

Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Januari 2012 nr. 38

Zuid-Korea: van
ontwikkelingsland
tot bloeiende
handelsnatie

Zeg niet
te gauw,
export is niets
voor een vrouw

**Studio 100 vervult
wereldwijd kinderdromen**



- 3 Check-in
- 4 Zuid-Korea: van ontwikkelingsland tot **bloeiende handelsnatie**
- 8 Radar
- 10 Zeg niet te gauw, export is niets voor **een vrouw**
- 14 **Studio 100** vervult wereldwijd kinderdromen
- 17 “De **groene revolutie** in China”
- 19 Actief in voeding & dranken? Dan is **Anuga** de place to be!
- 20 Prinselijke missie naar China geeft Vlaamse ondernemers **duwtje in de rug**
- 22 Handelsmissie legt **kansen** bloot in India
- 24 Vertrek
- 26 **Berlijn**, dat smaakt naar meer!
- 27 Haal **voordeel** uit deze zakelijke apps!



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

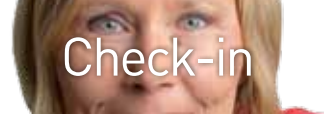
Verantwoordelijke uitgever: Claire Tillekaerts.
Eindredactie: Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.
Hoofdreductie: Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.
Foto's: Bart Lasuy en Artoos.
Lay-out en druk: Artoos Communicatiegroep.

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.: 177-55520-1111-1300
www.artoos.be

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



Beste lezer,

Eerst en vooral wens ik u van harte een voorspoedig 2012. Hopelijk wordt het een jaar waarin u de grenzen van uw onderneming kan verleggen. Internationalisering is immers broodnodig als u de kans op groei van uw onderneming wil maximaliseren. Daarbij is Flanders Investment & Trade uw partner bij uitstek.

Ook dit jaar hebben we daarvoor een uitgebreid actieprogramma uitgestippeld. Daarin nemen economische handelsmissies een prominente plaats in. Dergelijke initiatieven organiseren we om de kansen van de Vlaamse ondernemers in een specifieke markt optimaal te vergroten. Dankzij de aanwezigheid van prins Filip en Vlaams minister-president Kris Peeters kunnen we hen bovendien introduceren op de hoogst mogelijke niveaus. Want ook al genieten Vlaamse zakenlui internationaal een uitstekende reputatie door het sérieus en de expertise waarmee ze zakendoen, toch betekenen de steun en de actieve promotie van de top van onze regio en van het land, een merkbare duw in de rug.

Dat handelsmissies voelbare effecten sorteren, bleek eens te meer tijdens

naar de missie naar India. Toen kaartte Kris Peeters enkele recente maatregelen aan, die zeer nadelig waren voor de Vlaamse baggeraars, tijdens gesprekken met de federale ministers van Handel en Shipping. De Indiase politici beloofden deze regeling opnieuw te bekijken en wellicht terug in te trekken.

2012 wordt beslist opnieuw een jaar vol professionele uitdagingen, maar internationalisering is alvast de beste stap in de juiste richting. Wij staan u alvast graag bij in dit boeiend verhaal!

Claire Tillekaerts
Waarnemend gedelegeerd bestuurder
Flanders Investment & Trade



Zuid-Korea: van ontwikkelingsland tot bloeiende handelsnatie

Zakenkansen in het 'wonder aan de Han-rivier'

Amper vijftig jaar geleden was Zuid-Korea nog een door oorlog verwoeste, arme landbouwstaat. Met militaire discipline wist dictator Park in de jaren 60 het land snel te industrialiseren. Vanaf dan verliep de modernisering in spectaculair hoog tempo. Biedt het kleine schiereiland, geklemd tussen Japan en China, ook professionele opportuniteiten voor de Vlaamse ondernemer?





Rechts: het vrijhandelsakkoord met de EU stuwt de onderlinge handel.



Miraculeus of niet, Zuid-Korea is intussen uitgegroeid tot een markante economische wereldspeler. Naar deze enorme economische sprong voorwaarts in de vorige eeuw wordt ook verwezen met 'het wonder van de Han-rivier', genoemd naar de stroom die de hoofdstad Seoel doorkruist. We vragen aan onze VLEV Marc Devriendt meer over deze bloeiende handelsbestemming. Zeven jaar lang ondersteunde hij vanuit Seoel de Vlaamse bedrijven met hun zakenplannen in Zuid-Korea. Vlak voor hij verhuisde naar zijn nieuwe post in Bangkok, gaf hij toelichting over zijn voormalige markt.

Was het, na vorige werkposten in de Filippijnen en Iran, een gemakkelijke overstap naar Zuid-Korea?

Marc Devriendt: "Helemaal niet. De taalbarrière is torenhoog. Weinig Zuid-Koreanen spreken Engels en ik ben het Koreaans niet machtig, dus rechtstreekse communicatie was quasi onmogelijk. Mijn lokale collega's vergezelden me niet alleen om te tolken, maar ze ondersteunden me ook bij de correcte interpretatie van de non-verbale signalen. Zo konden we telkens snel op de bal spelen als interessante opportuniteiten zich voordeden."

Zuid-Korea sloot 2010 af met een groeicijfer van 6,2%. Wat zijn de prognoses voor 2011?

Marc Devriendt: "De groei zal toch een pak minder zijn. Omdat Zuid-Korea een zeer exportgerichte economie kent, heeft de verzwakking van de economie in de VS en Europa een impact. Zuid-

Korea staat traditioneel sterk in zeven industriële sectoren: automobiel, scheepsbouw, halfgeleiders, staal, algemene machinerie, textiel en onderdelen. Maar de vraag daalde sneller dan verwacht. Gelukkig kwam redding uit de Aziatische achtertuin: China heeft de slechte exportcijfers naar het Westen enigszins gecompenseerd. Voor 2012 hebben economen hun bbp-prognoses al moeten aanpassen. Maar een groeiverwachting die wordt bijgesteld van 4% naar 3,8% is nog steeds een cijfer waarvan wij slechts kunnen dromen."

"Zuid-Koreanen worden van jongs af aan gedrild tot een hoogopgeleide, plichtsgetrouwe en ambitieuze beroepsbevolking."

Welke maatregelen neemt de Zuid-Koreaanse overheid om de dalende groeicijfers op te krikken?

Marc Devriendt: "Ze hanteert daarvoor een waaier van stimuli. De vrijhandelsakkoorden tussen Zuid-Korea en de EU – van kracht sinds 1 juli 2011 – en met de VS – ingegaan op 1 januari 2011 – moeten de onderlinge handel stuwten. Deze maatregelen leveren ook voordeel op voor onze bedrijven. Zo kwam er een einde aan de dure en tijdsintensieve verplichting om, naast de Europese of Amerikaanse standaarden, ook nog Zuid-Koreaanse certificaten voor te leggen. Voor vele producten gelden geen invoertaksen meer of worden ze vanaf de invoetreding van de akkoorden stelselmatig verminderd en afgeschaft. De drempels voor export naar Zuid-Korea verlagen hierdoor zinderogen. Veel Europese bedrijven hebben dit akkoord met open armen verwelkomd.

Vooral voor de EU legde deze overeenkomst geen windeieren. In de periode juli-september 2011 nam de export uit de EU naar Zuid-Korea gemiddeld toe met 27,5%.”

Ook de zeven klassieke industriële sectoren krijgen versterking van de overheid?

Marc Devriendt: “Tegen 2018 wil Zuid-Korea, naast de zeven klassieke industriële sectoren, stevig inzetten op drie nieuwe kernsectoren als groeimotor: green technology, high tech industrial convergence – het samenbrengen van verschillende technologieën zoals biotech en nanotechnologie – en ten slotte, de high value added services zoals health care en software. Voor deze sectorale uitbreiding trok de overheid ongeveer 10 miljard dollar uit. Daardoor moeten in 2018 zo’n 3,5 miljoen jobs bijkomen.”

“Afspraken komen alleen via contacten tot stand. Daarvoor kan FIT zorgen.”

Welke rol speelt de Zuid-Koreaanse regering in de economie?

Marc Devriendt: “Er is een sterke verstrengeling tussen beide. Na de Koreaanse oorlog in 1953 lag het land in puin. Het toenmalige bewind werkte nauw samen met enkele families die zich, onder de bescherming van hogerhand, volop konden ontwikkelen. Zo bouwden deze families machtige conglomeraten uit, de zogeheten chaebols: Samsung, Hyundai en LG legden toen de basis van hun imperiums. Die chaebols hebben tot vandaag de economische touwtjes in handen, en dat strekt zich uit tot op politiek vlak. Zo verleende president Lee Myung-bak in 2010 gratie aan Lee Kun-hee, grote baas van Samsung Electronics die in 2008 was veroordeeld voor belastingontduiking. Daardoor kon Lee Kun-hee opnieuw aantreden als hoofd van Samsung Electronics.”

Hoe sterk is de handelsrelatie tussen Vlaanderen en Zuid-Korea?

Marc Devriendt: “Op basis van de cijfers voor de eerste helft van 2011 is Zuid-Korea momenteel de 34ste exportmarkt van Vlaanderen. In 2010 is vooral de export van chemische en farmaceutische producten ontzettend toegenomen, goed voor bijna de helft van de uitvoer naar Zuid-Korea. Daarnaast gingen de sectoren machines en elektrisch materieel, en kunststoffen en rubber er fors op vooruit. De export van onedele metalen daarentegen deed het stukken minder goed.

In omgekeerde richting staat Zuid-Korea volgens de cijfers voor de eerste helft van 2011 op de 32ste positie als leverancier van Vlaanderen. In vergelijking met het jaar voordien, is dat een daling van negen plaatsen. Ondanks de lichte terugval van de invoer van vervoermaterieel was deze sector in 2010 nog altijd goed voor meer dan de helft van alle import uit Zuid-Korea. Machines en elektrische toestellen, en chemische en farmaceutische producten waren stijgers dat jaar.”

Heeft het land behalve sterke industriële sectoren nog andere troeven?

Marc Devriendt: “De hele maatschappij staat in het teken van onderwijs, kennis vergaren en presteren. Kinderen volgen vanaf zeer prille leeftijd allerlei extra lessen bovenop de verplichte lessen. Ze zetten hun hele jeugd in het teken van het eindexamen op het einde van de middelbare school, omdat de uitslag daarvan bepaalt naar welke universiteit ze mogen. Kortom, de rest van hun carrière hangt ervan af. Het hele land neemt dit buitengewoon serieus. Zo mochten tijdens het afgelopen eindexamen in november de vliegtuigen niet opstijgen en was claxonneren verboden, zodat de studenten zich optimaal konden concentreren op dat examen. Die drang om de beste te zijn, verklaart ook waarom Zuid-Koreanen zo veel belang hechten aan rankings. Am-

bities worden veelal uitgedrukt in ‘binnen x aantal jaar willen we in die markt nummer y zijn’.”

“Voor je kan samenwerken, willen Zuid-Koreanen eerst een persoonlijke relatie opbouwen.”

Hebben de Vlaamse ondernemers al de weg gevonden naar Zuid-Korea?

Marc Devriendt: “Zowat alle grote Vlaamse spelers zijn hier aanwezig – denken we maar aan Bekaert, Barco en Agfa-Gevaert – maar ook kmo’s als Lotus Bakeries doen hier goede zaken. Zuid-Korea biedt tal van opportuniteiten voor bedrijven met innovatieve producten van topkwaliteit aan een gunstige prijs. Eenmaal voet aan de grond is de kans groot dat je in het land kan blijven zakendoen. Gelukkig geniet Europa – en dus ook België – een voortreffelijke reputatie als kwaliteitsleverancier. Omdat ons land tijdens de Koreaanse oorlog vrijwilligerstroepen heeft gestuurd, kent de lokale bevolking België. Zelfs Vlaanderen is een beetje bekend, al is dat vooral door de cartoonversie van het boek ‘Dog of Flanders’, dat zich afspeelt in Antwerpen. Deze serie was hier vroeger zeer populair bij de jeugd.”



Marc Devriendt: “Het respect voor hiërarchie is uitermate bepalend, zeker in de zakenwereld. De grote baas beslist en zijn woord is wet.”



Boven: Seoel is het zakelijke beslissingscentrum, waar de eerste contacten plaatsvinden.

Hoe betreden de Vlaamse ondernemers met interesse in Zuid-Korea best deze markt?

Marc Devriendt: "In Zuid-Korea heerst een confucianistische mentaliteit, een maatschappij in piramidevorm. Het respect voor hiërarchie is uitermate bepalend, zeker in de zakenwereld. De grote baas beslist en zijn woord is wet. Afspraken komen alleen via contacten tot stand. Daarvoor kan FIT zorgen. Ook voor de introductie bij lokale importeurs en distributeurs beschikken we over een goed netwerk. Samenwerking met een lokale partner is essentieel, want zij kennen de importvereisten, taal en plaatselijke cultuur."

Het is belangrijk dat Vlaamse ondernemers onthouden dat 'the winner takes it all', en in Zuid-Korea zal dat altijd een Zuid-Koreaan zijn. Daar kan je als ondernemer weinig tegen inbrengen. Je marges hoog genoeg zetten is de boodschap, zodat je voldoende ruimte voor onderhandeling hebt."

"Het is belangrijk dat Vlaamse ondernemers onthouden dat 'the winner takes it all', en in Zuid-Korea zal dat altijd een Zuid-Koreaan zijn. Je marges hoog genoeg zetten is de boodschap."

Kunnen Vlaamse ondernemers ook andere bestemmingen dan Seoel overwegen?

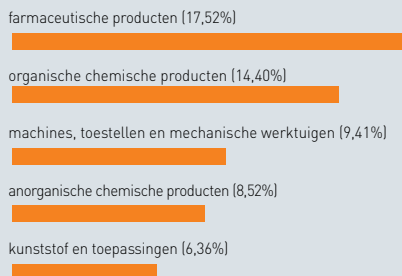
Marc Devriendt: "Het midden van het schiereiland bestaat vooral uit bergen en natuur. De bevolking woont hoofdzakelijk langs de kust, de helft daarvan leeft in Seoel. Dat is het beslissingscentrum, waar alle hoofdkwartieren zijn gevestigd. Alle contacten vinden hier plaats."

Zoals in de meeste Aziatische landen is ook in Zuid-Korea het opbouwen van een persoonlijke relatie belangrijk. Hoe pakken Vlaamse ondernemers dat best aan?

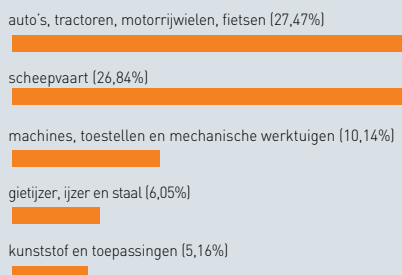
Marc Devriendt: "Ik weet dat het voor vele kmo's een zware investering vergt, maar enkele persoonlijke bezoeken per jaar zijn absoluut noodzakelijk. Voor je kan samenwerken, willen Zuid-Koreanen eerst een persoonlijke relatie opbouwen. Dat betekent onder meer 's avonds samen op de vriendschap klinken ..."

Ook deelnames aan internationale vakbeurzen zijn geschikte momenten om de banden opnieuw aan te halen. Nationale paviljoenen organiseren op Zuid-Koreaanse beurzen is niet evident gebleken. Daarom was FIT Zuid-Korea ook aanwezig op vakbeurzen als FOODEX in Japan en ISM in Keulen, dankzij samenwerking met de plaatselijke FIT-kantoren. Zo kunnen op deze beurzen de Koreaanse bezoekers in hun eigen taal worden ontvangen, zodat onmiddellijk een band ontstaat. Dat maakt het voor Vlaamse ondernemers gemakkelijker om in contact te komen met Zuid-Korea.

Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar Zuid-Korea (2010):



Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit Zuid-Korea (2010):



❓ Bent u actief in chocolade, bier of diamant?

* Wereldtentoonstelling 2012 Yeosu – 12 mei tot 12 augustus 2012

Deze wereldexpo heeft als thema 'The Living Ocean and Coast'. Het Belgische paviljoen bestaat uit een carroussel met kleine eilandjes rond chocolade, bier en diamant. Er is ook een kleine shop waarin de klassieke Belgische exportproducten worden verkocht. Vlaamse bedrijven kunnen hun waar daar te koop aanbieden en zich zo verzekeren van heel wat exposure.

Voor meer informatie kan u contact opnemen met Sara Caudron op 02 553 21 13 of via sara.caudron@lne.vlaanderen.be.

Seoel

Marc Devriendt
Vlaamse
Economische
Vertegenwoordiger



Factsheet Zuid-Korea

- **Oppervlakte:** 99.538 km²
- **Aantal inwoners:** 48.875.000 (2010)
- **Aantal Belgen ingeschreven in Seoel:** 159 (2011)
- **Officiële taal:** Koreaans
- **Munteenheid:** won; 1 EUR = 1,54 KRW (november 2011)
- **Weetje:** de zwarte taxi's zijn duurder dan de witte, grijze of blauwe, maar de kans is groter dat de chauffeur Engels verstaat. Sinds 2009 rijden er ook oranje taxi's, geïntroduceerd voor toeristen, met bestuurders die Engels begrijpen en spreken.
- **Aandeel economische sectoren in bbp (2010)**
 - landbouw, bosbouw en visserij: 2,3%
 - industrie: 38,5%
 - diensten: 48,7%
- **Belangrijkste exportbestemmingen (2010)**
 - China: 25%
 - VS: 10,7%
 - Japan: 6%
 - Hongkong: 5,4%
- **Belangrijkste leveranciers (2010)**
 - China: 16,8%
 - Japan: 15,1%
 - VS: 9,6%
 - Saoedi-Arabië: 6,3%

Op ons programma 2012 in Zuid-Korea

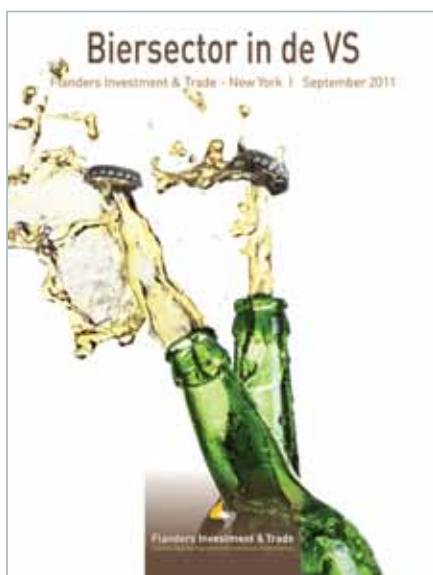
- **Seoel Food & Hotel**
8 tot 11 mei 2012
Op deze vakbeurs voor voeding en dranken biedt FIT een catalogoostand aan.

❓ Meer info vindt u op

www.flandersinvestmentandtrade.be

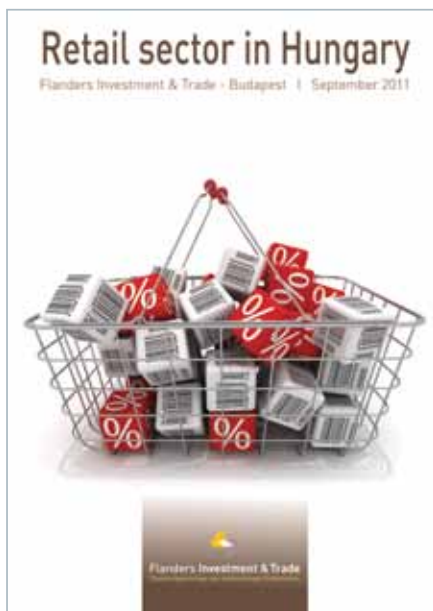
Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) marktstudies en desk research uit. Geen zakenopportunity in hun werkterrein ontsnapt aan hun aandacht. Alle naslagwerken kan u lezen en downloaden op onze website www.flandersinvestmentandtrade.be onder de rubriek 'Marktinformatie'.

Sterk naslagwerk



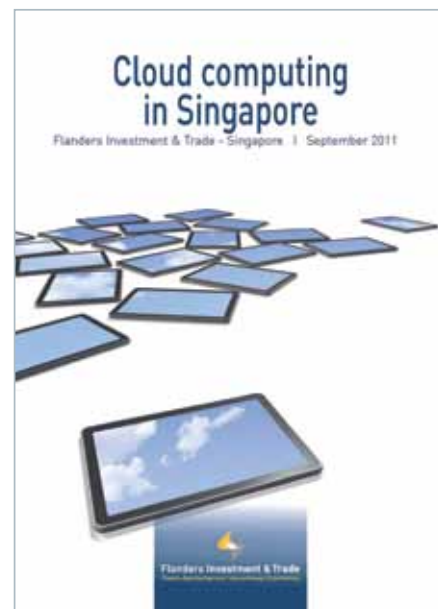
Biersector in de VS

Deze update over de biermarkt in de VS heeft als doel de Vlaamse brouwerijen een beter inzicht te geven in de structuur van de Amerikaanse bierindustrie. Eerst krijgt u een korte historische beschrijving van de bierindustrie in de VS, vervolgens worden de verantwoordelijkheden van brouwerijen, verdelers en detailhandelaars in kaart gebracht. De studie gaat verder met een schat aan statistische gegevens over consumptie, verkoopcijfers en trends. Aan importvereisten en -taksen is een apart hoofdstuk gewijd. Tot slot geeft deze publicatie belangrijke beurzen, internetlinks en contactlijsten mee.



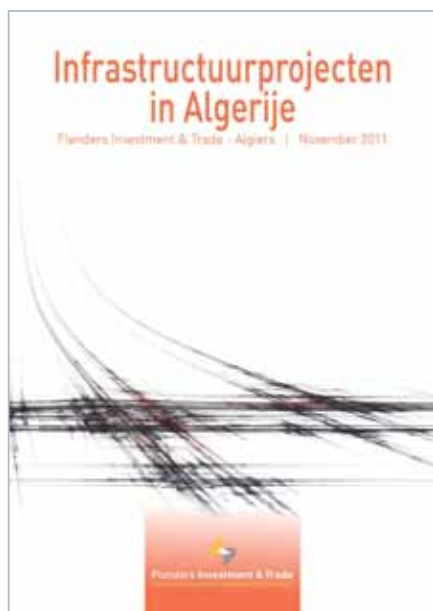
Retail sector in Hungary

In deze marktstudie ontdekt u een uitgebreid overzicht van de Hongaarse retailsector. De studie gaat in op het effect dat de economische crisis erop gehad heeft. Verder geeft de publicatie u een beeld van de huidige trends en nieuwe ontwikkelingen, om af te sluiten met een uitgebreide lijst van contactgegevens. Ook de retailsectoren in de buurlanden van Hongarije worden kort besproken.



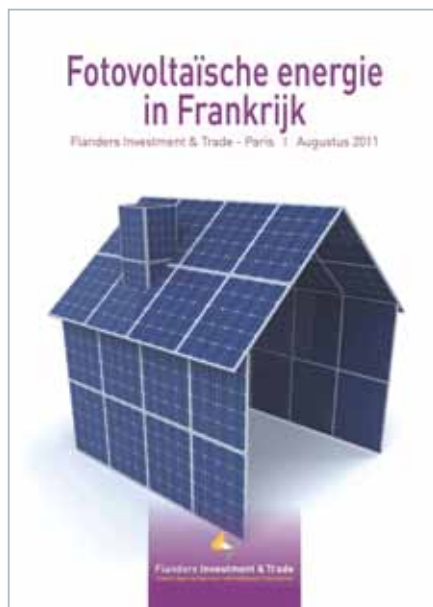
Cloud computing in Singapore

Singapore profileert zich als de 'cloud computing-hub' in de regio. 'Cloud computing' bestaat voornamelijk uit diensten die worden geleverd via gedeelde data-centra. Singapore trekt kapitaal aan van multinationals, grotendeels via grote investeringen in datacentra, om hun diensten en activiteiten in de regio te ondersteunen.



Infrastructuurprojecten in Algerije

Ons kantoor in Algerije maakte een studie over de belangrijkste infrastructuurprojecten in Algerije: auto- en spoorwegen, luchthavens, maritieme infrastructuur en stadsvervoer.



21 Major projects in Australia & New Zealand

Australië is de elfde grootste economie ter wereld. Voor Vlaamse ondernemers die bereid zijn om de afstand te trotseren, liggen er heel wat kansen.

In deze studie worden 21 projecten in Australië en Nieuw-Zeeland uit de doeken gedaan. Het zijn voorbeelden van de grote projecten die er momenteel in de pijplijn zitten in de sectoren van onder meer energie, mijnbouw, gezondheidszorg en IT. Elke project wordt kort uiteengezet met de gegevens van de betrokken partners, budgetten, timings en de bronnen voor het vinden van toonaangevende projecten en marktspelers.

Horeca sector in Croatia



De toeristische sector vormt een belangrijke bron van inkomsten voor Kroatië. Daarom schenkt deze studie ook de nodige aandacht aan de lokale horeca-industrie. U krijgt een schets van de belangrijkste tendensen in de sector, een overzicht van relevante verenigingen en federaties en een uitgebreide lijst met lokale toeleveranciers aan de horeca.



Fotovoltaïsche energie in Frankrijk

In deze studie leest u een kort overzicht van de zonne-energiemarkt in Europa, gevolgd door de situatie in Frankrijk. Zowel de technische aspecten als de verschillende stappen van een fotovoltaïsch project komen aan bod.

In Frankrijk is de installatie van fotovoltaïsche energie streng geregeld. Daarom neemt deze studie de lokale regelgeving onder de loep. Voorts krijgt u bruikbare informatie rond fotovoltaïsche clusters in de Franse markt, de belangrijkste organisaties, de grootste spelers en een overzicht van de grootste nationale en regionale beurzen en evenementen.

Bovendien geeft deze studie toelichting over de recyclage van zonnepanelen en over een nieuw initiatief: Europese weersvoorspellingen voor hernieuwbare energie.



Zeg niet
te gauw,
export is niets
voor een vrouw

Zelfstandige vrouwelijke ondernemers zijn nog altijd in de minderheid, hoewel er een niet te miskennen inhaalbeweging aan de gang is. Vrouwen en ambitieuze exportdoelstellingen, daarentegen, is een minder voor de hand liggende combinatie. Zeker ondernemsters met kinderen twijfelen als ze het woord 'internationalisering' horen, want dat staat gelijk met oneindig lange verblijven in het buitenland. Of toch niet? Wereldwijd ging op zoek naar tips & tricks bij vrouwen die het kunnen weten.

We brachten vier deskundigen samen om te discussiëren over de specifieke uitdagingen van vrouwelijke ondernemers in een (beginnend) exportverhaal: Griet De Schouwer (De Schouwer), Myriam Parrein (Parrein Trading), Bie Schurmans (Fomeco) en Nathalie Vleeschouwer (Fragile).

Hoe begin je als vrouwelijke, Vlaamse ondernemer aan een internationaal businessverhaal?

Nathalie Vleeschouwer: "Ik denk dat iedere ondernemer die zaken doet in België, man of vrouw, al vrij snel tot de conclusie komt dat ons land slechts een beperkte markt is. Zeker als je in een nichebusiness zit, zoals ik met Fragile,

wordt het op den duur moeilijk om nieuwe klanten te vinden. Mijn eerste reflex was, indertijd, om zo veel mogelijk buitenlandse beurzen te bezoeken. Dat is een ideaal platform om andere professionals uit je sector te ontmoeten, afkomstig uit de meest uiteenlopende landen. Bijkomend voordeel is dat je meteen ook je eigen product kan tonen. Bovendien gaat het om wat ik noem 'onverplicht contact': beursbezoekers komen in de eerste plaats om te zien, in tweede instantie pas om te beoordelen en pas in laatste instantie om – hopelijk – verleid te worden door het aanbod van de standhouders. Hoe dan ook, buitenlandse beurzen zijn spannend en intensief, want er hangt veel van af."

Griet De Schouwer: "In mijn geval is het

ondernemen me met de paplepel ingegeven. Veel talen leren, dat was de boodschap van mijn ouders. En de wijde wereld heeft me altijd al geboeid. Ik ben de jongste van vijf kinderen, onder wie drie broers, maar thuis werd geen onderscheid gemaakt tussen meisjes en jongens. Dat helpt me tot op vandaag. Ik heb ons familiebedrijf overgenomen van mijn

Myriam Parrein (Parrein Trading): "Het feit dat ik een vrouw ben, is niet het grootste probleem in het Midden-Oosten. Kmo's hebben het er volgens mij veel moeilijker."

Vrouwen en export: ons panel



Griet De Schouwer - De Schouwer

is de derde generatie bij De Schouwer, een Brusselse groothandel in groenten. Voornaamste product is witloof. Het familiebedrijf voert al sinds 1927 groenten uit naar meer dan 25 landen, overal ter wereld. Witloof, bijvoorbeeld, wordt als absoluut luxeproduct geëxporteerd naar Japan. In 1999 werd Griet De Schouwer door de Europese Commissie uitgekozen om in Japan een Executive Training Program te volgen, waardoor ze er drie jaar kon wonen, leven, studeren en werken.

www.deschouwer.eu



Myriam Parrein - Parrein Trading

is sinds 1992 de go-between tussen Europese bedrijven die willen zakendoen in het Midden-Oosten en lokale zakenlui en overheidsinstanties uit die regio. Ze richtte daarvoor haar eigen bedrijf op: Parrein Trading. Intussen heeft Myriam Parrein een uitgebreid netwerk in het Midden-Oosten, dat reikt tot op de hoogste niveaus. De consultant begon haar carrière als assistente Engelse Taalkunde aan de KULeuven. Na korte tussenstops bij de BBL en bij Eurodye kwam ze daarna als Managing Assistent terecht bij CID Filters, waar ze voor het eerst kennismaakte met het Midden-Oosten.



Bie Schurmans - Fomeco

was negentien jaar turnlrares in het buitengewoon onderwijs voor ze haar kans waagde als ondernemer. In 1989 kreeg haar man, die zelf al een bedrijf had, de mogelijkheid om het metaalverwerkende bedrijf Fomeco over te nemen. Hij had zijn handen meer dan vol, en dus nam Bie Schurmans de leiding op zich. Sinds 1992 legt Fomeco zich toe op de niche van de buisbewerking en levert aan truck- en busfabrikanten over heel Europa. Bie Schurmans is een van de tien Belgische Ambassadrices voor Vrouwelijk Ondernemerschap.

www.fomeco.be



Nathalie Vleeschouwer - Fragile

boorde twintig jaar geleden een nieuwe nichemarkt aan in de modewereld: zwangerschapskledij. Wat begon als een kleine winkel annex atelier groeide al snel uit tot een label dat leverde aan multimerkenwinkels. Vandaag heeft Fragile drie eigen flagship stores en wordt het label in binnen- en buitenland verkocht. Nathalie Vleeschouwer won de Womed Award 2010, en gaat sinds begin dit jaar ook voluit voor een tweede collectie, op maat van dames die niet zwanger zijn.

www.fragile.be

vader. De export van witloof en andere speciale groenten heeft me altijd enorm veel perspectieven geboden om steeds verdere markten te ontdekken.”

Myriam Parrein: “Ik ben eerder toevallig in het Midden-Oosten terechtgekomen. Via mijn werk, in eerste instantie. Maar het was geen liefde op het eerste gezicht. Pas tijdens een tweede bezoek kreeg ik het gevoel: dit is mijn kans, en ik moet het erop wagen! De opportuniteiten lagen er voor het rapen, bij wijze van spreken. In 1992 ben ik als consultant begonnen in de Golfstaten.”

Griet De Schouwer (De Schouwer): “In Japan heb ik vaak het verzoek gekregen om apart te gaan zitten tijdens een vergadering. Dat heb ik altijd geweigerd.”

Liggen er specifieke drempels op het exportpad van vrouwen, of niet, volgens jullie?

Myriam Parrein: “De manier waarop nu met vrouwen wordt omgegaan in het Midden-Oosten kan je niet meer vergelijken met twintig jaar geleden. Heel wat Arabische zakenlui hebben hun opleiding genoten in het Westen, dus ze snappen onderhand wel dat de combinatie vrouwen en business normaal is. Vroeger, daarentegen, was ‘business’ doorgaans niet de eerste associatie die met een westerse zakenvrouw gemaakt werd. Ik heb vaak moeten knokken om mezelf te bewijzen, om vertrouwen te winnen. Voordeel is wel dat een Arabier slechts een keer overtuigd moet worden, hoewel dat tien jaar kan duren. Al bij al vind ik het feit dat ik een vrouw ben niet het grootste probleem in het Midden-Oosten. Kmo’s hebben het volgens mij in verhouding veel moeilijker om voet aan de grond te krijgen in de regio.”

Nathalie Vleeschouwer: “Zwangerschapskledij is een vrouwenbusiness, dus met machismo heb ik weinig of niet te maken gekregen, tot hiertoe. Af en toe een ‘minor incident’, dat wel. Een joodse man die me geen hand wil geven, omdat dat simpelweg niet mag volgens de joodse godsdienst. Maar zulke dingen leggen me zakelijk niks in de weg. In het begin van mijn internationale ontdekkingstocht ondervond ik meer moeilijkheden dan nu. Toen ik stoffen ging aankopen, zag ik velen denken: weer zo’n student die het ook eens wil proberen. Dan moet je jezelf

bewijzen door heel stipt en heel correct te betalen. Dat komt ook je eigen business ten goede.”

Griet De Schouwer: “In elk land worden vrouwen op bepaalde manieren beperkt in wat ze doen. Dat is meestal cultureel bepaald. Aan ons, vrouwen, om die beperkingen zo veel mogelijk in voordelen om te buigen! Hoe het is als vrouw in Japan? Kort samengevat: Japanse zakenlui hebben hoegenaamd geen referentiekader voor de omgang met jonge, vrouwelijke ondernemers. Bedienden en hogere kaderleden zijn bijna altijd mannen. In Japanse bedrijven worden mannen en vrouwen dan ook strikt gescheiden, ook om te eten. Je kan je de verwarring wel voorstellen als daar plots een hoogopgeleide vrouw op de proppen komt. Wie neemt die De Schouwer mee voor de

Bie Schurmans: “Als vrouw in een industriële wereld moet ik sowieso mijn mannetje staan. Toen we onze Braziliaanse productievestiging oprichtten, in 2006, was dat nog veel meer het geval. In die periode moest ik echt op mijn strepen staan, maar ook niet te veel. Braziliaanse mannen strijken nogal graag de eer op voor de plannen van iemand anders. Het zet kwaad bloed als je hen daarop wijst.”

Wat zijn de do’s en don’ts, als ondernemende vrouw in het buitenland?

Griet De Schouwer: “In Japan dwing je pas respect af als je probeert om niet te veel op te vallen tussen al die mannen. Ik deed meestal een broekpak aan, in de hoop om ge-



lunch? Dat was in mijn geval keer op keer een groot dilemma. Of: wat doen we met De Schouwer tijdens ons zakelijk uitje naar de warmwaterbron? In dat laatste geval kon ik natuurlijk niet anders dan me even af te zonderen.”

lijk behandeld te worden. Japanse vrouwen gooien vaak hun charmes voluit in de strijd: hoge hakken, korte rok, make-up ... Dat heb ik nooit willen kopiëren. Mijn strategie is om het ideale evenwicht te zoeken tussen mijn troeven als vrouw,

zoals intuïtie en inlevingsvermogen, en eerder mannelijke eigenschappen, zoals pure rationaliteit. Ik ga ervan uit dat hoe meer je de verschillen tussen vrouwen en mannen in de verf zet, hoe meer je toegeeft dat we fundamenteel van elkaar verschillen."

Bie Schurmans: "In Latijns-Amerikaanse landen mag je zeker niet te veel de bitch uithangen. Soms is het zelfs een voordeel als je een vrouw bent. Lokale leveranciers beschouwen een vrouw die aankopen doet als iets heel speciaals. Ze kijken daar echt naar op."

Myriam Parrein: "In het Midden-Oosten moet je je discreet opstellen en oneindig veel geduld hebben. De nodige zakelijke beslissingen laten soms erg lang op

zich wachten. Opmerkingen daarover zijn taboe. Maar zodra er iets beslist is, gaat men er ook echt voor. Een woord is een woord. Arabieren krabbelen niet terug, wat je soms wel tegenkomt als je zaken doet binnen Europa. Voorts is het, zeker als vrouw, opletten geblazen met bepaalde gespreksonderwerpen: politiek, het feit dat moslimmannen vier echtgenotes mogen hebben en godsdienst in het algemeen."

Bie Schurmans (Fomeco):
"In Brazilië moet ik op mijn strepen staan, maar niet te veel. Mannen strijken er nogal graag de eer op voor de plannen van iemand anders."

Valt een internationale carrière te combineren met een gezinsleven?

Nathalie Vleeschouwer: "Zeker en vast! Mijn drie kinderen zijn nu tien, vijftien en achttien jaar oud. Zoals elke andere vrouw die fulltime werkt, heb ik vroeger een beroep moeten doen op kinderopvang. Gelukkig heb ik ook veel hulp gekregen van mijn familie. Nu nog trouwens. Ik heb zonder twijfel oneindig veel te danken aan mijn man. Op een bepaald moment heeft hij beslist om mee in de zaak te stappen en sindsdien zijn we altijd samen op pad. We voelen elkaar perfect aan en de rollen zijn mooi verdeeld. Natuurlijk missen de kinderen ons, nog steeds, als we in het buitenland zitten. In het begin voelde ik me daar schuldig over, maar iedereen heeft er intussen mee leren omgaan."

Griet De Schouwer: "Ik heb bewust geen kinderen. Buiten het zakenleven ben ik wel heel druk bezig met culinaire ontdekkingstochten: workshops, dineetjes en feestjes organiseren, reizen, noem maar op. Misschien omdat dat dicht bij mijn professionele activiteiten aansluit."

Bie Schurmans: "Mijn drie zonen zijn intussen volwassen; ik heb zelfs al zeven kleinkinderen. Dus in mijn geval is de combinatie werk en privé niet zo'n probleem meer. Het feit dat ik een laatbloei-er ben, als ondernemer, is natuurlijk een voordeel geweest. Toen de kinderen nog klein waren, was een job in het onderwijs ideaal."

Myriam Parrein: "Ik ben ongehuwd. Geen bewuste keuze, al is het wel zo dat ik mijn carrière in het Midden-Oosten niet op dezelfde manier had kunnen uitbouwen mocht ik wel getrouwd zijn."

Hebben jullie tips voor Vlaamse vrouwen die aan het begin van hun zakelijke internationaliseringsparcours staan?

Nathalie Vleeschouwer: "Een goede voorbereiding is natuurlijk cruciaal, al mag je je buitenlandse avontuur ook niet té rigoureuus plannen. Durf al eens te vertrouwen op je vrouwelijke intuïtie, maar begin daar pas mee als je voldoende knowhow hebt opgebouwd. Leg telkens de lat een beetje hoger en dan kom je er zeker en vast."

Nathalie Vleeschouwer (Fragile): "Een joodse man die me geen hand wil, of mag, geven? Geen probleem, want zulke dingen leggen me zakelijk niks in de weg."

Griet De Schouwer: "Heb respect voor andere culturen en voor andere denkwijzen over vrouwen. Maak evenwel duidelijk dat uitzonderingen voor jou niet hoeven. In Japan heb ik vaak het verzoek gekregen om apart te gaan zitten tijdens een vergadering. Dat heb ik altijd geweigerd. En bezint eer ge begint: bestudeer elk land waar je zaken wil doen goed op voorhand, zeker de manier waarop er met vrouwen wordt omgegaan. Iedereen maakt dat natuurlijk voor zichzelf uit, maar bepaalde landen bezoek je als vrouwelijke ondernemer misschien beter niet – of toch niet al te vaak. Zakelijke besprekingen kan je ook vanuit Vlaanderen voeren."

Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Heeft u een eigen kijk op vrouwen met ambitieuze exportdoelstellingen? Wil u bepaalde ervaringen delen met collega's? Brei dan een vervolg aan deze discussie op onze LinkedIn-groep. Daar gooien we u ook 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.

Studio 100 vervult wereldwijd kinderdromen



In 1990 maakten Samson en Gert hun debuut op de Vlaamse openbare omroep. De avonturen van Gert en zijn sprekende hond veroverden in sneltempo de harten van jong tv-kijkend Vlaanderen. Het succes van de tv-serie leidde tot de oprichting van Studio 100. Vele andere kleurrijke personages volgden en zijn minstens even populair. Ook buiten Vlaanderen slaan de creaties aan. Wereldwijd genieten kinderen van de spannende verhalen en figuren uit de stal van dit productiehuis.

Ook al lijkt het alsof Studio 100 in een kinderwereld leeft - zo goed spreken ze de allerkleinsten aan - het is ook een zeer volwassen en succesvol bedrijf. In 2009 won het de prestigieuze titel 'Onderneming van het Jaar', uitgereikt door internationaal auditkantoor Ernst & Young. Het jaar voordien waren oprichters en gedelegeerd bestuurders Gert Verhulst en Hans Bourlon al door het zakenblad Trends verkozen tot 'Managers van het Jaar'.

Wereldwijd bezocht Studio 100 in Schelle. Alles in de gebouwen ademt entertainment, met veel prototypes en grote schermen waarop de verschillende eigen series voortdurend te zien zijn. We vroegen er EVP Global Business Development Jo Daris meer over het exportverhaal van Studio 100.

Van productiehuis naar familie-entertainer

'Samson en Gert' liep al zes jaar op de BRTN, de huidige VRT, toen Studio 100 in 1996 is opgericht. Waarom is toen die beslissing genomen?

Jo Daris: "De activiteiten werden te divers. We toerden met de shows en brachten speelgoed, cd's en stripverhalen uit. Om het merk 'Samson en Gert' nog verder uit te bouwen dan mogelijk was onder de paraplu van een openbare zender, richtten Gert Verhulst, Danny Verbiest en Hans Bourlon Studio 100 op."

Amper vier jaar na het ontstaan, kocht Studio 100 het Meli-pretpark en toverde het om tot Plopsaland. Een gewaagde beslissing voor een productiehuis.

Jo Daris: "Vanuit financieel oogpunt namen we een behoorlijk risico, maar achteraf is het de beste zet gebleken. Het typeert vooral de ondernemingszin van ons bedrijf. Vandaag is Plopsaland het meest bezochte pretpark van België. Alles wat we doen, is gelieerd aan de karakters die we creëren voor tv. Zij vormen de basis van ons 360°-model. Dat betekent dat onze personages niet alleen op de beeldbuis te zien zijn, maar ook aanwezig zijn in theaterzalen, bioscopen, muziekzaken, games, boekenwinkels en supermarkten. Vrijwel alles daarvoor maken we in eigen huis."

De term 'productiehuis' dekt niet langer de lading voor de activiteiten van Studio 100. Zo zijn jullie ook onder meer uitgever en pretparkuitbater. Hoe ontstaan die verschillende bedrijfssegmenten?

Jo Daris: "De focus van Studio 100 is content: 'Wat gaan we brengen?'. Al de rest vloeit daaruit voort. We moeten blijven innoveren en goede inhoud creëren, voor een kritisch publiek bovendien. Je kan

kinderen niet bedotten met slimme marketingtrucs. Het moet boeiend en gevarieerd blijven. In dat voortdurende denkproces ontstaan veel nieuwe ideeën, die geregeld worden uitgewerkt, ook al vergen ze de nodige aanpassingen binnen het bedrijf. Zo hebben we jarenlang bijna alleen met acteurs gewerkt, later is daar animatie bijgekomen. Daarvoor moesten we een nieuwe manier van werken en van verhalen bedenken ontwikkelen, maar dat houdt ons ook scherp."

"We moeten blijven innoveren en goede inhoud creëren, voor een kritisch publiek bovendien. Je kan kinderen niet bedotten met slimme marketingtrucs."

Kadert ook de oprichting van kookzender Njam! binnen die drang naar diversificatie?

Jo Daris: "Samen met sterrenchef Peter Goossens hebben we in december 2010 de digitale zender Njam! opgericht. Eigenlijk is het idee van een themazender ingegeven door de culinaire passie van enkele collega's. En een kookzender past perfect binnen onze activiteiten. De programma's vormen de basis voor onder meer kookboeken en -magazines en workshops. Bovendien zetten we hiermee nog duidelijker de stap naar familie-entertainment, want Njam! heeft een volwassen doelgroep."

Klaar voor export

Studio 100 richt zich ook op de buitenlandse markten. Hoe gaat dat in zijn werk?

Jo Daris: "We wilden aftasten of er buiten onze grenzen ook potentieel is en hebben geïnvesteerd in medewerkers om specifiek dat internationale parcours te onderzoeken en te ontwikkelen. We kwamen vrij snel uit bij Duitsland als nieuwe afzetmarkt. In 2007 hebben we een lokaal bedrijf opgericht, Studio 100 Media, dat toen bestond uit vijf medewerkers, onder leiding van Patrick Elmendorff. Zij focussten voornamelijk op de distributie van onze content."

Een jaar later neemt Studio 100 het Duitse EM Entertainment over. Verliep de verovering van de Duitse markt zo vlot?

Jo Daris: "Patrick Elmendorff kwam oorspronkelijk van EM.TV en kende het bedrijf dus als zijn broekzak. Hij signaleerde de buitenkans om de distributie van de

EM-catalogus over te nemen en dat leidde uiteindelijk tot de aankoop ervan. Zo werden we eigenaar van een hele reeks tv-klassiekers als Maja de Bij, Heidi en Wickie de Viking. Die gaan we updaten - we maken er ook nieuwe afleveringen in 3D van - en volgens ons bedrijfsmodel met liedjes, shows en merchandising in de markt zetten."

Hoe vinden buitenlandse zenders de weg naar Studio 100?

Jo Daris: "Internationale vakbeurzen zijn voor ons een zeer belangrijk instrument. Daar profileren we ons als programmamakers voor de buitenlandse markt. In het begin was dat moeilijk, want we beschikten slechts over tien series, terwijl een typische distributeur op een beurs enkele honderden producten in zijn portefeuille heeft. Het was een harde maar interessante leerschool. Met de aankoop van de EM-catalogus steeg ons aanbod aanzienlijk. Dankzij deze acquisitie lopen de programma's van Studio 100 in meer dan 120 landen.

Soms word je geholpen door geluk, toeval en een flinke dosis energie. Onze reeks 'Het Huis Anubis', een samenwerking met Nickelodeon Nederland, liep zeer succesvol in Vlaanderen en Nederland. Door een reorganisatie binnen de Nickelodeon-groep kregen onze Nederlandse partners grotere verantwoordelijkheden. Zij gaven ons de kans om een nieuwe, Duitse versie van Het Huis Anubis te maken. Het resultaat sloeg aan en we konden ook een Engelse versie maken. Een erg belangrijke stap, want zo zijn we op alle Nickelodeon-zenders wereldwijd verschenen."

"Internationale vakbeurzen zijn voor ons een zeer belangrijk instrument."

Kunnen personen als Samson en Gert of verhalen als Het Huis Anubis gemakkelijk worden geëxporteerd?

Jo Daris: "De Franse versie 'Fred et Samson' is uitstekend onthaald. Toch kunnen we niet zomaar copy-pasten. Voor Het Huis Anubis zitten kleine nuances verschillen in de Nederlandse, Duitse en Engelse versie. We ontdekken die andere accenten door vooraf de markt goed te onderzoeken en door veel te overleggen met onze lokale partners."

Internationale ambities

Hoe ver reiken de internationale ambities van Studio 100?

Jo Daris: "We zijn erg ambitieus, maar



Boven: innoveren houdt Studio 100 scherp.

we willen onszelf niet voorbij hollen. Ook al zijn we vandaag al in veel landen aanwezig, een tweede Studio 100 is er nog niet. Ons uniek bedrijfsmodel, waarin we zo goed als alles zelf doen, kunnen we niet overal incorporeren. Daarvoor ontbreekt het ons voorlopig aan mankracht en volume. Het volstaat niet om één populair programma op de buis te hebben. We staan nog maar aan de start van ons internationale verhaal dat we langzaam willen laten groeien.”

Momenteel staat een product van Studio 100 op nummer één op de grootste kindzender van de VS. Betekent dit dat jullie nu mikken op de Amerikaanse markt?

Jo Daris: “Daarvoor is het nog te vroeg. De Amerikaanse markt is gigantisch, de concurrentie moordend en de prijzen voor het lanceren van een promotiecampagne exorbitant. Dat we nu al dit resultaat behalen, beschouwen we eerder als een aangename verrassing.

Naast onze wereldwijde samenwerking met licentiepartners en agenten, richten we momenteel onze exportpijlen op

Duitsland, Frankrijk en het VK. Zo trachten we een ijzersterke Europese hub uit te bouwen en marktleider familie-entertainment te worden binnen Europa. Vanuit die stabiele, centrale positie kunnen we dan alle windrichtingen uit.”

“Eerst willen we een ijzersterke Europese hub uitbouwen en marktleider familie-entertainment worden binnen Europa. Vanuit die stabiele, centrale positie kunnen we dan alle windrichtingen uit.”

Uniek profiel

Studio 100 is een Vlaams bedrijf dat sterk investeert in internationalisering. Dat past als gegoten binnen de missie van FIT. Toch is er weinig samenwerking. Hoe komt dat?

Jo Daris: “Het contact is er wel en ik vind

de dienstverlening van FIT uitstekend, maar ons bedrijf is een buitenbeentje. Per land zijn er maar een aantal mensen die inkopen voor tv en die kennen we al. Daarvoor hoeven we niet aan te kloppen bij FIT. Als ik in Cannes ben, waar de belangrijkste tv-vakbeurzen plaatsvinden, spreek ik altijd af met de lokale Vlaamse Economische Vertegenwoordiger van FIT. Voorlopig heeft dat nog niet geleid tot een concrete samenwerking, maar hopelijk is dat binnenkort wel het geval!”

→ ID

- **Bedrijf:** Studio 100
- **Opgericht in:** 1996
- **Omzet:** 135,6 miljoen euro (2010)
- **% omzet uit het buitenland (niet-Benelux):** xx % (2010)
- **Aantal medewerkers Studio 100 Benelux:** +/- 230 personen
- **Aantal medewerkers Studio 100 groep:** +/- 1.000 voltijdse equivalenten
- **Hoofdkwartier:** Schelle
- **Kantoren:** Londerzeel, Breda, München, Parijs en Sydney
- **Activiteiten per segment:**
 - **Studio 100 Benelux:** tv, film, theater, dvd-audio-multimedia, publishing, merchandising licenties en digitale media
 - **Plopsa-themaparken:** Plopsaland De Panne, Plopsa Coo, Plopsa Indoor Hasselt, Plopsa Indoor Coevorden en Holiday Park in Duitsland
 - **Studio 100 Media:** internationale tv-verkopen, JuniorTV, VOD-DTO-Interactive en merchandising licenties
 - **Studio 100 Animatie:** productie animatiereeksen en coproducties, eigen animatiestudio's in Parijs en Sydney

🔗 Klaar voor de volgende stap in uw internationaliseringsproces?

Neem dan 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.

“De groene revolutie in China”



Halverwege september waren de vijf technologieattachés van FIT in Vlaanderen. Op hun agenda stond ook een gesprek met Wereldwijs. In de twee vorige edities maakte u al kennis met de visie van Jan Wauters en Ben Kloeck – over Bio- en Nanotechnologie – en die van Annik Bouquet en Ralph Moreau – over ICT. Ditmaal is het de beurt aan Tom Tobback, onze technologieattaché Milieu & Energie, op post in Peking.

In China is de afgelopen tien jaar een nieuwe revolutie aan de gang: de groene. Het land is intussen uitgegroeid tot de grootste producent van hydro-elektriciteit en de grootste uitvoerder van zonnepanelen ter wereld. Met zijn geïnstalleerde capaciteit voor windenergie stak China bovendien de VS voorbij.

De Chinese overheid beseft dat een ongecontroleerde economische groei, zonder aandacht voor de kwaliteit ervan, niet duurzaam is. Daarom stelde ze zeer ambitieuze groene doelstellingen op. China zal in de komende vijf jaar maar liefst 235 miljard euro pompen in de promotie van een groene en koolstofarme economie.

De juiste man op de juiste plaats

Na zijn studies burgerlijk ingenieur Mijnbouw en Geofysica was Tom Tobback jarenlang werkzaam in de internationale olie- en gassector in Zuid-Amerika en voor de VN in Afrika. Voor hij in dienst trad als technologieattaché bij FIT werkte hij al vier jaar in China voor een Vlaams productiebedrijf.

“Milieu & Energie zijn sterk afhankelijk

van allerlei regelgevingen en subsidies. Daarom hebben de grote energiebedrijven, in China allemaal staatsbedrijven, hun hoofdkwartier in Peking. Dichtbij het machtscentrum, dus. Ook voor milieubedrijven geldt dat, hoewel er vrij weinig industriële activiteit is in Peking”, zegt Tom Tobback over zijn werklocatie. Zijn kantoor is gehuisvest in de Belgische ambassade in Peking.

Kansen voor Vlaamse technologiebedrijven

“Omdat energie, inclusief hernieuwbare energie en energie-efficiëntie, een strategische sector is in China, liggen hierin vele opportuniteiten voor Vlaamse technologiebedrijven. Tegelijk wil de Chinese overheid in dit domein ook sterke eigen spelers creëren. De staatsbedrijven spelen een prominente rol in het realiseren van de groene doelstellingen”, vertelt Tom Tobback.

Buitenlandse bedrijven kunnen er voet aan de grond te krijgen, maar dat loopt niet altijd van een leien dakje. “Je moet beschikken over de juiste connecties,

deel uitmaken van het geschikte netwerk. Dat bedoelen Chinezen met de term ‘guanxi’. In de afgelopen jaren heb ik – zowel in Vlaanderen als in China – een omvangrijk netwerk uitgebouwd, waardoor ik Vlaamse ondernemers met mogelijke klanten of partners in China in contact breng en omgekeerd”, licht Tom Tobback toe. “Ik heb ondertussen veel bijgeleerd over hoe opportuniteiten het best worden aangepakt.”

Vlaams-Chinese match?

FIT maakt ook promotie voor Vlaanderen als uitvalsbasis voor Chinese bedrijven in Europa. “Ik investeer, bijvoorbeeld, veel tijd in gesprekken met grote Chinese windturbineproducenten om hen te overtuigen van de voordelen van Vlaanderen als commercieel, logistiek en financieel centrum voor hun activiteiten in Europa. Door de Vlaamse expertise in de groene sector is dat een sterk verhaal. Vlaanderen heeft belangrijke spelers, zoals Hansen Transmissions, CG Power en Sarens, en de nodige logistieke platforms in de havens van Oostende en Antwerpen”.

zegt Tom Tobback.

“Omgekeerd is het voor Vlaamse ingenieursbedrijven die bepaalde diensten aanbieden, zoals studies of een ontwerp voor waterzuivering of biomassa-installaties, niet eenvoudig om in te spelen op de Chinese vraag. China is een land van fabrieken en producten. De dienstensector is hier vooralsnog veel minder uitgebouwd. Voor Vlaamse productiebedrijven gaan de deuren dan ook iets makkelijker open in China.”

Samenwerking in Vlaanderen

Voorts is Tom Tobback betrokken bij het project 'Internationalisering van de Vlaamse kenniseconomie', dat EFRO-steun geniet. “Ik heb zeer regelmatig contact met Vlaamse clusterorganisaties als Flanders Cleantech Association (FCA) en Flanders Smart Grids. In september hebben we met FCA twee seminars georganiseerd rond de cleantechsector in China. Bij zulke gelegenheden proberen we niet alleen de nadruk te leggen op de omvang van de Chinese markt en de spectaculaire cijfers, maar ook een stap verder te gaan en praktisch advies te geven over welke aanpak kan werken voor Vlaamse kmo's.”

Verdere stappen voor hightechbedrijven

Wil u graag uw plannen bespreken met een van onze technologieattachés?

Neem contact op met het provinciaal kantoor in uw buurt.

Alle contactinfo vindt u op www.flandersinvestmentandtrade.be.

Leestip!

FIT publiceerde 'Met uw hightechbedrijf de grens over' in de reeks Leidraad bij internationaal ondernemen.

Via www.flandersinvestmentandtrade.be kan u in de rubriek 'Folders en publicaties' dit interessante boekje downloaden of bestellen.



Wordt u onze nieuwe Vlaamse Economische Vertegenwoordiger?

Wereldwijd ondersteunen onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) Vlaamse ondernemers bij hun internationaliseringsplannen en promoten ze Vlaanderen als investeringslocatie. De VLEV ontwikkelt ter plaatse een professioneel netwerk met de belangrijkste actoren binnen zijn werkterrein en speurt actief naar opportuniteiten voor Vlaamse bedrijven. Zij kunnen te allen tijde een beroep doen op de VLEV voor advies en begeleiding op maat. Tot slot organiseert de VLEV, samen met zijn team, tal van acties. We zijn op zoek naar kandidaten om onze werfreserve aan te leggen.

De selectieprocedure bestaat uit vier fases:

- de voorselectie, op basis van het cv
- verkennend gesprek en test talenkennis Engels en Frans, zowel schriftelijk als mondeling
- externe competentiemeting
- selectie-interview en presentatieoefening

aanmerking voor de tweede fase:

- diploma dat toegang verleent tot niveau A (licentiaat, master, doctoraat)
- minstens zes jaar relevante professionele ervaring in een internationale en commerciële omgeving
- grondige kennis van de opdrachten van FIT en van de Vlaamse en internationale actoren in internationaal ondernemen
- zeer grondige kennis van het Engels en Frans, kennis van andere talen is een extra troef

Basiscriteria

Alleen de kandidaten die beantwoorden aan deze functievooraanwaarden komen in



Is dit profiel op uw lijf geschreven of zit de geknipte kandidaat in uw netwerk?

Op www.flandersinvestmentandtrade.be vindt u meer informatie en kan u het inschrijvingsformulier downloaden. Veel succes!

Actief in voeding & dranken? Dan is Anuga de place to be!



Om de twee jaar trekt iedereen die met de voeding- en drankenindustrie te maken heeft naar Keulen. Dan vindt daar Anuga plaats, de grootste levensmiddelenbeurs ter wereld. Van 8 tot 12 oktober was het weer zover. Ook FIT had er een groepsstand, waarop 46 Vlaamse bedrijven hadden ingetekend.

Vóór de vakbeurs had FIT Keulen een mailing naar de honderd belangrijkste Duitse inkopers in de voedingssector gestuurd. Enkele van hen gingen graag op die uitnodiging in. Ook een delegatie van het Vlaams Parlement bezocht de FIT-groepsstand.

Al onze klanten onder één dak

Voor Dejaeghere – een West-Vlaams bedrijf dat diepvriesgroenten produceert, verpakt en verkoopt – is niet deelnemen aan Anuga geen optie. “Dejaeghere exporteert wereldwijd, ongeveer 90% van onze omzet realiseren we in het buitenland. Het zou niet opportuun zijn om elke klant afzonderlijk te bezoeken, daarvoor is onze verkoopdienst te beperkt. Op Anuga kunnen we ineens veel van onze klanten ontmoeten”, vertelt Sales Manager Miguel Cauwelier.

“We nemen ook deel aan SIAL in Parijs en vroeger ook aan Alimentaria in Bar-

celona, maar Anuga steekt er met kop en schouders bovenuit. Deze keer viel het me op dat er veel minder ‘toeristen’ de beurs bezochten; het leeuwendeel van de bezoekers waren professionelen. Specifiek voor ons bedrijf stelde ik vast dat de interesse in onze producten is toegenomen, en dat leveranciers van verpakkingsmateriaal of transportbedrijven minder aanwezig waren.”

Innovatie loont

Volgens Marc Brysse, Managing Director van d’Haubry, was de jongste editie van Anuga tot nog toe de meest interessante en productieve, met de meest kwalitatieve contacten: “Al vijftien jaar lang sla ik geen Anuga over. Ons bedrijf heeft een nieuwe makaronversie bedacht die zes maanden houdbaar is en op kamertemperatuur wordt aangeboden. Gewoonlijk liggen makarons ofwel diepgevroren, ofwel vers in de rekken, waardoor ze

slechts enkele dagen houdbaar zijn. We kregen ontzettend veel bezoekers die heel geïnteresseerd waren in onze innovatieve versie van het product.”

“Voor mij zijn beurzen ontmoetingsplaatsen, waar je je producten toont en waar ze worden opgepikt – of niet. Bovendien kan je er vele bestaande klanten terugzien en nieuwe contacten leggen. Daarom zijn vakbeursdeelnames essentieel voor nieuwe spelers om een netwerk uit te bouwen”, vertelt Marc Brysse. “Beersuccessen zijn moeilijk meetbaar, maar laat me zeggen dat ik, dankzij mijn aanwezigheid op Anuga, in ongeveer tien extra landen de distributie zal kunnen opstarten.”

? Wil u meer weten over de FIT-groepsstand op Anuga?

Bespreek uw plannen met de dienst acties via acties@fitagency.be.



Prinselijke missie naar China geeft Vlaamse ondernemers duwtje in de rug



Ondernemers die gewonnen zijn voor export naar verre markten, kijken daarbij vaak naar China. De jaarlijkse groeicijfers van deze wereldspeler zijn immers fenomenaal. De inschrijvingen voor de prinselijke handelsmissie naar China liepen dan ook als een trein. Onder leiding van prins Filip tastte een 474-koppige delegatie van 20 tot 29 oktober er haar zakenkansen af, sprak er met ondernemers, sloot er overeenkomsten en tekende er contracten.

Onder de deelnemers bevonden zich ongeveer tweehonderd Vlaamse ondernemers. De prinselijke missie deed drie steden aan: hoofdstad Peking en economische zwaargewichten Chongqing en Guangzhou.

Intensieve promotie van Vlaanderen

De missie zoekt niet alleen opportuniteiten in het land, maar profileert Vlaanderen ook als interessante investeringsregio. Speciaal daarvoor reisde Vlaams minister-president Kris Peeters één dag af naar Peking. John Verzele, Director Inward Investment bij FIT: "Kris Peeters sprak er met Li Shufu, voorzitter van Geely, de groep die in 2010 Volvo Cars van Ford overnam. Uit het gesprek bleek dat de Chinese autobouwer een heel doelgerichte focusstrategie heeft uitgestippeld, met het accent op Volvo. Volvo Gent blijft een erg actieve rol spelen, die in de toekomst nog zal toenemen.



Boven: het Antwerp World Diamond Center sloot een akkoord met ICBC. De Chinese bankreus zal de Antwerpse diamantairs financieel ondersteunen.

Ook het onderhoud met de topman van technologiebedrijf aigo kan potentieel veel opleveren voor Vlaanderen. Hij is immers ook de voorzitter van een associatie van Chinese ondernemingen. Met ongeveer twintig Chinese ondernemers onderzoeken ze welk land voor hen de beste uitvalsbasis voor Europa is. De beslissing zal in groep worden genomen. Kris Peeters liet er dan ook geen gras over groeien en nodigde hen uit om in december de troeven van Vlaanderen persoonlijk te ontdekken.”

Nieuwkomer in de Chinese markt

Voor Manuel Goossens, eigenaar en Director van GOOD !D, was China zijn ‘maidenmissie’. “Een superervaring”, klinkt het enthousiast. GOOD !D werd tien jaar geleden opgericht. Het eerste succesproduct was de Feed-o-matic, een handige voedertoren voor kleine huisdieren. Vijf jaar geleden lanceerde Manuel Goossens zijn eigen, onafhankelijke merk: Hupple, met een uitgebreid beloningsgamma voor honden.

Sinds kort zet GOOD !D in op export en doet daarvoor een beroep op FIT. De recente prinselijke missie naar China stond bij GOOD !D helemaal in het teken van het formaliseren van de nieuwe samenwerking met een lokale distributeur. “We hebben het contract samen met onze kersverse Chinese distributeur ondertekend tijdens een officiële ceremonie, in het bijzijn van prins Filip.

Dat maakte toch behoorlijk indruk op alle betrokkenen en aanwezigen.”

Tijdens de missie naar China heeft Manuel Goossens naar eigen zeggen heel wat interessante contacten opgedaan. “Het enige wat ik jammer vond, is dat de berichtgeving over de missie in sommige Vlaamse media nogal populistisch was. Het is helemaal geen plezierreisje. Een prinselijke missie kadert volgens mij perfect in wat een land moet doen om zijn export vooruit te helpen.”

Missie reeds voor de helft geslaagd

4DDynamics ontwikkelt algoritmes voor de overdracht van 3D-data en bracht ook een 3D-scanner op de markt. Het bedrijf draait vrijwel helemaal op export, dus voor CEO Denise Grauzinis was het gebeuren niet nieuw: “We hadden al een distributeur in China, maar we willen ons lokale distributienetwerk uitbreiden. De contacten met potentiële distributiepartners die FIT voor ons regelde, bleken erg nuttig.”

Meer nog, Denise Grauzinis verwacht dat deze prinselijke missie haar bedrijf op korte termijn één à drie nieuwe distributeurs in China zal opleveren. “Jammer dat we geen afspraak met een Chinese overheidsinstantie hebben kunnen vastleggen, want ook de data-acquisitie voor overheidsinstanties is een specialiteit van 4DDynamics.” De CEO verwijst naar haar deelname aan de prinselijke

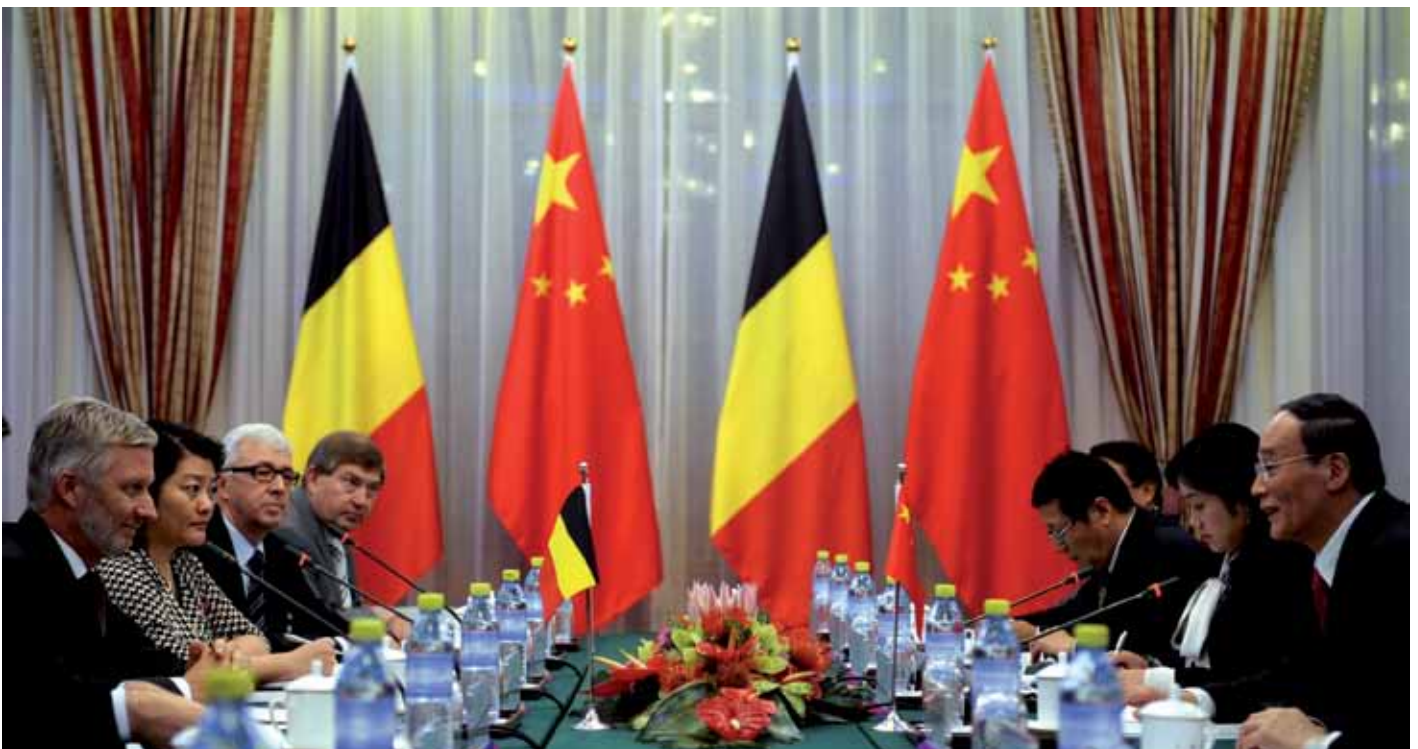
missie naar de VS eerder in 2011, waar potentieel een groot project met het Amerikaanse Department of Homeland Security uit zal voortvloeien.

“Voor ons bedrijf is de missie naar China voor 50% geslaagd. Al beseft ik dat het zeker niet evident is om een afspraak met een Chinese overheidsinstantie te regelen. Misschien lukt dat wel een volgende keer?”

? Wil u ook uw zakelijke kansen in China ontdekken?

Neem contact op met het dichtstbijzijnde provinciaal kantoor van FIT.

Op www.flandersinvestmentandtrade.be vindt u in de rubriek ‘Onze dienstverlening’ alle adressen en contactinfo.



Boven: België en China versterken handelsrelaties tijdens prinselijke missie.

Handelsmissie legt kansen bloot in India



Boven: op bezoek in de tweede snelste economische groeier ter wereld.

De multisectorale missie naar India van afgelopen november ontlokte vele enthousiaste reacties. Nochtans was het voor de zestig Vlaamse deelnemers geen plezierreisje. Nauwelijks tijd voor ontspanning, want ieders agenda stond bol van de afspraken. Afspraken op de hoogste niveaus, bovendien, dankzij de aanwezigheid van Vlaams minister-president Kris Peeters.

Van 13 tot en met 18 november bezocht de Vlaamse delegatie vier steden: Mumbai, New Delhi, Bangalore en Chennai. De 35 deelnemende bedrijven kwamen uit zeer uiteenlopende sectoren, met een vrij sterke vertegenwoordiging in het segment industriële toelevering en diensten, maar daarnaast waren ook bedrijven aanwezig uit onder meer logistiek, milieu en cleantech, ICT, diensten, diamant en farmaceutica.

Belangrijke groeimarkt India

India is na China de snelste economische groeier ter wereld. De economische groei voor 2011 bedraagt volgens de jongste

schattingen 7,5% à 8%. Logisch dat India tot de focuslanden van FIT behoort.

Het land is de belangrijkste klant van Vlaanderen in Azië. In 2010 exporteerden de Vlaamse bedrijven ongeveer 6,7 miljard euro naar India. Daarvan neemt de diamanthandel het leeuwendeel voor zijn rekening. Volgens Kris Peeters is dat meteen ook de achilleshiel van de Vlaamse uitvoer naar India. Diversificatie van onze export is absoluut nodig.

Tweerichtingsverkeer

Deze missie diende ook om Indiase investeerders naar Vlaanderen te halen. In de vier steden stond telkens een invest



Boven: Vlaamse en Indiase bedrijven rond de tafel.

power lunch of ontbijtontmoeting op het programma, samen goed voor 58 gesprekken tussen de minister-president en bestaande en potentiële Indiase investeerders. Daarnaast vonden nog talrijke andere individuele ontmoetingen plaats tussen Kris Peeters en Indiase zakenlui, met het oog op nieuwe investeringen in Vlaanderen.

In datzelfde kader nodigde de Vlaamse regering bedrijfsleiders en politici uit India uit om in juni deel te nemen aan een economische topbijeenkomst in Antwerpen. Vlaanderen is dan gastheer van de Horasis Indian Business Meeting. Dat is een organisatie die – net als het World Economic Forum – economische leiders van overal ter wereld samenbrengt om via overleg de internationale economie te bevorderen. Kris Peeters hoopt dan 300 Vlaamse en Indiase bedrijfsleiders samen te krijgen.

De status van minister-president

De minister-president werkte een intensief programma af. Dat stond volledig in het teken van de bevordering van de bilaterale handelsrelaties van Vlaanderen met India en de promotie van onze regio als investeringslocatie. Zo was er een bijzonder geslaagd promotie-event rond Antwerpen als wereldhoofdstad voor diamant in Mumbai. Kris Peeters woonde ook vele bedrijfsbezoeken en officiële ceremonies bij. Die stelden mooie realisaties van Vlaamse bedrijven in India in de schijnwerpers, naast succesvolle samenwerkingsprojecten en joint ventures met Indiase partners. De betrokken bedrijven en instanties waren tevreden met deze aandacht. De aanwezigheid van Kris Peeters is tenslotte een duidelijk signaal dat de Vlaamse overheid enorm veel belang hecht aan internationaliseringsprojecten. En dat gaat niet ongemerkt voorbij in een land als India, waar status een zeer grote rol speelt.

Politiek onderhoud

Tijdens de missie voerde Kris Peeters ook gesprekken met Indiase politici met aandacht voor economische en commerciële dossiers. Hij sprak onder meer met Anand Sharma, de federale minister van Handel, en met G.K. Vasan, de federale minister van Scheepvaart, en bracht daarbij twee recente Indiase maatregelen ter sprake die het voor buitenlandse baggeraars erg moeilijk maken om nieuwe contracten binnen te halen. Beide ministers engageerden zich om deze maatregelen zo snel mogelijk terug te schroeven. Dat toont aan dat de Vlaamse overheid haar rol in het meehelpen wegwerken van handelsbelemmeringen ter harte neemt. Kris Peeters drong ook aan

op het snel afsluiten van een vrijhandelsakkoord tussen India en de EU.

“Zonder deze missies waren wij niet actief in India”

Jan Talboom, zaakvoerder van het gelijknamige studie bureau, was een van de deelnemers aan de missie. Zijn bedrijf heeft enkele geothermische projecten lopen in India. Hij stelt resoluut dat daar geen sprake van zou zijn zonder de economische missies die onder meer FIT organiseert: “Zeker in deze turbulente tijden is export voor Vlaamse bedrijven cruciaal. Op eigen houtje nieuwe markten verkennen, is geen sinecure. De steun en aanwezigheid van een prins en een minister-president geven je marktintroductie een bijzondere dimensie. Dankzij het officiële karakter van dit soort missies, en het netwerk van FIT, krijg je personen te zien waar je alleen nooit een afspraak mee zou kunnen vastleggen.”

Lokaal verkoopfiliaal

Vermeiren, een fabrikant van hoogkwalitatieve rolstoelen, ziekenhuis- en thuisverzorgingsbedden, besliste dan weer om een verkoopfiliaal in Bangalore op te richten. Uit voorbereidende prospecties bleek namelijk dat het voor het bedrijf moeilijk zou worden om rechtstreeks vanuit Vlaanderen te verkopen. Vermeiren is met India niet aan zijn internationale proefstuk toe. De rolstoelfabrikant exporteert naar meer dan 45 landen.

CEO Patrick Vermeiren licht de stap naar de Indiase markt toe: “We hebben vastgesteld dat lokale gesprekspartners je minder au sérieux nemen als je nog niet ter plaatse bent gevestigd. Ze geven de voorkeur aan bedrijven die die stap wel al hebben gezet en dus ook een dienst-na-verkoop kunnen garanderen.”

Waarom Bangalore? “Het is een redelijk welvarende regio met 80 miljoen inwoners, die bekend staat om zijn medisch toerisme. Omdat het netwerk van distributeurs er voor onze producten nog in de kinderschoenen staat, moeten we de ziekenhuizen rechtstreeks benaderen. We hebben al enkele lokale ziekenhuizen bezocht die interesse hebben in wat wij maken. En, niet onbelangrijk, in Bangalore staan een aantal projecten op til voor de bouw van nieuwe hospitalen. Als dit verhaal succesvol blijkt, is het onze bedoeling om op termijn ook dit verhaal uit te bouwen voor gans India”, aldus Patrick Vermeiren.

Wil u ook uw zakelijke kansen in India ontdekken?

Neem contact op met het dichtstbijzijnde provinciaal kantoor van FIT.

Op www.flandersinvestmentandtrade.be vindt u in de rubriek ‘Onze dienstverlening’ alle adressen en contactinfo.



Boven: het Vlaamse HTMS en het Indiase Futom Engineers bezegelden hun samenwerking tijdens de missie.



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!

GROEPSSTAND



China Medical Equipment Fair – Shenzhen

17 tot en met 20 april 2012

China blijft sterk investeren in de uitbouw van zijn medische voorzieningen en zal tegen 2015 zijn uitgegroeid tot de derde grootste IVD-markt ter wereld, na de VS en Japan. Via het nationale 'healthcare reform'-programma wordt maar liefst 120 miljard dollar geïnvesteerd in de bouw van 2.600 nieuwe hospitalen over een periode van 4 jaar. De vraag naar (buitenlandse) knowhow en medische uitrusting neemt evenredig toe.

China Medical Equipment Fair (CMEF) is een van de belangrijkste internationale medische vakbeurzen in China. Na het succes van de eerste deelname in 2011 zal FIT opnieuw aanwezig zijn, in samenwerking met AWEX, op CMEF 2012.

CMEF, een internationaal trefpunt met een zeer brede waaier aan producten en diensten (IVD, labo- en hospitaaluitrusting, ICT, ...) biedt een uitgelezen platform om deze

snelgroeiende markt actief te bewerken. De vorige Shenzhen-editie verwelkomde ruim 2.400 exposanten uit 24 landen en meer dan 72.000 bezoekers (distributeurs, onderzoeksinstituten, labo's enz.) uit meer dan 100 landen en regio's. Ook voor april 2012 is de belangstelling zeer groot.

Inschrijven kan tot en met 10 januari 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Jeroen De Vuyst, 02 504 88 55
jeroen.devuyst@fitagency.be



Offshore Technology Conference – Houston

30 april tot en met 3 mei 2012

De Offshore Technology Conference (OTC) is het grootste en belangrijkste offshore olie- en gasforum wereldwijd. Door deelname kan u kennismaken met het potentieel van deze beurs én uw eigen aanbod voorstellen aan prospects. De volgende editie gaat door in het Texaanse Houston, de wereldhoofdstad van de energiesector en uitvalsbasis voor offshore-activiteiten in de Golf van Mexico.

Enkele cijfers van de editie 2010:

- 2.500 exposanten (waarvan 700 buitenlandse)
- 45.750 m² standoppervlakte
- 85.000 professionele bezoekers uit 110 landen
- 300 seminaries en plenaire sessies

Inschrijven kan tot en met 30 januari 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Katty De Vos, 02 504 87 14
katty.devos@fitagency.be



SIAL – Parijs

21 tot en met 25 oktober 2012

SIAL is de grootste en belangrijkste voedingsbeurs ter wereld. FIT zal er aanwezig zijn met groepspaviljoenen in de hallen 'zoetwaren', 'diepvries' en 'vleeswaren'. Dit internationale evenement is een must voor Vlaamse bedrijven die actief zijn in deze branches. Deelnemen aan SIAL is een belangrijke strategische beslissing en betekent een springplank voor uw exportmarkten.

SIAL Parijs kan rekenen op een grote inter-

nationale belangstelling: 5.500 exposanten uit 101 landen ontvangen tweemaal meer dan 148.000 bezoekers afkomstig uit 185 landen.

Inschrijven

kan tot en met 25 februari 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Gabor Becski, 02 504 87 02
gabor.becski@fitagency.be

GROEPSZAKENREIS



Multisectoraal – Zuid-Rusland

19 tot en met 23 maart 2012

Ontdek de mogelijkheden in Zuid-Rusland tijdens deze missie naar Krasnodar, Novorossiysk en Rostov-a/d-Don.

Krasnodar is een landbouwgebied bij uitstek. Veel industrie in de regio is dan ook gerelateerd aan de landbouw, zoals voedselverwerking en de productie van landbouwwerktuigen. Ook de logistieke sector biedt mogelijkheden. De regio ligt aan de Zwarte Zee en telt acht zeehavens, waarvan Novorossiysk de belangrijkste is.

Rostov-a/d-Don is een van Ruslands miljoenensteden en een belangrijk transportknooppunt. Vandaar de benaming 'Poort tot de Kaukasus'. De rivier de Don is een belangrijke transportader die het zuidwesten van het land verbindt met het centrum van Europees-Rusland. Andere belangrijke industrietakken in de regio zijn machinebouw, productie en verwerking van levensmiddelen en energie.

Het zuiden van Rusland is een van de zich snelst ontwikkelende gebieden van het land. Een grote afzetmarkt en de vooruitzichten van de Olympische Winterspelen in 2014 en het WK voetbal in 2018 creëren alvast heel wat opportuniteiten.

Inschrijven

kan tot en met 25 januari 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Evelien Staelens, 02 504 88 48
evelien.staelens@fitagency.be

PRODUCT SAMPLE BOOTH



TransRussia – Moskou

24 tot en met 27 april 2012

TransRussia is de grootste internationale

beurs voor de Russische logistieke sector. Ideaal om op de hoogte te blijven van nieuwe markten, technologische innovaties en de activiteiten van de concurrentie. U kan er belangrijke beslisningnemers ontmoeten en uw bestaande zakenrelaties verstevigen.

Deze editie is al de zeventiende. In 2011 waren er 506 exposanten uit 30 landen aanwezig. Er stonden ook 12 nationale standen.

Inschrijven

kan tot en met 10 januari 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Francine Van Den Borre, 02 504 87 47
francine.vandenborre@fitagency.be



Intermodal South America – São Paulo

10 tot en met 12 april 2012

Intermodal Zuid-Amerika biedt met 450 exposanten een professioneel overzicht van de nieuwste producten en technologieën inzake logistiek, transport en cargobehandeling.

Gezien de sterke concurrentie van de andere Europese havens, die eveneens op de beurs aanwezig zijn, is een Vlaamse aanwezigheid uiterst belangrijk. FIT neemt samen met de havens Antwerpen, Gent en Zeebrugge opnieuw deel aan Intermodal.

Inschrijven

kan tot en met 15 januari 2012 op www.flandersinvestmentandtrade.be
 ☎ Frank Baeyens, 02 504 88 49
frank.baeyens@fitagency.be

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

Antwerpen
 03 260 87 22
antwerpen@fitagency.be

Limburg
 011 29 20 80
limburg@fitagency.be

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

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

West-Vlaanderen
 050 32 50 80
westvlaanderen@fitagency.be



Berlijn, dat smaakt naar meer!



Jurgen Maerschand
VLEV Berlijn

Waar?

www.hackesche-hoefe.com

"Midden in Berlijn, in de schaduw van de klassieke bezienswaardigheden, liggen de Hackesche Höfe. Al in de jaren 20 van de vorige eeuw vormden ze het kloppende hart van de stad. Na de val van de Muur in 1989 werd de gezellige wirwar van binnenpleinen, restaurants en feestzalen in al zijn glanzende Jugendstilpracht gerestaureerd.

Op zoek naar een leuk cadeau voor het thuisfront? Dat vind je in originele winkels, zoals de Waahnsinn Berlin of de Ampelmann Galerie Shop. Die laatste is de thuisbasis van de Ampelmann/het Ampelmännchen, het speelse figuurtje op de verkeerslichten voor voetgangers uit het voormalige Oost-Berlijn.

In de knusse Hackesche Höfe Kino kan je tussendoor een alternatieve film meepikken. Iets meer noordwaarts, aan de Linienstraße, ligt het Alte Garnisonfriedhof verscholen. De opschriften op de indrukwekkende verzameling grafzerken van Pruisische legerofficieren geven een unieke inkijk in de militaire erencode van die tijd.

Op het terras of in de balzaal – mét glitterbol en guirlandes – van Clärchens Ballhaus in de Auguststraße kom je tot rust met een warme Milchkafee of een frisse Hefeweizen. Cultuurliehebbers raad ik de C/O Berlin aan, een fotogalerij in het voormalige Postfuhramt van de Oranienburger Straße.



In Berlijn kom je ogen, oren en tijd tekort. Ga voor een snelle hap naar de snackbar in de gewelven van het metrostation Hackescher Markt. Doe zoals de locals en geniet van een Currywurst met saus en Pommes rot-weiß.

Tschüss!



Haal voordeel uit deze apps!

Smartphones en tablets raken almaar beter ingeburgerd in de zakenwereld. Bent u op zoek naar mobiele applicaties voor de werkvloer, maar ziet u door de bomen het bos niet meer? Hier volgt een selectie van handige professionele en gratis apps.



Hiermee kan u teksten, tabellen en documenten uitwisselen en opslaan. Een ideale app als u deel uitmaakt van een mobiel team. Bovendien is ook de overdracht tussen iPhone en iPad mogelijk.

Voor: iPhone, iPad, Android, BlackBerry



Knipselmap voor het opslaan van notities, audiomemo's, foto's en ideeën, zodat u nooit meer iets vergeet.

Voor: iPhone, iPad, Android, BlackBerry



Scant QR- en barcodes en leidt u vervolgens rechtstreeks naar de bijbehorende

webpagina. Zo hoeft u niet langer URL's te noteren en wint u tijd.

Voor: iPhone, Android, BlackBerry, Ovi, Windows



Bel gratis naar een andere Skype-gebruiker, eender waar ter wereld. Ook bellen naar een vaste lijn is mogelijk via Skype, maar dat is niet kosteloos. Toch liggen de tarieven een pak lager dan bij het 'klassieke' telefoonverkeer. Deze app kan u ook gebruiken voor videoconferenties.

Voor: iPhone, iPad, Android, BlackBerry



LinkedIn is een netwerk van professio-

nals van over de hele wereld. U kan er andere zakenlui vinden, gevonden worden en samenwerken om gezamenlijk een doel te bereiken. We nodigen u graag uit om lid te worden van de FIT-groep op: www.linkedin.com/groups.

Voor: iPhone, iPad, Android, BlackBerry



Via Twitter kan u korte tekstberichtjes (140 karakters) of tweets publiceren. Deze tweets worden getoond op de gebruikerspagina (zichtbaar voor iedereen) en bij andere gebruikers die hebben aangegeven dat ze uw tweets willen ontvangen. Volg FIT op Twitter via twitter.com/fitagency.

Voor: iPhone, iPad, Android, BlackBerry, Windows

Boekentip

'Niet lullen maar poetsen. De kunst van zelfmanagement'

Wim Stuyck

Hoe komt het dat zo veel goede voornemens nooit worden uitgevoerd? Hoe komt het dat zo veel dromen nooit worden waargemaakt? Gebrek aan zelfdiscipline, vindt auteur Wim Stuyck. En laat dat nu net het prijskaartje van echt leiderschap zijn. Zelfdiscipline is de gewoonte om te doen wat nodig is, ook al heeft u er op dat moment geen zin in. Mensen met weinig zelfdiscipline stellen belangrijke taken uit en dat leidt tot tijdsdruk en schuldgevoel.

Zelfdiscipline is evenwel een gewoonte die u kan aanleren. Het boek 'Niet lullen maar poetsen' helpt u daarbij. Het gaat niet om een filosofische beschouwing, maar wel om een praktisch doe-boek

dat u helpt om uw goede voornemens deze keer echt waar te maken. Daarna kan u uiteraard genieten van een welverdiende ontspanning.

Over de auteur

Wim Stuyck is eigenaar, trainer en consultant bij Consul Training, dat trainingsprogramma's op maat van bedrijven aanbiedt. Hij stelt bijvoorbeeld zijn ervaring in verschillende commerciële managementfuncties ter beschikking om de commerciële effectiviteit van ondernemingen te vergroten. Ook sales coaching zit in het aanbod van Consul Training, om de verkoopsdoelstellingen te helpen behalen.



'Niet lullen maar poetsen. De kunst van zelfmanagement'
ISBN 978-90-587-1546-3
Uitgeverij Thema,
distributie door EPO

High tech? **Hi world!**

Uw technologie, uw innovaties verdienen alle aandacht. Niet alleen bij ons, maar ook in het buitenland. Maar hoe brengt u uw hightech producten en diensten de grens over? Laat u wegwijs maken door ondernemers die al zakendoen met én in het buitenland.



Nu gratis verkrijgbaar via
www.flandersinvestmentandtrade.be



Flanders Investment & Trade
Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen