bedrijven met maximaal 49 medewerkers'



# Tussenstop

niet fysiek aanwezig moeten zijn bij onze klanten – we loggen in op hun computers van op afstand – kunnen we van hieruit vrijwel alle projecten uitvoeren. Omgekeerd bindt ons dat ook niet aan een bepaalde locatie, maar de band met Vlaanderen is hecht. Mijn broers en ik, en de meeste medewerkers wonen in de buurt. Vlaanderen heeft nadelen, maar vooral enorme voordelen. We kunnen state-of-the-artresultaten leveren dankzij de hoge kwaliteit van opleidingen in Vlaanderen. In de buurt zijn we een nagelnieuw, duurzaam kantoorgebouw aan het optrekken. Geen lichte investering voor een kmo als de onze. Zo iets doe je niet als je niet van plan bent om te blijven.”

## Klanten op bezoek

**Dirk Van Steerteghem:** “Als een fysieke aanwezigheid niet essentieel is, hoe onderhouden jullie het contact met klanten?”

“Eerst hebben we in België gezorgd voor een stevige basis. Nadien volgden Europa en de rest van de wereld.”

**Frederik Vandenberghe:** “We nemen regelmatig deel aan internationale vakbeurzen, vaak met steun van FIT. Ook onze klanten zijn daar aanwezig. Daarnaast nodigen we elk jaar bestaande en potentieel nieuwe klanten uit naar Vlaanderen voor ons seminarie. We stellen er onze meest recente versie van DataMiner voor en vertellen via testimonials wat andere bedrijven hebben gerealiseerd met onze software. Bij dit netwerkevent hoort natuurlijk ook lekker eten en wat sightseeing. Onze vorige editie in Gent was een voltreffer en we merken dat onze klanten dit initiatief echt waarderen.”

## Onverminderd ambitieus

**Dirk Van Steerteghem:** “Tot slot, Skyline Communications is al wereldmarktleider. Wat drijft jullie nu jullie al aan de top staan?”

**Frederik Vandenberghe:** “We hebben nog heel wat ruimte om te groeien. Veel telecomoperatoren maken nog geen gebruik van DataMiner. Ook bij bestaande klanten kunnen we nog uitbreiden. Technologisch nog mooie producten ontwikkelen, onze strategische positie verder verstevigen... Die ambities koesteren we nog zeer fel. We willen vooral mee helpen vormgeven hoe wereldwijd de communicatieketen wordt bewaakt en gestuurd.”



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

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



# Waterleau: de welp die Leeuw werd

Waterleau mag zich voor de tweede keer Leeuw van de Export noemen. Het innovatieve milieu-bedrijf uit Herent (Leuven) won in 2004 al de Leeuw voor Young Exporter en bleef sindsdien groeien als kool. Met internationale projecten in water- en luchtzuivering, afvalverwerking en nieuwe energie, wist het bedrijf de wereld te veroveren. Vandaag kan Waterleau ruim 1.000 referenties in 80 landen voorleggen. De bekroning in de categorie 'Bedrijven met minstens 50 medewerkers' is dan ook meer dan terecht.



Op de avond van de uitreiking had medeoprichter en CEO van Waterleau Luc Vriens nochtans geen hoge verwachtingen. "Twee jaar geleden had ik echt het gevoel dat we zouden winnen", klonk het achteraf. "Dit jaar geloofde ik er minder in. Ik had zelfs geen naamkaartjes meegebracht naar de uitreiking."

Het draaide anders uit. Luc Vriens mocht in de Antwerpse Koningin Elisabethzaal de Leeuw van de Export in de lucht steken. Dirk van Steerteghem, afdelingshoofd Internationaal Ondernemen bij FIT, trok daags na de overwinning naar Herent voor een gesprek.

## Eindelijk

**Dirk van Steerteghem:** "Nogmaals proficiat met de overwinning. Je was duidelijk verrast toen Waterleau als winnaar uit de bus kwam. Hoe waren de andere reacties?"

**Luc Vriens:** "Het grappige is dat veel mensen kwamen zeggen: 'eindelijk.' Onze overwinning in 2004 – toen nog de 'kleine Leeuw' – is blijkbaar bij velen blijven hangen. De laatste drie jaar hebben we geprobeerd om ook in de categorie voor grote bedrijven te winnen. Daar zijn we dit jaar eindelijk in geslaagd."

**Dirk van Steerteghem:** "Wat betekent de Leeuw van de Export voor een bedrijf als Waterleau?"

**Luc Vriens:** "Voor ons is exporteren echt ter plaatse gaan. We ontwerpen onze milieuooplossingen wel in Vlaanderen, maar daarna moet het project volledig in het buitenland worden opgebouwd. Dat gaat gepaard met veel reizen en dat weegt op onze medewerkers. Deze prestigieuze award is een mooie erkenning voor hun inspanningen. Daarnaast is natuurlijk de media-aandacht heel fijn. Het geeft Waterleau meer naambekendheid, waardoor we nieuwe mensen aantrekken. In Vlaanderen is het gemakkelijk om goede mensen te vinden, maar het is moeilijk om goede mensen te vinden die ook bereid zijn om naar het buitenland te trekken. De Leeuw zorgt ervoor dat Waterleau in de kijker staat bij mensen die export-minded zijn."

## Begonnen vanaf nul

**Dirk van Steerteghem:** "Sinds 2004 is Waterleau sterk gegroeid: van 30 naar 350 medewerkers. Wat is er sindsdien nog meer veranderd?"

**Luc Vriens:** "Ons internationale netwerk is veel groter geworden. Dankzij kantoren in emerging markets zoals China en Brazilië, is onze buitenlandse aanwezigheid enorm ver-



sterkt. Daarnaast zijn ook onze middelen en competenties toegenomen. Toen ik in 2000 samen met vier collega-ingenieurs Waterleau oprichtte, zijn we begonnen met uitsluitend waterzuivering. Door acquisities en eigen ontwikkelingen zijn daar ook luchtzuivering, afvalverwerking en hernieuwbare energiebronnen bijgekomen. We beschermen nu de vier elementen – water, lucht, aarde en vuur – en bieden antwoorden op de grote milieu-uitdagingen van vandaag. Waterleau is het levende bewijs dat het nog mogelijk is om in tien jaar tijd vanaf nul uit te groeien tot een belangrijke speler op de internationale markt.”

### Zin voor avontuur

**Dirk van Steerteghem:** “Vanaf het prille begin in 2000 lag de focus op buitenlandse afzetmarkten, naar eigen zeggen omdat ons land op het vlak van milieutechnologie verzadigd was.”

**Luc Vriens:** Klopt. België hanteert erg strenge milieunormen en is toonaangevend op het gebied van water- en afvalbeheer. Daardoor was in ons land al bijna alles gebeurd op het vlak van milieutechnologie. De bestaande installaties werden wel nog uitgebreid of aangepast, maar voor ons waren de krenten toch uit het brood. Waterleau heeft vanaf dag één vooral naar het buitenland gekeken.”

**Dirk van Steerteghem:** “Een van de opvallende kenmerken van het bedrijf is dat het nooit de ‘moeilijkere landen’ heeft geschuwd. Is dat een bewuste strategie geweest?”

“Waterleau is het levende bewijs dat het nog mogelijk is om in tien jaar tijd vanaf nul uit te groeien tot een belangrijke speler op de internationale markt.”

**Luc Vriens:** “We gaan in elk geval prat op een zekere pionering spirit. Het Afrikaanse continent wordt vaak gemeden door concurrenten, omdat ze zich niet kunnen vinden in de lokale infrastructuur en cultuur. Door ons flexibel op te stellen en ons snel aan te passen aan lokale culturen, religies, politieke en sociale omstandigheden, konden wij er al heel wat mooie projecten realiseren.

**Tip!**  
Mijd de ‘moeilijke landen’ niet, want ook daar liggen kansen.

In dergelijke landen heb je meer nodig dan enkel terreinkennis. Onze mensen moeten er samenwerken met lokale aannemers, onderaannemers en arbeiders die vaak heel uiteenlopende overtuigingen hebben. Dat vraagt veel aanpassingsvermogen.

In de Iraakse hoofdstad Bagdad waren wij er ook heel snel bij toen daar voor het eerst sprake was van waterzuivering. Niet evident, want de oorlog was nog in volle gang. Al onze concurrenten maakten op dat moment een grote bocht rond Irak, wij hebben er vijftien projecten afgerond. Nu is het daar iets rustiger en spelen we een leidende rol op het vlak van waterzuivering.”

**Dirk van Steerteghem:** Denkt u dat het Vlaamse bedrijven nog te vaak ontbreekt aan die zin voor avontuur?”

“België hanteert erg strenge milieunormen en is toonaangevend op het gebied van water- en afvalbeheer, dus op de binnenlandse markt waren voor ons de krenten uit het brood.”

**Luc Vriens:** “Ik zeg altijd dat we het te goed hebben in Vlaanderen. Mensen trekken wel naar het buitenland voor het avontuur, maar uiteindelijk hoeven ze dat niet te doen. Het opzoeken van moeilijke landen is in elk geval geen prioriteit. Nochtans liggen net daar de interessante kansen te wachten. Kijk naar de Turken: zij profiteren maximaal van de Arabische Lente. Ze trekken massaal naar die landen om er projecten uit te voeren. Die reflex hebben Vlaamse ondernemers minder, net omdat Vlaanderen te zoet is. Anderzijds merk ik wel dat die koudwatervrees in de voorbije jaren afgenomen is. Daarin heeft FIT ongetwijfeld een belangrijke rol gespeeld. Veel bedrijven kunnen een duw in de rug gebruiken om de stap naar het buitenland te zetten.”

### Luis in de pels

**Dirk van Steerteghem:** “Waterleau weet zich ook van grotere concurrenten te onderscheiden door de snelheid waarmee

het structuren kan opzetten. Naar eigen zeggen laat jullie marktbenadering zich samenvatten in de bekende slagzin van AVIS: We’re number two. That’s why we try harder. Kan je dat verduidelijken?”

**Luc Vriens:** “Grote spelers zoals Veolia, GDF Suez of General Electric kan je vergelijken met grote, logge schepen. Eens ze op gang komen, zijn ze tot veel in staat en is het moeilijk om er tegen op te boksen. Maar dat betekent ook dat ze niet gemakkelijk van koers kunnen veranderen. Dat kan Waterleau momenteel wel nog. Onze aanpak is lean and mean, waardoor we vaak de luis in de pels van de gevestigde waarden zijn. Natuurlijk is het zo dat ook onze organisatie meer structuur krijgt naarmate ze groeit.”

### Tussen twee stoelen

**Dirk van Steerteghem:** “Vandaag bevindt Waterleau zich in een soort middenveld. De ene keer is het te groot voor kleine projecten, de andere keer is het te klein voor de grootste projecten. Hoe plannen jullie dat aan te pakken?”

**Luc Vriens:** “We vallen inderdaad soms tussen twee stoelen. De enige manier om dat te verhelpen, is te blijven groeien. Als we in de komende vier à vijf jaar onze omzet kunnen verdubbelen, sluiten we echt aan bij de grote jongens. De groepen waartoe die concurrenten behoren – denk bijvoorbeeld aan Siemens – zijn nog veel groter, maar de milieubedrijven zelf hebben meestal een omzet van 200 à 300 miljoen euro. Als Waterleau 150 à 200 miljoen euro kan draaien, behoren we tot de absolute top. Indien we ons huidige groeitempo van 10 à 15% per jaar aanhouden, bereiken we dat doel over vier of vijf jaar. Bovendien is

**Tip!**  
Loop internationaal in de kijker tijdens FIT-missies.

Waterleau gebouwd op een gezonde financiële basis en houden we een stevige oorlogskas achter de hand. Het is dus niet onze bedoeling om in het middenveld te blijven trappelen. Voetballen in eerste klasse is plezant, maar deelnemen aan de Champions League is nog veel plezanter.”

**Dirk van Steerteghem:** “Wat zijn de overige ambities voor de komende jaren?”

**Luc Vriens:** “Behalve een verdubbeling van onze omzet, blijft het veiligstellen van onze technologische voorsprong een prioriteit. Op dat vlak moeten we de concurrentie altijd een stapje voor zien te blijven. Daarnaast willen we ook onze winstgevendheid verbeteren door meer



recurrente inkomsten te genereren. Dat zullen we onder meer doen door niet enkel de bouw en de engineering van installaties te verzorgen, maar ook het onderhoud en de exploitatie van die gebouwen voor onze rekening te nemen.”

### Knappe koppen

**Dirk van Steerteghem:** “Voor een technologisch bedrijf als Waterleau is innovatie essentieel. Hoe blijven jullie de rol van koploper waarmaken?”

“In Vlaanderen is het gemakkelijk om goede mensen te vinden, maar het is moeilijk om goede mensen te vinden die ook bereid zijn om naar het buitenland te trekken.”

**Luc Vriens:** “Enerzijds is het zo dat een groot deel van onze winst meteen terug naar onderzoek en ontwikkeling gaat. We financieren onder meer onderzoek aan de universiteiten van Gent en Leuven of onderzoekinstellingen zoals VITO. Anderzijds durven we ook tijdens de realisatie van de projecten aan ontwikkeling te doen. Nieuwe technologieën kan je wel testen in een labo, maar uiteindelijk moet je dat onderzoek valideren door op grote schaal nieuwe dingen uit te proberen. Waterleau heeft de knappe koppen en de ervaring in huis om van kennis ook een competitief voordeel te maken.”

**Dirk van Steerteghem:** “Waterleau beschikt over 29 gepatenteerde technologieën. Moet dat uitgebouwd worden om verder te kunnen groeien?”

**Luc Vriens:** “Dat is geen doelstelling op zich. Uiteindelijk is een patent een mes dat aan twee kanten snijdt. Je hebt het nodig om geloofwaardig te zijn, maar is het wel verstandig om al je kennis te gaan neerschrijven? Alles wat je patenteert, maak je tenslotte openbaar. Bovendien heb je niet in alle landen de nodige rechtszekerheid om patenten af te dwingen. Maar om een omelet te bakken moet je nu eenmaal een ei breken, dus we patenteren toch.”

### Positieve impact

**Dirk van Steerteghem:** “Dat jullie technologieën een aanzienlijke bijdrage leveren op het vlak van duurzaamheid zal niemand ontkennen, maar wat betekent duurzaam ondernemen nog voor Waterleau?”

**Luc Vriens:** “Naast onze projecten, willen we ook op andere manieren een

positieve impact hebben. Zo verhuizen we binnenkort naar een nieuw hoofdkantoor, dat uitgerust is met alle nodige technologieën om ons water- en energiegebruik te beperken. Een ander belangrijk project is ‘Water on the rocks’. Het concept is nog in ontwikkeling, maar de bedoeling is om met mobiele waterzuiveringsinstallaties snel ter plaatse te zijn als er zich humanitaire rampen voordoen. Een gebrek aan zuiver drinkwater blijft wereldwijd een van de belangrijkste doodsoorzaken. Met ‘Water on the rocks’ willen we onze kennis aanwenden om heel snel drinkwater te voorzien op plaatsen waar dat het meest nodig is.”

### Kind aan huis

**Dirk van Steerteghem:** “Waterleau heeft nu projecten gerealiseerd in 80 landen. Staan er nog exportlanden op het verlanglijstje?”

“De globale ecologische uitdagingen zijn gigantisch, terwijl milieutechnologie eigenlijk nog maar in de kinderschoenen staat.”

**Tip!**  
Durf onderzoek ook in te zetten op grote schaal.

**Luc Vriens:** “Daar kunnen landen bijkomen, maar het is geen doel op zich. Wat we in die 80 landen hebben gerealiseerd, is nog maar het topje van de ijsberg. In een enorm land als Nigeria hebben we nu zeven projecten achter de rug. Dat is een druppel op een hete plaat. Alles moet er nog beginnen. In de landen waar we actief zijn, ligt dus nog genoeg werk op de plank. Ondertussen komen er steeds meer mensen bij op onze planeet, worden grondstoffen schaarser en neemt de vervuiling toe. De globale ecologische uitdagingen zijn gigantisch, terwijl milieutechnologie eigenlijk nog maar in de kinderschoenen staat.”

**Dirk van Steerteghem:** “Als beginnende kmo maakten jullie gretig gebruik van de diensten van FIT. Waarvoor klopt Waterleau vandaag nog bij FIT aan?”

**Luc Vriens:** “In de beginjaren hadden we zo goed als geen middelen om buitenlandse afzetmarkten te verkennen. De missies van FIT waren dan ook een uitstekende katalysator om ons exportverhaal op gang te trekken. Sinds 2009 kunnen we geen aanspraak meer maken op de subsidies, omdat onze omzet te hoog is. Maar we maken wel nog steeds gebruik van dezelfde diensten. Het enige verschil is dat we er nu voor betalen. Dat doen we graag, want de FIT-missies zorgen ervoor dat we internationaal in de picture blijven lopen. Waterleau was vanaf het begin kind aan huis bij FIT en zal dat ook blijven.”



Boven: Luc Vriens

### → ID

- **Bedrijf:** Waterleau
- **Gevestigd in:** Herent (Leuven)
- **Aantal medewerkers:** 350 (waarvan 200 in België en 150 in het buitenland)
- **Omzet in 2011:** 75 miljoen euro, waarvan 86% gerealiseerd is in het buitenland
- **Eigen vestigingen:** een hoofdkantoor, vier competence centers en kantoren in China, India, Brazilië, Turkije, Egypte, Algerije en Marokko
- **Aanwezig in:** 80 landen
- Winnaar Leeuw in de categorie Young Exporter 2004
- Genomineerde Leeuw van de Export 2010
- Winnaar Leeuw van de Export 2012 in de categorie ‘Bedrijven met minstens 50 medewerkers’

# Een kiwi als zakenpartner?

Nieuw-Zeeland: geen ver-van-mijn-bedshow

Bijna 19.000 kilometer ver, goed voor minstens 24 uur vliegen. Naar Nieuw-Zeeland reizen is geen zakenreis die u wekelijks onderneemt. Toch mag u deze bestemming met stip op uw zakelijke to-do-lijst zetten. Het kleinere broertje van Australië heeft immers professioneel ontzettend veel te bieden.







Om meer te vertellen over die zakenopportunity's, klopte Wereldwijs aan bij onze vertegenwoordigers ter plaatse. Vlaamse Economische Vertegenwoordiger Kris Put beantwoordt uw vragen over zakendoen in en met Nieuw-Zeeland vanuit de Australische hoofdstad Canberra. Ook Nieuw-Zeeland behoort tot zijn werkterrein. Hij kan daarbij een beroep doen op Patrick Rottiers, sinds 2008 de FIT-antenne in Christchurch. De FIT-antennes zijn lokale experts. Patrick Rottiers is een door de wol geverfde professional met Vlaamse roots. Hij woont en werkt al meer dan tien jaar in Nieuw-Zeeland. Daarvoor had hij al ettelijke keren het land bezocht.

Patrick Rottiers: "In minder dan een dag kan je een onderneming oprichten in Nieuw-Zeeland."

**De media in Vlaanderen besteden zelden aandacht aan het economische nieuws van Nieuw-Zeeland. Hoe is de huidige marktsituatie?**

**Kris Put:** "De economie in Nieuw-Zeeland is nauw verbonden met die van zijn belangrijkste handelspartner Australië. Bovendien is de banksector in Nieuw-Zeeland – hoofdzakelijk in handen van Australische maatschappijen – beter georganiseerd dan in Europa of Amerika. Tot slot, Nieuw-Zeeland ligt in Azië. Bijgevolg spelen de Aziatische markten en de economische samenwerking met Aziatische landen steeds meer een belangrijke rol. Zo neemt de vraag uit Azië naar Nieuw-Zeelandse kwaliteitsvoeding almaar toe. Al deze aspecten zorgden ervoor dat Nieuw-Zeeland de mondiale financiële en economische crisis relatief goed doorstaat. Uiteraard heeft de cri-

sis er een impact, maar het is meer een alarmsignaal."

**Hoe beantwoordt de Nieuw-Zeelandse overheid dat signaal?**

**Patrick Rottiers:** "Door de focus scherp te stellen op export en technologie. Nieuw-Zeeland vaart daarmee geen exclusieve koers, maar de regering neemt wel resolute maatregelen. Zo worden de budgetten voor sectoren als gezondheid en onderwijs streng bewaakt. Dat betekent dat er soms moeilijke keuzes moeten worden gemaakt. Gaan de subsidies naar een duur experimenteel medicijn voor borstkanker of naar de behandeling van een meer courante ziekte? Het budget mag niet worden overschreden."

**De overheid heeft dus nog heel wat in de economische pap te brokken?**

**Patrick Rottiers:** "Absoluut. New Zealand Trade and Enterprise (NZTE) bijvoorbeeld, de Nieuw-Zeelandse tegenhanger van FIT, heeft zeer ruime bevoegdheden. Zo kan NZTE een bijzonder actieve rol spelen in het ondersteunen van sectoren. Daarnaast heeft de overheid ervoor gezorgd dat ondernemen in Nieuw-Zeeland eenvoudiger, transparanter en corruptieloos is. Internationale studies bevestigen dat keer op keer. Belastingen in Nieuw-Zeeland zijn hoger dan in de meeste Aziatische buurlanden, maar lager dan bij de meeste Europese handelspartners. Al deze factoren stimuleren het ondernemersklimaat aanzienlijk."

**Nieuw-Zeeland staat in de top drie van de wereld voor 'Ease of doing business' en 'Starting a business', volgens Doing Business 2011 en Doing Business**





Boven: Patrick Rottiers

## 2012 van de Wereldbank. Hebben de meeste Nieuw-Zeelanders een ondernemersmentaliteit?

**Patrick Rottiers:** "Bij een zaak opstarten in Nieuw-Zeeland komt relatief weinig bureaucratie kijken. De onlineprocedure is zeer transparant en ook alle info is online beschikbaar. De kosten zijn minimaal en het hele proces verloopt snel. In minder dan een dag kan je hier een onderneming oprichten. Dat is een van de redenen waarom Nieuw-Zeelanders – of kiwi's – veel vaker één of zelfs meerdere bedrijven opstarten dan bij ons. Ze durven ook meer dingen uit te proberen en hebben minder schrik om te falen. Lukt het niet, dan word je niet gebrandmerkt zoals bij ons soms het geval is. Nieuw-Zeeland kent een cultuur van doeners, onafhankelijk van het opleidingsniveau. Keerzijde van de medaille is dat je op managementniveau soms iets minder geschoolde of ervaren entrepreneurs aantreft."

**Kris Put:** "Vlaamse bedrijven uit infrastructuur en logistiek, fashion & lifestyle en design kunnen hier voet aan de grond krijgen. Daarnaast zijn de groenetechnologiespelers erg grote kanshebbers."

## Met de filmische landschappen van The Lord of the Rings kennen we Nieuw-Zeeland als zeer groen. In welke mate klopt dat beeld?

**Kris Put:** "De agro-industrie is de onbetwistbare corebusiness van het land. Nieuw-Zeelandse boeren zijn heuse managers. Boerderijen worden almaar



Boven: Kris Put

groter en zijn technologisch bijzonder geavanceerde bedrijven. Het land heeft een wereldreputatie in agribusiness and -research. Massey University en Lincoln University zijn overigens toonaangevend op dat vlak. Maar ook andere sectoren als biowetenschappen, luchtvaart en technologie doen de economie bloeien. En daar zijn zeker kansen weggelegd voor Vlaamse ondernemers."

## Zijn er nog andere sectoren die daarvoor in aanmerking komen?

**Kris Put:** "Ook Vlaamse bedrijven uit infrastructuur en logistiek, fashion & lifestyle en design kunnen hier voet aan de grond krijgen. Erg grote kanshebbers zijn de groenetechnologiespelers. In Vlaanderen staan we daar sterk in en behoren we tot de wereldtop, terwijl in Nieuw-Zeeland groene technologie nog in zijn kinderschoenen staat. Dat lijkt contradictorisch, maar agricultuur is niet noodzakelijk ecologisch: hoog waterverbruik, het gebruik van pesticiden enzovoort. Het is opvallend hoe ecologische producten vaak met enkele jaren vertraging op de Nieuw-Zeelandse markt komen."

**Patrick Rottiers:** "Na de verwoestende aardbevingen in Christchurch in sep-

tember 2010 en in februari en juni 2011, moeten delen van de stad en infrastructuur opnieuw worden opgebouwd. Daarvoor is ongeveer 14 miljard euro beschikbaar. Dat bedrag komt van verschillende bronnen, zoals verzekeringen en steunfondsen. Vlaamse ondernemers kunnen zeker bijdragen aan de heropbouw. Niet alleen met hoogtechnologisch constructiemateriaal en technologie die bestand zijn tegen aardbevingen, zoals in Japan en Californië, maar ook met infrastructuurwerken of het uittekenen van de nieuwe stedelijke voorzieningen. Voorts kunnen ze hun expertise inzake gespecialiseerd projectmanagement inzetten."

## Wat zijn de grote troeven van Nieuw-Zeeland?

**Patrick Rottiers:** "Veel Vlaamse ondernemers zien Nieuw-Zeeland louter als een afzetmarkt, die niet alleen ver maar ook klein is. Het is inderdaad geen grote markt, maar wel één die makkelijk bewerkbaar is. Bovendien vormt het land een perfecte toegangspoort naar de Pacific. Van daaruit worden vele Pacific-economieën bediend met onder meer consumptiegoederen en infrastructuurwerken en -materialen.

**Kris Put:** "Rechtstreeks zakendoen in Nieuw-Zeeland is niet evident. Daarom raad ik aan om een partnership te sluiten met een Nieuw-Zeelandse."

Een samenwerkingsverband met een Nieuw-Zeelandse partner geeft daarenboven een Vlaams bedrijf toegang tot de vrijhandelsakkoorden die Nieuw-Zeeland heeft met China, Brunei, Maleisië en Chili. Met Rusland en India zijn vrijhandelsakkoorden in de maak."



DO

- Check of de Nieuw-Zeelandse regelgeving rond biosecurity op uw producten van toepassing is.
- Denk verder dan louter export en investeer in partnerships.
- Hou rekening met de kosmopolitische natuur van Nieuw-Zeeland. Auckland is de grootste stad in de Pacific en Nieuw-Zeeland maakt ook deel uit van Azië.



DON'T

- Laat geografische afstand geen rol spelen.
- Ga er niet van uit dat kiwi's allemaal blanke Europese roots hebben.
- Denk niet dat Nieuw-Zeeland alleen staat voor schapen, natuur en toerisme.

## Is Nieuw-Zeeland – door de afstand – geen logistieke nachtmerrie?

**Patrick Rottiers:** “Zeebrugge is de Europese importhaven voor vers fruit, vlees en vis uit Nieuw-Zeeland. Europa is een belangrijke handelspartner voor Nieuw-Zeeland, dus die afstand kan toch geen probleem zijn. Vlamingen denken nog te veel in fysieke afstand, terwijl exporteren naar Nieuw-Zeeland op logistiek, administratief, financieel en juridisch vlak een fluitje van een cent is. Behalve wat betreft de import van organisch materiaal, omdat dat bioveiligheidsrisico's inhoudt. De Nieuw-Zeelandse wetgeving en controle rond biosecurity zijn uiterst streng, net zoals in Australië.”

Patrick Rottiers: “Vlamingen denken nog te veel in fysieke afstand, terwijl exporteren naar Nieuw-Zeeland op logistiek, administratief, financieel en juridisch vlak een fluitje van een cent is.”

## Hoe benaderen Vlaamse ondernemingen best de Nieuw-Zeelandse markt?

**Kris Put:** “Rechtstreeks zakendoen in Nieuw-Zeeland is erg eenvoudig. Toch raad ik aan om de extra mogelijkheden van een partnership met een Nieuw-Zeelandse bedrijf te onderzoeken, eerder dan de voorspelbare keuze te maken voor een importeur of distributeur. Een bedrijfspartner aan de andere kant van de wereld opent immers mogelijkheden die het louter lokaal verkopen van producten snel overstijgen. Denk maar aan wederzijdse distributie, regionale productie, een lokale commerciële hub ... noem maar op. Ook de vrijhandelsakkoorden vergroten de mogelijkheden, en zowel de Nieuw-Zeelandse zakenwereld als de overheid zijn partnerships genegen.”

## Met welke uitdagingen worden Vlaamse ondernemers zoal geconfronteerd bij hun eerste businessstappen in Nieuw-Zeeland?

**Patrick Rottiers:** “Daar kan ik kort over zijn: met uitzondering van het aspect biosecurity, zijn er zo goed als geen obstakels. Het helpt wel als je beschikt over internationale standaarden en uiteraard moet al je documentatie in het Engels zijn vertaald. Dat laatste klinkt overbodig, maar je zou ervan opkijken hoe vaak dat nog hapert.”

## Hoe is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Nieuw-Zeeland?

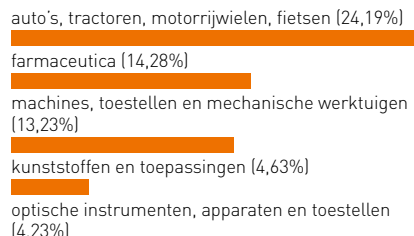
**Kris Put:** “Die is vrij bescheiden. 2010 was het tweede meest succesvolle jaar voor export naar Nieuw-Zeeland. Maar in 2011 was er een terugval van ruim 3%, toch nog goed voor ruim 140 miljoen euro. Ruim een kwart van onze afzet in Nieuw-Zeeland kwam in 2011 uit de chemie & farma.”

Ook aan importzijde is een dalende trend merkbaar. In 2011 importeerden we voor bijna 315 miljoen euro uit Nieuw-Zeeland. Dat zijn traditioneel vooral dierlijke en plantaardige producten, in 2011 samen goed voor ongeveer 80% van onze aankopen in Nieuw-Zeeland. Vooral de import van plantaardige producten, hoofdzakelijk fruit, nam toe, terwijl die van dierlijke producten, met name vlees, stevig moest inleveren. De opvallendste verschuiving deed zich echter voor bij de chemische en de farmaceutische producten. De invoer van deze sector steeg vorig jaar met maar liefst 650%.”

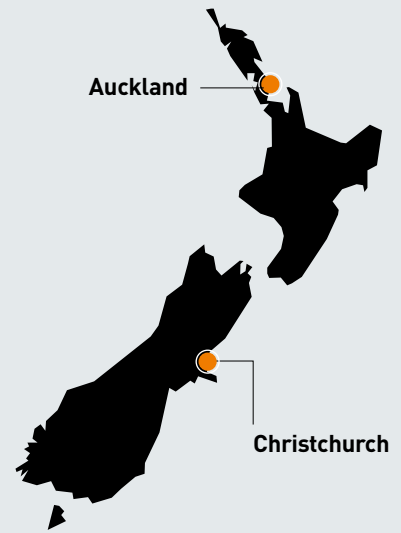
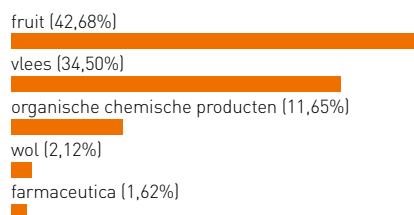
## Tot slot, hoe groot zijn de zakelijke cultuurverschillen tussen Vlaanderen en Nieuw-Zeeland?

**Patrick Rottiers:** “Verbazingwekkend klein. De letterlijke afstand kan haast niet groter zijn, maar cultureel leunen Vlamingen en Nieuw-Zeelanders heel dicht bij elkaar. Bescheiden, flexibel, adaptief ... Die eigenschappen tekenen beide bevolkingsgroepen. Dat merk je ook in de manier van zakendoen. Op zakelijk vlak ligt Nieuw-Zeeland wellicht dicht bij Vlaanderen dan pakweg Portugal of Turkije.”

## Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Nieuw-Zeeland (2011).



## Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Nieuw-Zeeland (2011).



## Factsheet Nieuw-Zeeland

- **Oppervlakte:** 270.534 km<sup>2</sup>
- **Aantal inwoners:** 4.290.347 (2011)
- **Officiële talen:** Engels en Maori
- **Munteenheid:** Nieuw-Zeelandse dollar; 1 EUR = 1,2 NZD (juli 2012)
- **Weetje:** Nieuw-Zeeland heeft de grootste melkpoederexport ter wereld.
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2011)**
  - landbouw, bosbouw en visserij: 6,5%
  - industrie: 20,3%
  - diensten: 73,2%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2011)**
  - Australië: 22,4%
  - China: 12,2%
  - VS: 8,5%
  - Japan: 7,3%
  - Zuid-Korea: 3,6%
  - VK: 3,4%
- **Belangrijkste leveranciers (2011)**
  - Australië: 16%
  - China: 15,7%
  - VS: 10,7%
  - Japan: 6%
  - Singapore: 4,6%
  - Duitsland: 4,2%

## Wat staat op ons programma 2012 voor Nieuw-Zeeland?

### \* Prinselijke missie 16 tot 30 november 2012

Economische zending onder leiding van prins Filip naar Australië en Nieuw-Zeeland. Op het programma staan Perth, Sydney, Melbourne en Auckland.

Meer info vindt u op [www.flandersinvest-mentandtrade.be](http://www.flandersinvest-mentandtrade.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



## « Setting up in China

Ons kantoor in Peking maakte een update van de studie 'Setting up in China'. Zowel het oprichten van een eigen entiteit, het sluiten van joint ventures en eventuele overnames komen aan bod. De studie belicht de belangrijkste aspecten die hierbij komen kijken zoals de wetgeving, de toegelaten activiteiten, het fiscale plaatje en het aanwerven van lokaal en buitenlands personeel. Verplichte lectuur voor ondernemers met plannen in China.

## Food and beverage market in Poland »

De levensmiddelenindustrie is een van de sterkhouders van de economie in Polen. Uit de gegevens van het Main Statistical Office (GUS) blijkt dat deze sector 413.000 personen tewerkstelde in 2011. Dat is meer dan 16% van alle werknemers. Deze studie analyseert de Poolse levensmiddelenindustrie, gestaaft met statistische gegevens, en geeft een opsomming van de belangrijkste spelers en een interessante contactenlijst.



## Bouw en vastgoed in de Baltische Staten »

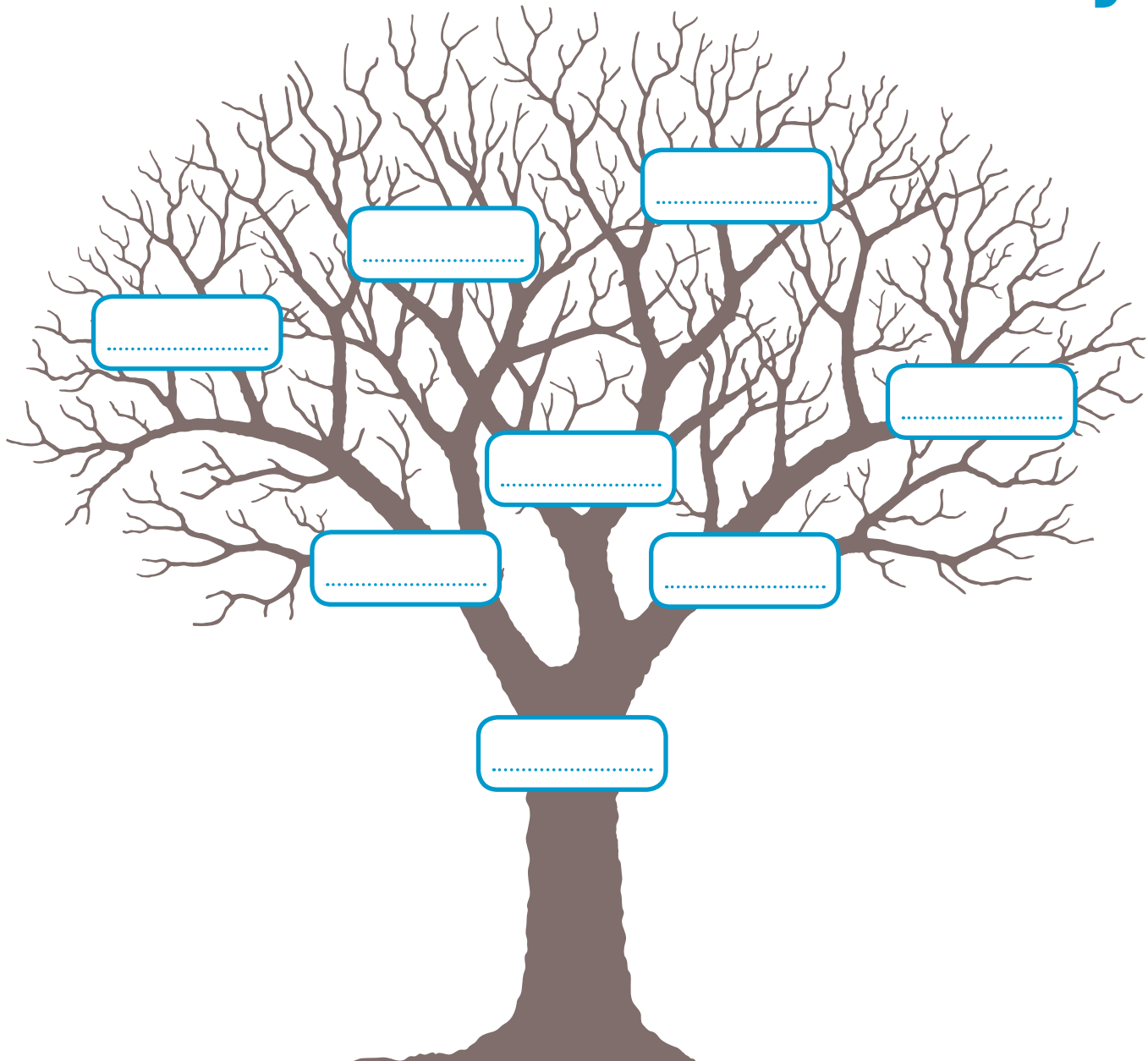
De Baltische bouwmarkt is aan het heropleven, maar heeft een zware inzinking achter de rug. Vlaamse bedrijven actief in de gesofisticeerde bouw- of interieurmaterialen, kunnen er nu hun slag slaan. Ook voor accessoires en onderdelen voor lokale productie zijn er mooie kansen. FIT-Helsinki voegde daarom vele contactgegevens van grote doe-het-zelfketens en bouwbedrijven toe in deze studie.



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



# Wat doet internationale groei met een familiebedrijf?



Een familiebedrijf dat internationaliseert, ondergaat een ware transformatie. Of blijven de effecten beperkt? En wat gebeurt er met de rol van de stichtende familie als haar onderneming de grenzen oversteekt? Wereldwijd ging te rade in academische kringen, maar ook bij verschillende familiebedrijven – in meer of mindere mate internationaal actief.

We brachten vier ervaringsdeskundigen samen om te discussiëren over de specifieke uitdagingen van Vlaamse familiebedrijven die exporteren om te leren en/of leren om te exporteren: Hans Crijns (Vlerick Leuven Gent Management School), Bart Manderveld (BM Service), Maarten Michels (RoomeR) en Dirk Vyncke (Vyncke).

## Hoe beïnvloedt internationale groei een familiebedrijf, vanuit jullie ervaring?

**Hans Crijns:** "Laat me beginnen met deze vraag: wat is internationalisering eigenlijk? Er zijn familiebedrijven die af en toe een order krijgen uit het buiten-

land. Aan de andere kant van het spectrum staan familiale ondernemingen die beschikken over productie-eenheden overal ter wereld. Als je aan deze twee soorten bedrijven vraagt of ze internationaal actief zijn, zullen ze allebei bevestigend antwoorden."

**Maarten Michels:** "Daar kan ik me per-

fect in vinden. In het geval van RoomeR blijft internationalisering voorlopig een dun verhaal. Het is namelijk niet zo evident om alcohol te exporteren, vanwege de accijnzen die in elk land worden geïnd. Wel is het zo dat mijn broer en ik ons al van in het begin heel internationaal hebben opgesteld: flesetiketten in

## Ons panel



**Hans Crijns**  
Vlerick Leuven Gent Management School

is professor en partner van de Vlerick Leuven Gent Management School, waar hij het Centrum voor Ondernemerschap leidt en directeur is van het KBC Impulscentrum 'Groeimanagement voor de Middelgrote Ondernemingen' en de Ernst & Young leerstoel. Hij is bestuurder van verschillende internationale organisaties die het ondernemerschap promoten en bij verschillende middelgrote bedrijven zoals Soudal, Sobradis, Square Mellon en Group Joos.

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



**Bart Manderveld**  
BM Service

bedacht in 2003 het concept voor BM Service, een bedrijf gespecialiseerd in het aanleggen van paardenbodems, beregeningsinstallaties en trainingsmolens. In de beginjaren combineerde Bart Manderveld BM Service nog met zijn job bij een grote multinational, maar in 2008 besliste hij om voluit voor zijn eigen bedrijf te kiezen. Intussen heeft BM Service klanten en vertegenwoordigers over de hele wereld en wordt 50% van de omzet verwezenlijkt in het buitenland.

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



**Maarten Michels**  
RoomeR

ging in 2004 van start met RoomeR, samen met zijn broer Jeroen. RoomeR is een alcoholisch drankje uit grootmoeders tijd, op basis van vierbloesem. Aanvankelijk hadden Maarten en Jeroen nog een andere job, maar intussen zijn ze voltijsd met het eigen bedrijf bezig. RoomeR waagt vanuit thuisbasis Gent zijn eerste stapjes in het buitenland, en dat smaakt overduidelijk naar meer. De broers Michels hebben hun productieapparaat geprofessionaliseerd. Klaar voor de volgende stap.

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



**Dirk Vyncke**  
Vyncke

is de derde generatie bij het familiale bedrijf Vyncke, dat industriële energie-installaties maakt met biomassa en afval als brandstof, voor de productie van warmte en energie. Hij was het die vanaf 1973 het internationaliseringsproces van zijn onderneming resoluut op de rails zette. Intussen heeft het familiebedrijf antennes in Brazilië, Tsjechië, India, Maleisië, Thailand en China, exclusief de verkoopkantoren in diverse landen. Liefst 90% van de omzet wordt buiten België gerealiseerd. In maart 2012 vierde Vyncke zijn eeuwfeest.

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

meerdere talen, heel veel buitenlanders die ons bedrijf komen bezoeken, een gestaag groeiend productieapparaat, en vingeroefeningen met wijnhandelaars die ons product in kleine hoeveelheden de grens over brengen. We koesteren onze lokale basis, maar het is altijd onze droom geweest om met RoomeR ook het buitenland te veroveren.”

**Bart Manderveld (BM Service):** “Internationaliseren betekent dat ik vaak moet delegeren, en dat vind ik redelijk moeilijk. Toch is het de enige juiste weg.”

**Bart Manderveld:** “BM Service heeft intussen de stap naar het buitenland gezet. Dat heeft ons in sneltempo doen evolueren van een redelijk intuïtieve eenmanszaak naar een klein familiebedrijf met structuur en een duidelijke visie. Mijn echtgenote is in de zaak gestapt, en in België hebben we momenteel zes werknemers. In het buitenland werken we met onderaannemers. Dat betekent dat ik vaak moet delegeren, en dat vind ik redelijk moeilijk. Toch is het de enige juiste weg. Meer nog, BM Service is op zoek naar een nieuwe kracht die in tandem met mezelf aan de kar wil trekken. Ik zoek bewust iemand van buiten de familie, om een goed evenwicht te vinden tussen passie en business. Bedoeling is om op termijn de zaken te verdelen: mijn toekomstige rechterhand houdt de touwtjes in handen op onze thuismarkt, en ikzelf in het buitenland.”

**Dirk Vyncke:** “Als je mij vraagt wat internationalisering allemaal heeft veranderd in ons familiebedrijf, dan is mijn antwoord: alles! Uitgezonderd onze bedrijfs-cultuur van profit en fun, welteverstaan. Tweede constante is de familie Vyncke die aan het hoofd van ons bedrijf staat. Maar voor de rest heeft het exportverhaal een totale metamorfose teweeggebracht: we hebben onze producten moeten aanpassen aan de plaatselijke markt, we hebben lokale partnerships gesmeed, ons financieel management omgegooid ... Ook onze denkwijze is helemaal veranderd, want het buitenland trekt de geesten open. Zo kan ik nog uren doorgaan. Het exportverhaal bij Vyncke duurt dan ook al 30 jaar.”

### Tweede praktijkvraag: hoe stoomt een familiebedrijf zich klaar voor internationale groei?

**Dirk Vyncke:** “De allereerste stap is de vurige wil om te internationaliseren, niet het minst bij het management van een familiebedrijf. Daarnaast komt het erop aan rolmodellen te zoeken: sectorgenoten met ervaring in het buitenland en grotere bedrijven die je op de mogelijke valkuilen kunnen wijzen. Bij Vyncke heeft dat geresulteerd in een raad van advies, die als klankbord fungeerde. Het is me opgevallen dat bedrijven heel open staan voor deze vorm van samenwerking. Meer nog, ze hebben Vyncke op een zachte manier geïntroduceerd in het buitenland, doordat we er samen projecten gingen uitvoeren. Internationalisering is zeker geen onemanshow. Lokale tussenpersonen zijn uiterst belangrijk.”

**Bart Manderveld:** “Inderdaad. Een eerste project in een nieuw land is telkens een compleet ander verhaal. Zonder lokale contacten geen transport, geen grondstoffen, geen opslagruimte. Daarnaast zijn ook technische vernieuwingen erg belangrijk in het export-

verhaal van BM Service, want elke markt heeft zijn bijzonderheden. Het lokale klimaat, bijvoorbeeld, is voor ons een niet te onderschatten factor. Momenteel voeren we tests uit met graspistes voor paardenwedstrijden. Een stevige wortelstructuur moet zorgen voor een langere levensduur. Zo krijgen we zelfs voetbalvelden in het vizier. Kortom, vernieuwing brengt opportuniteiten met zich mee, en ook hier wordt het moeilijk om alles alleen te blijven dragen.”

### Is internationalisering een must voor Belgische familiebedrijven?

**Hans Crijns:** “Als je de kwestie vanuit een macro-economisch perspectief bekijken, luidt het antwoord vast en zeker: ja. Als we als regio, of als land, niet internationaliseren, dan gaan we dood. Dan staan we nergens meer in de globale concurrentiestrijd. Vanuit een micro-economisch perspectief, dat van het individuele familiebedrijf, moet het thema van de internationalisering net zo goed op de agenda staan, vind ik. Maar het is



**Dirk Vyncke (Vyncke):** “Als je mij vraagt wat internationalisering allemaal heeft veranderd in ons familiebedrijf, dan is mijn antwoord: alles!”



nogal aanmatigend om te verkondigen dat elk familiebedrijf móet internationaliseren. Het is allemaal een kwestie van willen, kunnen en mogen. Heeft een familiebedrijf voldoende middelen, genoeg mensen? Heeft het ambitie? Kan het een concurrentieel voordeel bieden in buitenlandse markten? Zitten daar klanten en leveranciers die het familiebedrijf de moeite waard vindt, en vice versa? Als het antwoord op al die vragen positief is, zou dat familiebedrijf wel gek zijn om niet naar het buitenland te trekken.”

**Maarten Michels (RoomeR):** “Is het lokale imago van RoomeR de ideale manier om ons te profileren in het buitenland? Een waar dilemma.”

**Maarten Michels:** “Klopt. RoomeR is dan wel een lokaal product, maar we zijn er zeker van dat je daarmee ook in het buitenland het verschil kan maken. Daarom is internationalisering bij ons uiteraard een kwestie van fierheid, maar we beschouwen het ook als een zeer belangrijk verhaal voor het creëren van meerwaarde en lokale werkgelegenheid.”

**Hoe ziet het ideale internationaliseringsparcours eruit? Een strak stappenplan, of eerder vanuit de buik? Het olievlekprincipe, of meteen naar China?**

**Dirk Vyncke:** “Ik ben nogal overtuigd van het olievlekprincipe: pluk eerst het laaghangende fruit dat zich dicht in de buurt bevindt. Ik herinner me nog de allereerste verkoop van Vyncke in het buitenland. In Frankrijk, om precies te zijn. Dat was werkelijk een schok die door het hele bedrijf ging. De cultuur daar, en de manier van zakendoen: die bleken helemaal anders te zijn dan bij ons. Stap voor stap, met andere woorden. Pas als je Europa veroverd hebt, wordt de stap naar de rest van de wereld een haalbare kaart.”

**Hans Crijs:** “Veel hangt af van de bedrijfscultuur en van de persoonlijkheid van de zaakvoerder. Er bestaat inderdaad zoiets als de manager met zijn strakke stappenplan, maar er is even goed de flexibele opportunist. Beide zijn even goed. Een stappenplan biedt zekerheid, maar onvoorzien omstandigheden kunnen roet in het eten strooien. De opportunistische aanpak surft mee op alle zakelijke kansen die zich aandienen – waar ook ter wereld – op een snelle en flexibele manier. Maar dan nog kan een

opportuiniteit pas worden gerealiseerd als je bedrijf erop voorbereid is.”

**Maarten Michels:** “Ik vind dat er hoe dan ook nog wat ruimte moet overblijven voor de magische hand, zoals ik dat noem. Hoe vaak ontstaan oplossingen niet als gevolg van vergissingen of problemen? In RoomeR zweven kleine vlierbloempjes, die ons product heel herkenbaar en ook succesvol maken. Wel, dat is eigenlijk het gevolg van een kapotte filter waar we ooit mee kampten.”

**Zijn er, volgens jullie, verschillen tussen het internationaliseringsparcours van familiebedrijven en dat van ‘gewone’ bedrijven?**

**Hans Crijs:** “Nee. Professionaliteit, dat is het enige wat telt. Het gegeven dat bij een familiebedrijf het kapitaal en/of het management in handen is van een familie heeft uiteraard een impact op de internationale strategie van een familiebedrijf. Maar betekent dat dat familiebedrijven sommige dingen anders moeten doen in het buitenland? Natuurlijk niet.”

**Hans Crijs (Vlerick):** “Moeten familiebedrijven hun internationalisering anders aanpakken dan gewone bedrijven? Natuurlijk niet.”

**Maarten Michels:** “Ik denk dat er toch wel subtiele verschillen zijn. Bij RoomeR hebben we een zeer lokale basis. Ons bedrijf is letterlijk ontstaan dankzij een recept van onze grootmoeder. We zijn daar echt aan verknocht. Maar is het de ideale manier om ons te profileren in het buitenland? Dat is momenteel een waar dilemma. Niet-familiebedrijven worstelen wellicht minder lang met dergelijke vraagstukken.”

**Bart Manderveld:** “Een groot voordeel van familiebedrijven, volgens mij, is dat we over voldoende flexibiliteit beschikken om ergens een uitdaging aan te nemen. We zijn geen tanker die je bijna niet van richting kan doen veranderen, zoals heel wat multinationals. Ons nadeel is dan weer dat we het moeten doen met een veel kleinere kostenstructuur, en met veel minder mensen.”

**Wat zijn de do's en don'ts voor Belgische familiebedrijven die willen internationaliseren?**

**Bart Manderveld:** “Ik merk soms dat het heel moeilijk is om Belgische sectoren mee te trekken naar het

buitenland, terwijl ze daar – zeker in de emerging economies – staan te springen om onze ervaring te kopen. Het attitudeverschil tussen de Belgen en de Nederlanders is immens, hoewel we allebei prima werk leveren. Mijn boodschap is dus: ga ervoor! Vertrek vanuit het hart, maar hou er je hoofd bij. De tonnen energie die je in een exportverhaal stopt, moeten ook op lange termijn renderen. En vergeet niet dat het in een familiebedrijf bij uitstek de familie is die de motor draaiende houdt. Het is dus cruciaal dat de balans tussen werk en privé in evenwicht blijft.”

**Dirk Vyncke:** “Internationalisering moet een droom zijn die je koste wat het kost wil verwezenlijken. Ga op stap om te luisteren, niet om te vertellen. Hou van je klanten, leer hun problemen kennen – zeker in het buitenland. Heeft je bedrijf al een bepaald land op het oog? Ga dan eerst zorgvuldig na of je er wel voldoende affiniteiten mee hebt. Ga er desnoods een aantal weken op vakantie. Leer de taal, stel je bescheiden op. Zoek een betrouwbare rechterhand die de thuisbasis blijft sturen terwijl je zelf in het buitenland vertoeft. En volhouden is de boodschap. Internationalisering van a tot z duurt een generatie lang. Vallen en opstaan horen erbij, maar de voldoening achteraf is des te groter.”

**?** [Zet deze conversatie verder op LinkedIn](#)

Hoe denkt u dat internationalisering een familiebedrijf beïnvloedt? Wil u bepaalde ervaringen delen met collega's? Brei dan een vervolg aan deze discussie op onze LinkedIn-groep. Daar gooien we u in 2012 elke maand een rake stelling uit Turbulentie voor de voeten.

Kijk dus snel naar uw LinkedIn-account en zet de conversatie verder. Zo kan ook u meehelpen om drempels voor internationaal ondernemen te verlagen.

**LinkedIn**

# In beeld: Leeuw van de Export 2012 en jaarlijks netwerkevent FIT

Op woensdag 20 juni was de Antwerpse Koningin Elisabethzaal tot de nok gevuld met het kruim van het Vlaamse bedrijfsleven en het binnen- en buitenlandse netwerk van FIT. Vol spanning keken ze uit naar de elfde uitreiking van de Leeuw van de Export. Gelukkige winnaars Skyline Communications en Waterleau kregen de felbegeerde exportprijs uit handen van Vlaams minister-president Kris Peeters. Daarna kon iedereen naar hartenlust nakaarten op ons jaarlijkse netwerkevent.

Bedankt voor uw komst, hopelijk bent u volgend jaar opnieuw van de partij!















# Een Exportmeter uit de duizend!

Halverwege juni werd bij de firma Maes Mattress Ticking de Exportmeter van FIT afgenomen. Daarmee kreeg het Zwevegemse textielbedrijf ons duizendste Exportmeterrapport in handen. De adviseurs Exportvaardigheden van FIT overhandigden het rapport aan Sales Manager Grégoire Maes en Financieel Directeur Wouter Jacobs.

Kon de Exportmeter zijn beloftes waarmaken voor Maes Mattress Ticking? "Zeker. De Exportmeter liet ons zien wat de verbeterpunten voor onze onderneming zijn. Bovendien gaven de Adviseurs Exportvaardigheden ons ook tips over hoe we dit best in de praktijk aanpakken", reageert het bedrijf tevreden.

## Is uw bedrijf klaar voor export?

Sinds oktober 2001 biedt FIT Vlaamse bedrijven de kans om gratis hun exportvaardigheid en -rijpheid te laten doorlichten door het afnemen van een Exportmeter. Dat instrument helpt u de vraag te beantwoorden of uw bedrijf klaar is voor export. Als u al exporteert, analyseert de Exportmeter of u de meest efficiënte bedrijfsprocessen toepast.

## De basis

FIT ontwikkelde de Exportmeter in samenwerking met een spin-off van de universiteit van Gent. Op basis van een reeks weloverwogen vragen onderzoekt het pakket grondig alle bedrijfsprocessen in acht bedrijfsdomeinen. Wim Pappaert en Carla Christiaens, de Adviseurs Exportvaardigheden van FIT, hebben allebei een grondige expertise in export en verzorgen de afname van de Exportmeter.

## Hoe gaat de Exportmeter in zijn werk?

Eerst worden uw bedrijfsprocessen nauwgezet doorgelicht. Daarvoor moet u ongeveer twee uur vrijmaken. In een tweede sessie maken onze Adviseurs Exportvaardigheden u wegwijs in het

stappenplan om uw bedrijfsprocessen te optimaliseren volgens de huidige best practices. Over de jaren heen werden deze best practices voortdurend geactualiseerd om rekening te houden met de continu evoluerende bedrijfsmanagementpraktijken. De Exportmeter is momenteel al aan zijn vierde versie toe. Begin dit jaar heeft FIT ook een Exportmeter voor dienstverlenende bedrijven in gebruik genomen. Nu hebben zowel ondernemingen die producten uitvoeren als deze die diensten exporteren, baat bij deze tool.

## 🔗 Ook interesse in de Exportmeter?

Neem dan contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. U vindt alle info en contactgegevens op [www.flanders-investmentandtrade.be](http://www.flanders-investmentandtrade.be).

Onder: Wouter Jacobs en Grégoire Maes.







### 'Succesvol op de Franse markt'

Dit handige boekje over zakendoen in Frankrijk kan u downloaden of bestellen op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be), in de rubriek 'Mediatheek' – 'Brochures en folders'.

## Tip!

### Maak goede afspraken

In Straatsburg gaf de heer Leplat, voorzitter van de Nationale Federatie van Handelsagenten een praktische uiteenzetting over het statuut van Franse handelsagenten. Tussen de Belgische en Franse voorwaarden bestaan immers grote verschillen. Bovendien is het beroep in Frankrijk beschermd door een bijzonder strikte wetgeving. Neem de regelgeving op voorhand grondig door. Maak duidelijke afspraken met uw handelsagent en stel een sluitend contract op.

# Franse handelsagenten als voet tussen de deur

Hoewel de Franse afzetmarkt op een boogscheut van Vlaanderen ligt, heerst er toch een heel andere wetgeving en mentaliteit. Het is bijvoorbeeld geen geheim dat Fransen het liefst zakendoen met landgenoten. Daarom nemen veel bedrijven lokale handelsagenten onder de arm. Maar hoe vindt u die perfecte tussenpersoon? FIT Rijsel organiseerde op 23 april een trefdag voor Franse handelsagenten en Vlaamse bedrijven in Straatsburg. De focus lag daarbij op de regio's Elzas en Lotharingen.

"Als je een Franse handelsagent benadert, krijg je vaak een terughoudende reactie. Goede kandidaten vinden is allesbehalve eenvoudig." Bart Simoens van tapijtenfabrikant Prado Rugs – Pappilio verwoordt het probleem waar veel Vlaamse ondernemers mee kampen. "De trefdag van FIT in Straatsburg was dan ook een unieke kans om Franse handelsagenten te ontmoeten. Wij kwamen er al snel met een geschikte kandidaat in contact. Hij is onlangs voor ons gestart als agent."

### Belangrijke troeven

Het vinden van goede handelsagenten mag dan niet eenvoudig zijn; de voordelen van deze tussenpersonen zijn wel legio. "Fransen doen nu eenmaal gemakkelijker zaken met Fransen", zegt Patrick De Letter van confiserie Trefin. "Daarom

is het een goed idee om lokale mensen in te schakelen." Ook de markt- en regiokennis van handelsagenten zijn belangrijke pluspunten. Zo houden ze u op de hoogte van markttrends of de acties van mogelijke concurrenten. Bovendien plukt u doorgaans de vruchten van hun uitgebreide netwerk.

### Sleutels naar Frankrijk

Aangezien handelsagenten werken op commissie is ook het kostenplaatje interessant. "Als kleine onderneming is het niet evident om zomaar de grote Franse markt te betreden", bevestigt Philippe Beernaert van Nozon Technologies, een bedrijf dat ecologische verlichting op zonne-energie ontwikkelt. "Een vertegenwoordiger in dienstverband is meteen een aanzienlijke extra kost. Daarom zochten wij al enkele jaren naar een

geschikte handelsagent. Dat verliep erg moeizaam. Op de trefdag in Straatsburg kwamen we gelukkig snel in contact met een heel gedreven persoon, die intussen voor ons aan de slag is gegaan."

### 🔍 Ook op zoek?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle info en contactgegevens vindt u op [www.flanders-investmentandtrade.be](http://www.flanders-investmentandtrade.be).



### Zakendoen in Duitsland

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.

#### Succesvol op de Duitse markt

Zakendoen met Duitsland, Leidraad voor internationaal ondernemen



# Hoe vindt u de juiste Duitse handelsagent?

Al jarenlang voert Duitsland de ranglijst van Vlaamse exportmarkten aan. Toch is het niet altijd makkelijk om als ondernemer voet aan de grond te krijgen in de Duitse markt. Samenwerken met een lokale handelsagent levert vaak een grote meerwaarde op. Een handelsagent die de taal spreekt, de markt en de lokale gebruiken kent en er over een uitgebreid netwerk beschikt, opent immers vele deuren.

Op 30 mei 2012 organiseerde FIT in Keulen een trefdag voor Duitse handelsagenten en Vlaamse ondernemers. De focus lag daarbij op de sectoren voeding & dranken en meubelen & interieur. 55 Vlaamse bedrijven kwamen naar het Belgische Huis in Keulen. Hun bedrijfsprofielen werden op voorhand gescreend door een aantal Duitse handelsagenten. Op die manier verliepen de vele gesprekken tussen Vlaamse ondernemers en Duitse handelsagenten in Keulen zeer gericht en efficiënt.

### Advies van een ervaringsdeskundige

Hans Roetert Steenbruggen, sales manager bij Nikita, nam deel aan de trefdag die FIT in 2009 organiseerde. Hij zocht én vond toen een geschikte Duitse handelsagent. Daardoor won Nikita snel een eerste supermarktketen in Duitsland als

klant. Intussen levert het bedrijf wekelijks salades aan meerdere supermarkten in Duitsland.

Op onze trefdag in mei getuigde Hans Roetert Steenbruggen over zijn ervaringen in de Duitse markt. Hij wees de deelnemers op het erg grote aandeel van de discounters en op het belang van de nodige certificaten in Duitsland. Daarnaast vertelde hij dat supermarkten in Duitsland nog vaak worden uitgebaat door zelfstandigen en franchisers. Zij moeten extra worden overtuigd van de meerwaarde van elk product.

### Juridische tips

Op de trefdag was er ook aandacht voor de juridische gevolgen van het werken met een handelsagent. De Duitse advocaat Rolf Beeker gaf tekst en uitleg bij enkele modelovereenkomsten van handelsagentuur. Voorts besprak de Vlaam-

se advocate Veerle Waeterloos de verschillen tussen de Belgische en Duitse regelgeving inzake verkoopconcessies. Tot slot belichtte ze de voorwaarden en modaliteiten van concurrentiebedingen en de vastgestelde opzegtermijnen en opzegvergoedingen.

### 🔗 Hulp nodig in Duitsland?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Alle info en contactgegevens vindt u op [www.flanders-investmentandtrade.be](http://www.flanders-investmentandtrade.be).

# Er beweegt iets in de Balkan

Kroatië, Servië en Slovenië hebben een gemeenschappelijk verleden als leden van het voormalige Joegoslavië. Hoewel ze vaak in één adem worden genoemd, zijn het erg verschillende exportmarkten. Wat ze wel gemeen hebben: voor Vlaamse ondernemers liggen er kansen. Om dat te bewijzen, organiseerde FIT van 21 tot 24 mei een multisectorale missie naar Zagreb, Belgrado en Ljubljana. Zeventien Vlaamse bedrijven namen deel aan de Balkantrip.

Slovenië is al acht jaar lid van de EU en behoort sinds 2007 ook tot de eurozone. Intussen is het land – ondanks zijn kleine inwonersaantal – uitgegroeid tot een volwassen exportmarkt. Kroatië maakt zich op om vanaf 1 juli 2013 toe te treden tot de EU, terwijl dat einddoel voor kandidaat-lidstaat Servië nog veraf lijkt. Het land is evenwel de grootste en sterkste industriële economie in de westelijke Balkan en voert geliberaliseerde handel met de EU.

## Hoge verwachtingen

De missie ging van start in het Kroatische Zagreb. Domagoj Juricic van de Kroati-

sche Kamer van Koophandel bevestigde dat de verwachtingen over het nakende EU-lidmaatschap hooggespannen zijn. De Kroaten hopen dat minder corruptie, meer financieringsmogelijkheden en efficiëntere administratie het plaatselijke zakenklimaat nieuw leven zullen inblazen. Ludo Zaidi, verkoopverantwoordelijke voor FAM – een fabrikant van industriële snijmachines voor voedingswaren – maakte er kennis met een potentiële agent voor de Kroatische markt. “Deze missie was een uitstekende kans om met agenten en potentiële eindgebruikers in contact te komen”, zegt hij. “Zowel Kroatië en Slovenië zijn voor ons veelbelovende markten. Tijdens de infosessies stak

ik veel op. Die kennis zal op lange termijn ongetwijfeld vruchten afwerpen.”

## Klein maar dapper

Volgende stop was Ljubljana in Slovenië. “Een kleine maar veelbelovende markt”, zegt Chris Steppe, exportmanager van Ecobeton. “Aangezien wij vooral gespecialiseerde knowhow op het gebied van kleinschalige afvalwaterzuivering exporteren, moesten we er ook met heel specifieke bedrijven in contact zien te komen. Tijdens deze missie was zowel de kwantiteit als de kwaliteit van de afspraken erg goed. Ik kon vaststellen dat zowel Slovenië als Kroatië sterk opkomende markten zijn. Servië heeft nog een weg af te leggen, maar ook daar is de bereidheid en de vraag naar onze technologie groot.”

## Prospectie voor de toekomst

Voor Cedric Dupont, Area Sales Manager bij producent van gevogelteproducten Kipco-Damaco, was vooral de laatste halte in Servië interessant. “Momenteel kunnen we niet exporteren naar dat land, omdat de certificering tussen België en Servië nog niet op punt staat”, legt hij uit. “Toch is het opportuun om die markt nu al te verkennen en contacten te leggen. Eens de certificering erdoor komt, hoeven we immers niet meer te prospecteren en zijn we klaar om de markt te betreden.”



Boven: de Sloveense hoofdstad Ljubljana.

## 2 Ook plannen in de Balkan?

Wil u uw exportkansen in Kroatië, Servië of Slovenië een duw in de rug geven? Neem contact op met een provinciaal kantoor van FIT in uw buurt, onze medewerkers helpen u graag verder. U vindt alle contactgegevens op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be).



# Vlaamse bedrijven kunnen een rol van betekenis spelen in **Libië**

Ondernemen in Libië is niet vanzelfsprekend. Deze fragiele markt kampt immers, ondanks of in sommige gevallen door de revolutie van 2011, nog altijd met enorme noden. Toch beslisten 24 Vlaamse bedrijven om er hun kans te wagen. De Vlaamse ondernemers trokken van 18 tot 21 mei, samen met nog 18 Brusselse en Waalse bedrijven, naar Libië. Deze multisectorale groepsreis organiseerde FIT in samenwerking met zusterorganisaties Brussel Invest & Export en AWEX.



Boven: Alhal Altbi en Roam Chemie ondertekenen een contract.

Infrastructuur was in prerevolutionair Libië al een pijnpunt, maar tien maanden van oorlog en bombardementen hebben de problemen alleen maar verergerd. Olie- en gasvelden, wegen, havens en luchthavens moeten dringend worden heraangelegd. Ook de continuïteit van water- en elektriciteitstoevoer en telecommunicatie is een struikelblok. Op humanitair vlak blijven onderwijs, gezondheidszorg, huisvesting, veiligheid in al zijn aspecten, voeding en landbouw zorgenkindjes.

## Hoopgevende factoren

Toch zijn er ook positieve signalen: in 2012 voorziet de Wereldhandelsorganisatie WTO een groei van maar liefst 23%. Bovendien staat de olieproductie momenteel alweer op 75% van het niveau van 2010. Kortom, Libië beschikt over een solide financiële basis om de problemen aan te pakken.

## Libië in de toekomst

De aftrap voor de zending werd gegeven door een gesmaakt seminarie waarop diverse actoren van de Libische overheid en privésector hun visie gaven over de toekomst van hun land. Daarbij schuwden ze ook de discussie niet. Dat leverde erg interessante inzichten op in de knelpunten en de verzuchtingen van beide groepen.

Sprekers waren onder meer Ali Ahmed Essalah, viceminister van Planning, Mohamed Shalluf, viceminister van Infrastructuur, Ahmed Al Gaied, directeur-generaal van het Centre des Informations et Documentations du Ministère de l'Industrie, Abdullah Al Fallah, voorzitter van de Businessmen Council, Husny Bey, CEO van HB Group, Nabil Suleiman, stichter van de The Libyan Association of Entrepreneurs, Dr. Khadra Abubaker, minister van Gezondheid, Usama Al Abed, CEO van Hadatha Consultant, Jihad Bajikni, directeur-generaal van

Delta Aviation, en Abdullah Al Mahmudi, directeur-generaal van Nour Center.

## Rechtstreekse gesprekken met de overheid

Uitzonderlijk stonden er deze keer niet alleen b2b-afspraken op het programma, maar het merendeel van de bedrijven nam ook deel aan meetings op ministeriële kabinetten en overheidsinstellingen. De wil om samen te werken met België is overal zeer groot. Toch maakten de Libische gesprekspartners duidelijk dat Libië streeft naar een win-winsituatie. Daarmee werd bedoeld dat technische expertise en investeringen hoog op het Libische verlanglijstje staan.

## Met resultaat

De zending eindigde met een netwerk-receptie op de Belgische ambassade. Op deze prestigieuze locatie ondertekende het bedrijf Roam Chemie een contract met nieuwe klant Alhal Altbi.

## Nog acties volgend jaar

Bedrijven uit de constructiesector konden hun verblijf verlengen voor een bezoek aan Libya Build 2012, een internationale bouwbeurs met 615 exposerende bedrijven en meer dan 12.000 bezoekers. In 2013 zal FIT voor het eerst deelnemen aan deze beurs.

## Meer weten over zakelijke kansen in Libië?

Neem dan contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. U vindt alle info en contactgegevens op [www.flanders-investmentandtrade.be](http://www.flanders-investmentandtrade.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!

## GROEPSZAKENREIS



### Groepszakenreis 'Multisectoraal – Egypte'

1 tot 5 oktober 2012

Egypte bevindt zich nog in een overgangsperiode – met de bijbehorende economische uitdagingen – maar er blijven opportuniteiten in deze aantrekkelijke markt. Het land staat voor een inhaalbeweging. Prognoses maken gewag van een langetermijngroei-potentieel van gemiddeld 5,2% per jaar. Bovendien is Egypte van alle Arabische landen het meest dichtbevolkte, waardoor het een belangrijke en invloedrijke markt vertegenwoordigt.

FIT zoekt voor u geschikte partners en werkt een individueel afsprakenprogramma op maat uit in Cairo en Alexandrië.

#### Inschrijven

kan tot 15 augustus 2012 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Catherine Van Ransbeeck, 02 504 88 62  
[catherine.vanransbeeck@fitagency.be](mailto:catherine.vanransbeeck@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Multisectoraal – Tsjechië'

15 tot 19 oktober 2012

Tijdens deze missie bezoekt de delegatie Praag en Brno. De zending staat open voor bedrijven uit alle sectoren, maar de focus zal liggen op voeding & dranken, cleantech en bouw.

Tsjechië telt ongeveer 10,5 miljoen inwoners en behoort net tot de top 20 van Vlaamse uitvoerbestemmingen. De nieuwe Tsjechische innovatie- en technologiecentra demonstreren een grondige vakkennis.

#### Inschrijven

kan tot 31 augustus 2012 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Karine De Vleeschouwer, 02 504 87 37  
[karine.devleeschouwer@fitagency.be](mailto:karine.devleeschouwer@fitagency.be)



### Bierdegustatiedag Londen

23 oktober 2012

Jaarlijks spenderen de Britten 17 miljard pond aan bier. Het gerstenat vertegenwoordigt ongeveer 41% van alle alcoholische

dranken die in het VK worden verkocht. Zo'n 60% daarvan wordt geconsumeerd in pubs, restaurants en hotels.

Britse consumenten lopen de laatste jaren warm voor de Belgische speciaalbieren. FIT nodigt daarom Britse inkopers van groothandels, horeca, retail en vakpers uit om Belgische brouwers te ontmoeten op een bierdegustatie. Aansluitend is tijd voorzien voor b2b-gesprekken. Dit is een unieke kans om op één dag, op dezelfde locatie in Londen, talrijke potentiële zakenpartners te spreken.

#### Inschrijven

kan tot 5 september 2012 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Lukas Vanacker, 02 504 88 05  
[lukas.vanacker@fitagency.be](mailto:lukas.vanacker@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Voeding & dranken – Polen'

6 tot 9 november 2012

Vlaamse bedrijven actief in voeding & dranken kunnen in Polen succesvol zakendoen. Daarom organiseert FIT deze groepszakenreis naar Warschau en Poznan. Aan Poolse zijde is de vraag naar private labels groot. Ondernemingen die daarop een antwoord kunnen bieden, moedigen we dan ook extra aan om deel te nemen.

### Inschrijven

kan tot 31 augustus 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Karine De Vleeschouwer, 02 504 87 37  
[karine.devleeschouwer@fitagency.be](mailto:karine.devleeschouwer@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Multisectoraal - Italië'

28 tot 31 oktober 2012

FIT organiseert voor het eerst in jaren een multisectorale zending naar de economisch sterkste regio's van Italië: Lombardije en Piemonte.

Milaan, hoofdstad van de regio Lombardije, vormt een strategisch knooppunt voor zowel de Italiaanse economie als voor de rest van Europa. Naast mode en design zijn ook onder meer agrovoeding, farma en de banksector sterk vertegenwoordigd.

Turijn, de hoofdstad van de regio Piemonte, is na Milaan de grootste stad van Noord-Italië. De regio is niet gespaard gebleven van de economische crisis, maar deze moeilijker periode schept ook innovatiekansen. In Piemonte zijn volgende sectoren in opmars: ICT, alternatieve energie, intelligente transportsystemen en logistiek.

### Inschrijven

kan tot 15 september 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Liesbet Huyge, 02 504 88 22  
[liesbet.huyge@fitagency.be](mailto:liesbet.huyge@fitagency.be)



### Groepszakenreis 'Cleantech - India'

4 tot 9 november 2012

Met een groeiende economie en een jaarlijkse bevolkingstoename van 1,3% - de teller staat nu op bijna 1,3 miljard Indiërs - is het evident dat watermanagement en hernieuwbare energie topprioriteiten zijn. Tijdens deze zending ontdekt u de Indiase cleantechsector.

FIT biedt u een op maat gemaakt programma aan dat zowel op water als op energie is toegespitst. We organiseren niet alleen b2b-afspraken, maar ook rondetafels met plaatselijke actoren.

### Inschrijven

kan tot 7 september 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Erna Janssens, 02 504 88 10  
[erna.janssens@fitagency.be](mailto:erna.janssens@fitagency.be)

## GROEPSSTAND



### MIDEST - Parijs

6 tot en met 9 november 2012

MIDEST is hét Europese trefpunt voor toeleveranciers aan de industrie. Dit jaar is de internationale vakbeurs toe aan de 41ste editie. Ongeveer 40.000 bezoekers ontdekken er de producten en diensten van vrijwel alle grote spelers uit diverse industrieën.

De exposanten - gemiddeld zo'n 1.850 - komen voor bijna 40% uit het buitenland. Ze vertegenwoordigen het volledige scala aan toeleveringssectoren zoals industriële metaalbewerking, microtechnieken, composietmaterialen, moulding en een brede waaier aan diensten.

### Inschrijven

kan tot en met 13 augustus 2012 op  
[www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ☎ Gabor Becski, 02 504 87 02  
[gabor.becski@fitagency.be](mailto:gabor.becski@fitagency.be)

## CONTACTDAGEN

### Contactdag Mexico en Venezuela

5 tot en met 12 september 2012

Locatie: Kortrijk, Gent, Hasselt, Antwerpen en Leuven

### Inschrijven

kan tot en met 11 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Argentinië en Brazilië

5 tot en met 12 september 2012

Locatie: Kortrijk, Gent, Hasselt, Antwerpen en Leuven

### Inschrijven

kan tot en met 11 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Chili en Peru

5 tot en met 12 september 2012

Locatie: Kortrijk, Gent, Hasselt, Antwerpen en Leuven

### Inschrijven

kan tot en met 11 september 2012.  
 ☎ Neem contact op met uw provinciaal kantoor

### Contactdag Cuba

10 tot en met 12 september 2012

Locatie: Hasselt, Antwerpen en Leuven

### Inschrijven

kan tot en met 11 september 2012.  
 ☎ 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)



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 Colin Vandenbussche, Tender Operations Senior Engineer bij STFA Marine Construction.

# "Dineren met zicht op de Bosporus is moeilijk te overtreffen"

Eigenlijk had ik tijdens mijn studies geen grote dromen over mijn carrière. Ik was er vooral mee bezig om mijn ingenieursdiploma te behalen. Het keerpunt kwam er in 2006. Tijdens een stage in de Oekraïense hoofdstad Kiev kreeg ik de internationale smaak te pakken. Daarna liep ik nog stage in het Ierse Limerick en trok ik voor zes maanden met Erasmus naar het Noorse Trondheim. Op je eentje in een andere cultuur terecht komen, maakt je flexibeler en meer open-minded. Voor mij was het een uitstekende voorbereiding op wat komen zou.

Wie ergens in gelooft, moet zich erin vastbijten. Het is een les die ik snel leerde. Na mijn Erasmus-ervaring in Noorwegen werkte ik twee jaar op de tenderafdeling van Dredging International, een dochtermaatschappij van DEME. Tijdens mijn stage in Ierland had ik echter Begüm, mijn Turkse vrouw, leren kennen. Na twee jaar pendelen tussen België en Turkije besloot ik in 2010 de stap te wagen en naar Istanbul te verhuizen.

Een mooie baan opgeven en vrienden en familie achterlaten, is niet evident. Hoe je het ook bekijkt, het blijft een sprong in het duister. Gelukkig kon ik

altijd rekenen op mijn vrouw en haar familie. Ik kende Istanbul ondertussen ook vrij goed. Via FIT kwam ik in contact met Linea Trovata, een Vlaams bedrijf dat in Turkije een mogelijke markt zag voor de installatie van zonnepanelen. Ze rekenen op mij om de mogelijkheden in kaart te brengen. Hoewel er in Turkije aan zonnepanelen geen gebrek is, bleek het land echter niet klaar voor investeringen in zonnepanelen.

Soms moet je wat geluk hebben... Net toen ik op zoek was naar een nieuwe baan, zocht STFA Marine Construction, een van de meest gerespecteerde Turkse bouwbedrijven, naar een Franssprekende ingenieur in de mariene sector. Aangezien ik bij Dredging International waardevolle ervaring had opgedaan als mariene contractor, kon ik er aan de slag. Ik werk er vandaag op de tenderafdeling. Het is aan ons om nieuwe projecten binnen te halen. De mariene bouwafdeling van STFA bouwt voornamelijk containerhavens en staat erg sterk in de VAE, Qatar, Oman en Saoedi-Arabië. Ik blijf dus internationaal bezig.

Voor een Vlaming kan een metro-pool van 14 miljoen inwoners nogal overweldigend zijn. Maar ik wist me snel aan te passen. In Istanbul zijn de meeste winkels bijvoorbeeld open tot



**Paspoort:**

**Naam:**  
Colin Vandenbussche

**Bedrijf:**  
STFA Marine Construction

**Sector:**  
Infrastructuur en constructie

**Functie:**  
Tender Operations Senior Engineer

**Studies:**  
Burgerlijk ingenieur bouwkunde

**Leeftijd:**  
28 jaar



tien uur 's avonds of later. Onlangs was ik in België en stond ik iets na zessen voor een gesloten winkeldeur. Ik kon mijn ogen niet geloven. Na verloop van tijd went alles in Istanbul, zelfs het complete gebrek aan verkeersregels. De enige harde noot om te kraken, was de taal. Turken zijn enorm gastvrij en nieuwsgierig, maar zonder kennis van het Turks blijf je toch wat op je honger zitten. Dankzij veel geduld en doorzettingsvermogen heb ik de taal nu behoorlijk goed onder de knie.

Of ik ooit nog terugkeer? Dat weet ik niet. Een ontbijt of een diner met zicht op de Bosporus is moeilijk te overtreffen. Af en toe mis ik wel eens een speciaalbiertje in een gezellig café, samen met familie en vrienden, maar ik ben erg tevreden over mijn keuze om in Turkije te wonen en werken. Ik heb hier tenslotte op verschillende vlakken mijn hart verloren. Bovendien sta ik na een vlucht van slechts drie uur in Zaventem.



Doris Wu  
Handelssecretaris Taipei

**Waar?**  
Eslite Bookstore  
11, Song-Gao Rd.  
Xinyi District, Taipei

Metro: Taipei City Hall Station (Blue Line);  
neem Exit 2 en dan is het vijf minuten wandelen.

“Boekwinkels worden zelden tot de toeristische bezienswaardigheden gerekend. Sinds de opmars van het internet en van e-readers zoals Kindle staat hun voortbestaan zelfs op losse schroeven. Toch is er minstens één uitzondering op de regel: de boekwinkelketen Eslite in Taipei. Die blijft populair bij zowel lokale bewoners als buitenlandse bezoekers.

Je kan uren doorbrengen in Eslite. In dit winkelcomplex – bijna 25.000 m<sup>2</sup> groot, zes boven- en twee kelderverdiepingen – staan meer dan een miljoen boeken uitgesteld. Hier vind je bovendien de grootste selectie kinderboeken van het land. Overal zijn futuristische ruimtes ingericht, met uitnodigende plekjes om een boek te doorbladeren. Daarnaast kregen ook exclusieve

boetieks, lifestylewinkels, restaurants en galerijen onderdak in Eslite. Geregeld vinden er boeklanceringen, kookworkshops en optredens plaats.

Als je bij ‘stooftopje van varkenswangen met bittere chocolade en romige uienschuim’ ook begint te watertanden, dan beveel ik je met plezier een van mijn favoriete restaurants aan. Daarvoor moet je op de zesde verdieping zijn, in The Library. Het fenomenale zicht op de wolkenkrabber Tapei 101 krijg je er gratis bovenop.”

*Tzai chien!*

## Boekentip

# Vokawijzer 19 ‘Voka’s Exportgids’

### Voka

Nieuwe afzetmarkten creëren, risico’s spreiden, kosten drukken door schaalvergroting... Er zijn tal van redenen pro internationaal ondernemen. Hoe u uw exportplannen succesvol in de praktijk omzet, ontdekt u in de nieuwste editie van Voka’s Exportgids.

Vlaanderen behoort al een tijdje tot de internationale top wat export betreft. “Toch zien we dat dit vooral het werk is van grotere ondernemingen”, zegt Jo Libeer, gedelegeerd bestuurder van Voka. “Nochtans biedt export ook mogelijkheden voor kleine Vlaamse ondernemingen. Bovendien stellen we vast dat Vlaamse ondernemers veel kansen laten liggen in de nieuwe groeimarkten.”

### Tips en tricks

Om die redenen, en om kmo’s te helpen en te stimuleren bij hun export, hebben de adviseurs voor internationaal ondernemen van Voka de Exportgids opgesteld. In negen hoofdstukken belicht die alle aspecten van een exportparcours: van voorwaarden, distributiekanaalen en risico’s, over juridische aspecten, invoerrechten en documenten, tot transport en duurzaamheid. Zowel beginnende als doorgewinterde exporteurs vinden er tal van praktische tips en tricks.

### Economisch DNA

Jo Libeer: “Willen we als regio competitief blijven, dan hebben we nood aan

### Vokawijzer 19

februari 2012

Exportgids



Voka  
Vlaams  
netwerk van  
ondernemingen

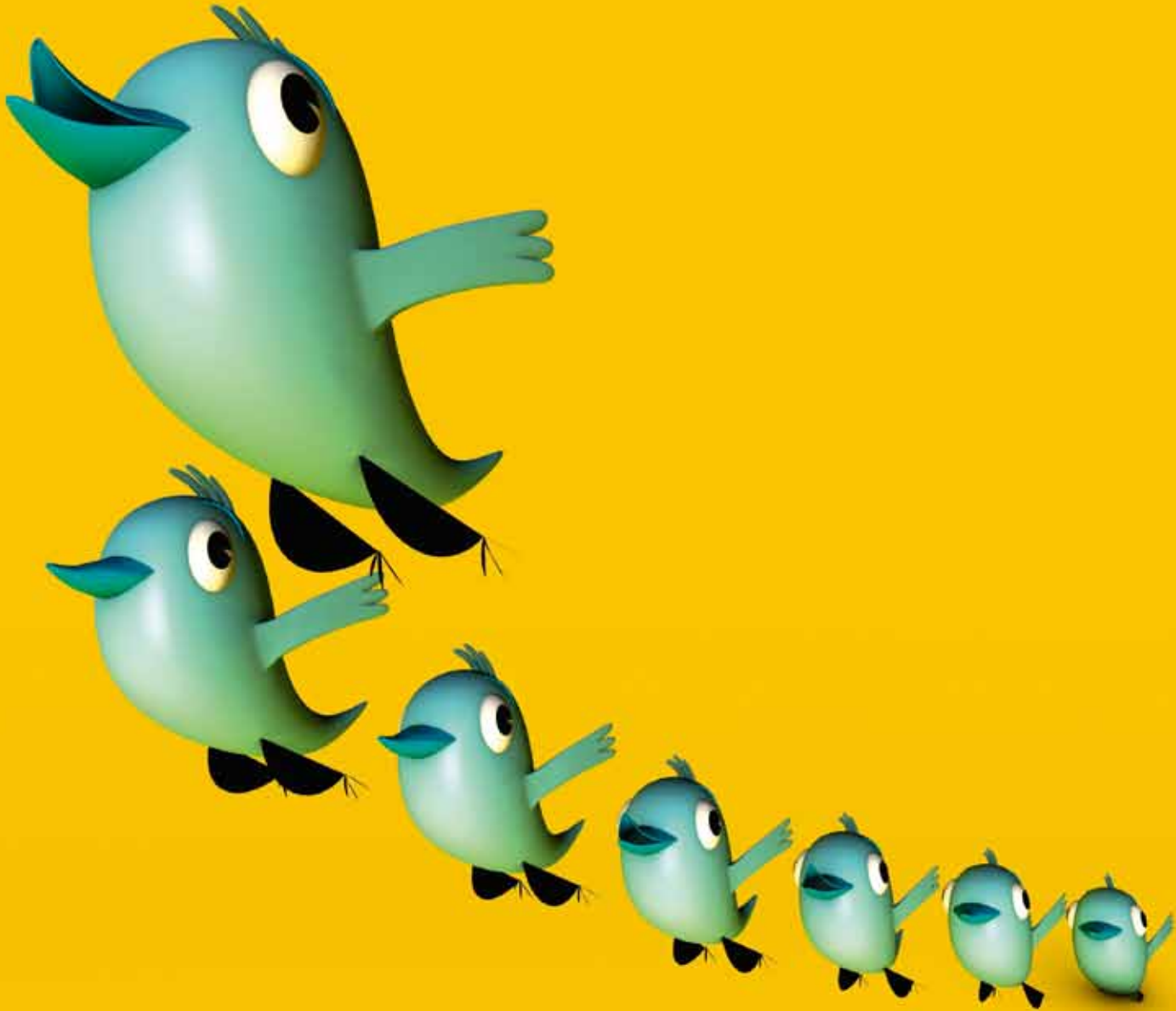
Vokawijzer 19 ‘Voka’s Exportgids’  
Voka

bedrijven die zorgen dat we ons economische DNA vernieuwen. Daarom is internationaal ondernemen stimuleren voor ons een prioriteit.”

Interesse? Mail naar [info@voka.be](mailto:info@voka.be).

@[ondernemers](#): geef uw #export vleugels op <http://twitter.com/fitagency>

about 1 hour ago via [twitterfeed](#) ☆ 🗑



<http://twitter.com/fitagency>



**Flanders Investment & Trade**

Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen