

# Wereldwijs

Magazine voor internationaal ondernemen

Maart 2011 nr. 29

## Materialise doorgelicht

Booming business in de VS?

Btw en internationaal  
ondernemen in Europa



3 Check-in

4 Booming **business** in de VS?

9 Radar

11 **Btw** en **internationaal** ondernemen in Europa

16 Materialise **doorgelicht**

19 Hoe reageert u als u hoort dat u de **Leeuw van de Export** wint?

21 Commissie brengt **werkbezoek** aan FIT

22 **Optimisme** in Duitse bouwsector op BAU 2011

23 Vertrek

26 Connectie

27 Check-out



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:** Koen Allaert.  
**Eindredactie:** Flanders Investment & Trade, bijgestaan door Com&Co, bureau voor bedrijfsjournalistiek.  
**Hoofdreductie:** Dienst Marketing & Kennisbeheer Flanders Investment & Trade.  
**Foto's:** Bart Lasuy, Materialise, Artoos.  
**Lay-out en druk:** Artoos Communicatiegroep.

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

Wereldwijs wordt gratis verspreid onder bedrijven.  
**Wenst u een exemplaar?** Stuur een mail naar wereldwijs@fitagency.be met uw adresgegevens.

**KLIMAATNEUTRAAL GEDRUKT**  
certificaat nr.: 047-53520-0211-1176  
www.artoos.be

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

**Beste lezer,**

Eind vorige maand presenteerde het Steunpunt Ondernemen & Internationaal Ondernemen (STOIO) zijn Jaarboek 2010 'Grenzeloos Ondernemen in Vlaanderen'. Deze studie, gebaseerd op gegevens van de Nationale Bank van het crisisjaar 2008, wil een wetenschappelijk beleids-ondersteunend perspectief bieden op internationaal ondernemen. Meermaals verwijst STOIO naar het beleid van de Vlaamse regering inzake internationaliseren, niet in het minst naar Vlaanderen in Actie (ViA). Dit project bundelt de krijtlijnen om van Vlaanderen tegen 2020 een economisch duurzame en sociaal warme samenleving te maken, die behoort tot de top vijf van Europese regio's. Concrete werkpunten zijn bijvoorbeeld: een verdubbeling van het aantal exporterende kmo's in vergelijking met 2007 en 10% van onze export die naar snelgroeiende markten moet gaan.

FIT helpt de internationaliseringsdoelstellingen van ViA waarmaken. Daarom nam STOIO ook onze dienstverlening en strategie onder de loep. Voor beide aspecten kregen we goede punten. Toch is er nog ruimte voor verbetering. Een belangrijke conclusie uit de studie is de vaststelling dat Vlaamse bedrijven sneller moeten internationaliseren vanwege het competitieve voordeel. Een aanbeveling die bij FIT zeker niet in dovemansoren valt en waar we graag meer dan ooit onze schouders onder zetten. Ook de andere interessante conclusies helpen ons om onze dienstverlening op het vlak van internationalisering nog doelgerichter af te stemmen op de praktijk. Een deel van die verbeterpunten heeft FIT trouwens de jongste jaren al gerealiseerd. Zo hebben we de aanvragen voor financiële stimuli geautomatiseerd, zodat dit proces sneller en eenvoudiger verloopt. Nog een voorbeeld is onze grotere differentiatie, zodat we zo veel mogelijk bedrijven bereiken. De ontwikkeling van een Dienstenmeter,

die de exportmaturiteit meet bij dienstenbedrijven, past hierin perfect. De integrale studie kan u downloaden op [www.ondernemerschap.be](http://www.ondernemerschap.be).

Intussen gaat het met de exportcijfers opnieuw de goede kant op. Volgens de meest recente cijfers steeg de Belgische export vorig jaar met 18%. Daarvan komt 82% uit Vlaanderen. In absolute cijfers is België de achtste exporteur ter wereld, een positie die we al tien jaar handhaven: 3% van de wereldwijde export vertrekt uit ons land. Tijdens de eerste negen maanden ging 6,4% van de Vlaamse export naar de BRIC-landen. Alleen Duitsland doet beter met 10,3%. Frankrijk en het VK halen 6,1%, Nederland 3,5%. Onze export naar de groei-landen bereikte opnieuw het niveau van voor de crisis.

Hoopgevende resultaten, inderdaad. Maar dat betekent niet dat we op onze lauweren kunnen rusten. Er is nog werk aan de winkel om alle internationaliseringsdoelstellingen van ViA te realiseren. Samen met onze partners, de onderzoeksinstituten, andere publieke organisaties en het middenveld blijven we uw internationaliseringsplannen stimuleren en ondersteunen.

Ik wens u veel leesplezier,

Koen Allaert  
Gedelegeerd bestuurder





Lange tijd was de VS dé bestemming voor wie het wilde maken. Het land en zijn manier van zakendoen stonden synoniem voor succes. Toch toonde onder meer de economische en financiële crisis van de voorbije jaren een minder rooskleurig beeld. Moeten Vlaamse ondernemers met ambities in de Amerikaanse markt hun droom achtervolgen of laten varen? Wij vragen het aan een aantal van onze vertegenwoordigers ter plaatse: Tonia Van de Vyver (Los Angeles), Marc Struyvelt (New York), Ludwig Van den bossche (Atlanta) en Claude Stomp (Chicago).

# Booming business in de VS?







## Onze vertegenwoordigers

**New York**  
Marc Struyvelt  
Jan Wauters

**Chicago**  
Claude Stomp

**San Francisco**  
Annik Bouquet

**Los Angeles**  
Tonia Van de Vyver

**Atlanta**  
Ludwig Van den bossche

Het Amerikaanse bankwezen was de eerste dominosteen die de wereldwijde economische en financiële crisis in gang zette. Wat is de huidige marktsituatie en hoe luidt jullie prognose?

**Claude Stomp:** "De verantwoordelijkheid van de Amerikaanse financiële markten valt niet te betwisten, maar het is niet de enige achterliggende oorzaak van de crisis. In de voorbije twee à drie decennia zorgde de sterke globalisering immers voor een fundamentele herverdeling van de kaarten. Meest in het oog springend, was de opkomst van de BRIC-landen, waardoor er in een klap honderden miljoenen spelers bijkwamen op het toneel van de globale economie. Als de economie van de VS – die ongeveer even zwaar weegt in bbp als de Eurozone of drie keer China – klappen krijgt, dan daverd de hele economische wereld op zijn grondvesten. Vandaag is de situatie aan de beterhand: er is opnieuw groei."

meer kunnen aflossen. Dat zal nog meer prijsdalingen op de woningmarkt met zich meebrengen, vooral in het begin van 2011. Zolang de woningprijzen verzwakken, is de economie in gevaar."

### Hoe heeft de crisis het zakendoen beïnvloed voor Vlaamse ondernemers die al aanwezig zijn in de VS?

**Ludwig Van den bossche:** "Zowel positief als negatief. In het tweede semester van 2010 is de waarde van de dollar gestegen en zwakte de invloed van de dure euro af, zodat het voor Vlaamse bedrijven makkelijker werd om te exporteren. Daartegenover was er minder vraag naar Vlaamse producten door de Amerikaanse consument, omdat die zocht naar goedkopere alternatieven en minder luxeproducten kochten. De Vlaamse bedrijven die al actief waren op de Amerikaanse markt hebben de crisis vrij goed doorstaan omdat heel wat verkochte producten en diensten niet louter consumentgericht



**Tonia Van de Vyver:**

"Buitenlandse bedrijven die willen investeren in de VS, konden niet rekenen op veel ondersteuning van overheidswege. Maar buitenlandse investeringen creëren nieuwe werkgelegenheid, en dat is vandaag een prioriteit."

**Ludwig Van den bossche:** "De gemiddelde Amerikaan zal zijn financiële situatie in 2011 merkbaar zien verbeteren. Dat is belangrijk, omdat de Amerikaanse economie hoofdzakelijk op de binnenlandse consumptie is gebaseerd. Het optimisme vloeit voort uit de stevige winstmarges en de sterke handelsbalans van grote en middelgrote Amerikaanse bedrijven. De hypotheekcrisis blijft de belangrijkste bedreiging voor de Amerikaanse economie in 2011. Bijna 4 miljoen eigenaars zullen hun huis moeten verkopen, omdat ze hun hypotheek niet

zijn. Bovendien produceren die bedrijven steeds vaker in de VS, waardoor ze minder gevoelig voor de crisis werden."

**Claude Stomp:** "Sommige sectoren hebben inderdaad zware klappen gekregen. Toch heb ik vorig jaar op verschillende beurzen – zoals PackExpo en WindPower – Vlaamse ondernemers ontmoet die zelfs in de crisisjaren uitstekende resultaten hebben geboekt. Bedrijven die soms tot de helft van hun omzet in de VS realiseren, en toch nog groeicijfers van 15 tot 35% konden voorleggen, dankzij de hoge toegevoegde waarde die hun product of technologie levert aan de klant."



## Hoe zal de Amerikaanse overheid de crisis bedwingen?

**Marc Struyvelt:** "In zijn jaarlijkse toespraak tot het Congres riep president Obama eind januari op tot een herstel van de competitiviteit. Hiervoor wil hij investeren in innovatie, onderwijs en infrastructuur. Ook belastingverlagingen voor bedrijven – de eerste in 25 jaar – moeten de ondernemers opnieuw in een hogere versnelling brengen."

**Tonia Van de Vyver:** "Op alle politieke niveaus hoor je hetzelfde: jobs, jobs en nog eens jobs. De werkloosheidsgraad is ontstellend hoog – nationaal is dat 9,4% – en in sommige steden ligt dat cijfer nog hoger. In het verleden heeft de Amerikaanse overheid export nooit echt gestimuleerd. De vakbonden remden dit af, omdat ze vreesden dat de productie naar het buitenland zou verhuizen. Nu is de VS wel overtuigd van het belang van export. Tegen 2014 moet die zijn verdubbeld. Daarnaast herbekijkt de Amerikaanse overheid de strenge voorwaarden voor Amerikaanse technologiebedrijven om zaken te doen in bijvoorbeeld China. Ook de procedure hiervoor is aan vereenvoudiging toe."

**Ludwig Van den bossche:** "Daarnaast wil de Amerikaanse regering onafhankelijk zijn van buitenlandse energie. Ze stimuleert daarom de exploitatie van haar natuurlijke energiebronnen en het her-



**Ludwig Van den bossche:**  
"Amerikanen zijn niet zo zeer geïnteresseerd in de oorsprong van het product, maar het moet wel voldoen aan bepaalde normen. Ze willen geen goed product, maar het beste dat in die sector is te vinden."

openen van de olievelden in de Golf van Mexico. Verder zijn er politieke en economische overeenkomsten met China om de Chinese munt te opwaarderen, omdat die producten te goedkoop het land binnenkomen. En door de belastingen op het loon te verlagen, moet de werkloosheidsgraad dalen en de binnenlandse consumptie stijgen."

## Beschikt de VS over troeven die het land (nog) beter kan uitspelen?

**Ludwig Van den bossche:** "In de VS kunnen ondernemers nog altijd relatief makkelijk 'the American dream' waarmaken. Dat is te danken aan twee factoren: de administratieve vereenvoudiging en de Amerikaanse mentaliteit. Bij een faillissement word je niet nagewezen als mislukking. Het kan iedereen overkomen; begin gewoon opnieuw. Al van in de kleu-

terklas horen kinderen dat ze de mooiste en de beste zijn. Dat maakt Amerikanen ondernemend, open van geest en assertief om voor een publiek te spreken."

**Tonia Van de Vyver:** "Buitenlandse bedrijven die willen investeren in de VS, konden niet rekenen op veel ondersteuning



**Claude Stomp:**  
"Het zou zonde zijn om de grootste markt ter wereld links te laten liggen!"

van overheidswege. Maar buitenlandse investeringen creëren nieuwe werkgelegenheid, en dat is vandaag een prioriteit. De VS, altijd wereldleider geweest, beseft dat het marktaandeel verliest. Daarom onderhandelt de Obama-regering over nieuwe vrijhandelsakkoorden."

**Marc Struyvelt:** "Er is kapitaal aanwezig in de VS. Zo zijn er de zogeheten business angels: private groepen die investeren in jonge, beloftevolle bedrijven. In de VS is het relatief eenvoudig om een bedrijf op te richten. Nu het vertrouwen stilaan herstelt, zien we onder meer in

willen geen goed product, maar het beste dat in die sector is te vinden."

**Claude Stomp:** "Het aantal nieuwe Vlaamse vestigingen bewijst dat er ruimte is. In Chicago ontvangen we tientallen vragen van Vlaamse bedrijven die op zoek zijn naar een Amerikaanse za-

kenpartner. Maar daarnaast heeft een handvol Vlaamse firma's vorig jaar een Amerikaans dochterbedrijf opgericht, een Amerikaans firma overgenomen of gekozen voor een joint venture."

**Tonia Van de Vyver:** "FIT heeft voor de VS vijf sectoren bepaald die beschikken over een groot potentieel, en waarin Vlaamse bedrijven het verschil kunnen maken. Zo focussen we de komende jaren op biotech & life sciences, ICT, food & beverages, lifestyle & design, milieu & cleantech. Bedrijven actief in biotech & life sciences en ICT kunnen ook een beroep doen op onze technologieattachés Annik Bouquet (ICT) en Jan Wauters (bio- en nanotechnologie)."

## Moet de Vlaamse ondernemer rekening houden met regionale verschillen?

**Tonia Van de Vyver:** "Dat spreekt voor zich. De VS is eigenlijk een continent en geen homogeen land, een beetje vergelijkbaar met China. Als je Californië zou beschouwen als een land, dan zou het tot de top 10 van grootste economieën ter wereld behoren. De bevolkingsconcentratie is er hoog, dat betekent dus een grote afzetmarkt. Bovendien wonen in LA en San Francisco zeer veel koopkrachtige consumenten. En zo heeft elke regio zijn kenmerken. Wie zaken wil doen in de VS, selecteert best één regio – gebaseerd op de grootste aanwezigheid van potentiële klanten en eindgebruikers – en bouwt dan stelselmatig uit naar de andere regio's. Hoewel LA een werkloosheidsgraad heeft van 13%, blijft de markt voor high-endproducten in lifestyle & design er bijzonder goed overeind. Dat geldt ook voor andere grootsteden zoals New York, San Francisco en Chicago. Voor milieu & cleantech is Californië de belangrijkste staat in de VS, met de meest vooruitstrevende wetgeving ter zake. Wist je dat de ha-

de IT-sector veel nieuwe kleine bedrijven starten. Amerikanen hebben een ondernemersmentaliteit, ze blijven niet bij de pakken zitten."

## Maken Vlaamse ondernemers een kans in de Amerikaanse markt?

**Marc Struyvelt:** "Wie een kwalitatief goed product combineert met de juiste aanpak, kan zeker zakendoen in de VS. Een optimistische attitude helpt je een eind op weg. Amerikanen staan open voor verandering. Ze zeggen hier weleens dat de enige constante is dat alles verandert. Je moet je product wel weten te verkopen, maar er is zeker plaats voor iedereen."

**Ludwig Van den bossche:** "Amerikanen zijn niet zo zeer geïnteresseerd in de oorsprong van het product, maar het moet wel voldoen aan bepaalde normen. Ze





Boven: het Witte Huis - Washington D.C.

ven van LA een van de meest geavanceerde havens ter wereld is op het vlak van milieu? Die wordt trouwens gerund door twee vrouwen. Zij legden de transportsector strenge normen op inzake CO<sup>2</sup>-emissies. Ook voor ICT-bedrijven is Californië een interessante regio, dankzij Silicon Valley."

**Marc Struyvelt:** "Dat de Amerikaanse bevolking zeer heterogeen is, biedt net kansen voor Vlaamse ondernemers. Zo is de Aziatische bevolkingsgroep in de States relatief klein van omvang, maar die groep beschikt wel over de hoogste gemiddelde bruto-inkomens. Ken je doelmarkt en weet waar die leeft. Als je een antwoord kan bieden op de be-



**Marc Struyvelt:**  
"In de VS neem je een advocaat onder de arm om problemen te vermijden, terwijl we in Vlaanderen een advocaat inschakelen als we een probleem hebben."

hoefte van een bepaalde doelgroep, dan kan je broodje hier gebakken zijn. NY heeft een vlotte verbinding met Brussel en het tijdsverschil is hier kleiner dan bijvoorbeeld met LA. New York is een zeer heterogene stad, maar wie hier slaagt, slaagt overal."

**Ludwig Van den bossche:** "Atlanta is een van de snelst groeiende steden van de VS. Onze Vlaamse big B's - Balta, Barco, Beaulieu en Bekaert - kozen voor een vestiging in de staat Georgia. Na New York, zijn Savannah en New-Orleans de grootste overslaghavens voor Vlaanderen."

### Kent de VS Vlaanderen of België? Zijn er producten of diensten die uniek zijn in het handelsverkeer tussen Vlaanderen en de VS?

**Tonia Van de Vyver:** "België geniet hier een goede reputatie, als het land van 'chocolade en bier'. Soms weten Amerikanen ook dat België verschillende talen en landsdelen telt. Dat vind ik best verrassend. Een voorbeeld van een uniek product dat op dit moment alleen een Vlaams bedrijf kan leveren, is de hybride brandstofcelbus van Van Hool. AC Transit, een publiek busbedrijf, bestelde elf exemplaren en wil van geen andere bussen meer weten."

**Ludwig Van den bossche:** "Bij het horen van Flanders denken de meeste Amerikanen aan Ned Flanders, de buurman van animatiefiguur Homer Simpson. Maar de Belgian waffles, Belgian chocolates, Belgian beer en Brussels sprouts doen wel een belletje rinkelen. Daarnaast zijn bij vakmensen ook onze farmaceutische producten, basischemicaliën en diamanten gekend."

**Marc Struyvelt:** "De Vlaamse modeontwerpers genieten hier een uitstekende reputatie. Voorts staat Vlaanderen aan de top in andere sectoren zoals gaming en

banking-technologie, maar dat is minder bekend. Dat moeten we nog beter promoten."

### Met welke uitdagingen moet de Vlaamse ondernemer rekening houden als hij zaken doet in de VS?

**Tonia Van de Vyver:** "In de VS passen ze de Angelsaksische wetgeving toe, en die verschilt duchtig van de onze. Daarom is de aanwezigheid van een advocaat bij de ondertekening van een contract cruciaal. Medewerkers aanwerven en ontslaan is relatief makkelijk in de VS, dat verloopt vlotter dan in België. Maar vergis je niet, de lokale arbeidswetgeving is even complex als in België. Ook hierbij laat je je best juridisch bijstaan."

**Marc Struyvelt:** "Het is inderdaad zo dat je in de VS een advocaat onder de arm neemt om problemen te vermijden, terwijl wij pas een advocaat inschakelen als we een probleem hebben. Je zo goed mogelijk juridisch laten bijstaan, levert je niets dan voordelen op. Zo is het CE-keurmerk nog niet goedgekeurd in de VS, dus je hebt een lokale certificatie nodig. Als je dat te laat ontdekt, verlies je kostbare tijd. Verder laten Vlaamse ondernemers zich soms afschrikken door de beruchte productaansprakelijkheid. Dat hoeft echter geen struikelblok te zijn. Kijk hoe je concurrenten het aanpakken en vraag hulp aan je advocaat."

**Ludwig Van den bossche:** "Elke producent dekt zich in voor aansprakelijkheid. Veelal wordt hiervoor een verzekering afgesloten en een lijvige bijsluiting opgesteld, waarin wordt vermeld waarvoor het product al dan niet kan worden gebruikt."

**Claude Stomp:** "Dit mag absoluut geen bedrijf tegenhouden om naar de VS te komen. Ik heb nog nooit gehoord dat alle investeringen in de Amerikaanse markt verloren zijn door problemen met de aansprakelijkheid voor hun producten of diensten. Wel duiken er soms problemen op wanneer geen contract werd afgesloten."

### De Amerikaanse businessmentaliteit verschilt van de onze. Waarmee moeten Vlaamse ondernemers rekening houden?

**Marc Struyvelt:** "Amerikanen zijn enthousiast en positief ingesteld. Ze zijn niet geïnteresseerd in de geschiedenis van je bedrijf, maar in je product. Vlamingen zijn soms te bescheiden. Je moet het kunnen voorstellen als een win-winsituatie. Geef de andere partij het gevoel dat jouw product beantwoordt aan een behoefte die hij heeft."

**Ludwig Van den bossche:** "Zorg ervoor



dat je de juiste persoon in een bedrijf ontmoet, anders is het tijdverlies. Nodig de decision maker uit naar Vlaanderen, dat zal hij erg op prijs stellen. Op vrijdag wordt vaak vrijetijdskleding op het werk gedragen, maar laat je niet verleiden om hetzelfde te doen."

**Tonia Van de Vyver:** "Door de overvloed aan ruimte is het gevoel ontstaan dat er genoeg is van alles, voor iedereen: ruimte, energie, hulpbronnen ... Behalve tijd. 'Time is money' blijft het motto van de Amerikaanse zakenwereld. Wie zaken doet in de VS, moet rekening houden met een consumentenmarkt die uiterst servicegeoriënteerd is. Het niveau van klantenservice in de VS kent zijn gelijke niet. Zo kunnen consumenten een gekocht product dat niet voldoet, altijd terugsturen en hun geld terugkrijgen. Als een product of dienst niet beantwoordt aan eisen van de klant, moet je dat zonder morren oplossen."

## Welke tips voor zakendoen in de VS geven jullie de Vlaamse ondernemer mee?

**Tonia Van de Vyver:** "Omgangsvormen zijn een pak informeler in de VS, medewerkers spreken ook de CEO aan met zijn voornaam. Maar vergis je niet: informeel betekent niet onprofessioneel!"

**Marc Struyvelt:** "Organiseer je zodanig dat je er de klok rond bereikbaar bent, zeven dagen per week. Zodra je actief wordt in de VS, moet je goed nadenken over hoe je je lokale aanwezigheid zal organiseren zoals via een agent, distributeur of een lokaal telefoonnummer. Daarnaast is het belangrijk dat je alle maten en gewichten uitdrukt in het imperiaal stelsel zoals miles, gallons, ounces en inches."

**Claude Stomp:** "Zakendoen in de VS is niet eenvoudig, maar daar laat een Vlaamse ondernemer zich toch niet door afschrikken? Het zou zonde zijn om de grootste markt ter wereld links te laten liggen. 3% van de Amerikaanse markt kan meer betekenen dan 20% van pakweg de Nederlandse markt. Mits de juiste professionele aanpak, voorbereiding en begeleiding – onder andere door FIT – is het een zeer haalbare kaart. Maak je huiswerk, verken de markt, wees aanwezig op beurzen en neem deel aan prospectiereizen."

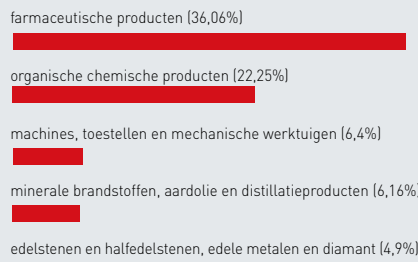
**Ludwig Van den bossche:** "Dat persoonlijke contact is uiterst belangrijk. Alleen zakendoen via de telefoon of e-mail is uit den boze. Leer perfect Engels spreken en schrijven, en daarmee bedoel ik Amerikaans-Engels. Zware lunches, roken en te veel alcohol drinken vallen er uit de toon."

## Hoe ziet de Vlaamse uitvoer naar de VS eruit?

**Claude Stomp:** "In 2009 daalde de Vlaamse uitvoer naar de VS door de financiële en economische crisis. Vlaanderen exporteerde voor 11,77 miljard euro, of een daling van bijna 12%. De VS behield wel zijn vijfde plaats als exportbestemming van Vlaanderen. Bovendien steeg het aandeel in de totale Vlaamse uitvoer lichtjes tot 5,39%."

2010 zette meteen in met een stevig herstel, want na de eerste drie kwartalen was de uitvoer met ruim 28% gestegen. Zo blijft de VS stevig verankerd op de vijfde plaats als Vlaamse exportbestemming. Ook het aandeel in de totale Vlaamse uitvoer steeg in die periode, tot 5,96%."

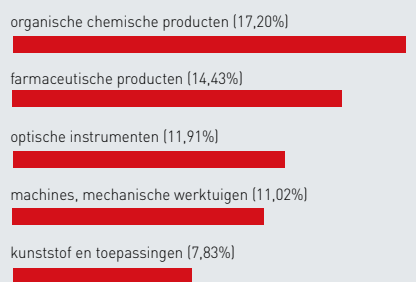
### Belangrijkste Vlaamse exportproducten naar de VS (2009):



## Tot slot, hoe zijn de cijfers voor de Vlaamse invoer uit de VS?

**Marc Struyvelt:** "In 2009 zakte de Vlaamse invoer uit de VS met meer dan 17%. Vlaanderen importeerde dat jaar voor ruim 12 miljard euro. Zo komt de VS ook als leverancier op de vijfde plaats te staan. Vlaanderen betrok 5,79% van zijn totale invoer uit de VS. Ook de invoer lijkt in 2010 opnieuw gelanceerd: van januari tot september nam die met bijna 17% toe. Deze stijging verandert niets aan de rangschikking, de VS blijft voorlopig onze vijfde leverancier. Het aandeel in onze totale import dikte lichtjes aan tot 5,75%."

### Belangrijkste Vlaamse invoerproducten uit de VS (2009):



## Fact sheet VS

- **Oppervlakte:** 9.629.091 km<sup>2</sup>
- **Aantal inwoners:** 308.745.538 (2010)
- **Aantal ingeschreven Belgen in Atlanta, Chicago, Los Angeles en New York:** 18.363 (maart 2009)
- **Officiële talen:** er is geen officiële taal, maar de overgrote meerderheid spreekt Engels. In de VS worden meer dan 320 talen gesproken. Wetten en belangrijke documenten zijn in principe in elke taal op te vragen.
- **Munteenheid:** Amerikaanse dollar; 1 EUR = 1,35 USD (februari 2011)
- **Weetje:** 17 Amerikaanse universiteiten prijken in de top 20 van de Academic Ranking of World Universities (Universiteit Sjanghai, 2010)

## Onze acties in de VS in 2011

- **Offshore Technology Conference (OTC) – Houston**  
2 tot 5 mei: PSB-stand
- **JCK – Las Vegas**  
3 tot 6 juni: FIT-onthaalstand
- **Prinselijke missie naar de VS**  
22 tot 30 juni
- **BIO – Washington DC**  
27 tot 30 juni
- **Summer Fancy Food – Washington DC**  
10 tot en met 12 juli: groepsstand
- **AACC Annual Meeting & Clinical Expo – Chicago**  
24 tot 28 juli: PSB-stand
- **Seminarie 'Voeding en dranken' – Brussel**  
tijdens de Contactdagen VS in oktober
- **Seminarie 'De designsector in de VS' – Brussel**  
tijdens de Contactdagen VS in oktober

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



Voortdurend voeren onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV) 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](http://www.flandersinvestmentandtrade.be) onder de rubriek 'Marktinformatie'.

# Sterk naslagwerk



## « Afzet voor interieurdesign in Spanje

Ons kantoor in Madrid onderzocht uitgebreid de designsector in Spanje. Voor het eerst werden alle exportmogelijkheden voor interieurdesign naar Spanje in kaart gebracht. Naast een algemener beeld van de sector vindt u in deze studie een lijst van potentiële afnemers van designproducten.



## Gezondheidszorg in Nederland

Deze studie brengt de gezondheidssector in Nederland in beeld en identificeert de bestaande marktkanalen waarlangs de zorgproducten worden verhandeld. Verder beschrijft ze onder meer het zorgstelsel, de rol van de overheid, de Nederlandse Zorgautoriteit en de zorgverzekeraars.



## De geriatrische sector in Spanje

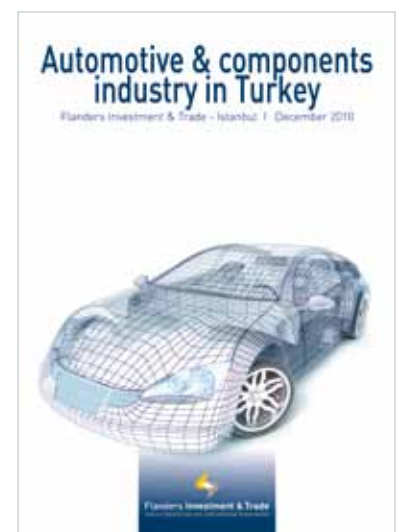


Spanje heeft het afgelopen anderhalf jaar zwaar geleden onder de economische crisis. Zo kreeg de bouwsector stevige klappen. Toch hield de bouw van geriatrische residenties en dagcentra stand. Investerings in deze sector worden nog steeds als veilig en betrouwbaar gezien, en het aantal gaat dan ook in stijgende lijn. In deze studie ontdekt u welke bedrijven de opdracht krijgen om geriatrische centra uit te rusten. Ook de afzetmogelijkheden voor Vlaamse exporteurs in deze sector staan vermeld.

## Automotive & components industry in Turkey

De Turkse automotive sector kende een sterke ontwikkeling en integreerde zich helemaal in het internationale bedrijfsleven. Vele toonaangevende fabrikanten zijn er aanwezig met eigen fabrieken of in joint ventures met lokale partners. Ook voor de auto-onderdelen kiezen internationale spelers voor Turkije. Verwacht wordt dat deze trend zich doorzet. Tegelijk groeiden een aantal binnenlandse bedrijven uit tot grote internationale producenten en leveranciers.

Deze studie belicht de evolutie van de auto-industrie in Turkije tot nu, met haar sterke en zwakke punten. Doel is de Vlaamse bedrijven wegwijs te maken in deze belangrijke sector, en kansen en mogelijkheden aan te reiken in de snelgroeiende Turkse markt.





## La construction en Libye

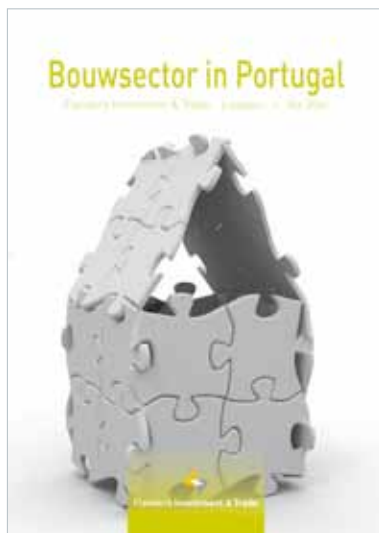


Onze economische vertegenwoordiger in Libië (Tripoli) maakte een marktstudie over de bouw- en constructiesector. Na enkele sombere jaren kent de bouwsector in Libië een ware heropleving. Zo wil de Libische overheid een groots project rond woonbeleid uitvoeren. Er zullen, verspreid over 10 jaar, 500.000 woningen gebouwd worden. De studie schetst niet alleen een algemeen overzicht van de bouwsector in Libië, maar er wordt ook dieper ingegaan op o.a. de sector van de openbare werken (bouw van wegen, spoorwegen, luchthavens en projecten rond de ontwikkeling van watervoorziening), de verdere ontwikkeling van de toeristische sector (bouw van hotels en resorts), ...

## De leiders van de Griekse supermarkten



In deze studie leest u meer over de supermarkten in Griekenland. Voor de exporteur is het belangrijk om te weten hoe groot een markt is en hoe ze gestructureerd is, wat de verkoopkansen zijn, wie de marktleiders en hun contactpersonen zijn. Daarom stelt deze studie de tien belangrijkste Griekse supermarktketens voor: omzetcijfers, betalingstermijnen, aankooppolitiek en bovenal de contactgegevens. Aanvullend komen ook de trends aan bod. Zo worden de grote spelers almaar groter en gooit franchising – via onder andere buurtwinkels – hoge ogen.



## Bouwsector in Portugal

De bouwsector is nog steeds de barometer van de Portugese economie. De negatieve tendens van 2009 – zowel in economisch gewicht als in werkgelegenheid – zette zich door in 2010. Ons kantoor in Lissabon schetst de huidige toestand in de Portugese bouwsector. Verder biedt de studie u een lijst van de belangrijkste Portugese bouwfirmas en van de belangrijkste beroepsfederaties.

## Oostenrijkse biermarkt



Oostenrijk is een uitgesproken bierland. Dat wordt nogmaals bevestigd in deze studie over de Oostenrijkse biermarkt. Nergens anders in de EU is de concentratie aan brouwerijen in verhouding tot de bevolking zo hoog. Ook het marktaandeel van de verschillende biersoorten, de meest verspreide biermerken, de verpakking en de afzetstructuur komen aan bod in deze studie. Verder wordt aandacht besteed aan de verhouding tussen in- en uitvoer. Als afsluiter is gekozen voor een hoofdstuk over accijnzen en btw op alcohol.



Behalve deze marktstudies, uitgevoerd door onze VLEV's, kan u in deze rubriek 'Marktinformatie' nog meer informatie vinden: korte nieuwsflashes, verslagen over vakbeurzen, studies van externen, handelsvoorstellen, landendossiers ... Een greep uit de voorbeelden:

- Een artikel over de wijzigingen in het **Italiaanse verkeersreglement**, geschreven door het Italiaanse advocatenkantoor Pontecorvi, Mannaerts & Triboldi.
- Presentatie over de **Portugese grootdistributie**, gemaakt door de VLEV in Lissabon, op basis van de cijfergegevens uit het AC Nielsen-jaarboek en gegevens van de Portugese overheid.
- Nieuws over het nieuwe **Széchenyiplan**, dat de werkgelegenheid en de economische groei in **Hongarije** een boost moet geven. Hierin staan de subsidiemogelijkheden beschreven die van toepassing zijn in bepaalde gebieden en voor bepaalde projecten in het land.
- Een rapport over onder meer de handelsreglementeringen, invoersystemen, belastingen en vestigingsvoorwaarden in **Libië**, opgesteld door onze vertegenwoordiger ter plaatse.
- Een document dat **investeringsprojecten in Kroatië** oplijst. Volgende sectoren komen aan bod: energie, toerisme, waterbehandeling, transport en infrastructuur en verkoop van onroerend goed.
- Studie van Deloitte over de **Indiase automotieve en logistieke sector**.
- **Opportunititeit**: de Chinese overheid heeft een nieuwe wetgeving goedgekeurd waardoor buitenlandse investeerders meer toegang krijgen tot de groeiende **medische sector in China**. Hierdoor worden de beperkingen op buitenlands- en privékapitaal in de medische sector weggewerkt.
- De nieuwe reglementering voor de **import van goederen** uit EU-landen, uitgevaardigd door het ministerie van Handel en Industrie in **Egypte**.

# Btw en internationaal ondernemen in Europa

(G)een eenvoudige zaak?

Bij het opengooien van de Europese fiscale grenzen in 1993, bracht Europa een grensoverschrijdend btw-systeem in stelling dat een voorlopige oplossing moest bieden voor de versnipperde reglementering. Veertien jaar later werken bedrijven die zakendoen binnen de EU nog steeds volgens dit beperkt geharmoniseerde systeem. Daarnaast houdt elke lidstaat er eigen btw-regels op na. Het resultaat? Een kluwen, dat voor een gemiddelde Vlaamse kmo onmogelijk te doorgronden is. Wereldwijd hapte diep naar adem en dompelde zich onder in de btw-problematiek van internationaal ondernemen.





## De btw-basisregel voor transacties binnen de EU is dat de leverancier geen btw aanrekent aan de btw-plichtige klant. Toch wordt het vaak complex.

**Patrick Wille:** "De Europese btw-regelgeving staat voorop, maar daarna gelden de nationale voldoeningsregels. En die veranderen voortdurend. Je moet daarom heel alert zijn. En er zijn de klassieke uitzonderingen op de regel, zoals voor de transportsector en de standbouwers."

**Jan De Backer:** "In de standbouw is het bijzonder ingewikkeld. Tot voor kort gold de regel dat de btw wordt betaald in het land waar de beurs plaatsvindt. De klant kan de btw dan terugvorderen. Dit jaar is de regelgeving opnieuw gewijzigd. Sinds 1 januari 2011 wordt – voor btw-technische doeleinden – de beurs geacht plaats te vinden in het land waar de opdrachtgever gevestigd is. Maar onze Belgische klanten willen geen btw op hun buitenlandse factuur: zij kunnen die niet terugvorderen, zo klinkt het. Natuurlijk willen we onze klanten niet kwijt. Afhankelijk van de klant, rekenen we dus ofwel geen btw, ofwel vermelden we op de factuur dat de diensten in België hebben plaatsgevonden en rekenen we 21% btw. Zo kunnen we problemen vermijden."

**Kaat Verleye:** "Ook bedrijven uit de bouw zitten met heel wat vragen rond btw. Het uitvoeren van tijdelijke werken – geen transactie maar wel een dienst waarvoor specifieke regels gelden – in een andere EU-lidstaat blijft voor veel kmo's een moeilijk geval."

**Chris Vermeulen:** "Inderdaad, in de bouwsector gelden verschillende btw-tarieven voor verbouwingen en nieuwbouw, die bovendien voortdurend veranderen. Bij intracommunautaire transacties ondervinden we doorgaans weinig problemen. Of we nu naar Nederland of Finland uitvoeren, we hanteren dezelfde regel: wij rekenen geen btw aan. Bovendien exporteren we jaarlijks voor minder dan 400.000 euro. Dat bespaart ons een pak administratie. Ik vind btw dan ook complexer binnen België dan erbuiten."

**Gert De Meutter:** "De complexiteit is inderdaad groot. Zo gebeurt het dat we aan een bedrijf in Frankrijk een display leveren dat Franse onderdelen bevat die eerst naar België moeten komen om dan terug naar Frankrijk te worden gestuurd. Die logistieke heen-en-weerbeweging is eigenlijk te gek voor woorden. Maar als we ze niet doen, is er ineens wel btw van toepassing. Dan wordt het proces complexer én duurder."

**Jan De Backer:** "In de standbouw is het bijzonder ingewikkeld. Dit jaar is de regelgeving opnieuw gewijzigd."

## Op wie rekenen kmo's voor hulp inzake btw bij internationaal ondernemen?

**Kaat Verleye:** "Ze besteden de afhandeling van hun btw-verplichtingen uit aan een boekhoudkantoor. Maar als het over internationaal zakendoen gaat, moeten ook zij zich vaak verder informeren. Heel wat kmo's komen vaak naar ons met hun vragen."

**Patrick Wille:** "Uit de kluiten gewassen bedrijven kloppen vaak aan bij gespecialiseerde bureaus uit de privémarkt. De meeste vragen die ze stellen, zijn eenvoudig: 'Waar ben ik btw verschuldigd als ik een zakelijke activiteit uitvoer?' en 'Wat moet ik dan op mijn factuur vermelden?' De zoektocht naar de antwoorden is echter niet zo simpel. Wij proberen hen daarin bij te staan."

**Chris Vermeulen:** "Een externe boekhouder stelt onze balans op en doet de btw-aangiftes. De facturatie handel ik



**Patrick Wille**  
The VAT House

Bouwde bijna 20 jaar ervaring op in btw-materie bij de Belgische btw-administratie en het voormalige Coopers & Lybrand (nu PwC). In 1997 richtte hij mee The VAT House op, dat bedrijven bijstaat in het naleven van hun btw-verplichtingen. Hij geeft les aan twee Vlaamse universiteiten en is regelmatig spreker op internationale seminars over btw.  
[www.vat-house.com/](http://www.vat-house.com/)



**Kaat Verleye**  
UNIZO  
Internationaal

Werkt al 20 jaar bij UNIZO en is er adviseur bij UNIZO Internationaal dat het dienstenaanbod voor internationaal actieve ondernemers verzorgt. Vandaag zoekt ze oplossingen voor vragen van lidbedrijven rond internationaal ondernemen. De helft van die vragen gaat over btw.

[www.unizo.be/internationaal/](http://www.unizo.be/internationaal/)



**Jan De Backer**  
De Backer

Staat al 25 jaar aan het hoofd van De Backer, een familiebedrijf in stand- en interieurbouw, evenementen en renovaties. Wat 20 jaar geleden begon als een klein schrijnwerkerbedrijf is nu een kmo met 25 medewerkers en een omzet van ongeveer 4,5 miljoen euro. Het bedrijf is actief in elk Europees land en telt ook klanten buiten Europa.

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



**Gert De Meutter**  
Connecto

Is zaakvoerder van Connecto, dat zich sinds 1997 toelegt op kiosken, touchscreens en interactieve informatiedisplays voor publieke omgevingen. Het bedrijf ontwikkelt ook internettoepassingen. Een team van vier softwareontwikkelaars en ingenieurs zorgt voor een omzet van meer dan 400.000 euro. De export gaat voornamelijk naar de buurlanden.

[www.connecto.com](http://www.connecto.com)  
[www.connecto.be](http://www.connecto.be)

**Chris Vermeulen**  
Xinnix

Heeft al bijna 20 jaar zijn eigen zaak en startte twee jaar geleden met eigen productie. Xinnix ontwerpt, creëert en produceert systemen voor binnendeuren. Het bedrijf stelt 10 mensen tewerk en genereert een omzet van ca. 4 miljoen euro. De export gaat zowel naar Nederland, Luxemburg en andere EU-landen, als naar andere continenten.

[www.xinnix.eu](http://www.xinnix.eu)

zelf af. Heb ik vragen over de btw, dan stel ik die aan mijn boekhouder of mijn plaatselijk btw-kantoor. Als ze daar het antwoord niet kennen, verwijzen ze mij door naar de juiste instanties.”

**Jan De Backer:** “Onze boekhouder is enkele dagen per week op het bedrijf aanwezig. Om juridische zekerheid te hebben over onze btw-aanpak hebben we al eens advies gevraagd bij een van de grote consultancykantoren.”

**Gert De Meutter:** “Als er zich een probleem voordoet, zoekt onze accountant naar een gepaste oplossing. Daar kruipt meestal wat tijd en moeite in. Eenmaal we weten wat de te volgen regels zijn in een bepaalde situatie, kunnen we weer verder. We gingen ook al bij UNIZO Internationaal en FIT te rade.”

**Chris Vermeulen:**  
“Als ik zie hoe de belastingdiensten in Italië werken, dan ben ik blij dat ik vanuit Vlaanderen zaken doe.”

### Is zakendoen met bepaalde landen in Europa moeilijker op btw-vlak?

**Patrick Wille:** “Nieuwe EU-lidstaten zoals Polen, Hongarije en Tsjechië, maar ook Italië, zijn landen waar het bijzonder moeilijk is om hoogte te krijgen van de btw-reglementering. Ze bestaat enkel in de eigen landstaal, waardoor bedrijven zonder bijstand er zeker voor problemen komen te staan.”

**Jan De Backer:** “Dat klopt. In Centraal- en Oost-Europa stellen we daarom meestal facturen op zonder btw. De wetgeving is er bijzonder moeilijk te interpreteren.”

**Chris Vermeulen:** “Als ik zie hoe de belastingdiensten in Italië werken, dan ben ik blij dat ik vanuit Vlaanderen zaken doe.”

**Kaat Verleye:** “Bij Nederlandse bedrijven doet zich een ander probleem voor: zij zien graag btw op hun factuur, terwijl normaal de vrijstellingsregel geldt. De Nederlandse btw-administratie staat de Belgische klant toe dit te recupereren. Maar dat zorgt dan weer voor extra administratie. En als de klant niet recupereert, moet hij twee keer betalen, want ook de Belgische administratie zit te wachten op die btw.”

In Luxemburg is het uitvoeren van tijdelijke werken complex op btw-vlak. Het principe van verlegging geldt nog niet en er zijn tal van administratieve ver-



plichtingen waaraan je als aannemer moet voldoen. De Canarische Eilanden zijn een meer exotische uitzondering. Hoewel het Spaans grondgebied is en dus in de EU ligt, worden leveringen erheen niet als intracommunautair beschouwd.”

**Gert De Meutter:** “Dat geldt ook voor uitvoer naar belastingvrije zones in de EU zoals Livigno en Monaco. Doordat dan ineens douaneformaliteiten gelden, kan een kleine transactie omwille van transport en administratie ineens heel duur worden.”

### Wat zijn jullie ervaringen met de Belgische btw-diensten?

**Kaat Verleye:** “Belgische bedrijven zien de Belgische btw-administratie als een controleorgaan. In Nederland zien de bedrijven de administratie meer als een dienstverlener die zo goed mogelijk zijn klanten probeert te helpen.”

**Jan De Backer:** “Dat vind ik ook. De medewerkers van de administratie die zich met de btw in het buitenland bezighouden, zijn vriendelijk en behulpzaam. Maar ook in België kunnen we bij de btw-administratie met onze vragen terecht.”

**Chris Vermeulen:** “Zowat elke drie jaar krijgen we controle. Maar de btw-administratie heeft nog nooit fouten ontdekt. Als je zelf je administratie goed bijhoudt, voorkom je heel wat problemen. Als er opgegeven btw-nummers niet kloppen, word ik daar twee weken later al van verwittigd. Zo krijgen we tijd om dat in orde te brengen.”

### Hoe kunnen bedrijven problemen met de btw-administratie vermijden?

**Kaat Verleye:** “Bij Nederlandse leveranciers doet zich een ander probleem voor: zij zien graag facturen met btw vertrekken, ook al geldt normaal de vrijstellingsregel. Daarbij moet je eerst en vooral nagaan of je klant btw-plichtig is. Gaat het over goederen of diensten? Hebben de goederen het land verlaten? Zijn het

**Kaat Verleye:**  
“In België kan je een btw-nummer opzoeken in de kruispuntbank. In het buitenland ben je helemaal niet zeker dat je een btw-nummer zal vinden.”

diensten die onder de uitzonderingsregels vallen?”

**Patrick Wille:** “Maak je de nationale volvoeringsregels eigen. Doe de basisanalyse: wat verkoop ik aan wie? En maak een analyse van de verschuldigde btw. Doe deze oefening iedere keer opnieuw. En ga ook iedere keer in januari na wat er veranderd is.”

### De juiste btw-nummers van de buitenlandse klant in het bezit hebben, is cruciaal om problemen te vermijden?

**Kaat Verleye:** “Inderdaad. Bedrijven die

verkopten binnen de EU stellen een factuur op zonder btw. Dat houdt een risico in. Je moet immers het juiste btw-nummer van de klanten hebben. Heel wat bedrijven vergeten dit btw-nummer, dat essentieel is voor de aangifte, te vragen. Meestal zijn de bedrijven die een fout hebben gemaakt te goeder trouw. In België zijn we gewoon met btw-nummers te werken. In andere landen zijn er veel verschillende soorten ondernemingsnummers. Dat zorgt voor verwarring. In België kan je een btw-nummer opzoeken in de kruispuntbank. In het buitenland ben je helemaal niet zeker dat je het btw-nummer van een bedrijf zal vinden.”

**Gert De Meutter:**  
“Je moet de nodige bewijsstukken goed bijhouden. En je moet je bewust zijn van de goederenstroom die tussen twee andere Europese landen verloopt.”

**Chris Vermeulen:** “Wij maken al een drietal jaar gebruik van de EU-website (zie kader onderaan pagina 14) om de btw-nummers van onze buitenlandse klanten te controleren. Voordien kregen we veel aangiften terug omdat bepaalde btw-codes niet bleken te kloppen. Maar het omgekeerde gebeurt ook: toen bij ons het btw-nummer het ondernemingsnummer werd – zonder de nul ervoor – kregen we pakken vragen uit het buitenland.”

**Gert De Meutter:** “Als we in het verleden btw-nummers opvroegen, bleken die vaak achteraf verkeerd. Soms denkt de klant dat hij zijn btw-nummer doorgeeft, maar blijkt dat bijvoorbeeld een ondernemingsnummer voor vrije beroepen te zijn. Sinds een tijdje hebben we in ons administratief proces een grondige verificatie van het btw-nummer ingevoerd. Dat gebeurt via software die enkele Europese websites scant.”

### Soms hebben Vlaamse kmo's btw-nummers in andere EU-landen. Waarom is dat nodig?

**Patrick Wille:** “Het is van belang om intracommunautaire aankopen te verichten onder een btw-nummer toegekend door de EU-lidstaat naar waar de goederen werden verzonden of vervoerd. Wanneer een onderneming goederen aankoopt die vanuit een EU-lidstaat naar een andere EU-lidstaat worden verzonden, maar de aankoop gebeurt onder een btw-nummer van een EU-lidstaat,

verschillend van deze waar de goederen zullen worden geleverd, dan kan de onderneming die btw verschuldigd is in de EU-lidstaat die het betreffende btw-nummer heeft toegekend, de btw niet aftrekken wanneer niet alle voorwaarden van het vereenvoudigd driehoeksverkeer (zie kader) zijn vervuld.”

**Jan De Backer:** “Voor onze klanten in Frankrijk hebben wij een Frans btw-nummer. Op dit ogenblik loopt onze aanvraag voor een gelijkaardig nummer in Nederland. Voor Duitsland hebben wij een formulering op onze facturen staan die argumenteert waarom wij geen btw aanrekenen. Dat werkt perfect.”

### Als een Vlaams bedrijf geen btw aanrekenet, moet het bewijzen dat de goederen België hebben verlaten. Vergeten veel bedrijven dat niet?

**Kaat Verleye:** “Bij afhandeling van de goederen door de klant, bijvoorbeeld, komt dat wel eens voor. De klant vraagt een factuur zonder btw en neemt de goederen mee. Best zorgt het bedrijf voor een samenhangend geheel van bewijsmateriaal. Ideaal is een CMR-vrachtbrief, maar ook een leveringsbon uit het buitenland of een bewijs van betaling uit het buitenland kunnen stavingstukken zijn. We raden bedrijven soms aan het identiteitsbewijs te kopiëren van de persoon die de goederen ophaalt, of de nummerplaat van het voertuig waarmee dat gebeurt te noteren.”

**Gert De Meutter:** “Het komt er inderdaad op aan om de nodige bewijsstukken goed bij te houden. En je moet je bewust zijn van de goederenstroom die je vanuit België coördineert maar die tussen twee andere Europese landen verloopt. Aan klanten die zelf exporteren buiten Europa vragen we hun exportdocumenten als bewijs om de vrijstelling van btw te verantwoorden.”

### Welke evolutie zien jullie inzake btw bij internationaal ondernemen?

**Patrick Wille:** “Er is een trend naar meer elektronische afhandeling, zoals de IC-lijsten (zie kader) voor diensten en het Intervat-systeem (zie kader). Dit verkleint de kansen op fraude. Maar meer openheid is nodig: bedrijven moeten weten waar en wanneer de btw-wetgeving wijzigt. Idealiter komt er een Europese btw-aangifte voor alle EU-landen.”

**Patrick Wille:**  
“Meer openheid is nodig: bedrijven moeten weten waar en wanneer de btw-wetgeving wijzigt.”

**Kaat Verleye:** “Of het nieuwe btw-groenboek dat de EU binnenkort uitbrengt soelaas zal bieden, moet nog blijken. We werken nog steeds in het voorlopig systeem dat Europa in 1993 invoerde. De invoering van het btw-pakket (zie kader) zou het de bedrijven gemakkelijker moeten maken. Ook nemen meer en meer landen de verleggingsregel (zie kader) aan. Daarbij wordt de btw naar de klant verlegd.”

**Chris Vermeulen:** “Snelheid is vandaag heel belangrijk bij internationale verkoop. De klant ziet je product online en wil het dan morgen al geleverd zien. De elektronische aangiften versnellen het proces. Maar tegelijk blijven er veel oude regels bestaan en komen er nieuwe bij. Bovendien is er weinig communicatie tussen de diensten van de verschillende landen.”

**Jan De Backer:** “Het is complexer geworden. Vroeger rekenden we altijd 21% btw. Vandaag volgen klanten en leveranciers

### Btw: handige links

E-portaal van de Belgische overheid - Btw  
[www.belgium.be/nl/belastingen/btw](http://www.belgium.be/nl/belastingen/btw)

Europese Commissie - Btw  
[ec.europa.eu/taxation\\_customs/taxation/vat](http://ec.europa.eu/taxation_customs/taxation/vat)

FOD-Financiën – Structuur van Europese btw-nummers  
[fiscus.fgov.be/interfaoifnl/tva\\_intrac/tva\\_eur\\_nl](http://fiscus.fgov.be/interfaoifnl/tva_intrac/tva_eur_nl)

EU-website om de geldigheid van een btw-nummer na te gaan  
[ec.europa.eu/taxation\\_customs/vies](http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies)



hun eigen regels. Ik merk soms aan de bestelbonnen dat veel kleine bedrijven het zelf niet goed weten.”

### Welke raad hebben jullie voor de Vlaamse kmo's?

**Jan De Backer:** “Als een van jouw klanten een dubieus voorstel doet om bijvoorbeeld valse facturen op te stellen, ga daar dan zeker niet op in.”

**Patrick Wille:** “Wees je ervan bewust dat de btw-reglementering overal anders is. Kies voor een goed boekhoudkundig softwarepakket en zet indien nodig de stap naar een professionele adviseur.”

**Chris Vermeulen:** “Dat is ook mijn advies: maak je geen zorgen over btw, je kan immers altijd bij een expert te rade gaan. Leg je focus op het maken en vooral het verkopen van een hoogkwalitatief product.”

**Kaat Verleye:** “Vraag altijd eerst de klant om zijn btw-nummer vooraleer je een factuur met btw-vrijstelling opstelt.”

**Gert De Meutter:** “En controleer dat nummer via de website van de EU. Daarnaast moet je bij een verzending goed de logistieke stroom in de gaten houden en documenten verzamelen die bewijzen dat de goederen België hebben verlaten.”

### Btw-aanpak bij internationaal ondernemen: 5 basisvragen die je best stelt

Stel uzelf als internationaal ondernemer altijd deze vijf vragen. Dat verkleint de kans dat u achteraf problemen krijgt met de btw-administratie of bij de terugvordering van de btw.

1. Is mijn klant belastingplichtig? Indien niet, dan kunnen er andere btw-regels van toepassing zijn.
2. Lever ik goederen of diensten? Daar gelden verschillende regels voor inzake de plaatsbepaling van de handeling
3. Is België de plaats van de belastbare handeling? Indien niet, dan volgt u de btw-regels van een ander land. Ga ook na of u een btw-nummer in dat land nodig hebt.
4. Geldt er een vrijstelling van btw op uw transactie in het land waar de handeling voor btw geacht wordt plaats te vinden? Zo ja, dan moet u de reden van de vrijstelling op de factuur vermelden.
5. Wie moet de btw voldoen indien er geen btw-vrijstelling op de transactie geldt, u of uw klant? Deze regels kunnen voor bepaalde handelingen verschillen van land tot land.

### Btw: enkele termen op een rij

#### IC-listing

Als Belgisch btw-plichtige moet u maandelijks (sommigen driemaandelijks) uw handelingen met andere EU-landen ter controle indienen. Deze intracommunautaire opgave gebeurt via de IC-lijst. Sinds 2010 moet u ook geleverde diensten op die lijst vermelden. Goederen krijgen de code L, diensten de code S, vereenvoudigd driehoeksverkeer de code T De aangifte gebeurt met de Intervat-toepassing.

#### Intervat

Via de Intervat-toepassing kan u periodieke btw-aangiften, intracommunautaire opgaven, klantenlistings, aanvragen tot terugbetaling van buitenlandse btw en de opgaven van intracommunautaire levering van nieuwe vervoermiddelen elektronisch indienen. Het systeem is veilig doordat u een digitale handtekening gebruikt die gekoppeld is aan een digitaal certificaat of een elektronische identiteitskaart.

#### Btw-pakket

In 2008 werden er op Europees niveau verschillende wijzigingen in de btw-regeling ingevoerd. Deze aanpassingen staan bekend als het btw-pakket en traden in 2010 in werking. Daardoor werd het bijvoorbeeld de hoofdregel dat bij diensten de ontvanger ervan de btw voldoet.

#### Btw-verlegging

Bij de verleggingsregeling is de btw verlegd van de leverancier naar de afnemer. De leverancier brengt geen btw in rekening, maar verlegt de btw naar het bedrijf dat goederen of diensten van hem afneemt. De leverancier vermeldt de vergoeding waarover de btw is verlegd in zijn btw-aangifte. De klant vermeldt in zijn btw-aangifte de vergoeding en de btw die naar hem is verlegd.

#### Vereenvoudigd driehoeksverkeer

Dat is van toepassing wanneer bedrijf B goederen aankoopt bij leverancier A om door te verkopen aan klant C. Hierbij worden de goederen rechtstreeks vervoerd van A naar C. Aanvang en aankomst van het vervoer is in twee verschillende lidstaten. B koopt de goederen aan en verkoopt ze onder een ander btw-nummer dan van de lidstaat van vertrek of aankomst van de goederen. B mag niet gevestigd zijn in de lidstaat waar de goederen aankomen (voor sommige lidstaten mag B er zelfs geen btw-nummer hebben).

### Zet deze conversatie verder op LinkedIn

Heeft u bijzondere ervaringen met btw bij zakelijke transacties in Europa? Zijn er do's en don'ts die u graag deelt met Vlaamse collegabedrijven? Vertel het op onze LinkedIn-groep. Wie weet vindt u er het antwoord op uw prangende btw-vraag. Of helpt u zelf een onderneming vooruit op het internationale toneel.



# Materialise doorgelicht

Ingenieuze prototypes, complexe haute-coutureschoenen, foutloze woningmaquettes, schijnbaar onmogelijke designobjecten, dentale implantaten, 3D-modellen die ondersteuning bieden bij bijzonder ingewikkelde chirurgische ingrepen ... De activiteiten van Materialise lijken niet onder één noemer te vatten. Toch zijn ze vervaardigd met dezelfde technologie: Additive Manufacturing of printen in 3D. Op het vlak van medische en industriële toepassingen van Additive Manufacturing groeide Materialise uit tot een wereldleider.

Deze wereldleider is een Vlaams bedrijf met hoofdkantoor in Leuven. Wereldwijd werd er hartelijk ontvangen door Wim Michiels, Executive Vice-President. Hij vertelde ons welke weg het bedrijf al heeft afgelegd en wat de toekomst in petto heeft. Ook Adviseur Internationaal Ondernemen Alain Steegmans was erbij. Hij werkt immers al jaren samen met Materialise.

### Pionier in 3D

**Alain Steegmans:** "Materialise is een spin-off van de K.U.Leuven. Hoe waren de beginjaren?"

**Wim Michiels:** "In tegenstelling tot de meeste spin-offs, had Materialise niet tot doel om een aan de universiteit ontwikkelde technologie te commercialiseren. In 1990 zaten onze activiteiten nog in een experimentele fase, maar de universiteit zag er wel meerwaarde in. We hadden een 3D-printermachine aangekocht van het eerste type. De toepassingen waren nog niet helemaal duidelijk en 3D-bestanden waren toen een zeldzaam iets. En als ze al bestonden, was de kwaliteit niet geschikt voor deze machine. Daarom ontwikkelden we de software om die 3D-bestanden zo op te maken dat de 3D-printer er wel mee aan de slag kon. In dat eerste jaar hadden we het lumineuze idee om ook software te schrijven om medische beelden in 3D te printen. Een medische scan brengt tenslotte een 3D-object in beeld. Dat idee vormde de grondslag van onze medische activiteiten."

**Wim Michiels:**  
"Door te diversifiëren kan je kansen en risico's spreiden. Dat schept heel wat doorgroei-mogelijkheden."

### Diversiteit

**Alain Steegmans:** "Wat opvalt, is de enorme diversiteit van het bedrijf, zowel in activiteiten als in geografische aanwezigheid. Hoe is die verscheidenheid ontstaan?"

**Wim Michiels:** "Hoe complex een vraag is of uit welke hoek ze komt, heeft geen belang. De technologie die onze kernactiviteit vormt, is Additive Manufacturing. Op basis van een 3D-bestand worden materialen – onder meer kunststof en metaal – laag voor laag aan elkaar gehecht. Al deze lagen samen vormen uiteindelijk het product. We gebruiken deze technologie al twintig jaar vooral om prototypes

te bouwen, maar in de laatste tien jaar ook om eindproducten te vervaardigen. De toepassingen zijn eindeloos en dat komt tot uiting in onze diverse activiteiten. Zo zijn we onder meer zeer actief in de medische en automobieliindustrie, maar ook in de designsector met ons merk .MGX en in de consumentenmarkt met i.materialise. Dat is een onlineplatform waarop iedereen zijn ontwerp, getekend in 3D, kan uploaden en doorsturen voor het printen in 3D.

De sky is the limit. Met dien verstande dat we pertinent alle aanvragen weigeren voor oplossingen voor militaire doeleinden."

### Internationale expansie

**Alain Steegmans:** "Materialise heeft vandaag kantoren in vijftien landen. Vooral in Europa, maar ook in Azië en (Zuid-)Amerika. Hoe is de internationalisering verlopen en hoe bepalen jullie welke buitenlandse markten in aanmerking komen?"

**Wim Michiels:** "Onze internationalisering is grosso modo gegroeid in twee grote golven. De eerste vond plaats in de tweede helft van de jaren 90, met een focus op Europa en de VS, waar we een vestiging openden. De tweede golf voltrok zich rond het jaar 2000. In die periode was het ontzettend moeilijk om softwareontwikkelaars aan te trekken. De hele sector was in de ban van de millenniumbug en de dotcomhype. India was toen een klassieke uitvalsweg, waar we een aantal mogelijkheden hebben onderzocht. Voor ons bleek Oekraïne een betere oplossing: weinig concurrentie en een hoogopgeleide bevolking. Bovendien ligt het een pak dicht bij Vlaanderen, zowel in geografische afstand als op cultureel vlak. Daarom vestigden we een



softwaredevelopmentcentrum in Kiev.

Soms helpt het toeval een handje. Zo besliste een Venezolaanse medewerkster om terug te keren naar haar land. Omdat we nog niet aanwezig waren in Zuid-Amerika, wilden we deze opportuniteit niet laten liggen. Zij zal er nu, samen met ons, de mogelijkheden aftasten en Materialise op de kaart zetten."

**Wim Michiels:**

"Het is voor alle partijen een win-winsituatie: wij beschikken over de knowhow en de technologie, zij zorgen voor de marktaanwezigheid en de overtuigingskracht."

### Voor- en nadelen

**Alain Steegmans:** "Die enorme diversiteit heeft haar voordelen, maar zijn er ook nadelen aan verbonden?"

**Wim Michiels:** "Uiteraard kan je door te diversifiëren je kansen en risico's spreiden. Dat schept heel wat doorgroei-mogelijkheden. Zo leggen we jaarlijks groeicijfers voor van 20 à 30%. Alleen in het crisisjaar 2009 moesten we ons tevredenstellen met 3,5%. De automobielsector, een van onze belangrijkste klanten, kreeg het hard te verduren, waardoor onze industriële toepassingen aanzienlijk terugvielen, maar dat konden we gelukkig compenseren door de groei van onze medische activiteiten. Zoals alle bedrijven die actief zijn in verschillende sectoren, moeten we echter opletten voor het 'jack of all trades, master of none'-syndroom, namelijk dat je nergens in uitblinkt. Daarom hebben we acht businessunits opgestart die zich elk toelagen op één marktsegment."

### Sterktes en zwaktes

**Alain Steegmans:** "Elk bedrijf moet zijn sterktes en zwaktes kennen. Naast de succesverhalen zijn er ook altijd minder geslaagde avonturen. Hoe zit dat bij Materialise?"

**Wim Michiels:** "We zijn er ons van bewust dat we niet uitblinken in dingen stopzetten. Tien jaar geleden bijvoorbeeld, ontwikkelden we in een van onze softwareprogramma's tools voor matrijzen. Dat bleek geen succes, maar we hebben daar toen weinig kordaat op gereageerd. Ook onze designproducten – lampen en interieurobjecten die we produceren in samenwerking met internationale



topontwerpers en uitbrengen onder de merknaam .MGX – lopen nog niet helemaal zoals we verwachten. De lovende reacties van consumenten, de vakpers en designexperts voorspellen een goede verkoop. We hebben op de Brusselse Zavel een shop geopend met onze designproducten, toonaangevende musea uit binnen- en buitenland hebben ze aangekocht, ze zijn verkrijgbaar in exclusieve designwinkels, maar de grote stormloop laat op zich wachten. Technisch gezien blijft het relatief duur om het product te maken, dus we zijn wel verplicht ons te richten op de designmarkt. Die uitdaging om de kosten naar beneden te krijgen, moeten we aangaan, maar dat lukt alleen als we hogere volumes kunnen draaien. En dat kan alleen maar als de vraag stijgt ... Het geeft aan dat we in de consumentenmarkt – relatief nieuw terrein voor Materialise – nog een weg af te leggen hebben.



Boven: Materialise, sterk in medische toepassingen.

Daartegenover staan onze orthopedische activiteiten. Halverwege de jaren 90 experimenteerden we met zowel dentale als orthopedische toepassingen, maar we waren toen nog niet groot genoeg om beide zelf te dragen en de orthopedische markt zag nog geen brood in onze oplossingen. We beslisten toen om ons volledig toe te leggen op de dentale toepassingen. Met uitstekende resultaten trouwens, in de dentale wereld zijn onze toepassingen uitgegroeid tot de standaard. In 2006 haalden we onze plannen voor orthopedische toepassingen opnieuw boven. Dankzij onze ervaring in de dentale toepassingen en het perfectioneren van onze techniek, boekten we op zeer korte tijd spectaculaire resultaten. We hadden lessen getrokken uit het verleden en in plaats van alles zelf te doen, zijn we op zoek gegaan naar strategische partnerships. Die hebben we gevonden en we zijn in zee gegaan met twee van de top

5-bedrijven op het vlak van orthopedie. Het is voor alle partijen een win-winsituatie: wij beschikken over de knowhow en de technologie, zij zorgen voor de markt-aanwezigheid en de overtuigingskracht. Het is een waar exportsuccesverhaal, 99,99% van onze orthopedische activiteiten spelen zich af in het buitenland. Natuurlijk zijn er ook risico's verbonden aan werken met partners. Daarom is het belangrijk om sterk te onderhandelen bij de contracten en een back-upscenario uit te dokteren, voor wanneer een partij uit het partnership wil stappen."

**Wim Michiels:**  
**"Een van onze grootste uitdagingen is het in goede banen leiden van onze groei en ervoor zorgen dat onze medewerkers zich kunnen blijven ontplooien."**

### Toekomstige uitdagingen

**Alain Steegmans:** "Hoe ziet Materialise de toekomst en waaruit bestaat de belangrijkste uitdaging?"

**Wim Michiels:** "Een van onze grootste uitdagingen is het in goede banen leiden van onze groei en ervoor zorgen dat onze medewerkers zich kunnen blijven ontplooien. Materialise is over de jaren heen organisch gegroeid. De mate waarin we de juiste medewerkers aantrekken en hen kunnen stimuleren om zich continu verder te ontplooien, is bepalend voor de groeisnelheid van het bedrijf. Het heeft geen zin om zoveel machines bij te kopen, onze kracht bestaat uit onze medewerkers. In onze bedrijfscultuur staan respect en kansen voor iedereen voorop, dat willen we zo houden. We zien de toekomst met vertrouwen tegemoet. De acht businessunits zijn in volle ontwikkeling, waardoor we sterker zullen opereren in afgebakende marktsegmenten. Als we afgaan op onze cijfers, zullen onze medische toepassingen verder groeien. Ook in de consumentenmarkt zullen we een rol spelen. Tot slot verwachten we dat de toepassingen van Additive Manufacturing in de volgende vijf tot tien jaar exponentieel zullen toenemen. En dat betekent meer opportuniteiten voor ons. Of dat zal zijn door de technologie en knowhow te leveren, of door zelf producten in de markt te zetten, valt nog te bezien."

### Bijdrage van FIT

**Alain Steegmans:** "Hoe kan FIT hieraan bijdragen?"

**Wim Michiels:** "Ik weet het exacte jaartal niet meer, maar onze samenwerking dateert al van de jaren 90. We hebben in het verleden vooral een beroep op FIT gedaan voor de opstart van nieuwe kantoren in het buitenland. Die ondersteuning was zowel van praktische als van financiële aard. In mindere mate vragen we subsidies aan voor prospectiereizen. Wat we nu nog meer willen doen, is intensief samenwerken met de Vlaamse Economische Vertegenwoordigers van FIT. In sommige landen hebben we ondertussen al een goede relatie met hen opgebouwd. Ze zijn een bron van informatie en helpen je een markt te leren kennen en er een netwerk op te bouwen. Opdat de VLEV's je echt gericht kunnen helpen, is het belangrijk dat ze je bedrijf grondig kennen. Dat ze weten wat je noden zijn en naar wat je op zoek bent. Hiervoor was onze deelname aan de Leeuw van de Export in 2009 een uitstekende zet. We moesten toen de duimen leggen voor baggerreus DEME, maar als laureaat staat je bedrijf toch mee in de schijnwerpers. Hierdoor wonnen we aan bekendheid bij het voltallige FIT-netwerk. Bovendien krijgt deze prijs behoorlijk wat persaandacht, waardoor ook het grote publiek Materialise ontdekte."

### → ID

- **Bedrijf:** Materialise nv
- **Aantal medewerkers:** 1000 wereldwijd, 300 in België
- **Omzet in 2010:** ongeveer 64 miljoen euro, waarvan 95% is gerealiseerd in het buitenland
- **Gevestigd in:** Leuven
- **Kantoren in:** 15 landen
- **Producten aanwezig in:** meer dan 60 landen

### 🔗 Bent u klaar voor de volgende stap in het internationaliseringsproces?

Neem dan contact op met uw provinciaal kantoor. Op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be) vindt u in de rubriek 'Onze dienstverlening' alle adressen en contactinfo.

# Commissie Vlaams Parlement brengt werkbezoek aan FIT

Op 21 januari verwelkomden de Voorzitter en de directie van FIT de Commissie Buitenlands Beleid, Internationale Samenwerking en Europese Aangelegenheden in het FIT-hoofdkantoor in Brussel. Tijdens dit bezoek lichtte FIT zijn werking uitvoerig toe aan de Commissie.

De Commissie, met de heer Creyelman als voorzitter, buigt zich onder meer over institutionele EU-dossiers, zoals de bevoegdheden van de regio's binnen Europa. Daarnaast behoren ook ontwikkelingsamenwerking en wapenhandel tot de werkdomeinen van de Commissie. Ook de meer economische aspecten van het Vlaamse buitenlandse beleid komen frequent aan bod in de Commissie.

Export, internationale handel en het aantrekken van buitenlandse investeringen zijn cruciale ingrediënten van het economische beleid in Vlaanderen. Het hoeft dan ook niet te verbazen dat de werking van FIT daarbij op grote belangstelling rekenen. Daarom kwam de Commissie eind januari naar het hoofdkantoor van FIT in Brussel voor een uitgebreide infosessie.

## Onze organisatie in detail

"We waren bijzonder vereerd door dit eerste bezoek van de Commissie", vertelt Christ'l Joris, Voorzitter van FIT. "Het was voor ons de perfecte gelegenheid om de organisatie FIT te kunnen voorstellen. Regelmatig krijgen we vragen van de Commissieleden en andere vertegenwoordigers van het parlement. Die beantwoorden we uiteraard zo accuraat en volledig mogelijk, maar ze behelzen telkens maar een gedeelte van onze werking. Daarom waren we zeer blij met deze kans om het totale plaatje te kunnen tonen en uitleggen. De directie van FIT had een sterke, onderbouwde presentatie opgesteld waarin – naast het organogram, de visie en missie, en de werking van FIT in de praktijk – verschillende thema's werden behandeld. Onder meer onze nieuwe beheersovereenkomst, onze focusstrategie, de buitenlandse directe investeringen, de optimalisering van ons buitenlandse netwerk en onze samenwerking met derden kwamen uitgebreid aan bod. Na afloop konden de Commissieleden vragen stellen. Uit de reacties bleek dat de Commissie een duidelijk en beter inzicht had gekregen in de werking van FIT."



Foto boven: de Commissieleden luisterden aandachtig naar de uiteenzetting van FIT.  
Foto onder: de directie van FIT licht zijn werking toe aan de Commissie.

🔗 Wil u meer weten over de bevoegdheden of de samenstelling van de Commissie?  
Surf naar [www.vlaamsparlement.be/vp/commissies](http://www.vlaamsparlement.be/vp/commissies).





## Hoe reageert u als u hoort dat u de Leeuw van de Export wint?

De winnaars vertellen ...

In de vorige Wereldwijs spoorden we u aan om u kandidaat te stellen voor de Leeuw van de Export 2011. Wij mogen u echter nog zo vaak vertellen wat het winnen van deze toonaangevende exportprijs voor uw bedrijf kan betekenen, uiteindelijk zijn ervaringsdeskundigen daar het best voor geplaatst. Daarom zochten we enkele voormalige Leeuwen op.





De eerste zes edities, van 2002 tot en met 2007, reikten we de Leeuw van de Export uit in twee categorieën: de Young Exporter voor beginnende exporteurs en de Best Performer voor ondernemingen die al langer dan vijf jaar exporteren. Daarna volgden drie edities met slechts één Leeuw van de Export. Vanaf dit jaar hebben we opnieuw een winnaar in twee categorieën: bedrijven die tot 49 medewerkers tewerkstellen en bedrijven met 50 of meer medewerkers.

### Enkele winnaars aan het woord

Uiteraard is Financial Architects, de huidige Leeuw van de Export, van de partij. Ook Snack Food Poco Loco, de allereerste winnaar – Leeuw van de Export Best Performer 2002 – mocht niet ontbreken. Photovoltech, Leeuw van de Export Young Exporter 2007, vroegen we of hun exportverhaal nog steeds hoge ogen gooit. We brengen u hun relaas.

### Snack Food Poco Loco

Snack Food Poco Loco produceert Mexicaanse voeding. Het bedrijf houdt wel van een beetje gek – poco loco – maar neemt zijn business heel serieus. Deze voedingsproducent is Europese marktleider in Tex-Mex voeding, waaronder tortilla's en dipsauzen. Met zijn uitstekende exportresultaten overtuigde Snack Food Poco Loco de jury en sleepte zo de allereerste Leeuw van de Export Best Performer 2002 in de wacht.

General Manager Patrick Maselis: "Al van bij de oprichting in 1995 stond het als een paal boven water dat we in België alleen niet konden overleven. Export heeft dan ook altijd al een belangrijke plaats in ons businessplan gehad. Toen we de Leeuw van de Export wonnen, was dat een mooie opsteker voor het bedrijf en alle medewerkers. Het betekende een motivatie en stimulans om verder te gaan en nog beter te doen. Ook voor ons imago in het buitenland heeft deze titel veel goeds gedaan. En sindsdien ging het voor ons alleen crescendo. Onze omzet is ruim verviervoudigd. Dat vertaalt zich natuurlijk ook in ons personeelsbestand, dat op die tien jaar is verdrievoudigd. Toen realiseerden we ongeveer 90% van onze omzet in het buitenland, vandaag is dat 96%. Het aantal landen waarnaar we rechtstreeks exporteren is sindsdien met de helft gestegen naar 80; onrechtstreeks zijn we aanwezig in 150 landen. Ik zou andere bedrijven zeker aanraden om deel te nemen aan de Leeuw van de Export. Het blijft een schitterende ervaring. Elk jaar volg ik de prijsuitreiking op de voet."

### Photovoltech

Eind 2001 ontstond Photovoltech als spin-off van imec, het gerenommeerde onderzoekscentrum uit Leuven dat tot de wereldtop behoort op het vlak van nano-elektronica en -technologie en uitstekend onderzoek verricht in fotovoltaïsche technologie. Twee jaar later startte Photovoltech met de productie van zonnecellen, vervaardigd uit multikristallijn silicium en gebruikmakend van de meest geavanceerde en hoogtechnologische apparatuur. Nog vier jaar later stond Photovoltech op het podium om de Leeuw van de Export Young Performer 2007 in ontvangst te nemen.

General Manager Johan Nijs: "We waren ontzettend trots toen we hoorden dat we hadden gewonnen. Als promotie kan zo'n titel tellen. In het buitenland is de Leeuw van de Export minder bekend, maar in Vlaanderen kreeg onze overwinning heel wat weerklank. Ook het motiverende effect op de medewerkers is niet te onderschatten, die mentale boost deed zeker deugd. Bij Photovoltech zijn ongeveer 285 medewerkers aan de slag. Samen realiseerden we in 2010 een omzet van meer dan 100 miljoen euro, waarvan meer dan 99% uit het buitenland afkomstig is. In 2006, het jaar waarin onze resultaten zijn neergezet waarvoor we de Leeuw van de Export wonnen, was dat ook al meer dan 95%. Onze productiecapaciteit steeg van 22 MWp per jaar in de eerste helft van 2007 tot 155 MWp in 2011. We wonnen in de categorie Young Performer, maar onze huidige bedrijfscijfers geven aan dat we vandaag zijn uitgegroeid tot een volwassen Leeuw. Ik vond het absoluut de moeite om deel te nemen aan de Leeuw van de Export en zou overwegen om dat opnieuw te doen. Nog een tip om af te sluiten: zet de knowhow en het innovatieve karakter van je product goed in de verf en benadruk je marketingstrategie."

### Financial Architects

Het lijkt nog maar gisteren dat we een gesprek voerden met de huidige Leeuw van de Export: Financial Architects, kortweg FinArch. Het bedrijf levert geïntegreerde softwareoplossingen aan de financiële sector en speelt hierbij vooral in op de wereldwijde wetgevingen voor deze sector. Daarnaast biedt het oplossingen voor risicobeheer, financieel management, interne en externe rapportering. In 2009 werd een omzet gerealiseerd van ruim 24,5 miljoen euro, 89% daarvan was afkomstig uit het buitenland. Uitstekende resultaten, zeker in volle crisistijd.

Managing Director Dirk De Beule: "Vlak na onze overwinning stond FinArch enorm in de kijker. De prijsuitreiking werd opgepikt door nieuwszenders, kranten en magazines. Vooral in het binnenland krijgt de prijs veel erkenning, in het buitenland beperkt zich dat nog te veel tot het internationale netwerk van FIT. Maar de reacties waren unaniem lovend en deze titel was onze vier deelnames zeker waard. Ik vind het zelfs een beetje jammer dat we ons dit jaar niet mogen kandidaat stellen, zeker omdat onze cijfers nog beter zijn. Vorig jaar realiseerden we immers ongeveer 33 miljoen euro. Ook onze exportcijfers zijn gestegen, maar ik beschik nog niet over het exacte percentage. De titel Leeuw van de Export zet je bedrijf in de picture. Nog steeds voelen we een 'Leeuw'-effect. Het is positief voor onze bedrijfsuitstraling en we merken dat het makkelijker is om nieuwe medewerkers aan te werven. Dat uitsluitend toeschrijven aan onze overwinning is echter overdreven. Zo hebben we enkele HR-medewerkers aangeworven die hiervoor zeker mee verantwoordelijk zijn. Laat ons zeggen dat de combinatie werkt. Ik zou iedereen aanraden om een kans te wagen. De inspanningen zijn miniem in vergelijking met de beloning. Natuurlijk moeten de cijfers goed zijn, maar ik zou zeggen: ga ervoor!"

### Wil u deelnemen aan de Leeuw van de Export 2011?

Wacht niet langer om u in te schrijven! Het officiële inschrijvingsformulier kan u downloaden op [www.vreemdgaanloont.be](http://www.vreemdgaanloont.be) of aanvragen via [leeuwvandeexport@fitagency.be](mailto:leeuwvandeexport@fitagency.be).

Ook met bijkomende vragen kan u terecht op dat e-mailadres. Inschrijven kan enkel door middel van het officiële inschrijvingsformulier, vergezeld van een volledig dossier vóór vrijdag 29 april 2011 door te sturen naar Flanders Investment & Trade.



# Optimisme in Duitse bouwsector op BAU 2011

Als het succes van bouwbeurs BAU een graadmeter is, dan mag de Duitse bouwsector de toekomst met vertrouwen tegemoet zien. Van 17 tot 22 januari waren tal van spelers uit de sector aanwezig in München, als exposant of bezoeker. Ook FIT had een groepsstand op BAU.

Om de twee jaar blaast de internationale bouwsector verzamelen op BAU, wereldwijd de toonaangevende vakbeurs voor architectuur, bouwmaterialen en -systemen. Deze editie stond helemaal in het teken van duurzaam bouwen. De bezoekers ontdekten er de nieuwste ontwikkelingen op het vlak van bouwen in de toekomst. Op 17 januari knipte Peter Ramsauer, de Duitse minister van Bouw, het openingslintje door. Ook Mustafa Demir, de Turkse minister van Openbare Werken, woonde de officiële opening bij.

## De beurs in cijfers

Een jaar geleden konden de organisatoren al voorspellen dat BAU 2011 een voltreffer zou worden. Toen was het event immers reeds helemaal volgeboekt. 2.058 exposanten uit 46 landen hadden een plaatsje bemachtigd op de 180.000 vierkante meter beursruimte. Vele andere bedrijven belandden op de wachtlijst.

Maar een beurs is pas geslaagd wanneer er voldoende geïnteresseerde bezoekers opdagen. En ook dat was een schot in de roos: uit meer dan 150 landen reisden 238.000 bezoekers naar München. Hiermee overtrof het bezoekersaantal de vorige editie met 12%. Bovendien steeg het aantal internationale bezoekers van 18% op BAU 2009 naar 25% dit jaar. Opvallend was het groeiende aantal geïnteresseerden uit niet-Europese landen zoals India, Japan, de VS, Canada en de VAE. Onder de bezoekers bevonden zich meer dan 50.000 medewerkers van een stedenbouwkundig bedrijf of een architectenbureau. Dat is 22% meer dan op de vorige editie.

## Een Vlaamse deelnemer vertelt

Zes Vlaamse bedrijven waren aanwezig op BAU 2011 via de groepsstand van FIT. Een van hen is het Genkse Hengelhoef

Concrete Joints, dat dilatatievoegen voor industrievloeren produceert en verkoopt. Managing Director Albert Klingeleers vertelt over zijn beursdeelname: "Dit was de tweede keer dat we aanwezig waren op BAU, ook in 2009 waren we van de partij. De beurs is bijzonder interessant door haar internationale karakter. Spelers uit alle hoeken van de wereld tekenen er present. Je ontmoet er een pak nieuwe potentiële klanten. Daarnaast kan je je producten tonen aan architecten en bouwbedrijven in Duitsland, toch een van de belangrijkste markten in Europa. Op BAU 2009 hebben we het eerste gesprek gevoerd met onze huidige verdeler in Duitsland: een mooi resultaat van de vorige editie. Het is nu nog te vroeg om al concrete resultaten voor te leggen van onze deelname aan BAU 2011. We hebben veel interessante contacten ontmoet, nu moeten we die verder opvolgen en uitdiepen."

## ? BAU 2013

De twintigste editie van BAU zal plaatsvinden in München, van 14 tot 19 januari 2013. FIT zal er opnieuw beschikken over een groepsstand.

Wil u hierover meer weten of wil u zich verzekeren van een plaats op onze groepsstand?

Neem dan contact op met Marianne Temmerman via [marianne.temmerman@fitagency.be](mailto:marianne.temmerman@fitagency.be) of op 02 504 87 79.



Foto boven: stilte voor de storm op bouwbeurs BAU.



**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!**

## GROEPSZAKENREIZEN



### Multisectorale missie Mexico – Panama

9 tot en met 17 april 2011

De keuze voor Mexico en Panama is geen toeval. Beide landen zullen op wereldschaal aan belang winnen de komende jaren. In veel sectoren ontstaan interessante business-opportunities.

Met een potentiële afzetmarkt van 111,2 miljoen inwoners, een hoogopgeleide bevolking en een strategische ligging tussen Noord- en Zuid-Amerika, heeft Mexico belangrijke troeven in handen. Maar om er succesvol zaken te doen, moet u regelmatig het land persoonlijk bezoeken. Het Mexicaanse zakenleven is immers gebouwd op persoonlijke relaties. Deze missie biedt u hiervoor de ideale gelegenheid.

Het Panamakanaal en de vrijhandelszone van Colon, na Hongkong het grootste herverde-

lingscentrum ter wereld, vormen de draaischijf voor de heruitvoer en voor de verdeling van de uitvoer tussen Noord- en Zuid-Amerika en tussen Amerika, Europa, Azië en de Caraïben. Bovendien is het een ideale uitvalsbasis voor zakendoen in Latijns-Amerika.

#### Inschrijven

kan tot en met 7 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Anke Vanderstappen, 02 504 88 24  
[anke.vanderstappen@fitagency.be](mailto:anke.vanderstappen@fitagency.be)



### Missie Logistiek & Transport – Constanța

7 tot 10 juni 2011

Ontdek de mogelijkheden van Roemenië op het vlak van logistiek en transport. Het land heeft het potentieel om uit te groeien tot een logistieke hub voor Centraal- en Oost-Europa. Een belangrijke troef hiervoor is de havenstad

Constanța, met de grootste haven van het land en de grootste containerhaven aan de Zwarte Zee. De stad ligt op het kruispunt van drie verschillende trans-Europese netwerken en vormt een intermodaal knooppunt van zee, spoorweg, autoweg en binnenvaart. Ondertussen lopen er grootschalige moderniseringsprojecten. De verdere uitbreiding van de haven, de bevaarbaarheid van de Donau en de ontwikkeling van een binnenwater-netwerk, zijn voorbeelden van projecten die worden gerealiseerd met de EU-subsidie van 19 miljard euro.

#### Inschrijven

kan tot en met 15 april 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Evelien Staelens, 02/504 88 48  
[evelien.staelens@fitagency.be](mailto:evelien.staelens@fitagency.be)





### Prinselijke missie naar de VS

22 tot 30 juni 2011

De VS zijn een van de belangrijkste handelspartners van België. Omgekeerd is het land ook een van onze belangrijkste investeerders. De Belgische export naar de VS kende in het crisisjaar 2009 een daling van 17%, maar steeg opnieuw met meer dan 33% tijdens de eerste acht maanden van 2010. Voor 2010 worden voor de Amerikaanse economie groeicijfers van ongeveer 3% verwacht.

Met deze missie, geleid door prins Filip en vergezeld door prinses Mathilde, wordt gemikt op de troeven van de Amerikaanse oostkust. De focus ligt op biotechnologie en biofarmaceutica. Tegelijkertijd komen clean tech en ICT aan bod. Uiteraard verwelkomen we ook bedrijven uit andere sectoren.

#### Inschrijven

kan tot en met 21 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Anke Vanderstappen, 02 504 88 24  
[anke.vanderstappen@fitagency.be](mailto:anke.vanderstappen@fitagency.be)

## GROEPSSTANDEN



### Environord – Rijsel

7 tot en met 9 juni

Environord is de enige beurs voor professionals uit de milieu- en clean tech sector in de regio Nord-Pas de Calais, de vierde belangrijkste regio in Frankrijk. In 2010 toonden 170 exposanten hun producten en oplossingen aan ongeveer 6.000 bezoekers, hoofdzakelijk afkomstig uit Noord-Frankrijk en de Benelux.

#### Inschrijven

kan tot en met 15 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Marianne Temmerman, 02 504 87 79  
[Marianne.temmerman@fitagency.be](mailto:Marianne.temmerman@fitagency.be)



### Summer Fancy Food – Washington DC

10 tot en met 12 juli 2011

In 2011 verhuist de 57ste editie van deze internationale voedingsbeurs van New York naar Washington DC. Via een deelname aan onze groepsstand kan u de Amerikaanse voedingsmarkt verkennen, of er uw bestaande contacten verstevigen.

#### Inschrijven

kan tot en met 15 april 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Kurt Vleminckx, 02 504 88 03  
[Kurt.vleminckx@fitagency.be](mailto:Kurt.vleminckx@fitagency.be)



### BIG 5 – Dubai

21 tot met 24 november 2011

De jaarlijkse beurs Big 5 is het mekka voor alle spelers in de bouwsector. Ook dit jaar is FIT aanwezig met een groepsstand. Op de vorige editie waren 3.000 exposanten aanwezig uit 71 landen, verdeeld over 16 hallen. Volgende sectoren komen aan bod: watertechnologie & milieu, koel- en verwarmingsinstallaties, glas & metaal, badkamerinrichting, vloerbedekking, reiniging & onderhoud, en bouwmaterialen in het algemeen.

#### Inschrijven

kan tot en met 15 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Katty De Vos, 02 504 87 14  
[katty.devos@fitagency.be](mailto:katty.devos@fitagency.be)

## PSB-STANDEN



### Logima – Casablanca

5 tot 7 mei 2011

Logima richt zich op kleine en middelgrote ondernemingen, de industrie, de handel en op de distributiesector. De beurs zet vier activiteitspolen extra in de kijker: transport & logistiek, infrastructuur & logistieke sites, aanpalende diensten, uitrusting & onderhoud. Er worden meer dan 8.000 bezoekers verwacht.

#### Inschrijven

kan tot en met 22 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Marianne Temmerman, 02 504 87 79  
[Marianne.temmerman@fitagency.be](mailto:Marianne.temmerman@fitagency.be)



### Batimatec – Algiers

9 tot 13 mei 2011

De veertiende editie van de internationale beurs voor bouwmaterialen en openbare werken, Batimatec, staat onder toezicht van de Algerijnse minister van Woongegelegenheid en Urbanisme. U ontdekt er afzetmogelijkheden in opgestarte projecten die moeten worden gefinaliseerd. Daarnaast staan vele projecten in de steigers, zoals de aansluiting van een groot aantal gezinnen op het gasnetwerk en de bouw van 400 zwembaden, van 35 dammen, en van meer dan 200 jeugdthuizen.

#### Inschrijven

kan tot en met 22 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Marianne Temmerman, 02 504 87 79  
[Marianne.temmerman@fitagency.be](mailto:Marianne.temmerman@fitagency.be)



### The Hotel Show – Dubai

17 tot en met 19 mei 2011

The Hotel Show is veruit de belangrijkste hotel- en hospitalitybeurs in het Midden-Oosten en Noord-Afrika. Door deelname aan onze PSB-stand kan u kennismaken met het potentieel van de beurs én kan u uw eigen aanbod voorstellen aan prospects. Dubai bruist van de bouwprojecten zoals de bouw van bijvoorbeeld 450 hotels en 1.500 voeding- en drankzaken. Op The Hotel Show Dubai ontdekt u het hele spectrum van producten en diensten binnen het hotelgebeuren.

#### Inschrijven

kan tot en met 15 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Linda Huybrecht, 02 504 88 37  
[linda.huybrecht@fitagency.be](mailto:linda.huybrecht@fitagency.be)



### AACC – Atlanta

26 tot met 28 juli 2011

AACC Clinical Lab Expo is een internationale medische vakbeurs. Via een deelname aan onze PSB-stand kan u de Amerikaanse medische markt verkennen. De beurs is toegespitst op de volgende disciplines: IVD, General Lab, OEM/Biotech/Contract Mfg, Lab Automation en Point of Care Testing. Meer info vindt u op [www.aacc.org](http://www.aacc.org).

#### Inschrijven

kan tot en met 29 april 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Gabor Becski, 02 504 87 02  
[gabor.becski@fitagency.be](mailto:gabor.becski@fitagency.be)

## CATALOGOOSTAND

De catalogoostand van FIT is een uitstekende en kostenefficiënte manier om te peilen naar de buitenlandse interesse in uw product. U kan gratis uw aanbod etaleren op onze stand en hoeft daarvoor zelf niet af te reizen naar de beurs. Onze lokale vertegenwoordiger bemant er onze catalogoostand en presenteert er uw aanbod. Achteraf krijgt u uitgebreide feedback.

Opgelet! Om de brochures vlot door de douane te krijgen, vermeldt u op de pro-formafactuur 'no commercial value'. Zo minimaliseert u het risico op vertragingen en bijkomende kosten.

U vindt de adressen van onze buitenlandse kantoren op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be) onder de rubriek 'Onze dienstverlening'.



### Americana – Montreal

22 tot en met 24 maart 2011

Americana is de belangrijkste beurs voor milieutechnologie in Canada waar bezoekers contacten leggen met inkopers, decision makers, productontwikkelaars, beleidsmakers, vakverenigingen en opiniemakers. Tijdens verschillende conferenties en op de beurs zelf stellen meer dan 350 bedrijven uit Canada, de VS, Europa en Azië hun nieuwste ontwikkelingen en technologieën voor.

#### Inschrijven

kan tot en met 10 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Linda Huybrecht, 02 504 88 37  
[linda.huybrecht@fitagency.be](mailto:linda.huybrecht@fitagency.be)



### Saudi Medicare – Riyad

10 tot 13 april 2011

Saudi Medicare is de vakbeurs voor gezondheidszorg, medische apparatuur en ziekenhuisuitrusting. Tegelijk vinden ook Saudi Dentistry, Saudi Eyecare & Saudi Lab plaats, de vakbeurzen voor tandheelkunde, oogverzorging en laboratoriumtechnologie. Zowel voor producenten als voor leveranciers in de gezondheidssector biedt Saudi Medicare talrijke mogelijkheden om zich te lanceren op de medische markt van het Midden-Oosten.

#### Inschrijven

kan tot en met 15 maart 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Linda Huybrecht, 02 504 88 37  
[linda.huybrecht@fitagency.be](mailto:linda.huybrecht@fitagency.be)



### Food & Hotel – Seel

26 tot en met 29 april 2011

Food & Hotel is een belangrijke internationale vakbeurs voor voeding en horeca. Het is de ontmoetingsplaats voor professionele inkopers, niet alleen uit Zuid-Korea en Zuidoost-Azië, maar ook uit Noord- en Zuid-Amerika en Europa.

Met een bevolking van 49,4 miljoen inwoners en met minder dan 20% vruchtbare landbouwgrond, kijkt Zuid-Korea aan tegen een tekort in de voedingssector. 70% van de landbouwproducten moet worden ingevoerd om te voldoen aan de groeiende vraag van steeds meer consumenten die veeleisend zijn op het vlak van voeding, gezondheidsproducten en westerse dranken.

#### Inschrijven

kan tot en met 4 april 2011 op [www.flandersinvestmentandtrade.be](http://www.flandersinvestmentandtrade.be)  
 ? Linda Huybrecht, 02 504 88 37  
[linda.huybrecht@fitagency.be](mailto: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. Ontmoet onze vertegenwoordiger en bespreek uw exportplannen.

### Tunesië

9 en 10 maart 2011

Locatie: Brussel.

Inschrijven kan tot en met 5 maart 2011.

? Contacteer uw provinciaal kantoor

### Congo en Kenia

14 en 15 maart 2011

Locatie: Brussel.

Inschrijven kan tot en met 10 maart 2011.

? Contacteer uw provinciaal kantoor

### Noorwegen en Zweden

15 tot 23 maart 2011

Locatie: Leuven, Antwerpen, Gent, Brugge en Hasselt.

Inschrijven kan tot en met 11 maart 2011.

? Contacteer uw provinciaal kantoor

### Denemarken en Finland

15 tot 23 maart 2011

Locatie: Leuven, Antwerpen, Gent, Brugge en Hasselt.

Inschrijven kan tot en met 11 maart 2011.

? Contacteer uw provinciaal kantoor

### Baltische staten

15 tot 23 maart 2011

Locatie: Leuven, Antwerpen, Gent, Brugge en Hasselt.

Inschrijven kan tot en met 11 maart 2011.

? Contacteer uw provinciaal kantoor

### Libië en Marokko

5 tot 13 april 2011

Locatie: Antwerpen, Vilvoorde, Hasselt, Dendermonde en Brugge.

Inschrijven kan tot en met 29 maart 2011.

? Contacteer uw provinciaal kantoor

### Algerije

6 tot 13 april 2011

Locatie: Antwerpen, Vilvoorde, Hasselt, Dendermonde en Brugge.

Inschrijven kan tot en met 30 maart 2011.

? Contacteer uw provinciaal kantoor

## OP ZOEK NAAR EXPERTISE OVER INTERNATIONAAL ONDERNEMEN BIJ U IN DE BUURT?

### Antwerpen

03 260 87 22

[antwerpen@fitagency.be](mailto:antwerpen@fitagency.be)

### Limburg

011 29 20 80

[limburg@fitagency.be](mailto:limburg@fitagency.be)

### Vlaams-Brabant

016 31 10 40

[vlaamsbrabant@fitagency.be](mailto:vlaamsbrabant@fitagency.be)

### West-Vlaanderen

050 32 50 80

[westvlaanderen@fitagency.be](mailto:westvlaanderen@fitagency.be)

### Oost-Vlaanderen

09 267 40 80

[oostvlaanderen@fitagency.be](mailto:oostvlaanderen@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 Layla Sofie Aiad, Business Development Manager bij Van den Bosch & Van Ranst bvba.

# “Gepokt en gemazeld door ervaring op de werkvloer.”

Ik studeerde af als fotografe aan de Hogeschool Sint-Lukas Brussel. Nadien heb ik met dat diploma niets professioneels aangevangen. Mijn studiekeuze was ingegeven door een passie, die ik trouwens nog altijd koester.

Bij DHL International kon ik mijn talenkennis bijschaven. Dat was mijn grootste drijfveer in de zoektocht naar een eerste baan. Die ondernam ik zodra mijn twee dochters naar school konden. Bij DHL International ging ik parttime aan de slag op de afdeling Customer Service, waar ik in drie talen de klanten te woord stond. Na vijf jaar schakelde ik over naar een voltijds regime in de Sales-organisatie en uiteindelijk heb ik zestien jaar voor het bedrijf gewerkt. Over de jaren heen ben ik er opgeklimmen tot Business Development Manager. Toen reisde ik nog niet naar het buitenland, maar door de aard en de activiteiten van het bedrijf had ik veel internationale contacten.

Na een korte omweg bij Zweedse hotelketen Scandic, tekende ik eind 2009 bij Van den Bosch & Van Ranst. Deze Belgische marktleider in trouwringen was enkele jaren eerder overgenomen door een voormalige collega bij DHL International, Marnix Janssens. De

functie Business Development Manager bestond nog niet binnen het bedrijf, die vul ik nu in. Met onze huidige productiecapaciteit kunnen we nog vele andere markten bedienen, naast de Belgische – veeleer verzadigde – markt. Export is dan ook een belangrijk onderdeel van de bedrijfsstrategie.

Ik ben gemiddeld één dag per week op zakenreis, maar op termijn wordt dat ongeveer de helft. De combinatie met mijn gezin lukt aardig. Het is een kwestie van goed organiseren. Mijn oudste dochter woont beurtelings bij mij en bij haar vader, en de jongste zit op internaat omwille van haar studiekeuze. Ik probeer mijn zakenreizen zo veel mogelijk te plannen wanneer mijn dochter bij haar vader logeert. Maar ik heb nog een goede relatie met mijn ex-man, dus als dat niet lukt, passen we daar een mouw aan.

Als vrouw stoot je soms op absurde hindernissen. Onze exportfocus ligt onder meer in het Midden-Oosten. Vorig jaar werd ik uitgenodigd door een bedrijf in Saoedi-Arabië, maar ik kon geen visum krijgen omdat ik als vrouw alleen reisde. Afspreken met je klanten in Dubai is dan een mogelijke noodoplossing, hoorde ik van vrouwelijke collega's. Maar het is ze-



## Paspoort:



**Naam:**  
Layla Sofie Aiad  
**Bedrijf:**  
Van den Bosch & Van Ranst bvba  
**Sector:**  
trouwringen  
**Functie:**  
Business Development Manager  
**Studies:**  
fotografie  
**Leeftijd:**  
42 jaar

ker niet onmogelijk als vrouw om zaken te doen in het Midden-Oosten. Als je je professioneel gedraagt, krijg je het nodige respect. Daarvoor hoef je geen traditionele klederdracht te dragen. Ik merk dat mijn familienaam Aiad me een stapje voor geeft in sommige landen. Mijn vader is Libisch, maar ik ben geboren en getogen in België. Beide culturen draag ik in mij.

Mijn internationale contacten om de drie à vier maanden bezoeken, is mijn professionele uitdaging. Je moet een zakenrelatie warm houden. Naast telefoon en e-mail, is persoonlijk contact absoluut noodzakelijk. Daarbij is geduld essentieel. Zo tasten we al twee jaar de Russische markt af, en nu pas levert dat resultaat op.

➔ In de volgende Wereldwijs geeft Flanders Investment & Trade het woord aan Patryk Depta, zaakvoerder DP Trade Solutions.





*Thuis bij Jim Thompson*



Daniël de Waegh  
Vlaamse Economische  
Vertegenwoordiger Bangkok

**Waar?**

The Jim Thompson House  
6 Soi Kasem San 2  
Thanon Pra Rama I  
Bangkok  
[www.jimthompsonhouse.com](http://www.jimthompsonhouse.com)

“Ongeveer 200 meter ver in een opvallend zijstraatje van de drukke Rama I Road staat een complex traditionele teakhouten huizen in een weelderig tropische tuin. Hier woonde Jim Thompson, een Amerikaanse architect, en fervent promotor van de Thaise traditionele kunst en cultuur. Op het einde van de Tweede Wereldoorlog belandde Jim in Bangkok, als hoofd van de Office of Strategic Services, de voorloper van de CIA. De schoonheid van het land en de vriendelijke bevolking maakten zo'n overweldigende indruk dat hij besliste om er te blijven.

Jim richtte de Thai Silk Company Ltd. op en blies de Thaise zijde-industrie nieuw leven in. Daarnaast was hij een verwoed verzamelaar van antiek en kunst. Je kan zijn kunstwerken en archeologische stukken bewonderen in zijn bijzonder smaakvol ingerichte woning. Ook de andere teakhouten woningen – traditionele huizen die hij overbracht van Centraal-Thailand en op zijn domein met veel liefde heropbouwde – zijn open voor het publiek. Het complex is vandaag een van de beste musea van het land: The Jim Thompson House.

Als je het museum bezoekt, raad ik je een rondleiding met gids aan. Wedden dat het mysterieuze einde van Jim Thompson je zal intrigeren? Ik verklap niets, maar er doen heel wat spannende theorieën de ronde over zijn laatste levensdagen. Genoeg stof voor een boeiende conversatie in de gezellige bar, terwijl je geniet van een fris Thais Singha-biertje of een exotische cocktail.”

*Sawasdee krap!*

**Boekentip**

**'The Balancing Act of Innovation'**

Philippe Silberzahn en Walter Van Dyck

U wil als modern bedrijf innoveren, want u wil groeien. Alleen zit u met tal van vragen: Is innovatie wel de beste strategie? Is nu het juiste moment? En indien ja, hoe pak ik dit aan? Dit praktische Engelstalige boek biedt u een antwoord op deze vragen.

**Inspirerende casestudies**

Een eenvoudig recept voor innovatie dat altijd en overal toepasbaar is, bestaat niet. De kunst van het innoveren ligt in het bepalen van uw eigen 'road to innovation' in uw eigen stijl, waarbij u het evenwicht bewaart tussen creativiteit en discipline.

Innoveren leert u het best uit ervaringen van andere bedrijven. En daarvan vindt u vele voorbeelden in dit boek. U leest in inspirerende casestudies hoe bedrijven zoals Studio 100, Janssen Pharmaceu-

tica of Alcatel Lucent allerhande innovatiestrategieën succesvol toepasten. Zo ontdekt u welke vormen innovatie kan aannemen, in de breedste zin van het woord en over alle management-disciplines heen.

Tijdens de lancering van het boek spraken enkele bedrijfsmanagers over hun ervaringen. Zo blijkt dat medewerkers veel met elkaar in contact moeten komen in een open werkomgeving. Dat bevordert hun creativiteit en innovatieve ideeën.

**Over de auteurs**

Philippe Silberzahn is professor aan de EMLYON Business School en onderzoeker aan de École Polytechnique in Frankrijk. Hij focust zich op innovatie en hightechondernemerschap. Tot voor kort was Silberzahn ook professor aan



de Vlerick Leuven Gent Management School. Zijn collega professor Walter Van Dyck doceert daar nog steeds Innovatiemanagement.

Beide auteurs hebben een pak ervaring. Philippe Silberzahn werkte meer dan twintig jaar als consultant voor, ondernemer in en CEO van hightechbedrijven. Ook Walter Van Dyck kan bogen op een kwarteeuw ervaring als consultant en onderzoeker, en als strategisch technologie- en innovatiemanager in multinationals.

The Balancing Act of Innovation  
ISBN 978-9-0209-9345-5  
Uitgeverij LannooCampus  
Meer informatie  
[www.thebalancingactofinnovation.com](http://www.thebalancingactofinnovation.com)

# Vreemdgaan loont!



Is uw zakelijke affaire in de VS uitgegroeid tot een vaste relatie? Hebt u regelmatig een rendez-vous in uw distributiekantoor in India? Of wilt u de hechte band met uw Spaanse partner wereldkundig maken? Dan is 'De Leeuw van de Export 2011' misschien voor u. Flanders Investment & Trade zet elk jaar het bedrijf dat de sterkste uitvoerprestaties neerzette nog eens extra in de spots met 'De Leeuw van de Export' – de belangrijkste exportprijs van Vlaanderen. Vanaf dit jaar brult de leeuw in twee categorieën: voor bedrijven van meer of minder dan 50 medewerkers.

Inschrijven kan nog tot 29 april 2011 op  
[www.leeuuvandeexport.be](http://www.leeuuvandeexport.be)

Hoofdsponsors

coface  
REAL LIFE BUSINESS PARTNER

KOMPASS  
Connects business to business

ING

Mediasponsor

Trends

Sponsors

CERAN

DATA TRANSLATIONS INT.

DHL  
EXPRESS

ERNST & YOUNG  
Quality In Everything We Do

PMV

PMV

TOTAL

Van Amerck Investment