

# WERELDWIJS

MAGAZINE VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

163

05\ 2023

## DUITSLAND

7 ZEKERHEDEN IN  
ONZEKERE TIJDEN

## KCC ENTERTAINMENT DESIGN

THEMAPARKEN VAN  
VLAAMSE MAKELIJ





**Vlaanderen**  
is internationaal  
ondernemen

# EDITO

“ONZE UNIEKE VERBINDENDE  
KRACHT IN EEN COMPLEXE EN  
COMPETITIEVE WERELD”

## COLOFON

WERELDWIJS IS EEN UITGAVE VAN

### Flanders Investment & Trade

Koning Albert II-laan 37  
1030 Brussel  
T 02 504 87 11

[www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)  
wereldwijs@fitagency.be

[www.linkedin.com/company/flanderstrade](https://www.linkedin.com/company/flanderstrade)  
[twitter.com/FlandersTrade](https://twitter.com/FlandersTrade)

05\2023 **163**

#### VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Joy Donné  
Koning Albert II-laan 37  
1030 Brussel

#### REDACTIE

Flanders Investment & Trade,  
bijgestaan door com&co,  
bureau voor contentcreatie en -strategie.

#### FOTO'S

Bart Dewaele, Jeroen Willems, Lieven Van Assche,  
Imagedesk.be, Getty Images en Shutterstock

#### LAY-OUT EN DRUK

Bredero Graphics

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

#### WERELDWIJS

wordt gratis verspreid onder bedrijven.

#### WENST U EEN EXEMPLAAR?

Stuur een mail naar [wereldwijs@fitagency.be](mailto:wereldwijs@fitagency.be)  
met uw adresgegevens.

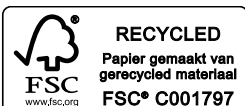
Dé versneller voor uw internationaliseringsplannen? Dat zijn ongetwijfeld onze Flanders International Business Weeks. Tijdens dit FIT-event brengen we tonnen expertise rond internationaal ondernemen naar uw provincie. Landenexperten, technologieattachés, adviseurs, subsidiekenners ... Allemaal verzamelen ze er om u te adviseren en met u te connecteren.

Want zo vervullen we vanuit FIT onze missie: de verbindende kracht zijn voor bedrijven die internationaal ondernemen in een complexe en competitieve wereld. Wil u de Flanders International Business Weeks niet missen, blokkeer dan alvast de werkweken van 11 en 25 september in uw agenda. Verderop in deze editie leest u hoe u zich hiervoor registreert.

En we hebben nog nieuws: met de Flanders International Business Awards lanceren we een gloednieuwe wedstrijd. Daarin bekronen we voortaan jaarlijks één exportbedrijf, één investeerder en één start-up die onze regio doen schitteren op het internationale toneel. De prijsuitreiking op 20 september wordt hét hoogtepunt van de Flanders International Business Weeks.

Dus kan u straffe cijfers voorleggen en bent u overtuigd van samenwerken over grenzen heen? Ding dan mee naar de award van 'Startup of the Year', 'Exporter of the Year' of 'Foreign Investor of the Year'. Ook over het wedstrijdverloop hebben we het uitgebreid in deze Wereldwijs.

Joy Donné  
CEO  
Flanders Investment & Trade



# 4

IN GESPREK MET KCC ENTERTAINMENT DESIGN



WIJ MAAKTEN VAN  
BELEVING  
ONS LEVENSWERK,  
MAAR EXPORT KAN  
QUA BELEVING  
OOK TELLEN.

# INHOUD

## 10 DOSSIER

### DUITSLAND

7 ZEKERHEDEN IN ONZEKERE TIJDEN

8 TELEX

23 MARKTINFO

24 FLANDERS INTERNATIONAL  
BUSINESS WEEKS EN  
FLANDERS INTERNATIONAL  
BUSINESS AWARDS

30 VLAAMSE EXPORTCIJFERS

32 ENTERPRISE EUROPE NETWORK

34 KALENDER



**KCC**  
ENTERTAINMENT DESIGN

## ID

### KCC Entertainment Design in cijfers (2022)

- **Sector:** entertainment
- **Opgericht in:** 2000
- **Hoofdkantoor in:** Wielsbeke
- **Aantal medewerkers:** 32
- **Omzet:** 10 miljoen euro  
(verwachting voor 2023)
- **Aandeel export in omzet:**  
80%
- **Aanwezig in:** 49 landen

# KCC ENTERTAINMENT DESIGN:

## THEMAPARKEN VAN VLAAMSE MAKELIJ

VAN EEN SNEEUWERELD EN EEN E-SPORTSARENA IN DE QATARESE WOESTIJN TOT EEN ENORM SMURFENPARK IN PEKING, IN DE ENTERTAINMENT-INDUSTRIE IS ALLES MOGELIJK. MAAR OOK DICHTER BIJ HUIS ZIJN ER GENOEG GELEGENHEDEN VOOR EEN DAG VOL AMUSEMENT. DENK AAN DE VERNIEUWDE WATERATTRACTIE TERRA MAGMA IN BOBBEJAANLAND OF EUROPA'S GROOTSTE SPORTPRETPARK SPARKX IN HASSELT. WAT AL DEZE VOORBEELDEN NAAST EEN UNIEKE BELEVING NOG GEMEEN HEBBEN? HET ZIJN STUK VOOR STUK CREATIES VAN KCC ENTERTAINMENT DESIGN UIT WIELSBEKE. HET BEDRIJF SCHREEF WERELDWIJD AL ZO'N 252 ENTERTAINMENTPROJECTEN OP ZIJN NAAM.

Bij het binnenrijden van Wielsbeke bij Waregem laveren we tussen de hoofdkwartieren van enkele Vlaamse mastodonten: Agristo, Unilin, Beaulieu International Group ... Verscholen tussen die klinkende namen ligt een villa die dienstdoet als de uitvalsbasis van KCC Entertainment Design. Een creatieve bubbel in West-Vlaams industrieland, zeg maar. En hoewel de naam u misschien weinig zegt, is de kans groot dat u al eens van uw sokken werd geblazen in een entertainmentpark dat door het ingenieuze team werd bedacht. Of dat nu in eigen land, het Verre Oosten, het Midden-Oosten of een andere regio was.

**Reinhart Viane**, Business Development Director bij KCC Entertainment Design, opent enthousiast de deur voor Wereldwijd en neemt ons gedurende een grijze voormiddag mee op een kleurrijke tocht doorheen het 23-jarige bestaan van de awardwinnende kmo.

### **VAN KARTING NAAR THEMATISCH ENTERTAINMENT**

**KCC staat voor Karting Concept Company. Was karting de oorspronkelijke corebusiness?**

**Reinhart Viane:** "Inderdaad. Yannick Maes richtte in 2000 KCC op om in te spelen op de exponentiële groei van karting in die periode. Niet enkel bij ons, maar ook in Azië en de VS.

WIJ MAAKTEN  
VAN BELEVING  
ONS  
LEVENSWERK,  
MAAR EXPORT  
KAN QUA  
BELEVING  
OOK TELLEN.

Kartingbanen waren tot dan eerder functionele, industriële centra die vooral petrolheads aantrokken. Yannick wilde er een laag aan toevoegen – meer beleving, meer entertainment – en het concept ook in de wereld zetten. Die aanpak sloeg meteen aan.”

### **Wanneer vond de ommekeer plaats naar entertainment in de vorm van themaparken?**

**Reinhart Viane:** “Snel, in 2003 al. Na kartingprojecten in Hongkong en meerdere Amerikaanse steden trokken we naar het Midden-Oosten. In de Serafi Mega Mall in Jeddah, Saudi-Arabië, ontwierpen en bouwden we de IN10SO-kartingbaan. Daarnaast vroeg de eigenaar van het shoppingcentrum ons om een indoor entertainmentpark te bedenken voor een ander deel van het gebouw – een kans die we met beide handen grepen. We versterkten ons team en bouwden Moon Toon, een pretpark voor de hele familie. Hoewel we nog nieuw waren en meteen wat buiten onze comfortzone moesten treden, was Moon Toon een hit. Op amper negen maanden tijd had de eigenaar zijn investering terugverdiend. En ook wij waren vertrokken voor een mooi parcours in de sector van thematisch entertainment. Leuk detail: IN10SO en Moon Toon zijn vandaag nog altijd open.”

### **Wat waren de eerste grote succesmarkten voor KCC Entertainment Design?**

**Reinhart Viane:** “Het Midden-Oosten was wereldwijd een van de hotspots voor thematische entertainmentparken. We hebben dan ook van 2009 tot 2022 een kantoor gehad in Dubai om de regio te bespelen – vooral om administratieve redenen. Nadien werd het handelsklimaat gunstiger en konden we rechtstreeks zakendoen. Een tweede bakermat was Rusland, inclusief de voormalige Sovjetrepublieken. Via een lokaal team in Moskou voegden we tal van mooie projecten toe aan ons palmares. In 2014 kwam daar een einde aan door de sterke devaluatie van de roebel en de Russische inval in Oekraïne. Maar intussen had China al de fakkel overgenomen als onze belangrijkste exportmarkt.”

## **CHINA: GROOT, GROTER, GROOTST**

### **Hoe moeilijk is het om als kmo zaken te doen in China?**

**Reinhart Viane:** De shoppingcentra schoten in de jaren 2010 als paddenstoelen uit de grond en ze wilden allen een passend entertainmentaanbod. Ter illustratie, voor projectontwikkelaar Wanda Group creëerden we in Nanjing een indoorpark van 34.000 m<sup>2</sup> met onder meer twee rollercoasters die verwijzen naar het textielverleden van de stad. Die enorme ambitie werkt aanstekelijk, maar het duurt wel even om de lokale zaken-cultuur onder de knie te krijgen.”

DE CHINESE AMBITIE  
WERKT AANSTEKELIJK.

### **Welke culturele verschillen vallen het hardst op?**

**Reinhart Viane:** “Tijdens officiële meetings zijn de reacties vaak lovend en lijkt alles al snel in kunnen en kruiken. Maar de echte feedback komt pas achteraf. Juich dus niet te snel. Daarnaast kan de hiërarchische structuur overweldigend zijn. Je onderhandelt niet één keer, maar tien keer, telkens een stap hoger. Iedereen beweert beslissingsrecht te hebben, maar meestal bestaat dat recht enkel uit toestemming geven om naar de volgende ronde te gaan. Het is daarom erg belangrijk om zo snel mogelijk te weten te komen wie de échte beslissingnemers zijn.”

### **Kan een Chinese zakenpartner soelaas bieden?**

**Reinhart Viane:** “Een lokale zakenpartner is onontbeerlijk. Niet enkel voor de taal, maar ook om tussen de regels te lezen. Let echter wel op voor opportunisme. Dat zorgt er enerzijds voor dat Chinese zakenlui vooral kansen zien en gedreven zijn, maar het kan ook in je nadeel werken. Zo ontdekten we dat onze eerste Chinese zakenpartner afgesprongen projectvoorstellen achter onze rug om alsnog probeerde te verkopen tegen een lagere prijs. Bij de volgende partnerkeuze waren we dus strenger en we voegden ook een waterdicht concurrentiebeding toe aan onze contracten. Let wel: sinds de covidpandemie en de start van de vastgoedcrisis is het Chinese opportunisme fel geminderd. De markt is veel voorzichtiger dan voorheen.”

### **Heeft het nieuwe businessklimaat in China de groei van KCC Entertainment Design gefnuikt?**

**Pieter Viane:** “Nee, het toeval wil dat we net voor de uitbraak van corona een strategische bocht namen. Enerzijds vonden we dat er te veel van onze eieren in de Chinese mand lagen. Anderzijds wilden we ook projecten dichterbij huis hebben. Dat maakt het makkelijker om klanten te bezoeken, we kennen de zakencultuur beter, we worden gekend in eigen land wat kan helpen bij het zoeken naar nieuw talent, en de grootste entertainmentgroepen na Disney en Universal hebben hun roots in Europa. Die keuze bleek achteraf qua timing perfect te zitten. Het resultaat is dat we vandaag vooral sterk staan in Europa, met Frankrijk en België als zwaartepunt, en het Midden-Oosten.”

## **PIJLEN GERICHT OP (BIJNA) ALLE GROEIMARKTEN**

### **Welke markten zou KCC Entertainment Design graag nog veroveren?**

**Reinhart Viane:** “We volgen op welke markten snel groeien, want daar komt geld vrij voor entertainment. Onder de evenaar is bijvoorbeeld vooral Zuid-Afrika interessant voor ons. Daar haalden we intussen een eerste project binnen. We moesten er wel een commerciële inspanning voor doen, maar zo planten we alvast een zaadje in de regio. Ook Zuid-Amerika staat nadrukkelijk op onze radar, maar de laatste jaren gaat het economisch iets minder goed. Sowieso blijven we via beurzen in contact met alle groeimarkten.”

## De grootste entertainmentmarkt ter wereld is nog niet vernoemd: de VS. Zijn er daar ambities?

**Reinhart Viane:** "We hebben het geprobeerd, maar voorlopig zonder succes. Veel van onze concurrenten zijn Amerikaans en die spelen een thuismatch. Daar kan je moeilijk tegenop. Ook met een Amerikaanse partner lukte het niet. We sluiten een tweede poging zeker niet uit, maar als we het doen, dan zal het met veel toeters en bellen zijn. 'Eens proberen' lukt niet in de VS, weten we nu. Ofwel ga je er volledig voor, ofwel blijf je thuis."

'EENS PROBEREN' LUKT NIET IN DE VS. OFWEL GA JE ER VOLLEDIG VOOR, OFWEL BLIJF JE THUIS."

## FINANCIËLE RISICO'S OMZEILEN

### Wat maakt KCC Entertainment Design uniek?

**Reinhart Viane:** "De meeste klanten komen bij ons met de vraag hoe ze het beste hun lege ruimte invullen. Daarna voeren we een marktstudie uit en leggen we een concreet voorstel op tafel. Krijgen we groen licht, dan kunnen we de klant volledig ontzorgen. Zo zoeken we leveranciers voor onder meer verlichting, decoratie, attracties en meubiliari. Dat gaat vaak om tientallen partijen die we in goede banen leiden. Kortom, we nemen alles op ons tot aan de uiteindelijke opening. Er zijn wereldwijd maar een tiental entertainment-bedrijven die zo'n allround service aanbieden op topniveau, waaronder wijzelf."

### Wat als een klant met een idee gaat lopen en het zelf doet?

**Reinhart Viane:** "Dat is inderdaad het grootste risico in onze business. Daarom doen we ook niets onbezoldigd. We werken steevast met voorafbetalingen in euro of Amerikaanse dollar. Zelfs onbezoldigde wedstrijden gaan we bijna altijd uit de weg. Een tweede risico is de financiële draagkracht van de klant eens het project verkocht is. Het gaat doorgaans over veel geld en bij pakweg een Chinese of Saudische klant weet je niet altijd waar je staat. We toetsen op dit moment af welke instanties ons kunnen helpen om meer zekerheid te krijgen."

## DIVERSIFICATIE, PROFESSIONALISERING EN NOG VEEL MEER EXPORT

### Wat brengt de toekomst voor KCC Entertainment Design?

**Reinhart Viane:** "We willen graag ons netwerk van handelsagenten uitbreiden. Zo hoeven we niet altijd zelf ter plaatse te gaan en hebben we ook alle lokale gevoeligheden mee. Dat voornemen maakt deel uit van de professionaliseringsronde die we doorvoeren. We zijn altijd organisch gegroeid, maar

nu is het tijd voor een solide basis. Daarnaast werken we aan de diversificatie van ons aanbod. Zo zijn we entertainment-concepten aan het ontwikkelen die we dan als product of franchise kunnen verkopen. Een pilootproject heet X-Lab: een kant-en-klaaroplossing, gebaseerd op immersieve team-ervaringen, voor klanten die een ruimte van zo'n 500 m<sup>2</sup> moeten invullen én gebrand zijn op een snelle return on investment.

### Tot slot, welk project zal altijd bijblijven?

**Reinhart Viane:** "Het eerste indoor- en outdoorpark ter wereld dat volledig in smurfenthema ontworpen is: Smurfs Theme Park in Peking. Maar er zijn zo veel mooie projecten de revue gepasseerd. En geen twee projecten zijn hetzelfde. Elke dag, zeker in een internationale context, ziet er anders uit. Voor iedere klant vinden we onze service opnieuw uit. Je ontmoet interessante mensen, komt op plekken waar je anders nooit zou komen, en het is een onbeschrijfelijk gevoel als je passie over de grenzen aanslaat. Wij maakten van beleving ons levenswerk, maar export kan qua beleving ook tellen. Niet te veel twijfelen, dus."

## 3 BEURSTIPS

### #1 DEEL KENNIS

"Zeggen dat je de beste bent, is niet langer genoeg; je moet het ook tonen. Dat kan bijvoorbeeld door infosessies te geven tijdens de summits die doorgaans gepaard gaan met een beurs. Op die sessies deel je dan je kennis."

### #2 CREËER EEN WOW-EFFECT

"Maak je stand visueel sterk en aantrekkelijk. Ook bezoekers die niet meteen op zoek zijn naar wat je aanbiedt, raken op die manier geïnteresseerd en dan kun je direct een connectie maken. We hebben op deze manier al verschillende successen behaald bij klanten die eerder toevallig bij ons terechtwamen."

### #3 VRAAG ONDERSTEUNING

"Een beursdeelname is een flinke investering, dus maak gebruik van de financiële voordelen die organisaties zoals FIT aanbieden: van een gezamenlijke beursstand tot een individuele subsidie."

## KLAAR VOOR DE VOLGENDE STAP IN UW INTERNATIONALISERINGSPROCES?

Neem contact op met het provinciaal kantoor van FIT in uw buurt. Op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be) vindt u alle adressen en contactinfo.

# +120.000

Zoveel membraanmodules kan NX Filtration vanaf 2024 produceren in zijn nieuwe fabriek in Hengelo. De Nederlandse fabrikant van vezelmembranen gaat in zee met **EKOPAK**. Dit Tieltsse bedrijf mag de waterbehandelingsinstallatie bouwen voor de nieuwe stek. De installatie bevat de innovatieve membraantechnologie van NX Filtration om rivier- en oppervlaktewater op te waarden tot proceswater. Een duurzaam proces met grote besparingen op vlak van energie en chemicaliën. De samenwerking is een belangrijke stap in de langetermijnambities in het non-WaaS (Water as a service)-segment van Ekopak.

De Limburgse tentenbouwer **VELDEMAN** trekt in het Chileense Antofagasta binnenkort een gigantische tent op. Met een breedte van 60 m, een lengte van 236 m en een oppervlakte van maar liefst 14.160 m<sup>2</sup> is dit meteen hun grootste project ooit. Opdrachtgever is het Chileense, beursgenoteerde mijnbedrijf SQM (Sociedad Química y Minera de Chile). Die zal de loods gebruiken voor de bulkopslag van 85.000 ton natriumcarbonaat, een belangrijke grondstof voor de productie van lithiumbatterijen. Kostprijs van de volledige structuur: 9 miljoen euro.

////STOP////

**CRONOS**, een van de grootste techgroepen van ons land, sluit een contract van tientallen miljoenen euro's met het Amerikaanse Microsoft. De groep uit Kontich krijgt zo faciliteiten voor het uitrollen van de Azure-clouddiensten bij haar klanten. Reden van de miljoenendeal is de snelle overgang naar het gebruik van clouddiensten, ook in de publieke sector. Vooral de vraag naar beveiligingsdiensten en AI-toepassingen zit in de lift.

////STOP////

Met een bronzen medaille viel **LINDEMANS** Gin Clear opnieuw in de prijzen op de Internationale World & Spirits Competition in Londen. Het is al de tweede keer dit jaar, nadat de gin ook al op de World Gin Awards brons pakte. Wat deze blend zo bijzonder maakt? De frisse citrustoetsen met een warme nasmaak van kardemomzaden en jeneverbes. De vakjury kon het drankje duidelijk smaken.

////STOP////

Dankzij de deal met het Canadese Arco Information haalt **ZORABOTS** dit jaar zijn tweede internationale miljoenencontract binnen. Het Oostendse softwarebedrijf zal de komende vijf jaar ZBOS licenties en services uitrollen en integreren bij Arco-klanten. Dit levert hen bovendien een maandelijkse terugkerende opbrengst per licentie op. Voor het Vlaamse bedrijf, dat volop kiest voor groei, is de internationale deal strategisch belangrijk en eveneens een erkenning van hun unieke softwaresysteem.

////STOP////





**LECOT**, de grootste nationale speler in ijzerwaren, bevestigingen, bouwbeslag, gereedschappen en persoonlijke beschermingsmiddelen, blijft groeien. Daarom investeert het fors in een nieuw state-of-the-art distributiecentrum in Heule. Het Brugse logistieke adviesbureau Logflow en het befaamde Kortrijkse architecten- en ingenieursbureau DBG staan in voor de ontwikkeling. Het futureproof magazijnconcept telt 6.000 m<sup>2</sup> en wordt een logistiek hoogstandje. Het zal in de eerste fase 58.000 volautomatische baklocaties voor kleingoed omvatten. Dit kan later nog verdrievoudigen.

////STOP////

Via toestellen met sensortechnologie helpt De Gentse start-up **CREATIVE THERAPY**, een spin-off van de UGent, revaliderende oorlogsslachtoffers in Oekraïne. Matti en Squeezi – een slimme mat en een knijpbal – koppelen motorische oefeningen aan spelletjes die de motivatie moeten aanvuren. De producten werden al gebruikt in een 20-tal ziekenhuizen, revalidatie- en woonzorgcentra in Vlaanderen, maar ook in Hongkong, Saoedi-Arabië en nu dus in Oekraïne. Het bedrijf werkt aan een kapitaalronde om hun internationalisering te versnellen.

////STOP////

De prestigieuze Duitse DIY-prijs valt dit jaar in handen van het Kortrijkse **THE POTS COMPANY**, het bedrijf achter het merk Ecopots. De jury riep de Venice 2-bloempotten – met een ingenieus systeem van waterrecyclage – uit tot het product van het jaar. Daarmee gaf het West-Vlaamse bedrijf 60 concurrenten het nakijken. Het is lang niet de eerste keer dat het nichebedrijf in duurzame en gestileerde bloempotten en plantenbakken internationaal in de prijzen valt. Hun innovatieve producten gaan intussen de wereld rond.

////STOP////

Met 30.000 kandidaten streden ze om de titel van beste start-up ter wereld op het WK Ondernemen. Het Oost-Vlaamse **SEALUTION** schopte het tot de laatste 100 in het Saudische Riyad waar de eindrondes plaatsvonden. Een puike prestatie voor het jonge bedrijf uit Gent, dat communicatietechnologie voor grote schepen ontwikkelt. Het WK opent de deuren naar een internationaal netwerk voor Sealution, dat in Saoedi-Arabië gesprekken voerde met Aramco, een potentiële investeerder. Wordt ongetwijfeld vervolgd.

////STOP////

Graphius Group, de toonaangevende drukkerijgroep én marktleider in de sector, heeft **CASSOCHROME** uit Waregem overgenomen. De West-Vlaamse nichedrukkerij in high-end kunst-, design-, fashion- en architectuurboeken verhuist hiermee haar activiteiten naar Gent. Het team van Cassochrome blijft onder de bestaande merknaam voortwerken en krijgt toegang tot het performante machinepark met de geïntegreerde boekbinderij binnen de Graphius Group.

////STOP////

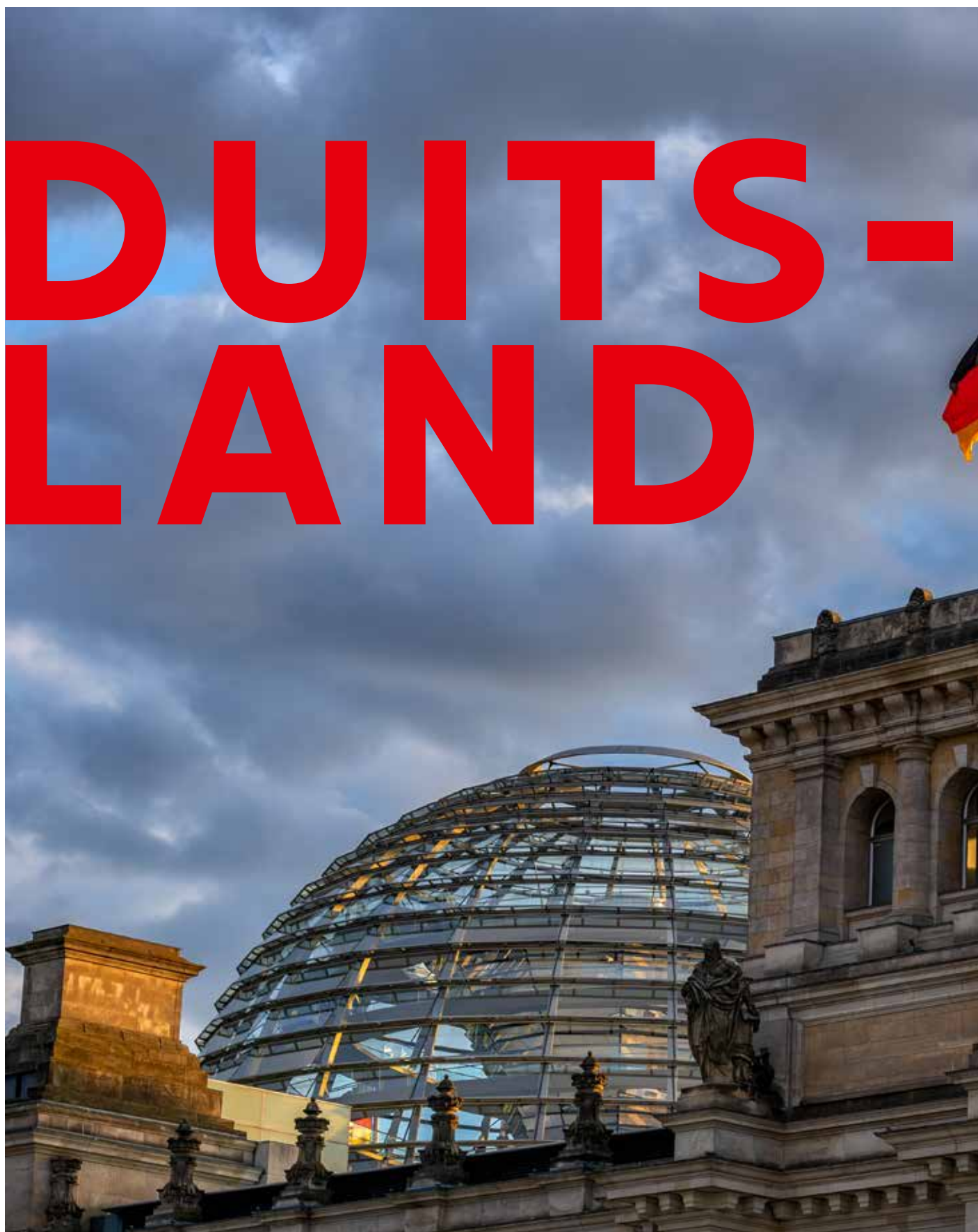
Schoon volk op de prestigieuze Forbes 30 Under 30-lijst dit jaar: **CREDIX**, een start-up van drie jonge ondernemers uit Antwerpen. De jeugdvrienden leiden een fintechbedrijf dat investeerders toegang geeft tot groeiemarkten zoals Brazilië en Mexico. Hun team telt na amper anderhalf jaar al 34 werknemers op 3 continenten. Credix veroverde de plaats in de categorie 'Finance'. Het piepjonge bedrijf haalde kort na de opstart in 2021 2,5 miljoen dollar op, een tweede kapitaalronde vorige zomer bracht nog eens 11,25 miljoen dollar binnen. Nu wil het opschalen. Ook andere geografische markten, zoals Afrika en Zuidoost-Azië, liggen daarbij in het vizier.


////STOP////



**DOSSIER**

# DUITS - LAND





OEF! DUITSLAND, AL JAREN MET VOORSPRONG ONZE GROOTSTE EXPORTMARKT, HEEFT DE VOORSPELDE ECONOMISCHE DIJKBREUK VERMEDEN. IN 2022 TEKENDEN ONZE OOSTERBUREN EEN BEMOEDIGENDE GROEI VAN 1,8% OP. MAAR DAT WIL NIET ZEGGEN DAT HET ENERGIESPOOK, DE TORENHOGE INFLATIE EN DE GLOBALE TOELEVERINGS-PROBLEMEN PLOTS VERDWEENEN ZIJN. ONZEKERHEID BLIJFT DE KRANTENKOPPEN SIEREN. WAT NU: NAAR DUITSLAND EXPORTEREN OF NIET?



## 7 ZEKERHEDEN IN ONZEKERE TIJDEN

We vroegen het aan onze Vlaamse Economische Vertegenwoordigers (VLEV's) en technologieattaché (TA). Zij lijsten voor u graag een aantal zaken op die wél zeker zijn: de oostelijke deelstaten zijn in opmars, de vraag naar circulaire oplossingen stijgt, de energietransitie komt onder stoom, digitalisatie staat nu écht bovenaan de agenda, en nog veel meer. Kortom, Duitsland is in beweging. Doe er uw voordeel mee.

## VERANKERING VAN FIT IN DÉ VLAAMSE EXPORTMARKT

Duitsland is de op drie na sterkste economie ter wereld. Krijgt u er voet aan de grond, dan kan u met die adelbrieven in tal van exportmarkten terecht. Logisch dat FIT uitgebreid aanwezig is in Duitsland met drie VLEV's. Vanuit Berlijn, Keulen en Stuttgart begeleiden zij Vlaamse ondernemers die hun exportdroom willen waarmaken. Voor de steun aan techbedrijven heeft FIT er bovendien een Science & Technology Office.



### FIT KEULEN

VLEV: **Katharina Desmet**  
Werkgebied: Hessen, Noordrijn-Westfalen, Rijnland-Palts en Saarland



### FIT STUTTGART

VLEV: **Dirk Smolders**  
Werkgebied: Baden-Württemberg en Beieren





## FIT BERLIJN

VLEV: **Raphael Pauwels**

Werkgebied: Berlijn, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Mecklenburg-Voor-Pommeren, Nedersaksen, Saksen, Saksen-Anhalt, Schleswig-Holstein en Thüringen

## SCIENCE & TECHNOLOGY OFFICE

Om Vlaamse technologiebedrijven te ondersteunen en samenwerking met buitenlandse technologiebedrijven en investeerders op te zetten, heeft FIT wereldwijd 10 Science & Technology Offices. Een daarvan bevindt zich in München. Pieter De Maeght volgt er voor u de ontwikkelingen op in **Digital Tech, Health Tech en Climate Tech**.



**Pieter De Maeght**, technologie-attaché voor Duitsland, Zwitserland en Oostenrijk

# #1 DUITSLAND BLIJFT HET BEURSLAND BIJ UITSTEK

Ongeveer twee derde van de grootste vakbeurzen ter wereld vindt plaats in Duitsland. Jaarlijks zijn er 160 tot 180 nationale en internationale beurzen, met zo'n 180.000 exposerende bedrijven en 10 miljoen bezoekers.

## Waarom blijven beurzen het zo goed doen en welk voordeel halen Vlaamse exporteurs eruit?

**Dirk Smolders:** "Het is de ideale gelegenheid om heel veel volk op een paar dagen te ontmoeten. En dat geldt zowel voor bedrijven die in grote sectoren actief zijn – van voeding tot industriële technologie – als spelers in nichesectoren. In Duitsland is er voor álles een beurs. Bovendien zijn de klassieke Duitse beurssteden doorgaans vlot bereikbaar."

**Raphael Pauwels:** "Wil je weten wat er leeft bij klanten en hoe je grootste concurrenten daarop inspelen, dan kan je gewoon als bezoeker langsgaan. Exporteurs die al in een volgende fase zitten, kunnen hun producten of diensten als deelnemer aanprijzen aan een bijzonder internationaal publiek. Doe je dat liever niet alleen? Kies voor de groepsstanden van FIT. Elk jaar tekenen we present op enkele van de belangrijkste vakbeurzen in Duitsland. Wij verzorgen de organisatie, zodat de deelnemende bedrijven zich 100% kunnen concentreren op contacten en contracten."

## Zijn die internationale topbeurzen ook geschikt om de Duitse markt zelf te leren kennen?

**Katharina Desmet:** "Dat valt soms wat tegen. Op de grote internationale vakbeurzen lopen soms weinig Duitse bezoekers rond. Dat is bijvoorbeeld het geval op ISM en Anuga, de jaarlijkse hoogmissen van respectievelijk de zoetwaren- en de voedingsindustrie. Als je pijlen op Duitsland gericht zijn, is het daarom goed om ook naar andere vakbeurzen of niche-evenementen te kijken, bijvoorbeeld met een regionale insteek. Duits spreken is in dat geval wel een must. Informeer je dus goed naar het karakter van de vakbeurs vóór je gaat."

## DUITSE BEURZEN MET EEN FIT-GROEPSSTAND

- Gamescom (Keulen, augustus 2023)
- Frankfurter Buchmesse (Frankfurt, oktober 2023)
- Medica (Düsseldorf, november 2023)

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

## #2 DE OOSTELIJKE DEELSTATEN ZIJN IN OPMARS

Meer dan 30 jaar na de val van de Berlijnse Muur blijven Oost-Duitsland en delen van het noorden worstelen met hun reputatie. Zo zou de industrie er niet competitief zijn en is er een tekort aan talent. Maar wie iets beter kijkt, ziet een heel ander beeld.

**De meeste grote bedrijven hebben hun hoofdzetel in de westelijke deelstaten. Houdt dat de tweedeling oost-west in stand?**

**Raphael Pauwels:** "In beperkte mate wel. Maar dat er meer hoofdzetels zijn in het voormalige West-Duitsland is vanzelfsprekend. De Duitse hereniging dateert nog maar van 1990 en bedrijven gaan niet plots verhuizen omdat de grenzen veranderen. Het zegt dus vooral iets over het verleden, veel minder over het heden, en al helemaal niks over de toekomst.

Wel hebben veel bedrijven intussen een tweede hoofdkantoor in Berlijn geopend. Daarnaast zeggen hoofdzetels niet alles. Zo is chipproducent Infineon Technologies gevestigd in München, maar staat de grootste productiefaciliteit wel in Dresden, Saksen. Bovendien staat daar nog een extra investering van 5 miljard euro gepland."

**Welke oostelijke deelstaten leiden de dans?**

**Raphael Pauwels:** "De bbp-cijfers tonen aan dat veel oostelijke deelstaten sneller groeien dan het Duitse gemiddelde. Toegegeven, ze komen van verder en het zwaartepunt ligt nog altijd in het westen, maar het is wel een teken aan de wand. Die positieve trend zien we het sterkst in Berlijn, dé hotspot voor start-ups en creatieve sectoren. De hoofdstad is uitgegroeid tot een ware groeimotor, terwijl naburige regio's zoals Brandenburg en Saksen meegroeien. Zo wordt in Saksen een derde van alle Europese chips geproduceerd en is er ook veel aandacht voor waterstof. De Vlaamse infrastructuur en kennis wekken overigens grote interesse op als het om waterstof gaat."



## Wat zijn de troeven van het voormalige Oost-Duitsland?

**Raphael Pauwels:** “Nu toeleveringsketens overal onder druk staan, kiezen heel wat internationale giganten voor de oostelijke deelstaten om zich in Europa te nestelen. Denk aan de komst van Tesla in Brandenburg, ten zuidoosten van Berlijn, en de investeringen van Intel in Maagdenburg. De reden: veel beschikbare ruimte, gekwalificeerd personeel, het aanbod van hernieuwbare energie, gulle federale subsidies, en een goede transportinfrastructuur.”

“DE OOSTELIJKE DEELSTAATEN GROEIEN SNELLER DAN HET DUITSE GEMIDDELDE. DE TIJD DAT ENKEL WEST-DUITSLAND TELDE, LIGT AL VER ACHTER ONS. ”

RAPHAEL PAUWELS, VLEV IN BERLIJN



## # 3 EEN GOEDE VOORBEREIDING IS GOUD WAARD

Bij de zoektocht naar een grote, koopkrachtige Europese exportmarkt komen Vlaamse ondernemers al snel uit bij onze oosterburen. Maar Duitsland heeft nog acht andere buurlanden: Tsjechië, Zwitserland, Nederland, Luxemburg, Frankrijk, Oostenrijk, Polen en Denemarken. En ook vanuit die landen lonken bedrijven naar de Duitse economie.

### Hoe maken Vlaamse exporteurs het verschil in zo'n competitieve omgeving?

**Dirk Smolders:** “Duitsers werken vooral graag met Duitsers. Opboksen tegen een lokale concurrent is dus niet eenvoudig, zelfs niet als je prijs lager ligt. Je moet iets anders kunnen aanbieden. Het is een cliché, maar kwaliteit blijft de topprioriteit in Duitsland. Daarmee moet je het verschil maken. Let wel: lokale zakenlui hebben de gewoonte om meteen in detail door te vragen. Wees daarom goed voorbereid.”

### Waaruit bestaat een goede voorbereiding?

**Katharina Desmet:** “Breng je concurrenten en mogelijke klanten in kaart, bepaal welke regio's interessant zijn, definieer je USP voor de Duitse markt, voorzie een bondige presentatie – in het Duits – van je aanbod en bedrijf, win advies in over regelgevingen en keurmerken, neem iemand in de arm die Duits spreekt, en bedenk een gefaseerd plan van aanpak. Leg pas contacten als het huiswerk achter de rug is. Zo ben je voorbereid als een mogelijke Duitse relatie vragen stelt over hoe je de logistiek ziet of je verpakking onder het 'Verpackungsgesetz' valt bijvoorbeeld. Met zo veel kapers op de kust wil je een zelfzekere en deskundige indruk maken van bij de start.”

### Bepaal je dan ook al best meteen een prijzenstrategie?

**Dirk Smolders:** “Denk er zeker vooraf over na. Kwaliteit primeert, maar de prijs moet wel fair zijn. Goed om te weten is dat Duitsers doorgaans sterke onderhandelaars zijn. Reken erop dat je nog wat marge zal moeten inleveren om een deal over de streep te trekken. Voor advies over prijsstrategieën en hulp bij andere voorbereidingsmaatregelen denkt FIT uiteraard graag mee.”

## # 4 DE DUITSE TRANSFORMATIE WORDT EEN DUURZAME TRANSFORMATIE

De bloei van de Duitse economie in de jaren voor de coronapandemie was voor een groot deel te danken aan de invoer van goedkoop Russisch gas. Dat is er nu niet meer. Bovendien staat vandaag ook de toevoer van ruwe grondstoffen onder druk. Om de competitiviteit te vrijwaren, heeft Duitsland voor transformatie gekozen. Die is volop aan de gang. En het Wirtschaftswunder 2.0 zet resoluut in op duurzaamheid.

**Regio's zoals Beieren, Baden-Württemberg en Noordrijn-Westfalen draaien op traditionele industrieën. Hoe moeilijk wordt het om daar een groene laag op te leggen?**

**Dirk Smolders:** "Het klopt dat de auto-industrie, machinebouw en metaalbewerking in het zuiden de plak zwaaien, maar iedereen beseft dat het oude model zijn diensten bewezen heeft. Meer zelfs, de groene minister-president in Baden-Württemberg stuurt expliciet aan op ecologische oplossingen, dus er liggen veel kansen voor Vlaamse bedrijven die hieraan kunnen bijdragen: van hernieuwbare energie en energieopslag tot circulaire materialen en ecodesign."

**Katharina Desmet:** "Hetzelfde geldt voor Noordrijn-Westfalen. De regio wil een industriehub blijven, maar wil tegelijk de eerste klimaatneutrale energieregio van Europa worden. Met de aanwezigheid van sterk ontwikkelde maar zeer energie-intensieve industrieën zoals chemie, staal en metaalbewerking, zet Noordrijn-Westfalen vooral in op waterstof en hernieuw-

bare energie. Die energie moet van elders komen en de regio zoekt daarom naar partnerschappen rond groene waterstof. De plannen tot samenwerking op het vlak van waterstof van de haven van Duisburg met zowel de haven van Rotterdam als Port of Antwerp-Bruges zijn een mooie illustratie."

**Hoe plant Duitsland de energietransitie te versnellen?**

**Raphael Pauwels:** "Er zit veel in de pijlpijn voor offshore wind-energie. Begin 2023 kondigde de federale regering bijvoorbeeld plannen aan om tegen 2030 zo'n 30 GW op te wekken. Het gaat daarbij niet enkel om projecten in het Duitse gedeelte van de Noordzee en de Baltische Zee, maar ook om samenwerkingen met andere Europese landen. Daarnaast staan LNG en waterstof hoog op de agenda. Zo worden er onder meer drijvende en vaste terminals ontwikkeld aan de havens van Brunsbüttel, Stade en Willemshaven, terwijl ook aan de aanvoer via pijpleidingen wordt gewerkt."

"DE DUITSE TRANSFORMATIE DRAAIT DEELS OM HET VINDEN VAN EEN BALANS TUSSEN INDUSTRIE EN ECOLOGIE – IETS WAAR VLAAMSE EXPORTEURS BIJ KUNNEN HELPEN."

DIRK SMOLDERS, VLEV IN STUTTGART





## # 5 DIGITALISERING. DIGITALISERING. DIGITALISERING.

In een economie die alsmear meer gestuurd wordt door digitalisering, software en data dreigen treuzelende en conservatieve organisaties achterop te raken. En zo waren er tot voor kort veel in Duitsland. Maar de ommekeer is ingezet: digitaal is het nieuwe normaal.

### Waarom liet de digitale revolutie zo lang op zich wachten?

**Pieter De Maeght:** "In dat opzicht lijkt Duitsland wat op Japan. Beide landen roepen bij ons hoogtechnologische beelden op. Maar de realiteit toont dat veel organisaties nog met archaische systemen werken. Let op, die systemen doen wat ze moeten doen, waardoor de weerstand om ze te vervangen vaak hoog is. Maar toch dringt nu meer en meer het besef door dat er met nieuwe technologie veel voordeel te rapen valt."

### Waar moeten Vlaamse techspelers op letten als ze mee willen surfen op deze trend?

**Pieter De Maeght:** "Het hele principe fast-scaling, fast-failing is doorgaans niet aan Duitsers besteed. Ze willen het vooral first time right, om in het jargon te blijven. Dat houdt onder meer

in dat je je claims met data moet kunnen ondersteunen. Laat bovendien blijken dat je op de lange termijn denkt. Toon hoe je samen wil groeien en hoe elke partij in die visie past. Als ze merken dat je hen als een snelle win beschouwt, haken ze gegarandeerd af. Tot slot, straal een stevige dosis vertrouwen uit."

### Zijn Vlaamse exporteurs te bescheiden?

**Pieter De Maeght:** "We mogen alleszins wat commerciëler zijn en tonen dat we er vol voor gaan. Maar dat houdt niet in dat je als ondernemer moet beweren dat je alles kan. Integendeel, in Duitsland is het verstandiger om een referentie te worden in een niche en dan pas te diversifiëren. Mijn advies voor een succesvolle opstart: go one inch wide and one mile deep. Vertrouwen bouw je stapsgewijs op."

### In welke technologische (niche)sectoren liggen de grootste kansen?

**Pieter De Maeght:** "Zowel in Health Tech, Digital Tech als Climate Tech is er voldoende potentieel. Nichegebieden gaan dan van robotchirurgie, naar innovatieve platformen voor datadeling, naar oplossingen voor smart grids, naar de personalisering van medische technologie. Belangrijk is om hierbij niet altijd in termen van klant-leverancier te denken. Andere scenario's, zoals co-ontwikkeling of gezamenlijke investeringen, kunnen ook waardevol zijn."



## # 6 HET VLAAMSE EXPORTPOTENTIEEL IS NOG NIET BEREIKT

Ons land voerde in 2022 liefst 48% meer uit naar Duitsland dan in 2021. Die stijging is vooral het gevolg van de enorme volumes gas die werden doorgesluisd. Maar ook de andere grote exportgroepen laten mooie cijfers optekenen. Met de juiste strategie kunnen zowel beginnende als meer ervaren exporteurs hun kans wagen.

### Is de inschatting van ons exportpotentieel in Duitsland geen nattevingerwerk?

**Raphael Pauwels:** “Nee. We zien een groei in waarde bij al onze grootste productgroepen voor export naar Duitsland: chemie, farma, onedele metalen, transportmaterieel, kunststoffen, voeding, machines en toestellen. Dat blijven ook in de volgende jaren kansrijke sectoren. Iets dat bevestigd wordt door marktanalysetools van het International Trade Center: het becijferde potentieel in bijna al die sectoren is nog altijd een stuk groter dan onze effectieve uitvoer. Enkel in de chemische sector voeren we nu al meer uit naar Duitsland dan ons theoretisch potentieel aangeeft.”

### Tot welke strategieën kunnen exporteurs zich wenden om hun resterende potentieel aan te snijden?

**Dirk Smolders:** “De opties zijn legio: van een Duitstalige webshop tot een kantoor ter plaatse. Wat je kiest, hangt sterk samen met je doelstellingen en middelen. FIT kan hierin zeker adviseren. Zo weten we bijvoorbeeld dat Duitse leveranciers

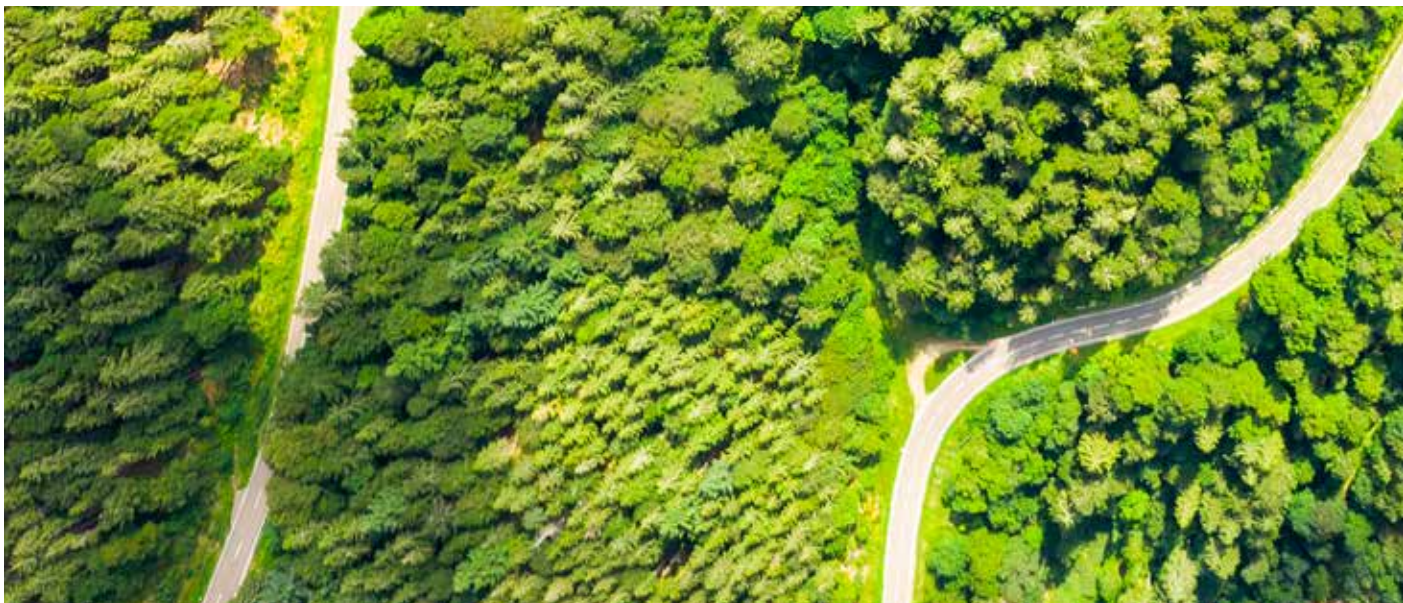
altijd een streepje voor hebben. Daarom kan het een goed idee zijn om via een postbusfirma zaken te doen, maar bijvoorbeeld ook om een salesmanager aan te werven die in Duitsland woont en op je Belgische payroll staat. Een andere interessante optie is om als private label onder de koepel van een Duits gigabedrijf te werken. Tot slot de meest voor de hand liggende optie: met één of meerdere regionale distributeurs zakendoen.”

### Welke regio's zijn goede startpunten voor een exportparcours?

**Katharina Desmet:** “Dat is voor elk bedrijf anders, want je doelgroep bepaalt in de eerste plaats waar je moet zijn. Toch merken we dat Noordrijn-Westfalen doorgaans een goede testmarkt is. Die deelstaat is goed voor een vijfde van het Duitse bbp, ligt net over grens – handig voor transport – en is de meestbevolkte met zo'n 18 miljoen inwoners.”

“NOORDRIJN-WESTFALEN IS DE ECONOMISCH BELANGRIJKSTE DEELSTAAT, LIGT NET OVER DE GRENS EN TELT 18 MILJOEN INWONERS – EEN IDEALE TESTMARKT.”

KATHARINA DESMET, VLEV IN KEULEN





## #7 VOETBAL DUURT 90 MINUTEN EN OP HET EINDE ...

... winnen de Duitsers. Inderdaad, aan clichés geen gebrek als het over Duitsland gaat. Maar in welke schuilt een grote bron van waarheid? We vroegen elke VLEV naar een beeld dat voor hen de Duitse zakencultuur typeert.

### SPREEK DUI TS OM GEHOORD TE WORDEN

**Raphael Pauwels:** "Duitsland is een bijzonder open economie en zowat een kwart van de bevolking heeft buitenlandse roots. Ze zijn het dus gewend om verschillende talen te horen, maar je hebt een ontegensprekelijk voordeel als je zakendoet in het Duits. Ook al spreek of schrijf je niet volledig foutloos, je toont zo wel dat je moeite wil doen."

### DE MITTELSTAND ZWAAIT DE PLAK

**Dirk Smolders:** "We kennen in Vlaanderen vooral giganten zoals KUKA, Bosch, Miele, BASF en Lidl. Maar in de schaduw van die klinkende namen vinden we zo'n 1.500 hidden champions terug: kleinere Duitse bedrijven die internationaal hoge toppen scheren door vooral in de diepte uit te blinken, en minder in de breedte. Samen met andere middenstandbedrijven – die in Duitsland soms tot 20.000 werknemers tellen – zorgen die relatief onbekende toppers ervoor dat 'Made in Germany' overal gelijk staat aan kwaliteit."

### DUITSLAND HEEFT NIET 1 MAAR MEER DAN EEN DOZIJN ECONOMISCHE CENTRA

**Pieter De Maeght:** "In veel landen ligt het economische zwaartepunt duidelijk in een bepaalde regio of stad. Niet zo in Duitsland. Dat geldt zelfs in de techwereld. Zo staat Berlijn gekend voor b2c-tech, München voor b2b-tech, Dresden voor halfgeleiders, Augsburg voor robotica, Hamburg voor fintech, Erlangen voor medtech, enzovoort. Kortom, Duitsland telt heel veel economische hubs, met daartussen industriële gebieden. Er valt overal wel wat te beleven."

### GRENZEN TUSSEN DEELSTATEN TELLEN SOMS WEL, SOMS NIET

**Katharina Desmet:** "FIT deelt de werkgebieden in Duitsland in volgens de deelstaten, maar voor Duitse zakenlui is de grens tussen bijvoorbeeld Noordrijn-Westfalen en Hessen eerder imaginair. Let wel: ondanks deze grenserving blijft een marktbenadering via Duitse distributiekanaalen met geografische indeling in distributiegebieden nog relevant, bijvoorbeeld voor consumentenproducten. Zo hebben groothandelaars vaak een 'geografische expertise'."

## TESTIMONIAL

HAMMER-IMS **NOËL DEFERM** GENERAL MANAGER

VOOR TECHNOLOGIEBEDRIJF HAMMER-IMS, EEN SPIN-OFF VAN DE KU LEUVEN, GAAT HET HARD. DE LIMBURGSE KMO SPECIALISEERT ZICH IN MEETSYSTEMEN VOOR INDUSTRIËLE KWALITEITSCONTROLE EN KAN NA ZEVEN JAAR AL TERUGBLIKKEN OP EEN MOOI INTERNATIONAAL PARCOURS. “DAARIN SPEELT DUITSLAND EEN VOORNAME ROL”, ZEGT GENERAL MANAGER **NOËL DEFERM**. “OM SUCCES TE BOEKEN IN HET GROOTSTE PRODUCTIELAND VAN EUROPA PLOOIEN WE ONS DUBBEL, EN DAT IS OOK NODIG.”

### **“ONZE GROOTSTE EXPORTMARKT, MAAR ZEKER NIET DE MAKKELIJKSTE”**

#### **SPRECHEN SIE DEUTSCH?**

“Duitsland stond al vanaf dag één op onze radar”, steekt Noël Deferm van wal. “De reden is eenvoudig: op geen enkele andere plek in Europa vind je zo’n hoge concentratie aan productielijnen. Maar toch kregen we er maar moeilijk voet aan de grond. Mijn Duits is niet perfect en in Noord- of Zuidoost-Duitsland vallen de culturele verschillen harder op dan de gelijkenissen. Het was pas toen we een Duitse verkoopmanager aantrokken dat we écht vertrokken waren. Hij spreekt niet alleen de taal, maar begrijpt ook de lokale gevoeligheden en had bovendien al een eigen netwerk als basis. Vandaag verkopen we in het hele land.”

#### **TONEN IS BETER DAN VERTELLEN**

“Wat Duitsland voor ons extra interessant maakt? Voor zowat elke sector die we bedienen, van textiel tot plastics, vindt ’s werelds grootste vakbeurs in Duitsland plaats. Denk aan Techtextil, ICE Europe, Hofer Vliesstofftage en K-Messe. Samen met onze sociale media en online aanwezigheid halen we daar de meeste leads uit, ook voor de lokale markt. Meer nog dan andere internationale zakenlui willen Duitsers immers je product eerst zien, voelen en ervaren. En dat kan doorgaans perfect op een beurs. Wij tonen bijvoorbeeld steevast hoe de meetsystemen werken op onze stand.”

#### **STERKE HIËRARCHIE**

“Naast de gebruikservaring willen Duitse zakenlui ook data zien. Maar het is dan nog vaak moeilijk om in te schatten wat het uiteindelijke resultaat zal zijn. Duitsers zijn gereserveerder dan ons. Bovendien heerst er nog veel hiërarchie in de bedrijven. Een beslissing wordt maar met mondjesmaat genomen. Kom je eenmaal op het hoogste niveau, dan blijken data en een sterk verhaal niet altijd voldoende. Dat geldt zeker in de vele familiebedrijven. Die zijn eerder argwanend tegenover jonge, dynamische techspelers zoals wijzelf. Wie zegt immers dat we er over tien jaar nog zijn? Dat leidt soms tot negatieve beslissingen die niet helemaal objectief aanvoelen – ook als de reacties op de andere niveaus positief waren.”

#### **OPNIEUW MOMENTUM**

“Kan je goed om met die zakencultuur en investeer je tijd en middelen in de Duitse markt, dan is het potentieel enorm. Eind 2022 zagen we een eerder afwachtende houding voor nieuwe investeringen, maar het tij is gekeerd. Er is weer draagvlak voor optimalisaties. Daar proberen we van te profiteren door samenwerkingen op te zetten met machinebouwers. Het doel: van onze meetsystemen een standaardcomponent maken in machines. Mochten andere Vlaamse ondernemers nog twijfelen over het huidige economische klimaat in Duitsland: niet doen. Iedereen wil nog altijd vooruit – of *geradeaus* in het Duits!”



## TESTIMONIAL

WALTON CHIPS **JOOST DEBEUCKELAERE** ZAAKVOERDER  
**CARMEN DEBEUCKELAERE** SALESMANAGER

DE FAMILIE DEBEUCKELAERE UIT HET WEST-VLAAMSE STADEN IS AL RUIM 100 JAAR EEN BEGRIP IN DE AARDAPPELINDUSTRIE. OVER DE GENERATIES HEEN GING HET VAN TELER, NAAR HANDELAAR, NAAR SPECIALIST IN CHIPSAARDAPPELEN, NAAR PRODUCENT VAN AMBACHTELIJKE CHIPS. DIE LAATSTE STAP KWAM ER ONDER INVLOED VAN DE HUIDIGE EIGENAAR EN ZAAKVOERDER **JOOST DEBEUCKELAERE** EN SALESMANAGER **CARMEN DEBEUCKELAERE**. EEN GAT IN DE MARKT OOK, WANT NIEMAND ANDERS MAAKT VANDAAG IN VLAANDEREN AMBACHTELIJKE CHIPS. KWALITEIT PRIMEERT. EN ALS ER ÉÉN BUITENLANDSE MARKT IS WAAR DAT OOK AANSLAAT, IS HET DUITSLAND.

## VLAAMSE AMBACHTELIJKE CHIPS IN DE DUITSE REKKEN

### EEN (BEREKENDE) SPRONG IN HET DIEPE

"We speelden al langer met het idee om onze decennialange expertise in chipsaardappelen te verzilveren door zélf een product in de markt te zetten", begint Joost Debeuckelaere. "Eind 2020 was het dan zover. Corona gaf ons een vliegende start, want mensen kochten lokaal en wilden gewoon iets lekkers voor thuis. Maar al snel keken we ook naar traiteurs, delicatessenwinkels, zelfstandige retailzaken en groothandelaars in het buitenland: Nederland, Luxemburg en Noord-Frankrijk. FIT was hierbij een grote hulp. En het was ook dankzij FIT dat midden 2022 de Duitse markt voor ons openging."

### MET FIT OP STAP

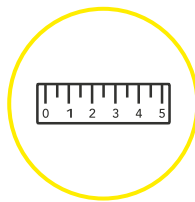
Carmen Debeuckelaere: "In juli 2022 namen we deel aan de FIT-webinar 'Levensmiddelen - Trends in Duitsland'. Onze interesse was gewekt en we tekenden meteen in voor de aansluitende groepszakenreis in september. Die leidde ons naar de testsupermarkt in Keulen, een uniek concept van go2market waarin zo'n 3.000 testconsumenten – een doorsnee van de volledige bevolking – producten beoordelen op hun geschiktheid voor de Duitse markt. Dat gaat dan onder meer over je verpakking en de prijs-kwaliteitverhouding. Daarna bezochten we ook twee zelfstandige supermarktketens in Keulen én namen we een kijkje op de vakbeurs Genussgipfel. Zo'n FIT-programma is goud waard om een markt snel te leren kennen."

### BOURGONDIËRS ONDER ELKAAR

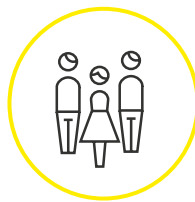
Joost Debeuckelaere: "De conclusie van onze eerste kennismaking met de Duitse markt: Duitsers zijn net als wij bourgondiërs. Ze houden van smaakvolle, authentieke producten. Met die kennis zetten we vandaag onze eerste stappen in Duitsland. Noordrijn-Westfalen is daarbij onze testcase. De nabijheid is een logistiek voordeel en de zakencultuur voelt vertrouwd aan. Als alles goed gaat, breiden we daarna uit naar andere deelstaten. Leuke extra: Duitsland is een heel mooi land. We kijken ernaar uit om nog veel ter plaatse te gaan."

# FACTSHEET DUITSLAND

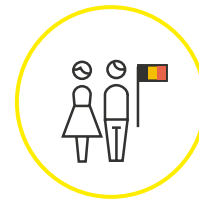
FLANDERSTRADE.BE



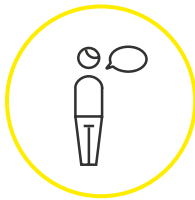
**Oppervlakte**  
357.021 km<sup>2</sup>  
(= 12 x België)



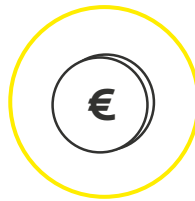
**Aantal inwoners**  
83,2 miljoen



**Aantal ingeschreven Belgen  
in Duitsland: 29.898 (2022)**



**Officiële taal**  
Duits

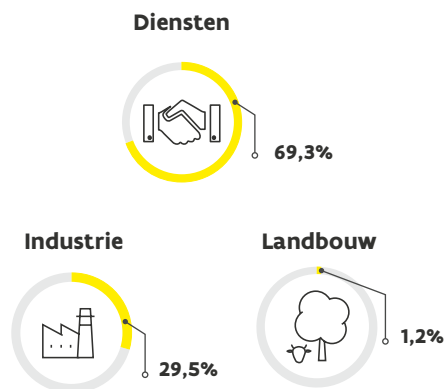


**Munteenheid**  
Euro



**Duitsland is met voorsprong onze  
grootste exportmarkt.**

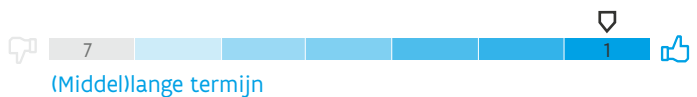
## Aandeel economische sectoren in bbp



## Risico van ondernemingsklimaat



## Politiek risico



## Commercieel risico (van C tot A)



## Top 5 Vlaamse exportproducten naar Duitsland € 83,3 miljard (2022)

29,5% Chemische en farmaceutische producten

11,8% Onedele metalen

9,4% Vervoermaterieel

9,3% Minerale producten

9,2% Kunststoffen

## Top 5 Vlaamse importproducten uit Duitsland € 55,0 miljard (2022)

32,7% Chemische en farmaceutische producten

14,2% Vervoermaterieel

13,5% Machines, toestellen en elektrisch materieel

9,0% Onedele metalen

6,7% Kunststoffen

GEREGELD BUNDELEN ONZE VLAAMSE ECONOMISCHE VERTEGENWOORDIGERS (VLEV'S) DE LOKALE ZAKENOPPORTUNITEITEN IN OVERZICHTELIJKE MARKTSTUDIES. U KAN ZE ALLEMAAL GRATIS LEZEN EN DOWNLOADEN OP [WWW.FLANDERSTRADE.BE](http://WWW.FLANDERSTRADE.BE), ONDER DE RUBRIEK 'LANDEN' OF 'SECTOREN'. DAAR VINDT U OOK DE HANDELSVOORSTELLEN UIT DE VERSCHILLENDE EXPORTBESTEMMINGEN DIE ONS DAGELIJKS BEREIKEN.

## TAIWAN STARTUP ECOSYSTEM

Het Taiwanese start-upecosysteem groeit pijlsnel. Deze groei komt door verschillende factoren. Meer kapitaal dat naar het ecosysteem stroomt, lokale bedrijven die actief betrokken zijn bij en investeren in de start-upscene, bijvoorbeeld.



## HEALTHCARE LOGISTICS IN ITALIË

Op zoek naar info over de logistieke markt voor de gezondheidszorgsector in Italië? Dan vormt deze paper van ons kantoor in Milaan een prima vertrekpunt om vertrouwd te raken met de tendensen, hoofdrolspelers, de uitdagingen en nieuwe marktontwikkelingen.



Download alle marktstudies op [www.flanderstrade.be](http://www.flanderstrade.be)



# SAVE THE DATE

## FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS WEEKS IN SEPTEMBER

ZOEKT U INSPIRATIE OF EEN KLANKBORD VOOR UW INTERNATIONALISERINGSPLANNEN? DAN MAG U DE FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS WEEKS NIET MISSEN! VAN 11 T.E.M. 15 EN VAN 25 T.E.M. 29 SEPTEMBER STAAT ONZE GLOBALE NETWERK VOOR U KLAAR. DE LANDEN-EXPERTEN EN TECHNOLOGIEATTACHÉS UIT ONZE BUITENLANDSE POSTEN EN ONZE ADVISEURS EN SUBSIDIEKENNERS DOEN DE VLAAMSE PROVINCIES AAN. EN NOG MEER AANDACHT VOOR INTERNATIONAAL ONDERNEMEN: FIT REIKT DE ALLEREERSTE FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS AWARDS UIT OP 20 SEPTEMBER.

Flanders International  
Business Weeks /2023



“De Flanders International Business Weeks zijn een absolute aanrader voor iedereen die internationaal onderneemt of dat van plan is”, vertelt Joy Donné, CEO van FIT. “Zowel onze provinciale vertegenwoordigers als de FIT-experts uit onze buitenlandse posten tekenen in elke Vlaamse provincie present. Zo brengen we tonnen expertise voor u samen. Een reeks niet te missen events dus, boordevol topadvies.”



# DRIE KEER WINST

VOOR UW  
INTERNATIONALISERINGS-  
PLANNEN



## 1. U TOETST UW PLANNEN AF TIJDENS EEN-OP-EEN-GESPREKKEN MET SPECIALISTEN UIT ONS GLOBALE NETWERK

Onze landenexperten geven u een relevante inzicht in de doelmarkt waar ze wonen en werken. Dat maakt hen ideaal geplaatst om u advies op maat te geven. Wie verschillende exportbestemmingen wil verkennen, boekt verschillende afspraken – snel en efficiënt! Wil u nuttige tips van onze adviseurs rond de Vlaamse ecosystemen? Ook dat kan!

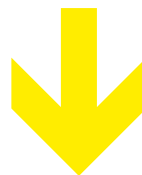
## 2. U VOLGT INTERESSANTE SEMINARIES OVER SPECIFIEKE LANDEN, REGIO'S EN ACTUELE TOPICS ROND INTERNATIONAAL ONDERNEMEN

Elke dag kan u 2 seminars bijwonen over een land of regio onder leiding van de betrokken landenexpert(en). Dankzij de interactie met de sprekers en andere deelnemers, verzamelt u een schat aan bruikbare info om met kennis van zaken uw ambities waar te maken.

## 3. U BREIDT UW NETWERK UIT MET EXPERTS UIT HET FIT-ECOSYSTEEM EN COLLEGA-ONDERNEMERS

Een sterk netwerk is goud waard bij internationaal ondernemen. U krijgt uitgebreid de kans om te netwerken en uw ideeën af te toetsen met landenexperten, adviseurs Internationaal Ondernemen, areamanagers, accountmanagers Invest en collega-exporteurs.

Flanders International  
Business Weeks /2023



DE FLANDERS  
INTERNATIONAL  
BUSINESS WEEKS

## PRAKTISCHE INFO

De landenexperten en technologieattachés komen gegroepeerd volgens regio naar de provinciehoofdsteden, telkens op een centraal gelegen locatie, die vlot bereikbaar is met het openbaar vervoer.

**11 TOT EN MET  
15 SEPTEMBER**

1

Oost-Azië, Zuidoost-Azië en Oceanië

2

Afrika & Midden-Oosten

3

Amerika

**25 TOT EN MET  
29 SEPTEMBER**

1

Zuid-Europa, Noord-Europa,  
Centraal- en Oost-Europa

Deelnemen is gratis,  
maar inschrijven is verplicht.  
Registreren kan vanaf 27 april op

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



		11 SEPTEMBER	12 SEPTEMBER	13 SEPTEMBER	14 SEPTEMBER	15 SEPTEMBER
<b>AFRIKA, MIDDEN-OOSTEN</b>		<b>BRUGGE</b>	<b>GENT</b>	<b>HASSELT</b>	<b>ANTWERPEN</b>	<b>LEUVEN</b>
	9.30 UUR	Openbare aanbestedingen in Afrika: tips en valkuilen (Egypte, Marokko, Zuid-Afrika, Johan Malin IFI)	Hoe de entertainment-industrie in het Midden-Oosten betreden? (Qatar, Saudi-Arabië, Verenigde Arabische Emiraten) - seminarie in het Engels	Afval- en waterbeheer in het Midden-Oosten: uitdagingen en oplossingen (Jordanië, Libanon, Saudi-Arabië, Verenigde Arabische Emiraten) - seminarie in het Engels	Paneldiscussie: Kansen en uitdagingen voor kmo's in Afrika (Egypte, Marokko, Zuid-Afrika) - seminarie in het Engels	Openbare aanbestedingen in Afrika: tips en valkuilen (Egypte, Marokko, Zuid-Afrika, Johan Malin IFI)
	13.30 UUR	Paneldiscussie: Kansen en uitdagingen voor kmo's in Afrika (Egypte, Marokko, Zuid-Afrika) - seminarie in het Engels	Afval- en waterbeheer in het Midden-Oosten: uitdagingen en oplossingen (Jordanië, Libanon, Saudi-Arabië, Verenigde Arabische Emiraten) - seminarie in het Engels	Openbare aanbestedingen in Afrika: tips en valkuilen (Egypte, Marokko, Zuid-Afrika, Johan Malin IFI)	Hoe de entertainment-industrie in het Midden-Oosten betreden? (Qatar, Saudi-Arabië, Verenigde Arabische Emiraten) - seminarie in het Engels	Afval- en waterbeheer in het Midden-Oosten: uitdagingen en oplossingen (Saudi-Arabië, Verenigde Arabische Emiraten) - seminarie in het Engels
<b>OOST-AZIË</b>		<b>LEUVEN</b>	<b>BRUGGE</b>	<b>GENT</b>	<b>HASSELT</b>	<b>ANTWERPEN</b>
	9.30 UUR	Internationale handel met Japan: kansen en uitdagingen (Japan)	De voedingsmarkt in Oost-Azië: trends en kansen (Team China, Japan, Taiwan, Zuid-Korea)	Healthcaremarkt in Oost-Azië met focus op Australië, China, Japan en Zuid-Korea (TA Tokio, TA Guangzhou)	E-commerce, branding en marketing in China: online aanwezigheid als sleutel voor succes (Guangzhou) - seminarie deels in Engels met gastsprekers Bart Horsten, Horsten International & Yu Xiaoning, Vandergeeten	Healthcaremarkt in Oost-Azië met focus op Australië, China, Japan en Zuid-Korea (TA Tokio, TA Guangzhou)
	13.30 UUR	De voedingsmarkt in Oost-Azië: trends en kansen (Team China, Japan, Taiwan, Zuid-Korea)	E-commerce, branding en marketing in China: online aanwezigheid als sleutel voor succes (Guangzhou) - seminarie deels in Engels met gastsprekers Bart Horsten, Horsten International & Yu Xiaoning, Vandergeeten	Zakendoen met de reus China: tips en tricks (Peking)	Zakendoen met de reus China: tips en tricks (Peking)	Internationale handel met Japan: kansen en uitdagingen (Japan)
<b>ZUID- EN ZUIDOOST-AZIË</b>		<b>ANTWERPEN</b>	<b>LEUVEN</b>	<b>BRUGGE</b>	<b>GENT</b>	<b>HASSELT</b>
	9.30 UUR	De healthcaremarkt in Zuidoost-Azië met een focus op India, Myanmar en Thailand (Bangalore, Myanmar, Thailand) - seminarie in het Engels	Paneldiscussie over de bedrijfscultuur in Zuidoost-Azië (Filipijnen, India, Indonesië, Maleisië, Myanmar, Thailand) - seminarie in het Engels gemodereerd door Wouter Vanhees, Mumbai	Paneldiscussie over de bedrijfscultuur in Zuidoost-Azië (Filipijnen, India, Indonesië, Maleisië, Myanmar, Thailand) - seminarie in het Engels gemodereerd door Wouter Vanhees, Mumbai	Paneldiscussie over de bedrijfscultuur in Zuidoost-Azië (Filipijnen, India, Indonesië, Maleisië, Myanmar, Thailand) - seminarie in het Engels gemodereerd door Wouter Vanhees, Mumbai	Zakendoen in India: de belangrijkste aspecten (Team India Bangalore - Delhi - Mumbai) - seminarie in het Engels
	13.30 UUR	Zakendoen in India: de belangrijkste aspecten (Team India Bangalore - Delhi - Mumbai) - seminarie in het Engels	De klimaatuitdaging in India: opportuniteiten voor Vlaamse techbedrijven (Delhi & Mumbai) - VITO als gastspreker	Zakendoen in Centraal-Azië: kansen en uitdagingen (Kazachstan, Oezbekistan) - seminarie in het Engels	De healthcaremarkt in Zuidoost-Azië met een focus op India, Myanmar en Thailand (Bangalore, Myanmar, Thailand) - seminarie in het Engels	De voeding- en drankenmarkt in Singapore (Singapore)
<b>AMERIKA</b>		<b>HASSELT</b>	<b>ANTWERPEN</b>	<b>LEUVEN</b>	<b>BRUGGE</b>	<b>GENT</b>
	9.30 UUR	Pitching for the Stars: hoe win je de VS-markt? (Atlanta, Chicago, New York)	Zakendoen in Latijns-Amerika: kansen en uitdagingen in Argentinië, Brazilië, Chili & Uruguay (Argentinië, Brazilië, Chili, Uruguay) - seminarie in het Engels	Pitching for the Stars: hoe win je de VS-markt? (Atlanta, New York, San Francisco)	Zakendoen in Latijns-Amerika: kansen en uitdagingen in Colombia, Mexico, Panama, Peru (Colombia, Mexico, Panama, Peru) - seminarie in het Engels	Pitching for the Stars: hoe win je de VS-markt? (Houston, Los Angeles, New York)
	13.30 UUR	Kansen in sport- en amusementssector in Canada, Mexico en de VS: Olympische Spelen en Wereldbeker Voetbal (Los Angeles, Mexico, Montreal)	Pitching for the Stars: hoe win je de VS-markt? (Chicago, Houston, Los Angeles)	De sector Digital Tech in de VS (TA Digital, TA Lifesciences)	Defensie- en securitysector in de VS (Atlanta, Los Angeles, New York)	Kansen voor de Cleantechsector in Brazilië, Chili en de VS (Brazilië, Chili, TA Cleantech)

		25 SEPTEMBER	26 SEPTEMBER	27 SEPTEMBER	28 SEPTEMBER	29 SEPTEMBER
<b>ZUID-EUROPA</b>	9.30 UUR	BRUGGE	GENT	HASSELT	ANTWERPEN	LEUVEN
	13.30 UUR	Etikettering en verpakking in Frankrijk en Italië: uitdagingen en oplossingen (Milaan - Rijsel)	Zakendoen in Iberia: Uw toegangspoort tot Zuid-Amerikaanse markten (Portugal, Spanje) - seminarie in het Engels	Etikettering en verpakking in Frankrijk en Italië: uitdagingen en oplossingen (Milaan - Rijsel)	Aan- en afraders voor een succesvolle toetreding tot de Zuid-Europese markt (Frankrijk, Griekenland, Israël, Italië, Spanje, Portugal, Turkije, Zwitserland)	Navigeren op de weg naar succes: de start-up hotspots van Zuid-Europa (Parijs, Spanje, TA Parijs)
<b>NOORD-EUROPA</b>	9.30 UUR	LEUVEN	BRUGGE	GENT	HASSELT	ANTWERPEN
	13.30 UUR	Verdeeld door meer dan grenzen: verklaring van socio-economische verschillen in Zuid-Europa (Frankrijk, Griekenland, Israël, Italië, Spanje, Portugal, Turkije, Zwitserland)	Navigeren op de weg naar succes: de start-up hotspots van Zuid-Europa (Parijs, Spanje, TA Parijs)	De herindustrialisering van Frankrijk: impact op kleine ondernemingen (Parijs - Rijsel)	Internationaal zakendoen op de juiste manier: een panel over succesvol ondernemen in Israël, Turkije, Zwitserland (Israel, Turkije, Zwitserland)	Aan- en afraders voor een succesvolle toetreding tot de Zuid-Europese markt (Frankrijk, Griekenland, Israël, Italië, Spanje, Portugal, Turkije, Zwitserland)
<b>CENTRAAL- EN OOST-EUROPA</b>	9.30 UUR	ANTWERPEN	LEUVEN	BRUGGE	GENT	HASSELT
	13.30 UUR	Succesvol zakendoen in Duitsland: tips en tricks (Team Duitsland Berlijn, Keulen, München, Stuttgart)	Handel met het VK sinds de Brexit: opportuniteiten en uitdagingen (Londen, Brexitcoördinator)	Succesvol zakendoen in Duitsland: tips en tricks (Team Duitsland Berlijn, Keulen, München, Stuttgart)	Handel met het VK sinds de Brexit: opportuniteiten en uitdagingen (Londen, Brexitcoördinator)	Succesvol zakendoen in Duitsland: tips en tricks (Team Duitsland Berlijn, Keulen, München, Stuttgart)
<b>CENTRAAL- EN OOST-EUROPA</b>	9.30 UUR	De heropbouw van Oekraïne: kansen en uitdagingen (Vlaamse Economische Vertegenwoordiger voor Oekraïne)	De economische diversiteit van Midden- en Oost-Europa: voorbij stereotypen (Bulgarije, Hongarije, Polen, Roemenië, Tsjechië) - panelgesprek in het Engels	De heropbouw van Oekraïne: kansen en uitdagingen (Vlaamse Economische Vertegenwoordiger voor Oekraïne)	De economische diversiteit van Midden- en Oost-Europa: voorbij stereotypen (Bulgarije, Hongarije, Polen, Roemenië, Tsjechië) - panelgesprek in het Engels	De heropbouw van Oekraïne: kansen en uitdagingen (Vlaamse Economische Vertegenwoordiger voor Oekraïne)
	13.30 UUR	De economische diversiteit van Midden- en Oost-Europa: voorbij stereotypen (Bulgarije, Hongarije, Polen, Roemenië, Tsjechië) - panelgesprek in het Engels	De heropbouw van Oekraïne: kansen en uitdagingen (Vlaamse Economische Vertegenwoordiger voor Oekraïne)	De economische diversiteit van Midden- en Oost-Europa: voorbij stereotypen (Bulgarije, Hongarije, Polen, Roemenië, Tsjechië) - panelgesprek in het Engels	De heropbouw van Oekraïne: kansen en uitdagingen (Vlaamse Economische Vertegenwoordiger voor Oekraïne)	De economische diversiteit van Midden- en Oost-Europa: voorbij stereotypen (Bulgarije, Hongarije, Polen, Roemenië, Tsjechië) - panelgesprek in het Engels



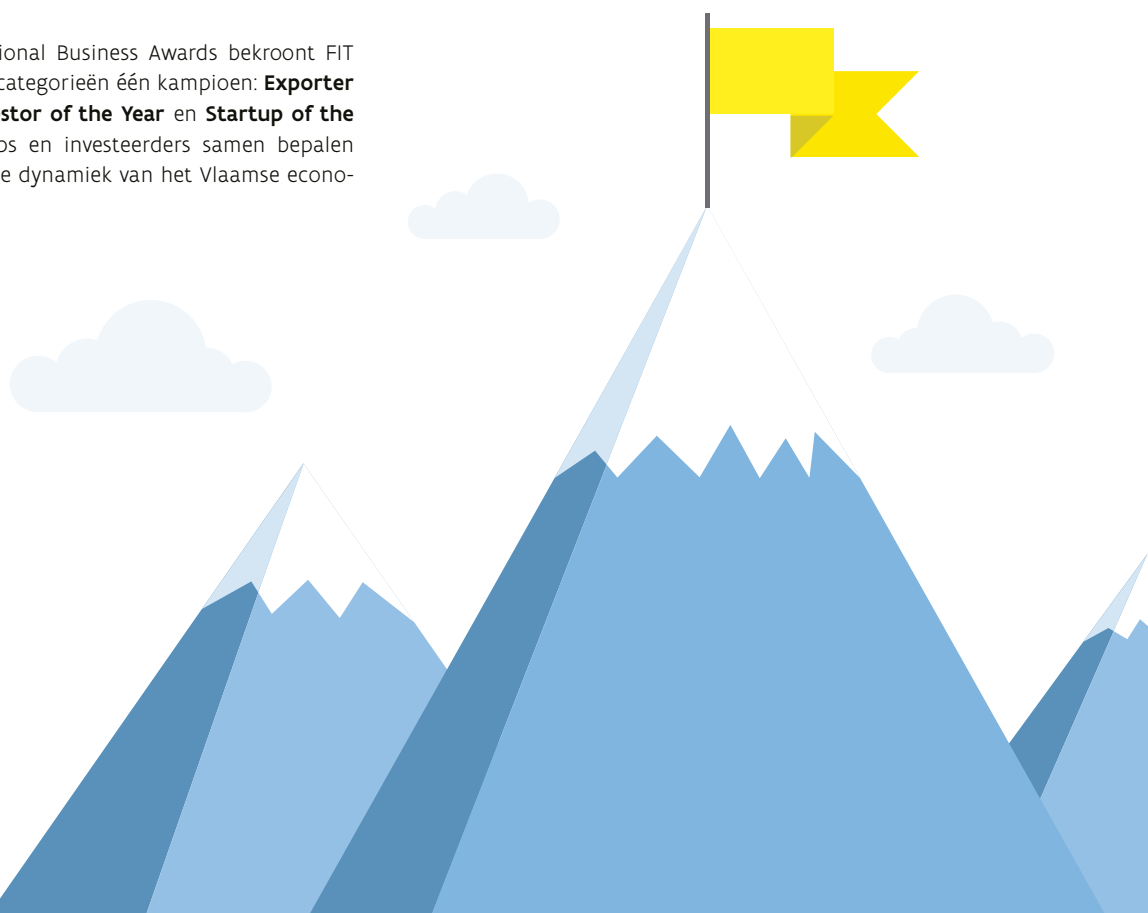
Flanders International  
**Business  
Awards** /2023



# HOOGTEPUNT VAN DE FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS WEEKS: UITREIKING VAN DE FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS AWARDS

EEN EXPORTBEDRIJF, EEN INVESTEERDER ÉN EEN START-UP BEKRONEN DIE ONZE REGIO DOEN SCHITTEREN TOT VER BUITEN DE GRENZEN: DAT IS DE INZET VAN ONZE GLOEDNIEUWE FLANDERS INTERNATIONAL BUSINESS AWARDS. DEZE WEDSTRIJD WORDT GEOPEND OP 27 APRIL, VOOR DE PRIJSUITREIKING IS HET WACHTEN TOT 20 SEPTEMBER.

Met de Flanders International Business Awards bekroont FIT voortaan jaarlijks in drie categorieën één kampioen: **Exporter of the Year**, **Foreign Investor of the Year** en **Startup of the Year**. Exporteurs, start-ups en investeerders samen bepalen namelijk in sterke mate de dynamiek van het Vlaamse economische ecosysteem.



## EINDJURY VAN EXPERTS UIT ECONOMISCHE WERELD

Kan u een robuuste internationaliseringsstrategie voorleggen? Geloofd u in samenwerking over bedrijfs- en landsgrenzen heen? Aarzel dan niet en stel u kandidaat. Dat kan van 27 april tot 31 mei. Na afsluiting van de inschrijvingen kiest een vakjury 3 genomineerden per categorie.

Die 9 genomineerden verdedigen begin september hun kandidatuur voor een eindjury van experts uit de economische wereld en bedrijfsleiders. Op 20 september volgt dan de ontknoping. In de iconische Skyhall van Brussels Airport zal Vlaams minister-president Jan Jambon de winnaars bekendmaken.

## EÉN AWARDSHOW, EÉN PODIUM, EÉN MOMENT

Met de Leeuw van de Export (21 edities), die uitzonderlijke Vlaamse exportprestaties bekroonde, en de Foreign Investment Trophy (10 edities) voor opmerkelijke buitenlandse investeringen, hebben de Flanders International Business Awards twee illustere voorgangers. Maar voortaan wil FIT exporteurs, investeerders en start-ups bekronen via één wedstrijd. Zo benadrukt FIT zijn rol als verbindende factor in het Vlaamse economische ecosysteem.

"Internationaal ondernemen evolueert razendsnel en de geopolitieke uitdagingen zijn niet min", benadrukt FIT-CEO Joy Donné. "Met de Flanders International Business Awards toont FIT zijn unieke verbindende kracht in een complexe en competitieve wereld. Eén awardshow, één podium, één moment: een logische stap voor FIT en **hét moment om internationaal ondernemend Vlaanderen samen te brengen.**"



**STEL U VANAF 27 APRIL KANDIDAAT VOOR  
'EXPORTER OF THE YEAR', 'FOREIGN INVESTOR OF  
THE YEAR' OF 'STARTUP OF THE YEAR' DOOR HET  
WEDSTRIJDFORMULIER IN TE VULLEN OP  
[WWW.FLANDERSINTERNATIONALBUSINESSAWARDS.BE](http://WWW.FLANDERSINTERNATIONALBUSINESSAWARDS.BE).**



# EXPORTCIJFERS 2022

# VLAAMSE EXPORT BOEKT RECORDJAAR ...

## MET EEN KANTTEKENING

IN 2021 EXPORTEERDEN VLAAMSE BEDRIJVEN VOOR EEN RECORDBEDRAG VAN 380,5 MILJARD EURO AAN GOEDEREN. VORIG JAAR DEDEN WE DAAR NOG EEN FLINKE SCHEP BOVENOP: MET 479,7 MILJARD EURO LAG DE TOTALE UITVOERWAARDE NOG EENS 26% HOGER. DIE UITZONDERLIJKE GROEI VRAAGT EVENWEL WAT NUANCE: DE HOGE WERELDPRIJZEN VAN VORIG JAAR ZIJN VERANTWOORDELIJK VOOR ZO'N DRIEKWART VAN DIE GROEI.

De sterke stijging van de uitvoerwaarde valt deels toe te schrijven aan de economische relance na de coronajaren 2020 en 2021. Maar nog veel meer dan hogere volumes waren de fors gestegen wereldprijzen een bepalende factor in de sterke uitvoerwaarde van onze regio in 2022.

### UITVOERBEDRAG AANGEJAAGD DOOR ENERGIEPRIJZEN EN CORONAVACCINS

Van landbouwgrondstoffen over energie tot edelmetalen: veel van onze exportproducten vereisen grondstoffen waarvan de wereldprijzen piekten – vooral in maart en april 2022. “Dat prijseffect vult af vanaf het derde kwartaal van 2022”, vertelt Joy Donné, CEO van Flanders Investment & Trade. “In januari 2023 steeg de Vlaamse exportwaarde slechts met 5%, zo blijkt

uit eerste cijfers van INR/NBB. Verwacht wordt dat deze groei-vertraging in de export zich in 2023 verder zal doorzetten, ook op globaal niveau.”

### ENERGIE EN FARMA GOED VOOR TWEDE DERDE VAN GESTEGEN EXPORTWAARDE

In 2022 boekten alle 22 Vlaamse exportsectoren winst, maar minerale producten en chemie & farma schreven samen bijna 63% van de toename van de exportwaarde op hun conto. Voor de energie-intensieve chemiesector is dit het gevolg van de dure aardolie, voor farma waren coronavaccins de aanjager. Die vaccins waren in 2022 voor het tweede jaar op rij ons topexportproduct en vertegenwoordigen 6,03% van de volledige Vlaamse uitvoer. Dat er in 2022 nog eens 11% meer coronavaccins werden uitgevoerd dan in 2021, is een opvallende tendens.

### VLAANDEREN GROEIT OP HET RITME VAN DE EUROPESE EN WERELDHANDEL

De Vlaamse exportwaarde (+26%) steeg sterker dan het EU-gemiddelde (+20,9%). Bovendien ligt de stijging van de Vlaamse exportwaarde in de lijn van de groei van de wereldhandel (+25,2% in euro) (bron: analyse van FIT op basis van data van WTO). We haalden daarmee een sterke 16e positie als wereldgoederenexporteur met een aandeel van 2,03% van de wereldwijde uitvoer (bron: analyse FIT op basis van ranking WTO). Onze regio haalde een aandeel van 79,4% in de totale Belgische export.

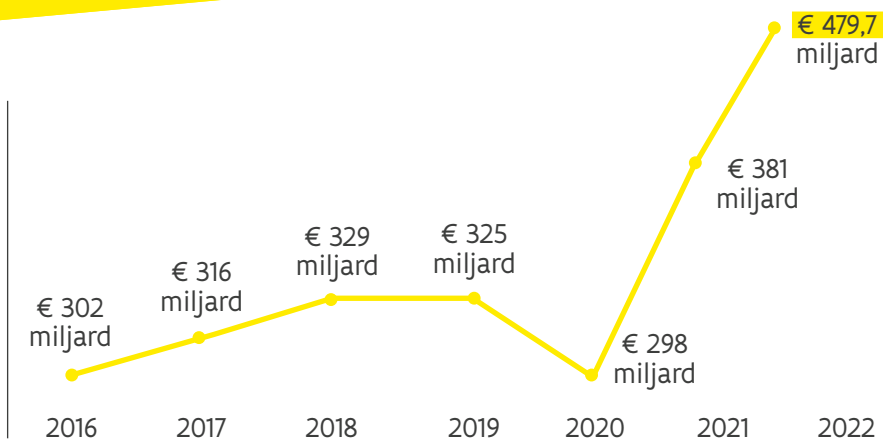
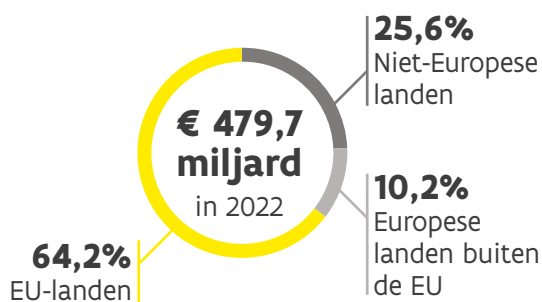
### MEER WETEN OVER DEZE EXPORTCIJFERS?

Raadpleeg de uitgebreide analyse op <https://bit.ly/41URd5Y>

# VLAAMSE EXPORTCIJFERS 2022

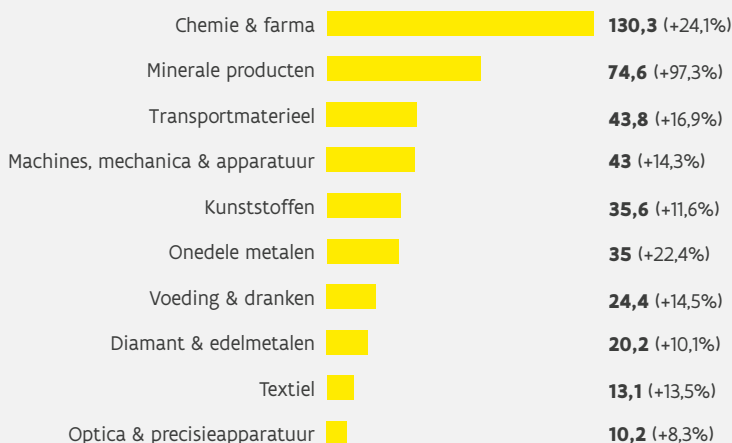


Bedrijven in Vlaanderen exporteerden voor 479,7 miljard euro in 2022. Dat is 26% meer dan het jaar ervoor. Vooral het effect van de wereldprijzen heeft die stijging aangejaagd.



## TOP 10 EXPORTSECTOREN

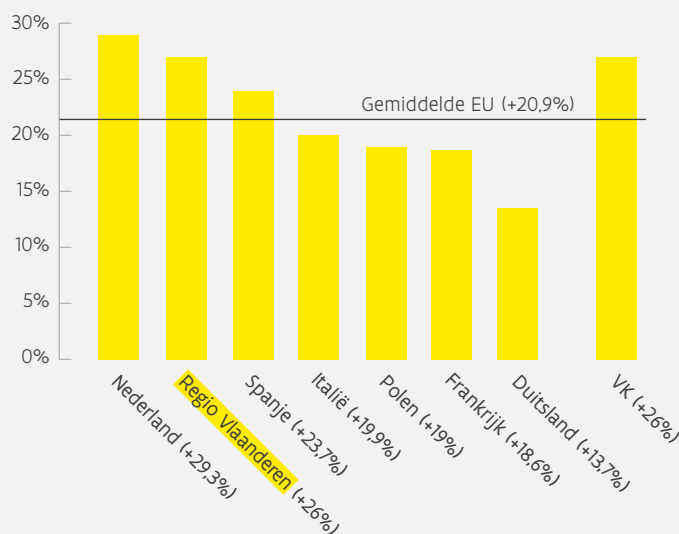
in miljard euro (% verloop uitvoerwaarde t.o.v. 2021)



90% VAN DE VLAAMSE EXPORT

## VLAANDEREN VERSUS GROOTSTE EUROPESE EXPORTEURS

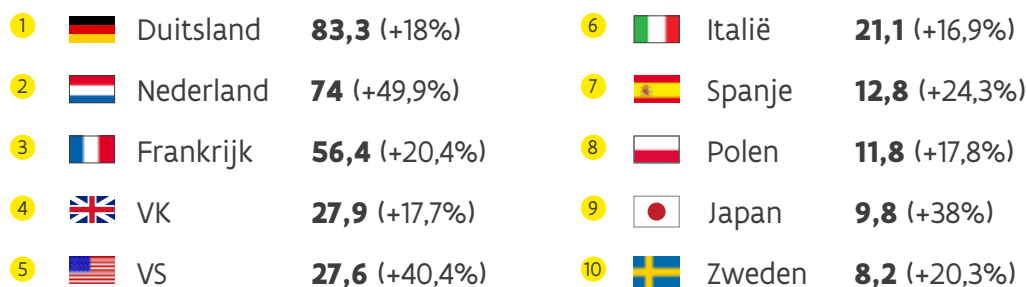
(% verloop uitvoerwaarde t.o.v. 2021)



Bronnen: NBB-INR; EUROSTAT-COMEXT; Trade UK HM Revenue and Customs

## TOP 10 EXPORTBESTEMMINGEN

in miljard euro (% verloop uitvoerwaarde t.o.v. 2021)



69% VAN DE VLAAMSE EXPORT

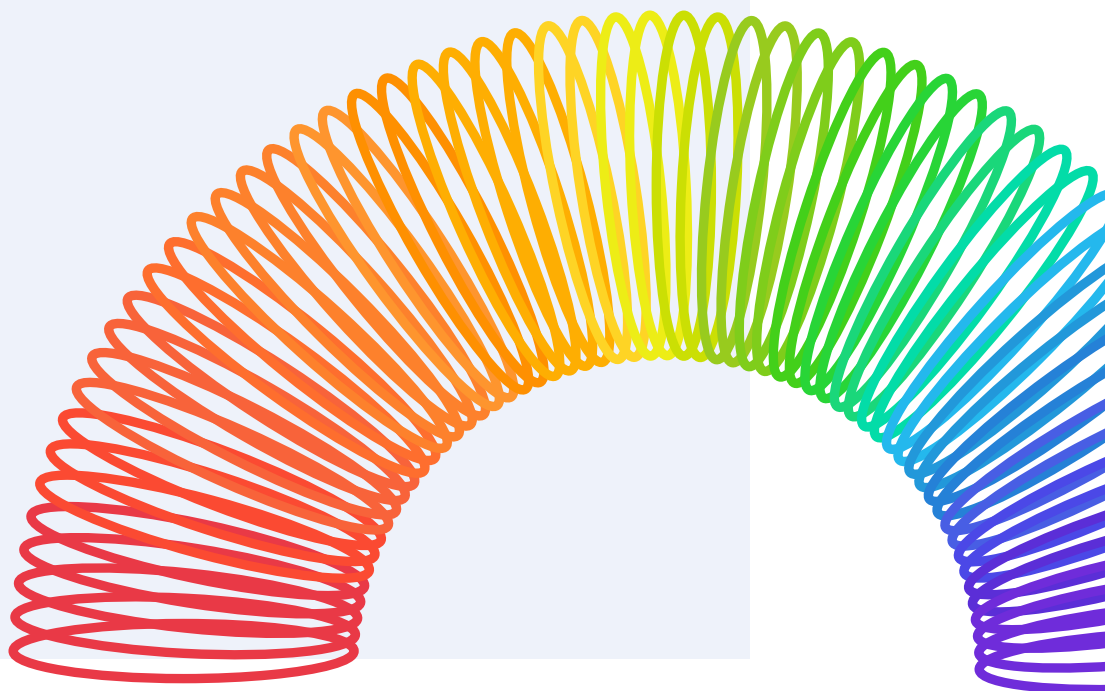
FLANDERS  
INVESTMENT  
& TRADE

FLANDERSTRADBE.BE



# HOE VEER- KRACHTIG IS UW BEDRIJF?

STRENGE KLIMAATDOELSTELLINGEN, CORONA, BREXIT, ENERGIECRISIS, TOENEMENDE VERWACHTINGEN OP HET GEBIED VAN DUURZAAMHEID ... HOE GAAT U OM MET ZULKE INGRIJPENDE VERANDERINGEN? VEERKRACHT HOUDT UW BEDRIJF OVEREIND – DE FLEXIBILITEIT OM UITDAGINGEN SNEL OM TE ZETTEN IN NIEUWE KANSEN. HET HOUDT U SCHERP, BIEDT CONCURRENTIEEL VOORDEEL EN MAAKT UW BEDRIJF TOEKOMSTBESTENDIG. BOUW AAN UW VEERKRACHT SAMEN MET ENTERPRISE EUROPE NETWORK VLAANDEREN.





## KOM STERKER UIT CRISSEN

Bedrijven in de eengemaakte Europese markt kregen het de afgelopen jaren hard te verduren. Ook nu zorgen politieke, economische, demografische en technologische disrupties voor heel wat onzekerheden. En wie weet wat de toekomst brengt.

De veerkracht opkrikken van uw bedrijf, maakt dat u zich bij een volgende verandering, tegenslag of crisis niet zomaar uit het lood laat slaan. U bent voorbereid om snel te reageren, grijpt kansen om te optimaliseren en te groeien en stemt zo uw activiteiten af op elk 'nieuw normaal'. Klinkt als nog een extra uitdaging? Dat is het zeker, maar in onzekere tijden staan veerkrachtige bedrijven sterk. Ze worstelen zich doorheen moeilijke periodes, terwijl minder flexibele concullega's misschien kopje onder gaan.

## EERST: KEN UW ZWAKTES

Hoe gaat u nu concreet te werk om de veerkracht van uw bedrijf te verhogen? "Zorg dat je je bedrijf goed kent", zegt **Hajar Zamouri**, adviseur bij Enterprise Europe Network Vlaanderen. "Als je je bewust bent van de zwakke plekken van je bedrijf, kan je enerzijds de risico's beter inschatten als externe factoren veranderingen opdringen. Anderzijds geeft het je een inzicht in de opportuniteiten die je bedrijf heeft om daar meteen op in te spelen."

Om u daarbij te helpen, gidst Enterprise Europe Network Vlaanderen u door een handige zelfinnovatiemethode ontwikkeld door de Griekse UNESCO Chair on Futures Research en PRAXI Network, een organisatie die innovatieondersteuning biedt. Hajar Zamouri: "Op basis van de huidige operationele structuur van je kmo, legt de Business Future-proofing-methode zowel werkpunten als groeikansen bloot. Daarvoor analyseer je de mogelijke impact die belangrijke markttrends, crisissituaties en onzekerheden hebben op de dagelijkse werking en de toekomst van je organisatie."

Met de inzichten die daaruit vloeien, kan u gericht aan de slag om innovaties door te voeren. Zo kan u proactief problemen vermijden en uw bedrijf klaarstomen voor de toekomst. Ook dat hoeft u niet alleen te doen.

## ENTERPRISE EUROPE NETWORK ZET VOLOP IN OP VEERKRACHT

Naast begeleiding aanbieden bij de Business Future-proofing-methode, zet Enterprise Europe Network Vlaanderen veelbelovende stappen om Vlaamse kmo's de handvaten aan te reiken om hun veerkracht te vergroten.

Hajar Zamouri: "We streven ernaar bedrijven maximaal te ondersteunen om van hun zwaktes sterktes te maken en zich zo voor te bereiden op mogelijke uitdagingen. Daarvoor willen we nieuwe tools ontwikkelen, onze huidige diensten verder verfijnen, onze werkgroepen nauwer laten samenwerken en onze adviseurs opleiden in relevante veerkrachtthema's zoals change management."

## UITGEBREIDE ONDERSTEUNING

Er staan dus een heleboel acties op de planning bij Enterprise Europe Network Vlaanderen die u helpen uw bedrijf te wapenen tegen risicofactoren zoals de klimaatverandering, energiecrisis, doorgedreven digitalisering, globalisering en verstoringen in de toeleveringsketen.

### PRAKTISCHE INFORMATIE, ONDERSTEUNING EN GERICHTE DIENSTEN OM:

- de zwakke plekken van uw bedrijf te identificeren en te analyseren,
- gerichte oplossingen op maat te bieden die uw veerkracht verhogen,
- een tekort aan brand- en grondstoffen of ervaren werknemers op te vangen,
- de negatieve effecten van de Brexit te verzachten,
- in te zetten op innovatie, digitalisering en duurzaamheid,
- en veel meer.

### BOUWEN AAN DE VEERKRACHT VAN UW BEDRIJF?

Neem contact op met Hajar Zamouri via [hajar.zamouri@vlaio.be](mailto:hajar.zamouri@vlaio.be). Zij helpt je alvast op weg met de Business Future-proofing-methode.

A world map with a light gray background and white outlines of continents. A green location pin with the number '2' is placed over Belgium. The map is set against a background of fine, light gray diagonal lines.

## BEGELEIDINGSTRAJECT

### 1 START2EXPORT2 KENIA

15 tot en met 20 oktober 2023

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 26 mei 2023

**CONTACT?** Lise Betjes, +32 2 504 87 37,  
lise.betjes@fitagency.be

### STEL ZE AAN ONZE PROVINCIALE KANTOREN!

**Antwerpen** > +32 3 203 55 70

antwerpen@fitagency.be

**Limburg** > +32 11 27 86 40

limburg@fitagency.be

**Oost-Vlaanderen** > +32 9 216 66 70

oostvlaanderen@fitagency.be

**Vlaams-Brabant** > +32 16 21 11 50

vlaamsbrabant@fitagency.be

**West-Vlaanderen** > +32 50 23 51 20

westvlaanderen@fitagency.be

**VRAGEN OVER  
INTERNATIONAAL  
ONDERNEMEN?**

# KALENDER

## BEURZEN

### 2 SPECIALTY & FINE FOOD FAIR - LONDEN

11 en 12 oktober 2023

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 31 mei 2023

**CONTACT?** Wendy De Smedt, +32 2 504 88 73,  
wendy.desmedt@fitagency.be

### 3 BIO ASIA TAIWAN 2023

27 juli tot en met 30 juli 2023

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 12 mei 2023

**CONTACT?** Charlotte Bauwens, +32 2 504 88 16,  
charlotte.bauwens@fitagency.be

### 4 DUBAI AIRSHOW

13 tot en met 17 november 2023

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 15 juni 2023

**CONTACT?** Frank Baeyens, +32 2 504 88 49,  
frank.baeyens@fitagency.be

### 5 ADIPEC - ABU DHABI

2 tot en met 5 oktober 2023

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 15 mei 2023

**CONTACT?** Frank Baeyens, +32 2 504 88 49,  
frank.baeyens@fitagency.be

**INSCHRIJVEN?**

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

## PRINSELIJKE MISSIE

### 6 AUSTRALIË ONDER LEIDING VAN H.K.H. PRINSES ASTRID

22 tot en met 27 oktober 2023

**INSCHRIJVEN?** Tot en met 31 mei 2023

**CONTACT?** Karine De Vleeschouwer, +32 2 504 87 26,  
karine.devleeschouwer@fitagency.be



DESTINATION

TOMORROW

REGISTRATION

TODAY

Is uw bedrijf vandaag een internationale hoogvlieger?  
Of scheert uw startup op dit moment hoge toppen in het buitenland?

Zorg dan dat u op tijd inschrijft voor de Flanders International  
Business Awards. Wie weet wordt uw bedrijf dan de Exporter,  
Foreign Investor of Startup of the Year!

**Stel u kandidaat voor 31 mei  
op [flandersinternationalbusinessawards.be](https://flandersinternationalbusinessawards.be)!**

**Flanders  
Investment  
& Trade**

