

Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

April 2012 nr. 41



Slabbinck trekt weg van onder de kerktoren

Ontdek de aangepaste
subsidies voor
internationaal ondernemen

Innoverende kmo's?
Hoe vernieuwend!



4 Aan de slag in Polen

8 Radar

10 Innoverende kmo's? Hoe **vernieuwend!**

15 Slabbinck trekt weg van onder de kerktoren

18 Filmpjes **Leeuw van de Export**: de making-of

20 Ontdek de aangepaste subsidieregeling voor **internationaal** ondernemen

21 Biofach: verzamelen geblazen voor de internationale biosector

22 Zoete **verleiding** werkt op ISM

24 Vertrek

26 Osaka als **begin** van een internationale loopbaan

27 Zürich: klein maar fijn



Wereldwijs is een uitgave van



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen

Flanders Investment & Trade

Gaucheretstraat 90
1030 Brussel
T 02 504 87 11
www.flandersinvestmentandtrade.be
wereldwijs@fitagency.be
www.linkedin.com/groups
twitter.com/fitagency

Verantwoordelijke uitgever: Claire Tillekaerts.

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

Hoofredactie: Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.

Foto's: Bart Lasuy, Philip Vanoutrive en Artoos.

Lay-out en druk: Artoos Communicatiegroep.

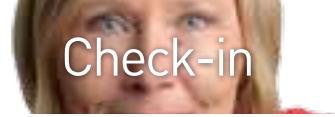
Overnemen of vermenigvuldigen van artikels is uitsluitend toegestaan met vermelding van bron (bron: Wereldwijs/Flanders Investment & Trade).

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.

Wenst u een exemplaar? Stuur een mail naar wereldwijs@fitagency.be met uw adresgegevens.

KLIMAATNEUTRAAL GEDRUKT
certificaat nr.: 53520-1203-1008
www.artoos.be

 **RECYCLED**
Papier gemaakt van gerecycled materiaal
FSC® C007370



Beste lezer,

Uitzonderlijke exportprestaties verdienen het om in de bloemetjes te worden gezet. Ze inspireren ondernemers en geven onze economie een stevige boost. Daarom bekroont FIT jaarlijks de bedrijven die daarin het meest hebben uitgeblonken in het jaar voordien met de Leeuw van de Export. Op 27 april loopt de inschrijvingsperiode af. Mogelijk heeft u uw dossier al ingediend of bent u dat nog aan het verfijnen. Of misschien twijfelt u nog over uw deelname. In dat laatste geval trekken we u graag over de streep.

Voormalige titelhouders van de Leeuw van de Export bevestigen keer op keer hoe belangrijk het winnen van deze prijs is geweest voor hun bedrijf. Dat kwam overduidelijk tot uiting tijdens de voorbereidende seminars in Leuven en Gent, waar enkele ex-winnaars hun ervaringen deelden met de aanwezigen.

In aanloop naar de uitreiking kan u onze activiteiten rond de Leeuw van de Export op de voet volgen via www.leeuwvandeexport.be. Steven Cuypers van Orfit Industries en Bert Van der Auwera van BEST doen er uit de doeken hoe zij hun overwinning vorig jaar hebben beleefd. En wat deze exportprijs teweegbracht voor hun dagelijkse business.

Bij deze Wereldwijs vindt u een vragenlijst, waarin we polsen naar uw tevredenheid over de inhoud en de vorm van dit maandelijkse magazine. Want ook al krijgen we regelmatig positieve reacties op artikels – live of via Twitter en onze LinkedIn-groep – toch blijven we de lat hoog leggen. Na veertig nummers van Wereldwijs wordt het tijd om bij te schaven. En daarvoor luisteren we graag naar uw mening. U kan schriftelijk of online aan dit lezersonderzoek deelnemen. We verwelkomen en waarderen uw bijdrage ten zeerste!

Claire Tillekaerts
Waarnemend gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



Aan de slag in Polen

Schrijf uw eigen hoofdstuk in het economische succesverhaal van Europa

Binnenkort staat Polen in de sportieve spotlights. Samen met Oekraïne organiseert het land immers EURO 2012, het Europees kampioenschap voetbal. In de aanloop daarvan kwamen vele bouw- en renovatieprojecten in een stroomversnelling. Maar liefst 38 miljard euro trok de Poolse overheid hiervoor uit. Vlaamse ondernemers konden er de jongste jaren dan ook heel wat zakelijke kansen verzilveren. Blijft dat zo of ebben de opportuniteiten weg?



Rechts: het gedeelde gastheerschap van EURO 2012 met Oekraïne lokt vele Vlaamse ondernemers naar Polen.

Onder: het historische centrum van Warschau is een bezoek waard.



Vlaamse Economische Vertegenwoordiger (VLEV) Luc Strybol is al bijna drie jaar op post in de hoofdstad Warschau. Van daaruit helpt hij Vlaamse ondernemers met hun vragen over zakendoen in Polen. Wereldwijd vroeg hem naar de huidige en toekomstige marktsituatie, mogelijke valkuilen voor Vlaamse ondernemers bij een marktintrede en tips om daarmee om te springen.

Polen is een van de weinige EU-landen die de wereldwijde financiële en economische crisis schijnbaar moeiteloos heeft doorstaan. In 2008 kon het land een bbp-groei van 5% voorleggen en in 2009 1,6%. Hoe komt dat?

Luc Strybol: "Uiteraard is het volledige antwoord een pak complexer, maar in een notendop zie ik vijf belangrijke redenen. Eerst en vooral kent Polen een stabiele binnenlandse vraag in een relatief grote interne markt met zijn 38 miljoen inwoners. In tegenstelling tot andere nieuwe EU-lidstaten had het land voordien niet de fenomenale groeispurten van soms wel 10% per jaar meegemaakt, dus de terugval kon niet zo groot zijn. Voorts zorgen ook de grote EU-investeringen, een stabiele banksector die weinig risico's neemt en het vasthouden aan de lokale munteenheid zloty ervoor dat het land zonder kleerscheuren de crisis is doorgelopen."

Wel veroorzaakte de crisis een meer afwachtende houding bij grotere investeringen, zowel bij de overheid als in de private sector. Projecten werden

op pauze gezet. Maar de gezinsinkomens blijven jaarlijks groeien, waardoor het consumentenvertrouwen ongeschonden is."

Polen is een van de ex-Oostblok-landen. Hoe groot is de rol van de overheid vandaag nog?

Luc Strybol: "Noem Polen nooit luidop een Oostblokland, de Polen zien zichzelf als Centraal-Europees. De overheid is wel nog altijd de gangmaker van de Poolse economie. Stapsgewijs worden bedrijven geprivatiseerd, maar omdat de staat de bouwheer is van de meeste projecten, speelt hij nog altijd een zeer grote rol."

"Polen kent een stabiele binnenlandse vraag in een relatief grote interne markt met zijn 38 miljoen inwoners."

Al enkele jaren is het gedeelde gastheerschap van EURO 2012 met Oekraïne dé stimulans om Vlaamse ondernemers naar Polen te lokken. Vallen nadien de opportuniteiten weg?

Luc Strybol: "EURO 2012 is de kapstok waaraan vele projecten zijn opgehangen. Maar sowieso duren de steunmaatregelen van de EU tot en met 2013. In Polen is de nood aan infrastructuur bovendien ontzettend hoog, dat zal zeker nog de komende twintig jaar zo zijn. Terwijl de focus momenteel ligt op autosnelwegen en stadions, zal die verschuiven naar spoorwegen, ziekenhuizen en energievoorziening."

De bouwsector is een van de pijlers van de Poolse economie. Bieden andere sectoren ook evenveel kansen voor Vlaamse ondernemers?

Luc Strybol: "Polen is een enorme groei-markt, dus in alle branches kunnen Vlaamse ondernemers succesvol zaken doen. Zeer beloftevol zijn de sectoren gezondheidszorg, medische hulpmiddelen en farma, voeding, energie en milieu. In die laatste tak zijn de grote investeringen nog uitgesteld, maar ik vermoed dat afvalmanagement en groene energie nog veel mooie opportuniteiten zullen voortbrengen."



Boven: Luc Strybol

"In Polen is de nood aan infrastructuur bovendien ontzettend hoog, dat zal zeker nog de komende twintig jaar zo zijn."

Wat zijn de troeven en de minder sterke punten van Polen op economisch vlak?

Luc Strybol: "Polen kan uitpakken met een hoge productiviteit tegen een lage prijs en uitstekende, technische opleidingen in vakscholen. Als keerzijde van de medaille ontbreekt het de Polen aan innovatie en kennen ze de kracht van hun eigen bedrijven te weinig. Hun onderlinge netwerk is te beperkt en kan beter worden uitgebouwd."

Het verschil tussen stad en platteland is nog heel groot in Polen. Welke steden verkennen Vlaamse ondernemers zoal?

Luc Strybol: "Het economische en financiële hart van Polen is Warschau."

De hoofdstad speelt dan ook een dominante rol in het bedrijfsleven. Het is ook de meest aangewezen bestemming voor prospectie. Daarnaast is Poznan een belangrijk handelscentrum en Gdansk een toonaangevende havenstad."

"Polen kan uitpakken met een hoge productiviteit tegen een lage prijs en uitstekende, technische opleidingen in vakscholen."

Hoe pakken Vlaamse ondernemers het best hun Poolse marktintrede aan?

Luc Strybol: "De directe benadering is de beste. Daarvoor moeten de Vlaamse bedrijven regelmatig naar hier komen. Op tussenpersonen rekenen is geen goed idee; vaak zijn agenten zwak of onbetrouwbaar. Daarom is de oprichting van een eigen verkoopkantoor een uitstekende zet. Ook de aanwerving van een goede lokale contactpersoon is warm aanbevelen. FIT helpt weliswaar niet bij de aanwerving zelf, maar kan wel contacten doorgeven. Tot slot spelen de Vlaamse ondernemers in Polen het best hun flexibiliteit uit, daarmee kunnen ze het verschil maken met andere bedrijven."

Met welke hindernissen kampen de meeste Vlaamse ondernemers?

Luc Strybol: "Polen zijn tamelijk gesloten en spreken zelden andere talen, dus communiceren verloopt moeizaam. Daarnaast is de complexe administratie een obstakel. Door de ondoordringbare wetgeving en het ingewikkelde systeem van vergunningen is het een kluwen dat je niet op je eentje ontwart. Daarvoor is



Boven: het Paleis van Cultuur en Wetenschap in Warschau is het hoogste gebouw in Polen.

lokale samenwerking aangewezen. Op het vlak van corruptie is Polen de beste leerling van de klas in Centraal-Europa, alhoewel soms creatief wordt omgesprongen met openbare aanbestedingen. Dan krijg je als buitenlands bedrijf bij-

"Jaarlijks blijven de gezinsinkomens groeien, waardoor het consumentenvertrouwen ongeschonden is."

voorbeeld vier dagen tijd om een draaiboek op te stellen, wat een onmogelijke klus is. Een Poolse kandidaat heeft dat dan als bij toeval al klaar."



DO

- Kom regelmatig naar hier.
- Screen goed met wie je samenwerkt!
- Werk rechtstreeks samen met een lokale partner.
- Wees flexibel en zet dat in de verf.
- Neem contact op met FIT Warschau.



DON'T

- Polen 'Oost-Europa' noemen, of nog erger: 'Oostblok'.
- Ervan uitgaan dat Poolse zakenlui meertalig zijn.
- De huid van de beer verkopen voor hij geschoten is.
- Na een eerste afspraak ervan uitgaan dat je broodje gebakken is.
- Rekenen op tussenpersonen.

Hoe is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Polen?

Luc Strybol: "Vlaanderen exporteerde in 2010 voor meer dan 4 miljard euro naar Polen. Dat was ruim 19% meer dan in 2009. Polen zat daarmee gebeiteld op de tiende plaats als exportbestemming van Vlaanderen met een aandeel van 1,65% in de totale Vlaamse uitvoer. Zo blijft het land met afstand onze belangrijkste afzetmarkt in Centraal- en Oost-Europa. De verhoudingen binnen het exportpalet zijn in 2010 weinig veranderd, aangezien alle sectoren binnen de top vijftien een behoorlijke tot sterke groei vertonen, zonder echte uitschieters. De sterkste stijgers waren de kunststoffen, minerale producten, onedele metalen, en chemie en farma. Deze laatste branche was in 2010 goed voor bijna een vijfde van de Vlaamse export richting Polen. Voor 2011 beschikken we alleen nog maar over de cijfers van de eerste tien maanden, maar met 12,6% groei blijft de Vlaamse export naar Polen in goede vorm."

"Wie erin slaagt om een toegewijde lokale contactpersoon in de arm te nemen, kan fantastisch zakendoen in Polen."

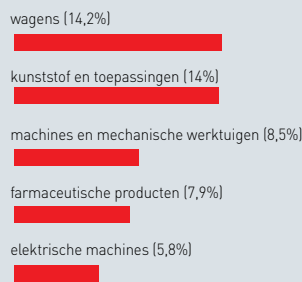
Ook de invoer deed het in 2010 een stuk beter dan het jaar daarvoor. Vlaanderen importeerde voor ruim 2,5 miljard euro, wat neerkwam op een groei van 13,6%. Dat was meteen goed voor het hoogste importcijfer ooit. Toch zakt Polen naar de zestienste plaats als leverancier van Vlaanderen, goed voor juist 1% van de totale Vlaamse invoer. De verklaring ligt bij de opvallend gestegen importcijfers uit Singapore. Aan de invoerzijde waren het vooral de onedele metalen, de voedingsproducten en dranken, en de chemische en farmaceutische producten die fors winst boekten. Maar ook de belangrijkste sectoren, waaronder de kunststoffen en het vervoermaterieel, deden het verre van slecht. Deze laatstgenoemde nijverheidstak was goed voor meer dan een kwart van de Vlaamse import uit

Polen. Alleen de import van machines en elektrisch materieel liet het een beetje afweten."

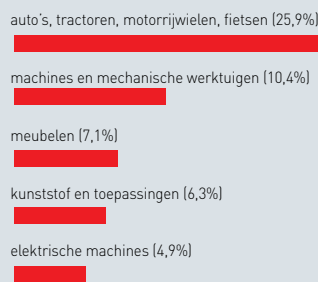
Tot slot, hoe groot zijn de culturele verschillen tussen Vlaanderen en Polen? En in welke mate moet de Vlaamse ondernemer daar rekening mee houden?

Luc Strybol: "De verschillen zijn miniem. Uiteraard zijn er wel, maar niet zo dat ze een andere zakelijke cultuur creëren. Loyaliteit heeft een andere dimensie in Polen, dus een grondige screening van je zakenpartner is essentieel. Dat impliceert ook dat je na een meeting niet automatisch mag veronderstellen dat het in orde is. Blijf de zaken goed opvolgen en controleren. Wie erin slaagt om een toegewijde lokale contactpersoon in de arm te nemen, kan fantastisch zakendoen in Polen."

Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Polen (2010):



Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Polen (2010):



Op ons programma 2012 in Polen

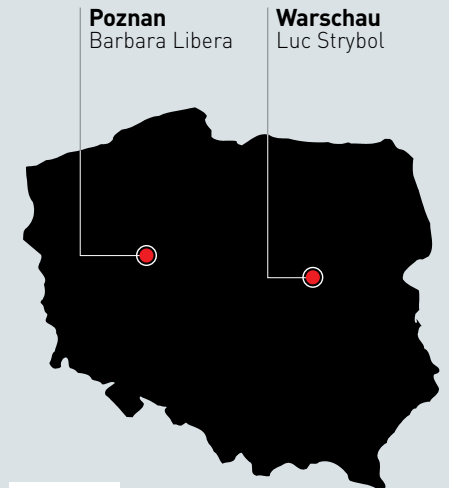
* Polagra Food – Poznan – 8-11 oktober 2012

Op deze voedingsbeurs organiseert FIT een informatiestand.

* Missie Voeding – Poznan en Warschau – 6-9 november 2012

Sectorale zending voor Vlaamse bedrijven actief in de voedingsindustrie.

Meer info vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be

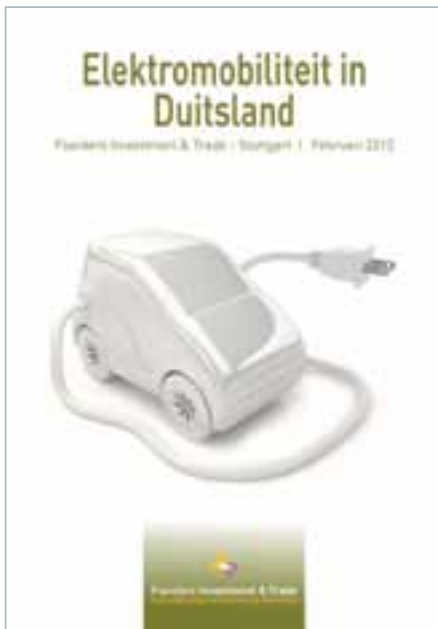


Factsheet Polen

- **Oppervlakte:** 312.685 km²
- **Aantal inwoners:** 38.187.488 (2010)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Polen:** 727 (2011)
- **Officiële taal:** Pools
- **Munteenheid:** zloty; 1 EUR = 4,15 PLN (maart 2012)
- **Weetje:** in Swiebodzin, bij Poznan, staat het grootste Christusbeeld ter wereld.
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2010)**
 - landbouw, bosbouw en visserij: 3,4%
 - industrie: 32,9%
 - diensten: 65,1%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2010)**
 - Duitsland: 26,2%
 - Frankrijk: 6,8%
 - VK: 6,3%
 - Tsjechië: 6%
 - Italië: 5,9%
- **Belangrijkste leveranciers (2010)**
 - Duitsland: 21,9%
 - Rusland: 10,2%
 - China: 9,4%
 - Italië: 5,7%
 - Frankrijk: 4,3%

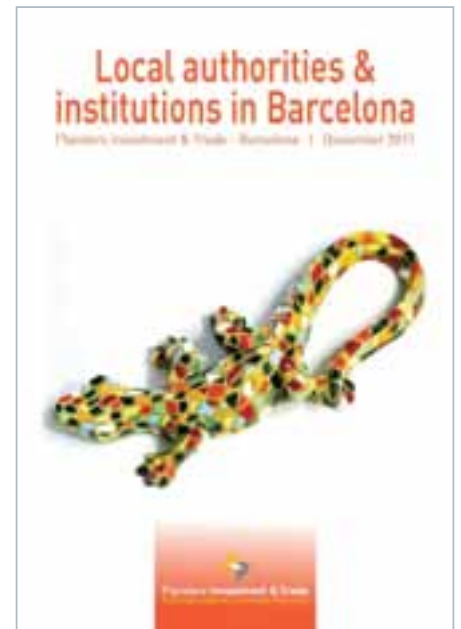
Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) marktstudies en desk research uit. Geen zakenopportunity in hun werkkterrein ontsnapt aan hun aandacht. Alle naslagwerken kan u lezen en downloaden op onze website www.flandersinvestmentandtrade.be onder de rubriek 'Marktinformatie'.

Sterk naslagwerk



Elektromobiliteit in Duitsland

Tegen 2020 wil de Bondsregering één miljoen elektrische voertuigen op de Duitse wegen. Behalve het streven om Duitsland aan de top te houden van de groene technologie, speelt het besef mee dat het missen van de e-mobility-trend nefast zou zijn voor de Duitse auto-industrie. Die is vitaal voor de economie van Duitsland. In deze studie ontdekt u de belangrijkste ontwikkelingen en opportunities. Daarnaast vindt u er een uitgebreide lijst van nuttige contacten in terug.



Local authorities & institutions in Barcelona

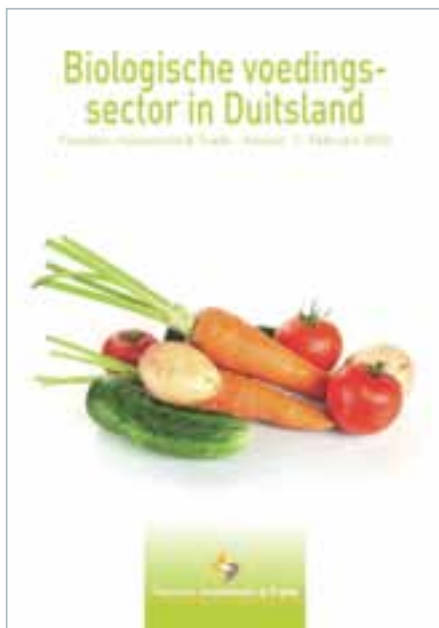
Overzicht met contactgegevens van alerhande nuttige instanties in Barcelona. Dat gaat van opleidingscentra over politieke partijen tot verenigingen, clusters enzovoort.



Kapitaalgoederen in India

Onze VLEV in Mumbai maakte een studie over de kapitaalgoederenmarkt in India. Deze gids geeft een overzicht van de macro-economische data en trends. Ook krijgt u de contactgegevens van de grootste Indiase spelers en een overzicht van de beurzen.





Biologische voedingssector in Duitsland

Duitsland is de grootste afzetmarkt voor bioproducten binnen de EU en moet op de wereldranglijst enkel de VS laten voorgaan. De Duitse omzet van bioproducten bedraagt ongeveer een derde van de 17,9 miljard euro bio-omzet (zonder export) in de EU. Reden genoeg om een update te maken van de studie rond biovoeding in Duitsland.

Deze studie geeft een antwoord op courante vragen: welke biozegels zijn er in Duitsland? Hoe ziet de actuele marktsituatie in Duitsland eruit wat biovoeding betreft? Wat zijn de actuele consumententrends in de biobranche? Bovendien bevat de studie een uitgebreide adressenlijst van potentiële afnemers, profielen van onder meer biogroothandelaars, biosupermarkten en drogisterijen met een groot aanbod aan bioproducten. Ten slotte worden de belangrijkste beurzen in de Duitse biobranche, en ook de interessantste internetadressen op het Duitse en Vlaamse web belicht.



De grote Spaanse bouwgroepen

De boom in de vastgoedsector en de enorme investeringen in infrastructuur leidden tot de opkomst van enkele Spaanse giganten in de sectoren immobiliën en bouw/openbare werken. De meeste ervan zijn ondertussen sterk gediversifieerde groepen geworden. In deze studie wordt uitgebreid ingegaan op de activiteiten van de belangrijkste Spaanse bouwgroepen.



Hoe een firma oprichten in Chicago en de Midwest?

Uitgebreide, geüpdate en praktische handleiding voor het oprichten van een bedrijf in de VS, met een klemtoon op contacten in de Midwest.



De milieusector in Argentinië

In Argentinië lijken de milieuproblemen op het eerste gezicht minder nijpend dan in andere landen. Het land scoort immers relatief goed in internationale vergelijkingen inzake milieu-indicatoren. Toch kampen de verstedelijkte en geïndustrialiseerde gebieden van Argentinië met verschillende zware milieuproblemen: vervuiling van het grond- en oppervlaktewater, afvalproblematiek, bodemverontreiniging en luchtvervuiling. Vlaamse bedrijven kunnen een mooie rol spelen in de oplossing ervan.



Download deze marktstudies op
www.flandersinvestmentandtrade.be

Innoverende kmo's? Hoe vernieuwend!

Innovatie wordt steevast genoemd als economische succesfactor: door nieuwe producten of diensten te ontwikkelen, kunnen ondernemingen een duurzame voorsprong behalen op hun concurrenten en hun toekomst veiligstellen. Maar hoe begint u eraan, als kmo-bedrijfsleider die druk bezig is met de dagelijkse werking van uw onderneming? En welke valkuilen kan u maar beter ontwijken? Wereldwijd vroeg het aan een aantal ervaringsdeskundigen.



We brachten vier specialisten samen die hun licht lieten schijnen over innovatie binnen kmo's: Peter Goeman (Innovatiecentrum Oost-Vlaanderen), Wim Vanhaverbeke (UHasselt), Bert Verlinden (Fifthplay) en Luc Martens (Excentis).

'Innovatie als groeimotor': klinkt goed, maar maakt de aanhoudende crisis het niet zo veel moeilijker om in te zetten op vernieuwing?

Wim Vanhaverbeke: "Je merkt inderdaad dat de meeste bedrijven hun innovatiestrategie bijsturen. Ze willen op korte termijn kosten besparen, plooiën zich terug op hun kernactiviteiten en knippen in de uitgaven. De nieuwe ideeën en producten die in de pijplijn zitten, moeten even aan de kant. De vraag is of je op die manier niet je eigen ruiten ingooit: straks groeit de vraag naar nieuwe ontwikkelingen, en dan zullen sommige ondernemingen de boot gemist hebben."

Bert Verlinden: "Bij Fifthplay hebben we er bewust voor gekozen om onze innovatiebudgetten niet terug te schroeven, en vast te houden aan ons meerjarenplan. Wie zijn investeringen te zeer terugdringt, verliest zijn greep op de markt en loopt op termijn kansen mis."

Luc Martens: "Voor Excentis is het verhaal gelijklopend. We blijven onverminderd investeren in zowel korte- als langetermijninnovatie."

Bert Verlinden (Fifthplay): "Wie zijn investeringen in innovatie onder invloed van de crisis te zeer terugdringt, verliest zijn greep op de markt en loopt op termijn kansen mis."

Peter Goeman: "Fifthplay en Excentis zijn niet de enige bedrijven die die filosofie huldigen. In 2008, toen de crisis voor het eerst de kop opstak, zag het Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie (IWT) een enorme toename aan subsidieaanvragen. De solliciterende bedrijven wilden niet alleen de opportuniteiten grijpen die zich na de crisis zouden voordoen, maar ook de werkgelegenheid op peil houden: medewerkers die tijdelijk de handen vrij hadden, werden ingezet op innovatieprojecten."

Dus alvast vanuit innovatieperspectief is de uitspraak 'Never waste a good crisis' meer dan zomaar een boutade?

Wim Vanhaverbeke: "Zeker. Een crisis is net het moment om een koopje te doen, als ik me even oneerbiedig mag uitdrukken. Aangezien heel wat ondernemingen besparen op innovatie, zijn de bijbehorende activa – wetenschappers, technische specialisten, medewerkers binnen de onderzoekscentra – momenteel ondergewaardeerd. Sommige van die mensen worden nu even niet ingezet op projecten, en zijn dus beschikbaar tegen een beperkter budget."

Peter Goeman: "Ik ben het ermee eens dat bedrijven die anticyclisch investeren daar op termijn voordeel mee kunnen behalen. De bewijzen daarvan zie ik dagelijks. Niet toevallig haalt het onderzoeksrapport van Flanders DC 'Innoveren in tijden van crisis. Opportuniteit of managementregressie?' verschillende onderzoeken aan die er op wijzen dat innovatie helpt om een crisissituatie om te buigen tot een kans."

Bert Verlinden: "Bovendien creëert een crisis as such nieuwe behoeften op de markt, en dus ook de roep om nieuwe producten en diensten. Bedrijven gaan



bijvoorbeeld nadenken over de kosten die ze maken, onder meer op het vlak van energie. Het komt erop aan om daar gevat op in te spelen met een vernieuwend aanbod.”

Peter Goeman, (Innovatiecentrum):
“Gebrek aan middelen en vooral aan tijd worden vaak aangehaald als dé pijnpunten, maar innovatie is ook een mindset. Het komt erop aan om de keuze voor innovatie te maken en ervoor te gaan.”

Toch blijft innovatie binnen kmo's een heikel punt ...

Peter Goeman: “De grote meerderheid van de Vlaamse ondernemingen is een kmo. Hun aandeel in de totale innovatie binnen onze regio is echter te beperkt. Uit studies blijkt het gebrek aan tijd en middelen de grootste hinderpaal. Het is

logisch dat je als kleinere onderneming vooral bezig bent met puur operationele uitdagingen; er moet omzet worden gerealiseerd. Maar op langere termijn loont innovatie meer. Het is de taak van de overheid om innovatie-initiatieven zo goed mogelijk te stimuleren. Maar als puntje bij paaltje komt, zijn het de bedrijven die de stap moeten zetten. Innovatie is ook een mindset. In de eerste plaats komt het erop aan om de keuze voor innovatie te maken en ervoor te gaan.”

Wim Vanhaverbeke: “Daar ben ik het mee eens. Als ondernemer dien je één keer een boude beslissing te nemen. Zodra het innovatieproject aan de rol is, komen de volgende stappen vanzelf, als je maar een zekere discipline aan de dag legt, prioriteiten stelt en duidelijke afspraken maakt. Je last bijvoorbeeld vaste momenten in waarop je het project oppakt. Of je wijst een medewerker toe die het project parttime opvolgt. Als je die van kortbij aanstuurt, dient hij zich ook regelmatig te verantwoorden voor zijn prestaties.”

Luc Martens: “Eén bepaalde persoon inzetten op innovatie lijkt me veeleer een kunstmatige oplossing. In dat verband

ben ik het ermee eens dat innovatie een filosofie is: het ganse bedrijf moet ervan doordrongen zijn. Idealiter krijgt iedereen de kans om ideeën aan te dragen.”

Wim Vanhaverbeke, (UHasselt):
“Ondernemers moeten weten dat niemand een foutloos innovatieparcours loopt, zelfs Steve Jobs niet. Soms moet je met de billen bloot durven te gaan.”

Werkt de angst om fouten te maken verlamdend?

Wim Vanhaverbeke: “Angst is zeker een factor. Voorzichtigheid ligt in de aard van de Vlaming. Maar ondernemers moeten weten dat niemand een foutloos innovatieparcours loopt, zelfs Steve Jobs niet. Soms moet je met de billen bloot durven te gaan.”

Bert Verlinden: “Op voorwaarde dat je leert uit je fouten, weliswaar. Vandaar

Ons panel



Peter Goeman

Peter Goeman is directeur van het Innovatiecentrum Oost-Vlaanderen. Daarvoor werkte hij er vier jaar als innovatieadviseur, na een carrière van tien jaar in de industrie. De provinciale innovatiecentra bieden bedrijven ondersteuning op het vlak van innovatie en maken hen wegwijs in het Vlaams Innovatienetwerk. Dit netwerk verenigt intermediaire organisaties en kenniscentra die actief zijn op het vlak van innovatieondersteuning en wordt gecoördineerd door het Agentschap voor Innovatie door Wetenschap en Technologie (IWT).



Wim Vanhaverbeke

Wim Vanhaverbeke is Professor Strategie & Organisatie aan de Universiteit van Hasselt. Hij doceert als gastprofessor 'Open innovatie' aan de Vlerick Leuven Gent Management School en aan ESADE (Spanje)



Bert Verlinden

Bert Verlinden is directeur van de business unit Energie bij Fifthplay. Daarvoor werkte hij er als Marketing Manager. Fifthplay is een dochter van de Niko Group. Het bedrijf met 30 medewerkers profileert zich als dé specialist in het verrijken van slimme woningen en gebouwen met diensten voor zorg, comfort en energie. Daarvoor ontwikkelde het een onlineserviceplatform.



Luc Martens

Luc Martens is parttime professor in de vakgroep Informatietechnologie aan de Universiteit van Gent, waar hij aan het hoofd staat van de onderzoeksgroep Wireless & Cable. Hij is CEO van Excentis, dat hij in 2000 oprichtte. Excentis, dat 22 medewerkers in dienst heeft, biedt gespecialiseerde testing, consultancy, training en testproducten voor netwerktechnologieën en de bijbehorende diensten (www.excentis.com). Ze zijn specialisten in onder meer IP(v4-v6), Voice over IP, digitale TV en home networks.

Innovatie? Laat u helpen!

U wil graag hulp bij uw innovatietraject? Dan is uw beste startpunt één van de vijf Innovatiecentra. Zij vormen de frontoffice van het IWT. Dit overheidsagentschap formuleert aanbevelingen over de innovatiepolitiek van de Vlaamse overheid en ondersteunt innoverende ondernemingen in Vlaanderen met financiële middelen, advies, coördinatie en netwerking. Het IWT zet actief in op innovatie bij kmo's. In 2010 werden binnen het kmo-programma van het IWT 248 projecten goedgekeurd, goed voor een steunbedrag van 23 miljoen euro.

dat het belangrijk is om je product eerst uitgebreid te testen en bij te sturen voor je het commercialiseert. Het InCityS-project – waarin we van Sint-Niklaas een 'slimme stad' maken door het opzetten van een crossmediaal communicatie- en dienstenplatform – ging bijvoorbeeld van start met een 'levende proeftuin'. Die geeft ons de kans om praktijkervaring op te doen."

Wim Vanhaverbeke,
(UHasselt):

"Technologie op zich heeft geen waarde. Het komt er in de eerste plaats op aan om meerwaarde te creëren voor je klant, en dat kan gerust met een lowtechoplossing."

Kan een kmo die inzet op innovatie wel opboksen tegen de grote spelers?

Wim Vanhaverbeke: "Ja en nee. Ook binnen Onderzoek & Ontwikkeling genieten grote ondernemingen een schaalvoordeel. Zeker in sectoren als nano-elektronica en chemie, vraagt innovatie om grote budgetten. Maar tegelijkertijd zijn er kansen voor kmo's. Grote bedrijven kunnen de razendsnelle technologische evolutie nog onmogelijk op hun eentje bijhouden en verliezen het monopolie op innovatie. Innovatieve start-ups, kmo's en onderzoekscentra kunnen zich opwerpen als sterke toeleverancier. De kracht van de grote spelers wordt bepaald door de gezondheid van hun ecosysteem, hoorde ik iemand van Philips ooit vertellen."

Peter Goeman: "Daarmee hangt samen dat een innovatie niet altijd hoogtechnologisch hoeft te zijn, of een enorme doorbraak hoeft te betekenen. Ook incrementele innovatie – die een bestaande oplossing verbetert met een bescheiden aanpassing – kan een grote waarde hebben. Als kmo mag je gerust kleine stappen zetten."

Luc Martens (Excentis):
"Academische partners kunnen vrijuit exploreren zonder dat daar meteen een business case moet uit voortvloeien. Dat verruimt je blik en opent mogelijkheden."

Wim Vanhaverbeke: "Helemaal mee eens. Technologie op zich heeft geen waarde. Het komt er in de eerste plaats op aan om meerwaarde te creëren voor je klant, en dat kan gerust met een lowtechoplossing. Zolang je maar een duurzaam competitief voordeel hebt ten opzichte van je concurrenten. Een bedrijf als Devon Chemicals uit Ronse gooit bijvoorbeeld hoge ogen met chemische producten die het textieloppervlak beschermen of modificeren. Geen hightech, maar die producten bieden wel een grote meerwaarde aan de textielsector."

Luc Martens: "Die meerwaarde kan je ook bieden met innovatie die niet louter op producten of diensten gericht is. Bij Excentis proberen we ook onze organisatie zelf te innoveren: bedrijfsprocessen, HR management ... Die aanpak is minder ingrijpend en levert op termijn ook voordeel op."

Om meerwaarde te bieden, is een slim businessmodel noodzakelijk. En laat dat nu net een gemis zijn bij veel Vlaamse kmo's die voor innovatie kiezen ...

Peter Goeman: "Correct. Ook al heb je een vernieuwend idee, je moet het in de eerste plaats op een duurzame manier weten te vermarkten. Veel kmo's vergeten zichzelf een aantal essentiële vragen te stellen: wie zijn mijn potentiële klanten? Via welk kanaal zal ik mijn producten verkopen? Met welke kosten moet ik rekening houden? In het Innovatiecentrum begeleiden we kmo's bij die oefening door middel

van een 'business model canvas', waarbij we al deze essentiële vragen overlopen. Je businessmodel moet bovendien passen binnen de innovatiestrategie van de onderneming. Uit de innovatie-audits die het Innovatiecentrum uitvoert, blijkt ook dat aspect een pijnpunt. Sommige ondernemers denken te weinig op lange termijn en weten niet waar ze willen staan over vijf jaar. Enkel door te anticiperen op de aankomende trends en evoluties in de markt, blijf je je concurrenten voor."

Luc Martens: "Bij Excentis is de strategie weliswaar niet vastgelegd op papier, maar we analyseren de aankomende trends – zoals de evoluties in home networking en fiber to the home-technologie – zeer actief. Je hoeft niet meteen bezig te zijn met concrete ontwikkelingen: een aftastend onderzoeksproject kan al voldoende zijn. Anders eindig je misschien met een paar cash cows die plotseling uitgemolken zijn."



Bert Verlinden: "Slim innoveren vraagt inderdaad om een strategisch plan dat de krachtlijnen voor meerdere jaren vastlegt. Als onderneming focus je op je dagelijkse werking. Maar af en toe is het verhelderend om even afstand te nemen en terug te grijpen naar je strategie: je kijkt waar je staat en stuurt bij. Een strategie uittekenen vraagt één keer om een stevige inspanning, maar je werkt efficiënter en wint tijd op termijn. Tegelijkertijd moet je plan wat speelruimte laten: zolang de grote lijnen vastliggen, kan je de praktijk flexibel invullen."

Wim Vanhaverbeke: "Die flexibiliteit is dé troef die innoverende kmo's kunnen uitspelen. Dankzij de snelle besluitvorming kunnen ze vlot inspelen op de bewegingen in de markt. Als het snel moet gaan, halen de kleintjes het van de grote ondernemingen. Bovendien leveren ze ook makkelijker maatwerk af dan hun grote tegenhangers, die vaak vast zitten aan standaardisatie."

Peter Goeman,
(Innovatiecentrum):
"Sommige ondernemers denken te weinig op lange termijn en weten niet waar ze willen staan over vijf jaar. Enkel door te anticiperen op de aankomende trends en evoluties in de markt, blijf je je concurrenten voor."

Zijn er – naast een gebrek aan strategie – nog innovatiebreekpunten voor kmo's?

Peter Goeman: "We zien dat het veel bedrijven ontbreekt aan zowel technische als flankerende kennis die breder gaat dan hun core business, bijvoorbeeld op het vlak van octrooirecht. Vaak hebben kmo's ook niet de financiële middelen om een innovatieproject uit de grond te stampen, al kan het IWT hen hierin tegemoetkomen met subsidies."

Hoe kunnen die drempels overwonnen worden?

Peter Goeman: "Samenwerking is de sleutel. Je hoeft heus niet alles zelf te doen, of het warme water opnieuw uit te vinden. Daarom onderhoudt het IWT het Vlaams Innovatienetwerk, zodat we bedrijven die op zoek zijn naar kennis of middelen met elkaar in contact kunnen brengen."

Ideeën rapen in Gent

Op 23 april organiseert het Innovatiecentrum Oost-Vlaanderen het event 'Zorg voor je toekomst – Zet in op innovatie', in de Handelsbeurs Gent. Onder meer Herman Van de Velde – gedelegeerd bestuurder Van de Velde nv en Bert Verlinden (Fifthplay) nemen het woord over innovatie.

Wim Vanhaverbeke: "Door dit soort open innovatie kan je een bepaalde expertise of technologie in huis halen waarmee je je eigen product versterkt. Bovendien kan je de kosten van een nieuwe ontwikkeling delen en de risico's beperken. Een succesvol voorbeeld is Curana. Die kmo uit Ardoie produceerde vroeger spatborden voor de fietsindustrie en werd compleet weggedrukt. In samenwerking met een bescheiden partnernetwerk hebben ze de omslag gemaakt naar de ontwikkeling van op maat gemaakte designproducten voor fietsen. Nieuw uitgangspunt is het idee dat fietsen een beleving is. Als toonaangevende onderneming zijn ze nu de spin in een netwerk van spelers die elkaar versterken."

Bert Verlinden: "Ook Fifthplay zoekt actief naar samenwerking. Zo onderzoeken we met het Linear-pilootproject de haalbaarheid van smart grids in Vlaanderen. Het project verenigt heel veel partners: VITO, KU Leuven, IBBT, imec, Laborelec, Eandis, Telenet, Alcatel Lucent, Belgacom ... De academische spelers brengen theoretische kennis in, de industriële ondernemingen hebben erg veel technische knowhow en de puur commerciële spelers hebben een goed beeld van de marktwerking. Dankzij dat samenspel kom je aan het eind van de rit tot een sterker product."

Luc Martens: "Ook wij hebben goede ervaringen op het vlak van samenwerking, onder meer met UGent en IBBT. Academische partners kunnen vrijuit exploreren zonder dat daar meteen een business case moet uit voortvloeien. Dat verruimt je blik en opent mogelijkheden."

Zo'n open samenwerking vraagt waarschijnlijk om een grote mate van vertrouwen?

Wim Vanhaverbeke: "Elke partner moet zijn beste beentje voorzetten, anders breekt de ketting. Dat betekent dat je partners ondersteunt die het moeilijk hebben, en dat je een externe partij toelaat om de situatie te analyseren en bij te sturen als je zelf problemen ondervindt."

Dat vraagt inderdaad om een open houding, maar die traditie hebben onze ondernemingen niet."

Bert Verlinden: "Samenwerken rond innovatie brengt hoe dan ook een zeker risico met zich mee. Zelfs al leg je alles vast in een contract, dan nog ben je niet 100% beschermd op het vlak van confidentialiteit. Je moet aanvoelen hoe ver je kan gaan in je vertrouwen."

Wim Vanhaverbeke,
(UHasselt):
"Dankzij de snelle besluitvorming kunnen kmo's vlot inspelen op de bewegingen in de markt. Als het snel moet gaan, halen de kleintjes het van de grote ondernemingen."

Welke sectoren bieden momenteel de grootste innovatiekansen?

Peter Goeman: "Op dit moment is er extra aandacht voor innovatie in de zorg-economie, in brede zin. Dat gaat dus bijvoorbeeld ook over de toelevering van producten en diensten aan de medische sector, over preventie of over oplossingen die het comfort van de zorgbehoevenden vergroten. Daarnaast zet het IWT in op groene oplossingen die de milieu-impact van de economie verkleinen. Tegelijkertijd bieden we ondersteuning aan bedrijven in nagenoeg alle sectoren."

Wim Vanhaverbeke: "Het heeft inderdaad weinig zin om je toe te spitsen op opkomende sectoren. Alle bedrijfstakken bieden mogelijkheden voor innovatie. Meer nog: hoe traditioneler een sector, hoe meer ruimte voor innovatie."

🔗 Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Heeft u zelf ervaring met innoveren? Of u wil tips van collega-ondernemers? Dan nodigen we u uit om verder te praten op onze LinkedIn-groep, op basis van een rake stelling uit Turbulentie.

Laat uw stem horen!

LinkedIn



Slabbinck trekt weg van onder de kerktoren

En bereikt de top in zijn nichemarkt

Zowat overal ter wereld staan katholieke kerken, Vlaanderen alleen al telt er duizenden. Door de symboliek zijn ze meteen herkenbaar. Zelfs over de grenzen heen zijn er weinig verschillen in interieur, kerkartikelen en liturgische gewaden. Althans, zo lijkt het voor leken. De aankleding van clerici en kerken is echter een levendige – zij het bijzonder kleine – business waarin ook trends de ronde doen. Wereldmarktleider in deze nichemarkt is het Brugse Slabbinck.

Wereldwijd trok naar Brugge bij familiebedrijf Slabbinck voor een gesprek tussen verkoopdirecteur Mathias Slabbinck en Sandrine De Crom, bij FIT de Adviseur Internationaal Ondernemen van het provinciaal kantoor West-Vlaanderen. Zij begeleidt Slabbinck al jaren in zijn exportverhaal.

Bewuste keuze

Sandrine De Crom: "Ondertussen is de vierde generatie aan boord van het bedrijf. Worden de telgen Slabbinck van kindsbeen klaargestoomd om in de zaak te stappen?"

Mathias Slabbinck: "Helemaal niet. Het is niet omdat je een Slabbinck bent dat je plaats hier gereserveerd is. Instappen in het bedrijf moet voor alle familieleden een zeer bewuste keuze zijn. Bovendien dien je een universitair diploma, of gelijkwaardig, en minimum één jaar werkervaring in een ander bedrijf voor te leggen om hier op proef te werken. Na twee jaar beslist de raad van bestuur of je vast in dienst mag treden. Die voorwaarden zijn vastgelegd in het familiecharter."

"We maken alles op maat, dus we moeten uiterst flexibel zijn en tegelijkertijd topkwaliteit leveren. Dat kan volgens mij alleen vanuit Vlaanderen."

Born global avant la lettre

Sandrine De Crom: "Momenteel is Slabbinck aanwezig in ongeveer veertig landen. Hoe is dat exportverhaal gestart?"

Mathias Slabbinck: "Slabbinck is ontstaan toen mijn overgrootvader zijn gildemeesterschap handborduurwerk behaalde, in 1903. Twee jaar later kreeg hij een opdracht uit Luxemburg, dus van bij het prille begin staken we de grens over. Aanvankelijk vooral richting buurlanden, maar al in de jaren twintig ging een aanzienlijk deel van onze productie naar de VS. Dat is het verschil tussen ons en onze concurrenten. Landen als Italië, Frankrijk en Polen tellen vele plaatselijke kampioenen. Meestal zijn het kleine ateliers die leveren aan de kerken binnen een straal van tweehonderd kilometer. Slabbinck is de grootste, omdat we de enige firma zijn die in zo veel landen aanwezig is. Dat hebben we in hoofdzaak te danken aan onze uitgebreide talenkennis. Ook omdat de thuismarkt klein is, worden Vlaamse ondernemers bijna gedwongen tot export. Niet toevallig maakten we een van onze moeilijkste periodes door tij-

dens de Tweede Wereldoorlog, omdat we toen al zo afhankelijk waren van export. Exporteren was toen uitgesloten en onze verkoop kelderde."

Meer export, meer diversificatie

Sandrine De Crom: "Die periode hebben jullie kunnen overbruggen. En toen kwam jullie export in een grote stroomversnelling. Hoe is dat gegaan?"

Mathias Slabbinck: "Mijn oom zorgde in de jaren zestig voor een boost door een degelijke exportstructuur met lokale dealers op touw te zetten. Hij breidde ons aanbod uit met andere kerkartikelen en stelde een catalogus samen. Omdat in eigen land de markt sterk kromp, moesten we wel inzetten op nog meer export en diversificatie. Toen ik in 1993 in de zaak stapte, heb ik alle katholieke landen gekruist met

het bnp, want de koopkracht van de lokale bevolking moet uiteraard sterk genoeg zijn. In vijfde versnelling begon ik te prospecteren. Omdat ik vloeiend Spaans en Catalaans spreek – na mijn studies rechten heb ik een MBA behaald in Barcelona – kwamen ook Spanje en Latijns-Amerika binnen handbereik. Met de voorloper van FIT ging ik mee op tal van missies. Ik heb toen ontzettend veel logistieke steun gekregen. Vandaag nog altijd trouwens. Zo hebben we onze lokale partner in Zuid-Korea volledig te danken aan de inspanningen van de Vlaamse Economische Vertegenwoordiger in Seoel.

Onze export kreeg een extra boost toen we tien jaar geleden ons aanbod liturgische gewaden en kerkartikelen uitbreidden met een lijn huislinnen, die ondertussen al een zesde van onze omzet vertegenwoordigt. Net als alle liturgische gewaden wordt ze hier in het Brugse atelier geproduceerd."

Tip!

Leer zo veel mogelijk talen! Zakendoen lukt zo veel beter als je kan communiceren in de taal van je klant.

Alleen mogelijk in Vlaanderen

Sandrine De Crom: "Hoe belangrijk is die lokale verankering voor Slabbinck?"

Mathias Slabbinck: "Ik sta zeer sceptisch tegenover delocaliseren. Het impliceert dat je focust op kosten, standaarden en grote volumes. Voor andere bedrijven kan het een oplossing zijn, maar in onze nichemarkt worden zelden standaardartikelen en grote volumes gevraagd. Onze troef is onze hoogwaardige gepersonaliseerde productie; daarin schuilt onze toegevoegde waarde. We maken alles op maat, dus we moeten uiterst flexibel zijn en tegelijkertijd topkwaliteit leveren. Dat kan volgens mij alleen vanuit Vlaanderen."

"Slabbinck is de grootste, omdat we de enige firma zijn die in zo veel landen aanwezig is. Dat hebben we in hoofdzaak te danken aan onze uitgebreide talenkennis."

De juiste geloofsovertuiging is niet zaligmakend

Sandrine De Crom: "Logischerwijze mikken jullie op katholieke landen. Toch zag ik op jullie website ook bijvoorbeeld Indonesië, het grootste moslimland ter





wereld, staan. Hoe vlot verloopt de export naar niet-katholieke landen?"

Tip!
Durf ondernemen!
Niet geschoten is
altijd mis, alleen
daarvan kan je
zeker zijn.

“Lokale partners zijn niet altijd even betrouwbaar. Zo hebben we al een paar keer een bloedneus opgelopen, maar een doodsteek kregen we nog niet. Ook dat is ondernemen.”

Mathias Slabbinck: “Indonesië telt enkele eilandjes waar de bevolking overwegend katholiek is. Maar het is niet omdat een land katholiek is, dat onze export ernaartoe vlotter loopt. Neem Brazilië bijvoorbeeld, waar we al sinds 1999 aanwezig zijn. Door de hoge douane- en andere taksen verloopt onze export ernaartoe niet altijd van een leien dakje. Binnenkort

opent in São Paulo een winkel waarin we een minderheidsparticipatie hebben. Hopelijk wordt onze aanwezigheid in Brazilië zo sterker en eenvoudiger. Daarnaast zijn de landen waar de Kerk het meest groeit erg moeilijk bereikbaar. Logistiek vergt het heel wat krachttouren om een product bijvoorbeeld in zwart Afrika te krijgen, alhoewel dat stilaan verbetert.

“Als een hooggeplaatste geestelijke een creatie van ons draagt, wordt dat gegarandeerd een succesnummer.”

Veel hangt ook af van de lokale persoon waar je mee samenwerkt. Gewoonlijk werken we met één exclusieve verdeler, behalve in de VS. We hebben in sommige landen al problemen gehad met een lokaal contact. Niets ernstigs weliswaar; laat ons zeggen dat we een paar keer een bloedneus hebben opgelopen, maar een doodsteek kregen we nog niet. Ook dat is ondernemen. Niet geschoten is altijd mis, is een uitspraak waar ik me helemaal in kan vinden.”

Traditionele producten, geavanceerde ondernemer

Sandrine De Crom: “Julie sector mag dan traditioneel en conventioneel zijn, jullie aanpak is dat zeker niet. Is dat jouw invloed?”

Mathias Slabbinck: “Akkoord, we werken met speciale producten voor een speciaal cliënteel, maar we zijn een bedrijf als een ander. Als je dat niet zakelijk bekijkt, ga je over de kop. Al onze verkopers zijn uitgerust met een tabletcomputer. Via ons extranet kunnen onze distributeurs van overal ter wereld in realtime onze stock raadplegen. Ik ben een fan van nieuwe technologie en probeer zo veel mogelijk processen te automatiseren. Zo win ik tijd om me te focussen op de verkoop en het contact met onze klanten. Trouwens, ook vele geestelijken die ik ken, zijn helemaal mee met hun tijd. In de VS bijvoorbeeld, volgen ze Wall Street op de voet als echte beursmakelaars, want velen hebben er beleggingen.”

Paus als rolmodel

Sandrine De Crom: “Voor leken lijken alle priestergewaden min of meer op elkaar. Toch bestaan hierin wel degelijk trends. In welke mate is Slabbinck een ‘trendsetter’?”

Mathias Slabbinck: “Mijn vader lanceerde in de jaren zestig een vrij typische stijl waardoor onder kenners echt sprake is van de Slabbinck-stijl. Als een hooggeplaatste geestelijke een creatie van ons draagt, wordt dat gegarandeerd een succesnummer. Nog altijd is de kazuifel die paus Johannes Paulus II droeg tijdens zijn bezoek aan België in 1985 een van onze bestsellers. Idem voor de kazuifel die paus Benedictus XVI aanhad tijdens de misviering in São Paulo in 2007. In juni vindt in Dublin het 50ste Internationaal Eucharistisch Congres plaats, waarvoor we onder meer achthonderd kazuifels en tweeduizend stola's mogen maken. Voor onze business zijn dergelijke evenementen van onschatbare waarde.”

→ ID

- **Bedrijf:** Slabbinck
- **Produceert:** liturgische gewaden en huislinnen
- **Verkoopt:** liturgische gewaden, huislinnen en kerkartikelen
- **Opricht in:** 1903
- **Omzet in boekjaar 2010-2011:** 6,5 miljoen euro
- **% omzet uit het buitenland:** 85% (2011), vooral uit de VS
- **Aantal medewerkers:** 66
- **Gevestigd in:** Brugge
- **Aanwezig in:** 40 landen

🔍 Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

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

Filmpjes Leeuw van de

Een blik achter de schermen bij de huidige titelhouders

Bert Van der Auwera, CSO en oprichter van BEST, en Steven Cuypers, CEO van Orfit Industries delen graag hun ervaringen rond het winnen van de Leeuw van de Export 2011. Een inspirerend filmpje dat elke potentiële kandidaat zonder twijfel warm maakt. Hoewel ze de opnames zeer ter harte namen verliep alles in een gemoedelijke sfeer. Kijkt u mee?

Op <http://www.youtube.com/fitagency> kan u het filmpje bekijken.

Bert Van der Auwera

"Als je veel internationaal onderneemt, ben je niet zo gekend in België. De Leeuw van de Export zet ons in the picture."



Export: de making-of



Steven Cuypers

“Na het winnen van de Leeuw van de Export kregen we nogal wat sollicitaties binnen. Daar hebben we twee nieuwe exportmanagers uit kunnen rekruteren.”

Neem deel aan de Leeuw van de Export!

Het officiële inschrijvingsformulier kan u downloaden op www.leeuwvandeexport.be of aanvragen via leeuwvandeexport@fitagency.be. Ook met bijkomende vragen kan u terecht op datzelfde e-mailadres of bij de provinciale kantoren van FIT.

Inschrijven kan enkel door middel van het officiële inschrijvingsformulier.

Stuur uw volledige dossier vóór vrijdag 27 april 2012 naar:

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

Ontdek de aangepaste subsidieregeling voor internationaal ondernemen

Het pad effenen voor bedrijven in Vlaanderen met internationaliseringsplannen, dat is de missie van FIT. Zo bieden we onder meer een waaier van financiële steunmogelijkheden om de kostendrempel van uw buitenlands initiatief te verlagen. Onlangs evalueerden we de subsidieregeling, en voerden we enkele aanpassingen door. De aangepaste subsidieregeling treedt op 1 april 2012 in werking. Yves Roekens, diensthoofd Financiële Stimuli bij FIT, geeft uitleg over de belangrijkste veranderingen.

Yves Roekens: "Er zijn twee fundamentele redenen waarom we de regelgeving op een aantal punten wijzigen. Ten eerste moet de regelgeving beter worden afgestemd op de beleidsdoelstellingen van de Vlaamse regering inzake internationaal ondernemen, namelijk meer ondernemingen over de grenzen heen helpen. Ten tweede waren maatregelen noodzakelijk om het budget onder controle te houden. Door de grote instroom aan nieuwe steunaanvragen raakte het immers steeds vroeger op het jaar uitgeput. De belangrijkste pijlers van het subsidiesysteem – de focus op de Vlaamse kmo's, een ruim aanbod aan vaste subsidiabele initiatieven voor de ontwikkeling van nieuwe exportmarkten, en de elektronische aanvraagprocedure – blijven echter integraal overeind."

Waar werd op bespaard?

Yves Roekens: "We hebben de verschillende initiatieven van FIT onder de loep genomen. Onze conclusie was dat ze allemaal hun plaats hebben in het aanbod en vaak complementair zijn. Er worden dus geen initiatieven geschrapt. Door middel van twee concrete maatregelen kunnen we wel besparingen realiseren:

1) tot op heden bedroeg het steunpercentage voor alle initiatieven 50%. Daar wordt nu van afgestapt. Voor alle dossiers rond de aanmaak van productdocumentatie, commerciële vertalingen en inlassingen in buitenlandse vakmedia, die zijn ingediend na 1 april 2012, bedraagt het steunpercentage voortaan 40%. Voor de andere initiatieven handhaven we 50%.



2) per onderneming en per kalenderjaar kunnen voortaan maximaal vier subsidies worden toegekend. Daarmee zetten we bedrijven aan om goed te overwegen welke initiatieven ze voor subsidiëring indienen.

Zijn er nog wijzigingen?

Yves Roekens: "De Vlaamse regering zet alle zeilen bij om meer ondernemingen over de landsgrenzen te laten trekken. FIT trekt voor deze categorie extra middelen uit. Bedrijven die nog nooit een steunaanvraag hebben ingediend bij FIT zullen voor hun eerste drie goedgekeurde dossiers een subsidie ontvangen van 60% van de aanvaardbare kosten. Dat geldt voor alle subsidiëerbare initiatieven, behalve voor productdocumentatie, dat altijd voor 40% wordt gesteund.

Voorts zetten we nog actiever in op de dienstensector. We stelden vast dat deze branche vaak gebruikmaakt van het initiatief rond de organisatie van of deelname aan een niche-evenement. Dat zijn buitenlandse evenementen met een internationale uitstraling die gericht zijn op het doelpubliek van de aanvrager, zoals gespecialiseerde congressen, seminars, nichebeurzen in de sectoren IT of biotech. Voor dit initiatief komt een overheadkost van 20% in aanmerking, bovenop de aanvaardbare kosten.

Loont het om ook voor kleine activiteiten subsidies aan te vragen?

Yves Roekens: "Ja, zodra de minimale subsidie 500 euro bedraagt, kunnen bedrijven in aanmerking komen. We beoordelen de dossiers niet in functie van het kostenplaatje, maar wel op basis van de potentiële meerwaarde voor de Vlaamse economie in het algemeen en voor de tewerkstelling in Vlaanderen in het bijzonder.

Zoals bij alle subsidies die we aanreiken, is de moeite van het aanvragen klein in vergelijking met de opportuniteiten die uit de steun kunnen voortvloeien."

Meer weten?

Alle aangepaste informatie over de subsidiabele initiatieven, aanvraagprocedure, tegemoetkomingscriteria, steunbedragen en uitbetalingsvoorwaarden kan u terugvinden in de rubriek 'Subsidies' op onze website www.flandersinvestmentandtrade.be.

Heeft u toch nog een vraag over de subsidieregeling?

Neem dan contact op met Yves Roekens op 02 504 88 20 of via yves.roekens@fitagency.be.

Biofach: verzamelen geblazen voor de internationale biosector

Wat ooit begon als een vakbeurs voor biovoeding, is vandaag uitgegroeid tot de meest toonaangevende en grootste vakbeurs van Europa voor de hele biosector. De organische hausse is niet te stoppen. Dat blijkt overduidelijk uit het succes van Biofach, elk jaar opnieuw. Ook deze editie – van 15 tot 18 februari – zakte alle belangrijke biospelers af naar het Duitse Nürnberg. FIT was erbij, met een groepsstand waarop twintig Vlaamse bedrijven hadden ingetekend.

Elke editie groeit het aanbod op Biofach. Naast de oorspronkelijke afdeling biovoeding, is de beurs aangevuld met Vivanness, een beurs binnen de beurs voor alles rond op biowellness en -cosmetica. Voorts krijgt ook Fair Trade een behoorlijke portie aandacht en duikt biotextiel steeds vaker op.

Biokampioen

Niet toevallig vindt deze beurs in Duitsland plaats. De Duitse biosector is immers de belangrijkste van Europa. In 2011 steeg de Duitse biomarkt met maar liefst 9% of 5,3 miljard euro en bedroeg de internationale verkoop ruim 45 miljard euro. En het plafond is nog lang niet bereikt.

Scoop op FIT-groepsstand

Onze groepsstand was dit jaar niet alleen vernieuwd, we konden ook uitpakken met de Tinker Touch: schermen waarop de logo's van de twintig deelnemende

bedrijven prijken. Als de bezoekers een logo aanklikten, kregen ze info, foto's en een filmpje te zien. Vooral de video trok de bezoekers aan. De interactie was nog wat aarzelend, aangezien de meeste mensen nog moeten wennen aan een touchscreen van die omvang. Maar de eerste reacties waren alvast lovend.

Tevreden deelnemers

Chocolaterie De Schutter stond voor het eerst op Biofach met een lijn holle biochocoladefiguren. Voor Customer Relations Manager Margo Miltyk was het vooral een bevestiging dat ze goed bezig zijn: "We vierden in 2019 onze honderdste verjaardag, maar naast het respect voor traditie, hechten we ook veel belang aan innovatie. Zo lanceren we elk jaar vier tot zes nieuwe figuren. We kregen heel veel positieve feedback, niet alleen vanuit andere Europese landen, maar ook van de VS en Australië. Dat moeten we nu concreet zien te verzilveren. Als we minstens drie klanten overhouden aan Biofach,

staan we er volgend jaar beslist weer."

Voor Bart Nemegeheer, zaakvoerder van De Aardappelhoeve, is zijn volgende deelname aan Biofach al een uitgemaakte zaak: "Dit was onze vierde deelname en telkens houden we blijvende contacten over aan deze beurs, dus voor ons is niet deelnemen geen optie. Naast de groepsstand van FIT, stonden we ook op de innovatiestand van de beurs, met een composteerbare verpakking. Vier dagen lang was ik continu in de weer, maar hopelijk opnieuw met goede resultaten. De contacten waren alvast zeer interessant. Het viel me trouwens op dat er minder toeristen waren dit jaar, de professionalisering van de beurs was opmerkelijk."

Biofach 2012 in cijfers:

- **2.420 exposanten** uit ongeveer 130 landen
- **40.000 bezoekers**, waarvan 41% uit het buitenland
- **Top 5 bezoekers:** Duitsland, Oostenrijk, Italië, Nederland en Frankrijk
- **oppervlakte FIT-groepsstand:** 208 m²
- **FIT-groepsstand:** 20 Vlaamse bedrijven
- **93%** van inkopers was zeer tevreden over het aanbod op de beurs; **80%** van hen zal in 2013 opnieuw aanwezig zijn



Boven: Biofach zorgt altijd weer voor blijvende contacten.

🔗 Wil u meer weten over de FIT-groepsstand op Biofach?

Volgend jaar opent Biofach van 13 tot 16 februari de deuren. Voor uw vragen over Biofach kan u terecht bij de dienst acties via acties@fitagency.be.

Zoete verleiding werkt op ISM

Van 29 januari tot 1 februari zakten uit alle hoeken van de wereld chocoholics en confiserie-fanaten af naar de Internationale Süßwaren Messe (ISM), in het Duitse Keulen. FIT bundelde op de zoetwarenbeurs ook deze editie het Vlaamse vakmanschap in een smaakvol groeps-paviljoen. Onze bedrijven stonden dit jaar extra in de schijnwerpers, want België was het gastland op ISM 2012.

ISM is 's werelds meest toonaangevende vakbeurs voor confiserie. Chocolade, suikerwaren, banket, ijs, beslag ... dat komt allemaal aan bod op ISM. De vakbeurs is een internationaal gereputeerde ontmoetingsplek voor de sterkhouders van de wereldwijde confiserie-industrie. Meer dan 80% van de exposanten komt van buiten Duitsland.

België in de kijker

België is na dertig ISM-deelnames uitgegroeid tot een van de grootste buitenlandse delegaties. Dit jaar had ons land de eer om het officiële partnerland te zijn op ISM. Zo stond het logo van de Belgische deelname op de ISM-website, op alle banners, in de catalogoog en op de toegangskaarten.

Omgekeerd staken ook de Belgische deelnemers een tandje bij om hun land in de kijker te zetten. Zo coördineerden en sponsorden Barry-Callebaut en Belcolade de populaire Chocolate Master showcookingssessies. Daarin demonstreerden toonaangevende Belgische chocolatiërs hun meesterlijke vakmanschap. Op de jaarlijkse ISM Party Night, toegankelijk voor alle exposanten en hun klanten, sponsorden veertien Vlaamse, zes Brusselse en vier Waalse bedrijven het dessertenbuffet. Tot slot kon ook de interregionale persconferentie – met Vlaams minister-president Kris Peeters als spreekbuis voor Vlaanderen – op heel wat interesse rekenen.

Traditie, vakmanschap en creativiteit

Vlaanderen kan uitpakken met een eeuwenoude traditie in het maken van chocoladeproducten en confiserie van topkwaliteit. Chocolade maken is een edele kunst. Experts zijn het erover eens dat de precisie van een horlogemaker vereist is om kwaliteitsvolle chocoladeproducten te kunnen vervaardigen en de reputatie van onze chocolatiërs is ongeëvenaard. Sommige pralinefabrikanten produceren hun delicatessen nog altijd met de hand, op de traditionele manier van weleer.

Innovaties

Toch sluit traditioneel vakmanschap innovatie en creativiteit niet uit. Integendeel, dat bewees de Oost-Vlaamse producent van suikervrije chocolade Cavalier. Op de New Product Showcase stelden 78 bedrijven 112 innovaties voor. Journalisten stemden voor de meest vernieuwende producten en gaven Cavalier goud voor zijn chocoladeproducten op basis van stevia. Deze natuurlijke én caloriearme zoetstof, gemaakt van de bladeren van de steviaplant, was een hot topic op ISM 2012. Dat bevestigt Thierry Boudrez, Product Manager bij Flanders Fillings & Compounds: "Ongeveer één op twee bezoekers was geïnteresseerd in stevia, maar het blijft afwachten of

de consument bereid is om de meerprijs voor steviaproducten te betalen. De steviachocolade is namelijk gemakkelijk dubbel zo duur als die met suiker."

Trends

Op ISM zetten alle standhouders hun beste beentje voor. Als zo veel producenten van zoetwaren op eenzelfde plek hun nieuwe producten lanceren, moeten daar ook opvallende trends in te bespeuren zijn. Veronique De Vliegheer, Marketing & Communicatie Manager bij De Reze Biscuit & Chocolate, dat onder de merknaam Anna Faggio een gamma stukverpakte chocoladekoekjes produceert: "Naast de opvallende aandacht voor stevia, zag ik dit jaar veel producten waar



Boven: vele Vlaamse firma's actief in de zoetwarenssector vinden deelnemen aan ISM een absolute must.

speculoos in is verwerkt." Thierry Boudrez voegt toe: "Ook viel me deze editie op dat de zogeheten 'bite size' of hapgrootte aan het verkleinen is, zodat het aantal calorieën per eenheid daalt. Ook chocolade met strooisel zoals kokos en noten, zag ik meer dan anders."

Bijzonder sterke delegatie

In totaal namen 138 Belgische bedrijven deel aan ISM 2012. FIT promootte er 90 ondernemingen, onze zusterorganisaties AWEX en Brussel Invest & Export respectievelijk 28 en 8. De 12 overige firma's namen deel op eigen houtje. Vlaams minister-president Kris Peeters bracht alle negentig Vlaamse standhouders een bezoekje.

Bezoekers uit alle windstreken

Zoetwaar valt duidelijk in de smaak: ongeveer 35.000 bezoekers trokken naar ISM. De meerderheid daarvan kwam hiervoor uit het buitenland. Uit maar liefst 130 landen kwamen professionelen kijken wat ISM voor hen te bieden heeft. De vraag van Japanners en Taiwanese is de laatste jaren zelfs zo gestegen dat onze vertegenwoordigers uit deze regio's ook aanwezig zijn op ISM. Zo kunnen ze van bij het begin de eventuele samen-



Boven: de vertegenwoordigers van FIT Japan en Taiwan met minister-president Kris Peeters.

werking met de Vlaamse ondernemers stimuleren en ondersteunen.

Deelnemen is een must

Vele Vlaamse firma's actief in de zoetwarenssector vinden deelnemen aan ISM een absolute must. Zo ook voor chocoladebedrijf Barú, dit jaar was het de vijfde deelname. Marketing Manager Gunther D'hondt: "Alle spelers in onze sector, en zeker beginnende exporteurs, mogen ISM niet links laten liggen. Nieuwe producten die we daar voorstellen, kunnen nog net op tijd in de eindejaarscatalogus. Je ontmoet er op korte tijd veel contacten, bestaande en nieuwe. De kwaliteit van de bezoekers ligt stevast hoog, het zijn vooral professionelen die naar de beurs komen. Het is stevig doorwerken, maar de resultaten zijn navenant. Zo hebben we op ISM 2012 twee nieuwe distributeurs gevonden. Andere gesprekken lopen nog."

Ook voor Flanders Fillings & Compound was het de vijfde keer dat ze op ISM stonden, eveneens telkens met concrete resultaten. "Gewoonlijk komen we terug met zo'n veertig, vijftig projecten. De ervaring leert ons dat daar ongeveer tien tot twintig contracten uit voortvloeien", vertelt Thierry Boudrez.

Anna Faggio nam dit jaar voor de derde keer deel aan ISM. "Deze deelname kaderde in een rebranding. Dat betekent een nieuwe website, nieuwe brochures, nieuw promotiemateriaal ... Daarnaast hebben we er enkele nieuwe producten voorgesteld. De voorbereiding is dus behoorlijk intensief, maar je krijgt er zeer veel voor in ruil. Aan vorige deelnames hebben we telkens goede contacten overgehouden, ook met de andere Vlaamse

standhouders. Dit jaar hebben we al enkele mooie bestellingen ontvangen, maar de volledige resultaten ken je pas na een paar maanden. Voorlopig zijn we nog een tijdje zoet met de opvolging van de beurs. Daarna beginnen we te brainstormen over onze aanpak van ISM 2013", besluit Veronique De Vliegheer.

ISM 2012 in een notendop:

- **1.412 exposanten** uit 65 landen
- **83%** van de **standhouders** komt uit het buitenland
- **35.000 bezoekers**, afkomstig uit zo'n 130 landen
- **64%** van de **bezoekers** komt uit het buitenland
- **beursoppervlakte:** 110.000 m²
- **gastland:** België
- **Belgisch paviljoen:** hal 4.2 van de Koelnmesse
- **aantal bedrijven** in Belgisch paviljoen: 126
- **gezamenlijk initiatief** van **FIT** (90 bedrijven), **AWEX** (28 bedrijven) en **Brussel Invest & Export** (8)

Neemt u ook deel aan ISM 2013?

Volgend jaar vindt ISM plaats van 27 tot 30 januari. U kan alvast uw interesse kenbaar maken bij Frank Baeyens op het nummer 02 504 88 49 of via frank.baeyens@fitagency.be. Ook voor bijkomende informatie bent u bij hem aan het juiste adres.



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



Multisectoraal – Indonesië

19 tot 27 mei 2012

Indonesië, de archipel met ongeveer 240 miljoen inwoners, beschikt over alle troeven om uit te groeien tot een economische wereldspeler. Het land is een van de elf veelbelovende economieën van de Next Eleven en lid van de G20. Jaarlijks legt Indonesië groei cijfers voor van meer dan 5%. Het marktpotentieel is gigantisch, ook voor Vlaamse bedrijven.

Naast een enorme binnenlandse consumentenmarkt en de stijgende koopkracht van de bevolking, beschikt het land ook over vele natuurlijke rijkdommen. Voorts is Indonesië een interessante uitvalsbasis voor andere groeimarkten in de regio zoals China, India en de rest van Azië.

Aangepast afsprakenprogramma

De Vlaamse delegatie kan de zetels van de Wereldbank en de Aziatische Ontwikkelingsbank bezoeken en de verschillende overheidsinstanties ontmoeten die onder meer instaan voor de uitvoering van de door hen gefinancierde projecten. Voor wie het officiële programma minder interessant is, krijgt een afsprakenprogramma op maat. In Jakarta organiseren we twee zakenlunches en een seminarie. Tot slot kunnen de deelnemers volop netwerken tijdens de officiële recepties.

Inschrijven

kan tot en met 6 april 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ? Arnout Geys, 02 504 87 96
arnout.geys@fitagency.be



Multisectoraal – Libië

18 tot 21 mei 2012

FIT organiseert, in samenwerking met AWEX en Brussel Invest & Export, een multisectorale zending naar Libië, een van de grootste landen van Afrika.

Infrastructuur was in prerevolutionair Libië al een pijnpunt, maar tien maanden oorlog en bombardementen hebben de problemen verergerd. We spreken onder meer over de (her)aanleg van olie- en gasvelden, wegen, havens en luchthavens; de bouw van minstens één miljoen woningen; de zorg voor constante water- en elektriciteitstoevoer; telecommunicatie; afvalbeheer; gezondheidszorg; onderwijs en (bij)scholing; en veiligheid in al zijn aspecten. Technische expertise en investeringen staan hier hoog op het verlanglijstje.

Ook voeding en landbouw behoren tot dit rijtje: omdat de kleine lokale productie niet volstaat om de basisbehoeften te dekken, moeten de meeste basisproducten nog steeds worden ingevoerd. De knowhow van Vlaamse telers kan hier een pluspunt zijn.

Libië staat dus voor enorme uitdagingen, zowel economisch als politiek.

Inschrijven

kan tot 15 april 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ? Erna Janssens, 02 504 88 10
erna.janssens@fitagency.be



Multisectoraal – Kroatië, Slovenië en Servië

21 tot en met 24 mei 2012

Ontdek op enkele dagen drie veelbelovende markten in Zuidoost-Europa. Kroatië, Slovenië en Servië zijn stuk voor stuk relatief kleine markten. Ze bevinden zich

elk in een verschillende fase van economische ontwikkeling, elk met specifieke opportuniteiten voor Vlaamse ondernemers. FIT zorgt voor een op maat gemaakt afsprakenprogramma, met volop gelegenheid tot netwerken met collega-ondernemers.

Inschrijven

kan tot en met 6 april 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ? Evelien Staelens, 02 504 88 48
evelien.staelens@fitagency.be

SEMINARIE



Seminarie 'Kansen op de overheidsmarkt in Nederland en het VK – Brussel

19 april 2012

Dit dubbelseminarie maakt u vertrouwd met de overheidsmarkt in Nederland en het VK. Alle strategische en praktische aspecten van het tenderproces worden doorgenomen. In de voormiddag komt Nederland aan bod (10u-13u), gevolgd door een netwerklunch. In de namiddag volgt de sessie over het VK (14u-17u). U kan beide seminaries combineren.

Inschrijven

kan tot en met 11 april 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ? Karine De Vleeschouwer, 02 504 87 37
karine.devleeschouwer@fitagency.be

GROEPSSTAND



Automechanika – Frankfurt

11 tot en met 16 september 2012

Automechanika is een heel belangrijke internationale beurs op het vlak van toelevering aan de automobiellindustrie. FIT zal

op de 22ste editie aanwezig zijn met een groepsstand/PSB.

De organisatoren gaan er prat op dat 80% van de bezoekers bestaat uit 'invest decision makers'. Op de vorige editie stonden 4471 standhouders uit 75 verschillende landen en 913 uit Duitsland. Zij lokten toen meer dan 153.000 bezoekers, waarvan 48% uit het buitenland kwam.

Inschrijven
kan tot en met 15 april 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
📞 Katty De Vos, 02 504 87 14
katty.devos@fitagency.be

CATALOGOOSTAND



Seoul Food & Hotel – Seoel
8 tot en met 11 mei 2012

Seoul Food & Hotel, de internationale vakbeurs voor voeding en horeca, is een belangrijke ontmoetingsplaats voor professionele inkopers uit deze sectoren. Elk jaar wint de beurs aan belang, deelnemers en bezoekers. Als u op zoek bent naar potentiële importeurs, is deelnemen aan deze vakbeurs een goede zet.

U hoeft niet persoonlijk aanwezig te zijn om uw bedrijf voor te stellen op Seoul Food & Hotel. Via uw productcatalogi en -samples kan uw bedrijf er toch vertegenwoordigd zijn. Schrijf u vandaag nog in. Stuur vóór 23 april 2012 een dertigtal Engelse productcatalogi en/of kleine samples met koe-rierdienst naar Ewa Bulthez in Seoel. De inschrijvingsmodaliteiten vindt u terug op het deelnameformulier op onze website.

Inschrijven
kan tot 23 april 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
📞 Linda Huybrecht, 02 504 88 37
linda.huybrecht@fitagency.be

PRODUCT SAMPLE BOOTH (PSB)



Taipei Food – Taipei
27 tot en met 30 juni 2012

Door een gebrek aan landbouwgrond is Taiwan sterk afhankelijk van de invoer van voeding en dranken. De meest geïmporteerde voedingsproducten zijn conserven, diepvriesgroenten, oliën en vetten. Sterke

groeiers zijn suiker, honing, dranken en zuivelproducten. De totale marktomvang bedroeg 16,1 miljard euro in 2010, waarvan ruim een kwart was ingevoerd. Taipei Food is een van de belangrijkste regionale voedingsbeurzen in Azië. In 2011 kwamen meer dan 5.000 internationale en 45.000 lokale bezoekers naar de beurs.

Inschrijven
kan tot en met 15 april 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
📞 Gabor Becski, 02 504 87 02
gabor.becski@fitagency.be

EXPORTDAGEN

Exportdagen Centraal- en Oost-Europa
12 tot 14 juni 2012

Kom naar de Exportdagen en ontdek alles over zakendoen in Centraal- en Oost-Europa. U kan er onze economische vertegenwoordigers uit de regio ontmoeten en uw exportdossier met hen bespreken. Onze marktexperts uit de volgende landen staan tot uw dienst: Rusland, Slovenië/Bosnië-Herzegovina, Roemenië/Moldavië, Bulgarije/Macedonië, Kroatië, Servië/Montenegro, Hongarije, Tsjechië, Slowakije, Polen, Oekraïne, Oezbekistan en Kazakstan.

U kan er ook een van de seminaries bijwonen. Op 12 juni plannen we een seminarie over cleantech in Centraal- en Oost-Europa. De dag nadien stellen we u de opportuniteiten in Kroatië, Servië en Bosnië-Herzegovina voor, en hun EU-aspiraties. Tot slot bieden de lunches een uitgelezen kans om informeel te netwerken met onze vertegenwoordigers en met collega-ondernemers.

Inschrijven
kan tot 1 juni 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
📞 Linda Huybrecht, 02 504 88 37
linda.huybrecht@fitagency.be

CONTACTDAGEN

Tijdens een contactdag krijgt u gratis een persoonlijk consult met een deskundige die woont en werkt in het land van uw interesse. Bovendien vindt het gesprek plaats in de provincie van uw keuze.

Contactdag Australië / Nieuw-Zeeland
18 tot en met 25 april 2012

Locatie: Brugge, Dendermonde, Antwerpen, Hasselt en Leuven

Inschrijven
kan tot en met 24 april 2012.
📞 Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag India

18 tot en met 25 april 2012

Locatie: Brugge, Dendermonde, Antwerpen, Hasselt en Leuven

Inschrijven
kan tot en met 24 april 2012.
📞 Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Pakistan

18 tot en met 19 april 2012

Locatie: Brugge en Dendermonde

Inschrijven
kan tot en met 18 april 2012.
📞 Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Griekenland, Israël, Oostenrijk, Turkije en Zwitserland

3 tot en met 10 mei 2012

Locatie: Leuven, Antwerpen, Hasselt, Gent en Brugge

Inschrijven
kan tot en met 9 mei 2012.
📞 Neem contact op met uw provinciaal kantoor

Contactdag Zwitserland – Internationale organisaties

3 tot en met 4 mei 2012

Locatie: Leuven en Antwerpen

Inschrijven
kan tot en met 3 mei 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

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 Sam Roseeuw, Daikin Industries Ltd.

Osaka als begin van een internationale loopbaan


Het zakenleven heeft mij altijd al **geboeid**. Vooral het internationale aspect sprak me aan. Daarom heb ik gekozen voor de opleiding handelsingenieur, met optie internationaal zakenleven. Na mijn studies ging ik als Accounting Officer aan de slag bij Daikin Europe in Oostende, binnen het consolidatieteam. Een kleine twee jaar later, in september 2010, kreeg ik het aanbod om in het IFRS-team (International Financial Reporting Standards) te stappen in ons hoofdkwartier in Japan. Ik moest er de contacten tussen Daikin Industries enerzijds en de dochterondernemingen in Europe en Amerika anderzijds in goede banen leiden. Geen moment heb ik getwijfeld. Nu zit ik hier, in Osaka. En ik heb er mijn draai gevonden.

Tegenwoordig zet ik niet gauw meer grote ogen op van de **Japanse cultuur**. Dat is ooit wel anders geweest. Als westerling vond ik een aantal zaken bevreemdend. Bijvoorbeeld het werk op zich. Dat neemt in het leven van de gemiddelde Japanner een veel belangrijkere plaats in dan in het Westen. Niet alleen kloppen ze langere uren – werken tot 21 uur is hier niet uitzonderlijk – ook gaan ze daarnaast vaak op stap met collega's om de banden te verstevigen. Wat mij eveneens verbaasde tijdens mijn eerste weken hier, is karaoke. Dat is


big business in Japan. Karaokebars zijn hier even talrijk als pakweg bakkerszaken in Vlaanderen. Ze bestaan uit afgesloten kamertjes waar iedereen zich en petit comité terugtrekt om te zingen.

Gezichtsverlies lijden is de Japanner zijn grootste angst. Japanners zijn behoorlijk welvarend, merkenged en ze zien er altijd piekfijn uit, want ze zijn erg gefocust op uiterlijkheden. De laatste hoogtechnologische snufjes zijn hier regelmaat en de hipste modetrends kleuren het straatbeeld. Het draait allemaal rond 'gezien worden'. Veel Japanners duiken bijvoorbeeld overdag in hun eentje een karaokebar binnen om te oefenen, zodat ze geen valse noot zouden zingen als hun vrienden erbij zijn. In het openbaar de mist ingaan ... dat is absoluut not done!

Lost in translation, dat begrijp ik als de beste. De gemiddelde Japanner spreekt weinig tot geen Engels. In België volgde ik een semester lang intensief Japanse les, maar ik beheers alleen de basis en verdwaal vlug in conversaties. Daarnaast beïnvloedt de eilandmentaliteit van de Japanners ook hun communicatie. Ze zijn zeer vriendelijk maar tegelijkertijd vrij afstandelijk. Het is dus een opgave om contact te leggen met de plaatselijke bevolking, vandaar dat de



Paspoort:



Naam:
Sam Roseeuw

Bedrijf:
Daikin Industries Ltd.

Sector:
Air Conditioning, Refrigerating,
Oil Hydraulics, Chemicals

Functie:
Accounting Officer

Studies:
Handelsingenieur

Leeftijd:
26 jaar

meeste van mijn vrienden hier ook 'inwijkelingen' zijn.

Osaka is voor mij het ideale begin van een internationale loopbaan.

Mijn contract in Japan is tijdelijk; twee jaar met mogelijke verlenging tot drie. Ik heb het hier bijzonder naar mijn zin, maar ik kijk ook al uit naar een volgende bestemming: Moskou, São Paulo, New York ... Idealiter combineert een buitenlandse post twee zaken: een leuke verblijfplaats en professionele perspectieven. De balans werk-privé moet goed zitten en dat is zo in Osaka. Hoewel ik geen directe plannen heb om terug te keren naar Vlaanderen, heb ik het zeker niet achter mij gelaten. Het lijkt een cliché, maar het is en blijft mijn thuisland waar mijn familie en beste vrienden wonen. Ik keer dus zeker terug, ik heb alleen geen haast.



Zürich: klein maar fijn

“Na een rondleiding door de wereldvermaarde Finanzplatz vragen mijn buitenlandse gasten geregeld waar de rest te zien is. Zürich heeft een naam als een klok, maar in tegenstelling tot andere steden met evenveel internationale uitstraling is het eerder klein. Het is een stad op mensenmaat, en daar zijn de meeste inwoners niet rouwig om.

Het postkaartgehalte van Zürich is buitengewoon hoog, zeker wanneer de lens

gericht is op het Lindenhof. Dat is een rustig, groen plein – uiteraard bezaaid met rijzige lindebomen – op een heuvel op de grens van de oude en nieuwe stad. Deze plek staat symbool voor de stad en ademt geschiedenis.

Het Lindenhof biedt een prachtig uitzicht over de rivier Limmat en het meer van Zürich. De talrijke badplaatsen aan de oevers zijn populair op zomerse dagen en bieden een aangename verkoeling. Toch blijft het nog altijd wennen om een bankier zijn driedelig krijtpak te zien inruilen voor een andere outfit.



Kristoffel Castelein
Vlaamse Economische Vertegenwoordiger Zürich

Waar?
Het Lindenhof

Wil je liever wat meer actie? Vlakbij het Lindenhof kan je verdwalen in kleine steegjes waarin vele boek- en antiekwinkels zijn gevestigd. Of steek via de oude stad de Limmat over en betreed een andere wereld waar de trendy Bahnhofstrasse je van de ene exclusieve zaak naar een nog exclusievere leidt. Hier kom je niet alleen kopen, maar ook om te zien en te worden gezien. Het credo van de toerismediendienst luidt hier niet voor niets: Swiss Made World Class.”

Of Wiederluege!

Boekentip

Belgian Architecture Beyond Belgium

Gilles Béchet e.a.

De Belgische – en vooral Vlaamse – architectuur geniet al sinds de negentiende eeuw een uitstekende naam in het buitenland. Onze architecten hebben zich nooit aan de eigen landsgrenzen gehouden, blijkt uit dit boek.

Zowel de liefhebber als de professional vindt in *Belgian Architecture Beyond Belgium* een verhelderend overzicht van onze nationale architectuurexport. Daarbij komen de uitdagingen en moeilijkheden aan bod waarmee onze architecten kampen in het buitenland. Ook

het hoe, waarom en waar van de expertiseverspreiding kregen een plaats in het boek. Via interessante getuigenissen ontdekt u hoe de architecten omgaan met lokale omstandigheden en cultuurschillen.

Hedendaagse selectie

Aan de hand van recente modelvoorbeelden, interviews en foto's biedt het boek bovendien ook een portfolio van de belangrijkste hedendaagse verwezenlijkingen in het buitenland. Een selectie van

25 grote en kleine bureaus zoals 51N4E, Art & Build, Buro Il, JDS Architects en XDGA, illustreren de diversiteit van onze uitgezonden architectuur. Tot slot verklaren zes hoofdredacteurs van internationale tijdschriften de populariteit van onze nationale bouwkunst aan de hand van hun visie op enkele specifieke eigenschappen en hoogtepunten.

'Belgian architecture beyond Belgium'
Uitgeverij A+Editions





DE DAG DAT DE EXPORT MANAGER ZIJN DOSSIER AFLEVERDE.

Doe mee aan de Leeuw van de Export 2012 van Flanders Investment & Trade.

Scheert uw bedrijf hoge toppen in het buitenland? Dan wint u misschien de Leeuw van de Export 2012, de belangrijkste export-award van Vlaanderen. De Leeuw van de Export opent heel wat deuren in binnen-en buitenland. En is een opsteker voor al uw medewerkers en partners. Maak dus meteen werk van uw kandidatuur en grijp de kans om uw bedrijf een ware boost te geven.

Dien uw dossier in voor 27 april. Alle info op www.leeuwvandeexport.be



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen



Hoofdsponsors



Mediasponsor



Sponsors

