

*Business guide*

# Duitsland



# Duitsland



Business guide



Beste ondernemer,

Duitsland is Nederlands belangrijkste handelspartner, zowel wat export als import betreft. Een kwart van de Nederlandse export gaat naar ons buurland. Het handelsvolume tussen beide landen bedroeg in 2010 ruim 130 miljard euro en behoort tot het grootste ter wereld. De economie van ons land is dus sterk afhankelijk van die van onze oosterbuur. Andersom is Nederland ook belangrijk voor Duitsland. Na Frankrijk en de Verenigde Staten zijn we het derde afzetgebied.

En, het gaat goed met de Duitse economie. De Bundesbank maakte in januari bekend dat de vooruitzichten zijn verbeterd. Volgens de centrale bank zijn ondernemers optimistischer, vooral over de mogelijkheden om de export te bevorderen.

Er liggen duidelijk veel handelskansen voor Nederlandse ondernemers. Dat is deels te verklaren uit de geografie. Duitsland is dichtbij, er zijn goede weg- en waterverbindingen. Op sociaal vlak kunnen we het ook goed met elkaar vinden. We zijn beide nuchter en zakelijk ingesteld, en hebben een betrouwbare reputatie.

Dat Duitsland dichtbij ligt, wil niet zeggen dat de handelwijze van het land ook bekend is. Duitsland is groot en kent grote verschillen op het gebied van taal, cultuur en regelgeving. De binnenlandse markt is zo uitgebreid, dat veel Duitse bedrijven minder op het buitenland ingesteld hoeven zijn dan Nederlandse bedrijven. Dit kan een handicap zijn voor Nederlandse ondernemers om zaken te doen in Duitsland.

MKB-Nederland en TNT Express willen je daarom verder helpen met je (eerste) stappen in Duitsland. Neem dit boekje met relevante tips rustig door. Lees vooral ook de ervaringen van collega's die je voorgingen. Duitsland is een ondernemersparadijs voor Nederlanders, maar je moet er wel moeite voor doen.

Veel succes!

**Leendert-Jan Visser**  
*Algemeen directeur*  
*MKB-Nederland*

**Willem Prinsen**  
*Managing Director*  
*TNT Express Benelux*



# Inhoudsopgave



## 1

### Duitsland, de economische motor van Europa 8

- 1.1 Van Wirtschaftswunder tot Exportweltmeister 10
- 1.2 Belangrijke sectoren in Duitsland 12
- 1.3 Handelsrelatie Nederland en Duitsland 15
- 1.4 Duitsland, de motor van Europa? 17
- 1.5 Economische prognose Duitsland 19

**Ronald van Uffelen** - Marvo TechnologiesB.V. 22

**Jeroen Venema** - MediMobility 25

## 2

### De Duitse cultuur 28

- 2.1 Rondreis 30
- 2.2 Bestuur en politiek 34
- 2.3 Deelstaten 35
- 2.4 Duitse cultuur en gebruiken 36
- 2.5 Omgangsvormen en sociale structuren 38
- 2.6 Hoe zien Duitsers Nederlanders? 39

**Chris Houbolt** - Royal Lemkes 42

## 3

### Zakendoen in Duitsland 46

- 3.1 Exporteren of vestigen in Duitsland 48
- 3.2 Handelspartners zoeken 50
- 3.3 Duitse zakenmentaliteit 53
- 3.4 Marketing 55
- 3.5 Wetgeving en belasting 56
- 3.6 Logistiek 59

**Marc Huyzer** - Spares in Motion 60

## 4

### Kansen in Duitsland 65

- 4.1 Online ondernemen 66
- 4.2 Kansrijke sectoren 68
- 4.3 Kansrijke regio's 71

**Edial Dekker** - Gidsy 72

**Michiel de Jong** - De Stroomplantage 75

# Hoe werkt dit boek?

De business guide Duitsland is onderdeel van onze campagne Verover Nieuwe Markten. Met deze campagne willen we jou als mkb-ondernemer ondersteunen bij ondernemen over de grens. Hoe kom je aan de juiste contacten, waar vind je de juiste informatie en wat doen collega-ondernemers? Dit boek biedt nuttige informatie maar geeft bovenal een goed beeld van het land Duitsland, de cultuur, de mogelijkheden, en de ondernemers die jou voor zijn gegaan.

6 Kijk ook op [www.mkb servicedesk.nl/verovernieuwemarkten](http://www.mkb servicedesk.nl/verovernieuwemarkten). Ook hier vind je informatie, inspiratie en ondernemers die net als jij hun grenzen willen verkennen.

Tijdens het lezen van dit boek zul je regelmatig een verwijzing naar het internet tegenkomen. Om het overzichtelijk te houden, hebben we een speciale overzichtspagina aangemaakt op [MKBServicedesk.nl](http://MKBServicedesk.nl). Hier vind je alle interessante informatie waar we in het boek naar doorverwijzen. Hier vind je ook organisaties en contacten die jou kunnen helpen bij je zaken in Duitsland.

## Zo werkt het:

Ga naar [www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland)

Je komt op de overzichtspagina, waar de inhoudsopgave per thema staat. Lees je in het boek een doorverwijzing naar handige informatie, dan vind je dat hier onder het betreffende thema.

Dit boek is ook verrijkt met Layar. De logo's van Layar zie je op verschillende pagina's terug. Deze zogenoemde digitale laag kun je bekijken met je smartphone of tablet via de Layar-app. In deze laag vind je nog meer informatie in de vorm van handige links, video's en aanvullende teksten. Bijvoorbeeld over wet- en regelgeving of inspirerende verhalen van andere ondernemers.

7



Deze uitgave is verrijkt met Layar. Dit is aangeduid met een icoon op de pagina. De verrijkingen zijn te bekijken met de Layar applicatie.



**Stap 1:** Download de gratis Layar-app voor Android of iPhone, of update naar de laatste versie als je Layar al hebt.

**Stap 2:** Vind pagina's met het Layar logo.

**Stap 3:** Open Layar, houd de telefoon boven de pagina en druk op 'Scan' om de actie te starten.

**Stap 4:** Houd de telefoon boven de pagina, 'luister', 'bekijk' en 'zie' meer!



# Duitsland, de economische motor van Europa

1

Jij gaat zakendoen in Duitsland. Goed idee, want Duitsland is een land met mogelijkheden. Het is niet voor niets de belangrijkste handelspartner van Nederland en van zestien andere EU-landen. De reden? Duitsland ligt middenin Europa, wordt omringd door negen buurlanden en heeft een grote economie met 82 miljoen inwoners. Terwijl we in Nederland nog druk bezig zijn uit de recessie te klimmen, groeit de Duitse economie alweer.



## 1.1 Van Wirtschaftswunder tot Exportweltmeister

Het is mei 1945. De Tweede Wereldoorlog is afgelopen en Duitsland is in handen van de geallieerden: de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en de Sovjet-Unie. Het land ligt letterlijk en figuurlijk in puin. Economisch en politiek gezien staat Duitsland voor een uitdaging. Het is *Stunde Null*.

### Economisch wonder

De geallieerden verdelen Duitsland en Berlijn in 1949 officieel in een democratisch westen (BRD) en communistisch oosten (DDR). De Berlijnse muur wordt in 1961 gebouwd. Met behulp van het 'Marshallplan' lukt het West-Duitsland om een klein stapje in de goede richting te zetten. Dankzij Konrad Adenauer van de Christen-Democratische Unie (CDU) en zijn minister van economische zaken Ludwig Ehrhard lukt het pas echt de Duitse economie uit het slop te trekken. In de jaren vijftig was er zo'n enorme economische groei dat er ook wel van het *Wirtschaftswunder* wordt gesproken. De reden? Ehrhard is voorstander van een sociale markteconomie en vervangt de door inflatie geteisterde Reichsmark door de Deutsche Mark. Bovendien blijkt West-Duitsland nog steeds te beschikken over een goed ontwikkelde industrie en hoog opgeleide bevolking die tegen lage loonkosten wil werken. Dit zorgt voor een grote *boost* van de West-Duitse economie en vanaf eind jaren vijftig heeft West-Duitsland zelfs één van de sterkste economieën ter wereld.

### Val van de Berlijnse muur

West-Duitsland blijft zich positief ontwikkelen, terwijl Oost-Duitsland weinig kans krijgt. De bevolking wordt voortdurend in de gaten gehouden door de geheime dienst, de Stasi. Volksoptstanden worden de kop ingedrukt. Tot 1989. In Leipzig demonstreren op 9 oktober tienduizenden mensen tegen het communistische regime met de slogan '*Wir sind das Volk*'. De demonstratie verloopt vreedzaam en de communistische leider Honecker (SED) wordt afgezet. Zijn opvolger wordt door het volk weggehoond en ook in Berlijn wordt massaal geprotesteerd. Op 9 november valt de muur en kunnen de inwoners

van Berlijn én de BRD en DDR zich vrij bewegen tussen oost en west. Op 3 oktober 1990 wordt Duitsland officieel herenigd, Berlijn wordt de hoofdstad.

### Verschillen oost en west

Na de *Wiedervereinigung* in 1990 investeert het ontwikkelde westen flink in het oosten om de infrastructuur en economie op gang te helpen. Desondanks blijven de verschillen tot op de dag van vandaag merkbaar. In het oude Oost-Duitsland liggen de lonen lager en is er meer werkloosheid. In 2012 is het werkloosheidspercentage in voormalig Oost-Duitsland 10,7 procent tegen 5,9 procent in voormalig West-Duitsland (Bron: Statistisches Bundesamt). Voor beide de laagste werkloosheid sinds twintig jaar, dat wel. In Berlijn ligt de werkloosheid op ongeveer 14 procent. Hoewel de hoofdstad niet de economische hoofdstad van Duitsland is (weinig grote bedrijven hebben hier hun hoofdkantoor), is het wel dé plek voor creatieve, innovatieve start-ups. "Hier gebeurt het", vertelt Ruurd van der Weide van Fingerspitzengefühl. Van der Weide begeleidt Nederlandse ondernemingen bij hun stap naar de Duitse online markt. Hij werkt vanuit Berlijn en weet: "Het ondernemersklimaat in Berlijn ademt innovatie, creativiteit en cultuur. Hier zitten de *early adapters* op het gebied van ICT, (online) marketing, design, mode en muziek." Meer over Berlijn lees je in hoofdstuk 2.1.

### Grootste economie van Europa

Duitsland is de grootste en belangrijkste economie van Europa. Met 82 miljoen inwoners is de afzetmarkt enorm. De Duitse economie wordt gekenmerkt door de 'sociale markteconomie' die door Ludwig Ehrhard in 1948 wordt geïntroduceerd. Dit houdt in dat de overheid zorgt voor gunstige omstandigheden op de markt, in de vorm van voldoende concurrentie, een kartelverbod, winkelsluitingswet en een stelsel van sociale zekerheid.

### Exportweltmeister

Duitsland is voor Nederland én zestien andere EU-landen de belangrijkste handelspartner. (Nederland is slechts voor één EU-land de belangrijkste: Duitsland.) Niet alleen binnen de



EU is Duitsland belangrijk, ook wereldwijd wordt Duitsland gezien als een exportnatie. Na China en de Verenigde Staten is het het grootste exportland ter wereld. In 2012 was het handelsoverschot (verschil tussen im- en export) van Duitsland zelfs hoger dan dat van elk ander land in de wereld. Onze oosterburen kunnen dus met recht *Exportweltmeister* (wereldkampioen export) genoemd worden. Duitsland neemt daarmee de titel over van China, die in 2011 nog het grootste handelsoverschot had.

## 1.2 Belangrijke sectoren in Duitsland

Duitsland staat algemeen bekend als industrieland, niet voor niets is het lid van de G8 - de acht grootste industriële staten van de wereld. Toch draagt de dienstensector het meest bij aan het BBP, met name de zakelijke dienstverlening, food, logistiek, ICT en telecom zijn belangrijk. Ook de zorg wordt steeds belangrijker in Duitsland vanwege de toenemende vergrijzing.

### Hidden champions

Denk je aan Duitse bedrijven, dan denk je vaak aan grote merken als Volkswagen, Mercedes, Bosch, Braun, Siemens en Adidas en toegegeven; daar wordt ook het meeste geld verdiend (53 procent van het BNP). Toch zijn het de kleine en middelgrote bedrijven die de dienst uitmaken. Van alle ondernemingen in Duitsland valt ruim 99 procent onder het midden- en kleinbedrijf. Ruim 96 procent zijn bedrijven met maximaal 49 werknemers (Bron: Statistisches Bundesamt). Vaak zijn dit familiebedrijven die in een niche opereren en daarin wereldwijd marktleider zijn. Deze bedrijfjes worden de *hidden champions* van Duitsland genoemd. Het is dan ook dankzij deze stille kampioenen dat de Duitse economie redelijk stabiel blijft in deze tijden van Europese crisis, omdat deze familiebedrijven meestal al tientallen (of soms meer dan honderd) jaren actief zijn en een goede strategie voor de lange termijn hebben. Ze zijn voor een groot deel uit eigen vermogen gefinancierd en nog belangrijker: ze kunnen niet gemist

worden omdat ze toeleverancier zijn van grotere bedrijven wereldwijd. Bovendien zullen de aandeelhouders van een familiebedrijf minder snel hun aandelen verkopen als het slecht gaat met de economie. Zo wordt hun positie behouden. Meer over de rol van Duitsland binnen de Europese Unie (EU) en de ontwikkeling van de Duitse economie, lees je in paragraaf 1.4 en 1.5.

### Oh, zijn die daarvan

- **Herrenknecht uit Zuid-Duitsland is wereldmarktleider in tunnelboormachines. Zo leverde het bedrijf ook boormachines voor de Noord-Zuidlijn in Amsterdam.**
- **Weleens afgevraagd wie de groene bordjes voor de nooduitgang produceert? Het Duitse CEAG is wereldwijd marktleider op het gebied van noodverlichting en branddetectie.**
- **Heb je ooit een EHBO-cursus gedaan, dan heb je waarschijnlijk geoefend op een lespop van het Hamburgse bedrijf 3B Scientific. Zij zijn wereldmarktleider op het gebied van anatomisch lesmateriaal.**

*Bron: Hermann Simon - Hidden Champions van de 21e eeuw (2009)*

### Industrie: auto's, machines en chemie

In industrieland Duitsland dragen de auto-industrie, machinebouw en chemie het meest bij aan export-opbrengsten. Voor velen is de auto-industrie de bekendste economische sector. De auto-industrie concentreert zich in de zuidelijke deelstaten. In Stuttgart (Baden-Württemberg) vind je Daimler en Porsche. Het Beierse München is de thuisbasis van BMW en iets verderop in Ingolstadt staat de Audi-fabriek. Volkswagen is niet in het zuiden gevestigd. De grootste autofabrikant van Duitsland komt uit Wolfsburg, dat ligt in de buurt van Hannover in Niedersachsen. De nazi's bouwden de stad Wolfsburg speciaal voor de fabriek van Volkswagen en haar werknemers. De auto-industrie is verantwoordelijk voor 20 procent van de totale omzet in de Duitse industrie.





## De Duitse auto-industrie en Nederland

"In elke Duitse auto is een kwart van de onderdelen afkomstig van Nederlandse toeleveranciers", zo schrijft Agentschap NL. Met name uitlaatsystemen, schroeven, aluminium systemen en daksystemen worden geleverd door Nederlandse bedrijven. Kansen liggen er op het gebied van ontwikkeling van alternatieve aandrijfsystemen en lichte materialen om brandstofverbruik te verminderen. Belangrijke beurzen op het gebied van automotive in Zuid-Duitsland zijn Automechanika, eCarTec en de Internationale Automobil-Ausstellung (IAA).

De Duitse machinebouw is de grootste ter wereld en concentreert zich vooral in de deelstaten Beieren, Baden-Württemberg en Nordrhein-Westfalen (in het Ruhrgebied). De sector lijkt weinig last te hebben van de economische problemen; in 2012 draaide de machinebouw een recordomzet van 209 miljard euro, vooral dankzij export. De Duitse machines staan bekend om hun degelijkheid en hoogstaande ontwikkeling op technologisch gebied. Duitse bedrijven investeren veel in onderzoek & ontwikkeling. Van 16 van de 32 subsectoren binnen de machinebouw, is Duitsland wereldleider. De machines die in Duitsland geproduceerd worden variëren van grote, industriële apparaten en metaalbewerkingsmachines tot productie van machine-onderdelen, sensoren, microchips, medische - en huishoudelijke apparatuur. Bekende bedrijven zijn Siemens en Bosch, maar deze sector wordt gedomineerd door de kleine, gespecialiseerde *hidden champions*.

## Kansen machinebouw

Kansen voor Nederlandse ondernemers liggen op het gebied van slimme oplossingen voor energiebesparing en materialen. Bovendien wordt de vraag naar buitenlandse toeleveranciers steeds groter binnen de Duitse maakindustrie, met name in Zuid-Duitsland. Meer daarover lees je in hoofdstuk 4.

Ook de chemische sector is vooral op export gericht. Denk bijvoorbeeld aan verf, autolak, farmaceutische producten, kunststof, cosmetica en reinigingsproducten. Boegbeelden van de chemische industrie zijn Bayer, BASF en Henkel. In deze sector wordt veel onderzoek gedaan naar nieuwe technieken en methoden, met name in de deelstaten Bayern en Nordrhein-Westfalen. Nederlandse bedrijven kunnen hierop inspelen, door bijvoorbeeld samen met Duitse bedrijven R&D-trajecten op te zetten of te leveren aan bedrijven of toeleveranciers.

## Diensten

Financieel advies, marketingbureaus, telecom, horeca, toerisme, ICT, transport en logistiek; de dienstensector in Duitsland is de laatste jaren enorm in omvang gegroeid. En daarmee ook in relevantie, want het Bruto Binnenlands Product wordt met name verdiend in deze economische sector. Bijna driekwart van de beroepsbevolking is werkzaam in de dienstensector. Nederlandse bedrijven verrichten in het buitenland met name diensten op het gebied van transport, logistiek en research en development. Ook architecten- en ingenieursdiensten zijn in trek en op het gebied van online dienstverlening liggen er zeker kansen. Meer daarover lees je in hoofdstuk 4.

## 1.3 Handelsrelatie Nederland en Duitsland

Al in de middeleeuwen deden we zaken, in Hanzeverband. Er werd voornamelijk handel gedreven via de Noord- en Oostzee en de rivieren de Rijn en de Maas. Nog steeds speelt de Rijn een belangrijke rol bij de samenwerking tussen Nederland en Duitsland. De belangrijkste handelsrivier van Europa stroomt via Duitsland naar Nederland en mondt uit bij Rotterdam, de belangrijkste haven van Europa. We zijn een belangrijk doorvoerland voor Duitsland. En daardoor is Duitsland ook weer belangrijk voor Rotterdam, want door de grote hoeveelheid producten die worden in- en uitgevoerd door onze oosterburen doet de haven goede zaken.

Hoe uit zich die afhankelijkheid verder? Als het in Duitsland economisch niet goed gaat, hebben we daar in Nederland last van. 'Als Duitsland niest, wordt Nederland verkouden' wordt



welens gezegd. Dat komt omdat het grootste deel van de Nederlandse export naar onze oosterburen gaat. De cijfers: in 2011 was de totale Nederlandse uitvoerwaarde 409 miljard euro. 99,1 miljard werd aan Duitsland verdiend. Dat is bijna een kwart van het totaal (24,3 procent). De invoerwaarde was in totaal 365 miljard euro, Duitsland droeg daar voor 60,9 miljard aan bij (16 procent van de totaalwaarde). Niet voor niets kregen onze telers het zwaar toen Duitsland in mei 2011 besloot geen Nederlandse komkommers meer af te nemen, omdat ze bang waren dat deze besmet waren met de EHEC-bacterie.

Voor Duitsland is Nederland het belangrijkste importland. In 2011 importeerde Duitsland voor 82 miljard uit ons land. Omdat in de Duitse statistieken doorvoer niet wordt meegerekend, valt dit bedrag lager uit dan de Nederlandse 99,1 miljard. Dat is een waardestijging van 22 procent ten opzichte van het jaar ervoor, een goed teken. Na Nederland zijn China (80 miljard) en Frankrijk (60 miljard) belangrijke leveranciers op de Duitse markt. Als exportland staat Nederland op de derde plaats voor Duitsland. Alleen naar Frankrijk en de Verenigde Staten werd in 2011 meer geëxporteerd. Ook hier is een stijgende lijn te zien: er werd 10,1 procent meer aan de export naar Nederland verdiend dan in 2010.

*Ga naar [www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland)*

### Handel aan de grens

Duitsland heeft zestien *Länder* (deelstaten), maar niet met elke deelstaat doet Nederland evenveel zaken. Met name Nordrhein-Westfalen springt eruit, daar gaat 41 procent van de export naartoe. In Düsseldorf, de hoofdstad van NRW, vind je dan ook de meeste Nederlandse ondernemingen, gevolgd door Berlijn en Frankfurt. Grensplaatsen Kleve en Gronau scoren ook goed. Andere deelstaten waar Nederland actief is zijn Nedersachsen, Hamburg en Hessen en de twee zuidelijke deelstaten Baden-Württemberg en Bayern. De deelstaten waar weinig Nederlandse ondernemers actief zijn, zijn Saarland (bij de grens met Frankrijk), Thüringen (in het midden van Duitsland), Sachsen-Anhalt en Mecklenburg-Vorpommern (beide noord-oost).

Het is overigens niet zo dat Nederlandse provincies in het oosten meer handel drijven met Duitsland dan provincies in het westen van het land. "Wel is het zo dat in het oosten bij de grens, vaker incidentele handel wordt gedreven met Duitsers.", aldus Nienke Pilkes van Gateway to Germany. Ferdinand Nijboer, econoom bij het ING Economisch Bureau vult aan: "Dat de grensprovincies ook de meeste handel doen met Duitsland zou ik toch te stellig vinden. Uiteindelijk gaat het om de producten (of soms diensten) die verkocht worden. De geproduceerde goederen en diensten zijn uiteindelijk bepalend voor de export naar Duitsland en daarvoor is de afstand minder relevant."

## 1.4 Duitsland, de motor van Europa?

Duitsland wordt ook wel de 'motor van Europa' genoemd. Niet geheel ten onrechte, want in 2011 was de Duitse economie 2.571 miljard euro waard en dat is maar liefst 21 procent van de totale Europese economie. We kunnen niet ontkennen dat de economische situatie in Europa de laatste jaren onstabiel is. Duitsland beleeft het dieptepunt in 2009, het bbp krimpt met 4 procent. Toch klimt de Duitse economie snel weer uit het dal, zoals je kunt zien in de grafiek. In 2012 vlakke de Duitse economische groei af naar 0,7 procent, maar de Duitse Bundesbank verwacht dat deze dip van tijdelijke aard is. Dankzij structurele hervormingen, zoals flexibilisering van de arbeidsmarkt en slim inspelen op de groeiende vraag van Duitse producten in China, staat de Duitse economie steviger in haar schoenen dan andere economieën in de EU. De werkloosheid is in 2012 gedaald naar 6,8 procent (7,1 in 2011) en de huizenmarkt doet het goed.

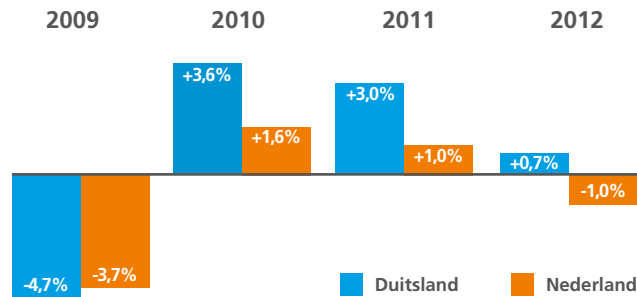
### Groei/krimp BBP

Hoe het komt dat Duitsland minder last heeft van de Europese crisis? Omdat Duitsland wereldwijd exporteert en ook grote afzetmarkten in de Verenigde Staten en China heeft. Daardoor heeft het land er minder last van wanneer de Europese vraag naar goederen afneemt. Nederland exporteert bijna 80 procent binnen Europa, waardoor een afname van de vraag



meer effect heeft. Een voorbeeld: door de stijgende welvaart in China verkocht het luxe Duitse automerk Audi in 2012 daar 30 procent meer auto's. Dankzij de stabiele industriële sector in het zuiden van het land en de sterke ambachtelijke middenstand, kan Duitsland de economische crisis beter behappen. Bovendien voeren vakbonden en werkgevers een gezamenlijk beleid om klappen op te kunnen vangen. Bijvoorbeeld door werknemers tijdelijk minder te laten werken in plaats van te ontslaan of arbeidsvoorwaarden in overleg aan te passen.

### Ontwikkeling Duitse en Nederlandse economie



Bron: CBS, Statistisches Bundesamt

Kunnen we Duitsland zien als de motor van Europa? "Ja en nee", zegt econoom Carsten Brzeski van het ING Economisch Bureau. "Het klopt dat Duitsland de grootste economie van de EU is en een belangrijke handelspartner voor veel Europese landen. Daardoor zou je altijd een positief effect kunnen zien van een goed draaiende Duitse economie. De landen die er het meeste baat bij hebben, zijn landen die leveren aan de Duitse industrie en daar nauw bij betrokken zijn. Nederland is er daar wel één van, maar België ook steeds meer. Er zijn grote kansen voor Nederlandse bedrijven op dit gebied. Sluit je aan bij de Duitse industrie. Zo kun je trouwens ook indirect profiteren van de groei in China." Andersom is Duitsland ook gevoelig voor de crisis in andere Europese landen, omdat het land zo afhankelijk is van export. Voor de komende jaren wordt dus



minder groei verwacht. "Maar dat is ook Duitse voorzichtigheid", vertelt adviseur Pilkes. "Voor 2012 voorspelden ze een groei van 1,2 procent. Dat werd uiteindelijk 0,7 procent. Duitsland gaat voor zekerheid en komt nu dus met percentages die sowieso haalbaar zijn, wellicht vallen ze hoger uit."

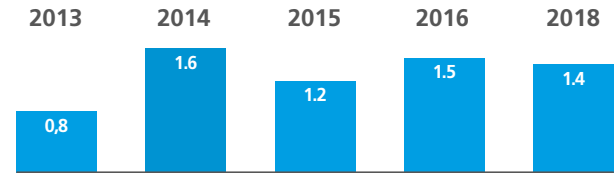
### 1.5 Economische prognose Duitsland

"Als je Duitsland vergelijkt met de rest van de Europese Unie, dan staan ze er heel stevig voor", aldus Carsten Brzeski. "Er is geen enkel probleem. Niet op de huizenmarkt zoals in Nederland, niet bij de overheid zoals in de Zuid-Europese landen, niet bij de concurrentiepositie van de exporteurs, niet bij particulieren die te hoge schulden hebben." Hoe komt het dat Duitsland deze problemen niet heeft, en de rest van de EU wel? "Tussen 2000 en 2004 was Duitsland juist de zieke man van Europa, maar toen is er een aantal hervormingen doorgevoerd waar Duitsland nu van profiteert. Ze zijn begonnen met outsourcing naar Oost-Europa en hebben nieuwe, opkomende markten aangeboord zoals China", aldus Brzeski. En dat was een slimme zet. Want nu de economie in China razendsnel groeit, neemt de vraag naar degelijke Duitse producten toe.



En dat blijft niet alleen bij auto's, die een statussymbool zijn geworden voor Chinese zakenlui. Ook machines zijn belangrijk omdat er veel wordt geproduceerd en gebouwd in China. Bovendien is Duitsland ook goed vertegenwoordigd op de Amerikaanse markt. "Duitsers hebben altijd nauwe handelsbanden gehad met de VS", aldus Brzeski. "Nu de economie daar ook weer aantrekt, profiteert Duitsland daarvan." Dankzij het wereldwijde exportsucces kan Duitsland in deze economisch moeilijke tijden het hoofd boven water houden. Keerzijde van het exportsucces is de binnenlandse consumptie van de Duitse bevolking. Brzeski: "Dat is altijd het probleemkindje geweest van de Duitse economie." De reden: de Duitsers hebben tot drie jaar geleden een decennium lang nauwelijks loonsverhoging gehad vanwege de economische hervormingen. Dat werkte door in de consumptie, maar dat is aan het veranderen. Nu de Duitsers een loonsverhoging hebben gehad zijn ze iets meer gaan uitgeven. "Ze zullen nooit zoals Amerikanen elk weekend in de shopping mall gaan uitgeven, maar we zien wel een stijging in de consumptie en ik verwacht dat dit de komende paar jaar wel zo blijft", aldus Brzeski. Lydia Aalpoel, economisch adviseur van de Nederlandse ambassade in Berlijn vult aan: "De Duitse economie gaat in 2014 sterker groeien dan in dit jaar, met name gestoeld op die stijgende binnenlandse vraag. De Bundesregierung gaat voor volgend jaar uit van een groei van 1,6%. Vooral de gunstige situatie op de arbeidsmarkt stimuleert de consumentenbestedingen. De werkgelegenheidscijfers blijven op recordhoogte, de inkomens gaan verder omhoog terwijl de stijging van de consumentenprijzen binnen de perken blijft."

## Verwachte groei van het BBP in Duitsland



Bron: ING Economisch Bureau

De Duitsers zijn optimistisch. "Dat merk je aan de manier waarop de media schrijft over de economische crisis", vertelt Nienke Pilkes van Gateway to Germany. "Bij ons is het 'De Grieken staan aan de afgrond' en in Duitsland 'Het zonnetje schijnt even wat minder in Griekenland', bijvoorbeeld. Plus: Duitsers hebben dus ineens meer te besteden en dat is goed voor de economie. Dat stimuleert de binnenlandse handel."

In hoofdstuk 4 lees je welke trends, sectoren en regio's de komende vijf jaar interessant zijn voor jou als ondernemer.



# INTERVIEW



Het Tilburgse Marvo Technologies is als toeleverancier van massa- en automatendraaiwerk en precisiedraaidelen al zestien jaar actief op de Duitse markt. Eigenaar Ronald van Uffelen: “Je vindt onze onderdelen bijvoorbeeld terug in de schokdempers van BMW.”

## ‘Dit jaar wil ik meer Duitse klanten. De handelsmissie naar Nedersachsen van Metaalunie moet daarbij helpen’

In 1997 besloot ondernemer Ronald van Uffelen om de stap naar Duitsland te zetten. “We waren al actief in België en ik vond dat we ook naar Duitsland moesten, omdat het toch een groot land is en aan de grens ligt.” Omdat Van Uffelen zich bewust niet in Duitsland wilde vestigen, maar puur vanuit Nederland wilde exporteren, ging hij zelf op zoek naar klanten in Duitsland. “Via presentaties en minibeurzen van de Duits-Nederlandse Kamer van Koophandel kwamen we in contact met inkopers. Uiteindelijk hebben we er zeven klanten aan overgehouden.” Een poging om via een handelsagent in Frankfurt zijn producten aan de man te brengen, liep op niets uit. “Gelukkig hadden we een contract voor een half jaar, waardoor het ontbinden ervan geen problemen opleverde. Je moet daar wel goed op letten.”

### Handelsmissie

Voor 2013 heeft hij een duidelijke missie: “Meer klanten in Duitsland werven.” Via handelsmissies van de Koninklijke Metaalunie probeert hij meer voet aan de grond te krijgen bij onze oosterburen. “Eind 2011 ben ik mee geweest naar Aken en in 2013 gaan we naar Nedersachsen. Van één van mijn Duitse leveranciers in Nordrhein-Westfalen hoorde ik

Deelnemers van de handelsmissie naar Aken, 2011



dat hij zijn aandacht meer wilde verleggen naar het noorden van Duitsland, omdat er in het zuiden al zoveel concurrenten zitten. Dat was voor mij een trigger om ons bedrijf voor deze handelmissie in te schrijven”, aldus Van Uffelen.

### Online presentatie

Naast actief meedoen aan workshops en handelsmissies is een online presentatie ook onderdeel van Marvo's marketingstrategie. “Tijdens een workshop van Gateway to Germany kwam ik erachter dat onze website niet echt ‘Duitslandproof’ was, dus die hebben we aangepast. Een Duitser wil bijvoorbeeld veel meer de technische specificaties van je producten weten, dat moet er allemaal op staan. En verder zijn er juridische eisen, zoals een Impressum.”

### Logistiek

Om zijn huidige en potentiële klanten de best mogelijke service te bieden, zoekt Van Uffelen in een actieradius van 400 kilometer rond Tilburg. “Dat neemt niet weg dat er soms bedrijven zitten die wat verder weg zijn, zoals Sachsen, maar we zijn vooral actief in Noordrijn-Westfalen, Rijnland-Palts en Hamburg. Zit de klant namelijk verder weg en er gaat iets mis, dan wordt het een logistieke uitdaging om mijn producten daar op tijd te krijgen. Vaak schakelen we dan een koerier in.”

### Risicomijdend gedrag

Inmiddels heeft Van Uffelen zo'n zestien jaar ervaring met de Duitse manier van zakendoen. Het valt hem op dat het mijden van risico's een terugkerend thema is. “Eigenlijk kan je alles daarop terugvoeren, maar ik denk ook dat ze daarom zulke goede producten maken. Als Nederlands bedrijf kan je je daardoor wel onderscheiden met flexibiliteit en creativiteit. Wij durven het wel aan om een planning om te gooien. Daarmee kan je concurreren.”

#### Tip

**Ga je presenteren, focus je dan op de details. Een Duitser wil letterlijk alles weten van je product.**



Duitsers geven per jaar zo'n 30 miljard euro uit aan medische producten, waaronder rond de 15 miljard aan medische hulpmiddelen. De Duitse gezondheidssector biedt dus kansen voor ondernemers, helemaal nu de bevolking steeds ouder wordt. Eigenaar van Medimobility, Jeroen Venema: “Dat gaat in Duitsland nog sneller dan hier, ze hebben relatief het grootste aantal senioren binnen de EU. En dat is weer positief voor ons.”



MediMobility is een webwinkel in medische hulpmiddelen die zich vanaf dag één ook op de Duitse markt heeft gericht. Het bedrijf verkoopt tientallen rollators en andere hulpmiddelen aan onze oosterburen per maand, goed voor tien procent van de totale omzet. De zaken gaan zo goed,

## 'We zitten puur in Duitsland vanwege de vergrijzing'

dat Venema erover denkt om dit jaar nog een eigen kantoor in Duitsland te openen. "In Berlijn, omdat we in die omgeving veel verkopen, de bedrijfsruimte goedkoop is en het gewoon een leuke stad is."

Het kantoor heeft vooral een commerciële reden. "Duitsers vinden het prettig om bij een Duits bedrijf te kopen, dat wekt vertrouwen."

## 26 De zorg is een interessante markt

Volgens de ondernemer is de Duitse gezondheidssector een aantrekkelijke markt voor ondernemers. "In Duitsland worden jaarlijks vele miljarden uitgegeven aan zorg. Ook aan medische hulpmiddelen. Omdat Duitsers gewend zijn om zelf hulpmiddelen aan te schaffen, zijn ze minder afhankelijk van zorgverzekeraars en thuiszorginstellingen zoals in Nederland. Daardoor is de markt voor ons als webwinkel zeker aantrekkelijk", vertelt hij.

### Online strategie

Maar ja, er zijn ook andere Duitse bedrijven die kansen zien door de vergrijzing. Hoe zijn ze hun concurrenten te slim af? "Door goed vindbaar te zijn op Google. Wij hebben heel erg geïnvesteerd in zoekmachineoptimalisatie (SEO). Ik durf de stelling wel aan dat wij succesvol zijn dankzij de focus hierop. Ik raad beginnende ondernemers met een webwinkel dan ook echt aan werk te maken van SEO." Om een idee te krijgen van interessante zoekwoorden, gebruikt Venema tools als Google Adwords en Google Trends. "We laten de content wel vertalen door een professioneel bedrijf, maar we zoeken zelf de juiste zoektermen voor de teksten."

## Het nadeel van online

Een nadeel van online verkopen is er ook. "Mensen willen toch graag even zo'n apparaat testen. In Nederland gaan we in zo'n geval even langs, maar in Duitsland is dat niet zo makkelijk. Dat lossen we op door extra goed te letten op de informatievoorziening op de website in de vorm van tekst, beeld en video's, de prijzen laag te houden en een ruim assortiment aan te bieden. Mensen testen namelijk steeds vaker het product in een fysieke winkel, maar kopen het uiteindelijk online omdat dat goedkoper is. Daar spelen wij op in." De belangrijkste doelgroep voor MediMobility is natuurlijk ouderen, maar toch zijn het vaak de kinderen die een rollator online aanschaffen. "Ouderen hechten nog veel waarde aan hun vertrouwde, vaste winkel. De jongere generatie koopt steeds meer online, daar moeten we het van hebben."

## Verzending en service

Dat ruime assortiment heeft MediMobility zelf niet op voorraad. "We hebben voornamelijk Nederlandse leveranciers aan wie we onze bestellingen van Duitse klanten doorsturen. De leveranciers verzorgen de verzending, maar wij volgen wel het hele proces van bestelling tot en met bezorging en zijn ook aanspreekpunt voor onze Duitse klanten." Op de website staat een Nederlands telefoonnummer, maar dat geeft blijkbaar niet. Venema: "Laatst werd ik gebeld door een Duitse klant en die had totaal niet verwacht dat er een Nederlands bedrijf achter de website zat. Hij vond de service en de producten goed."

## Toekomstplannen

De vergrijzing verdwijnt niet zomaar en dus ziet Venema de toekomst van MediMobility zonnig in. "We gaan niet voor niets een Duitse vestiging openen. Ook onze website gaan we restylen naar volledig Duitse maatstaven, nu is dat nog niet helemaal gebeurd." Vooralsnog blijft de focus op SEO het belangrijkste om groei in Duitsland vast te houden. "Wij gaan voorlopig niet betaald adverteren of proberen op andere manieren onze naamsbekendheid te vergroten. Zorgen dat je gevonden wordt in Google is gewoon het belangrijkste."



# De Duitse cultuur

2

28

Duitsland is groot. Nederland past er 8,5 keer in en er wonen vijf keer zoveel mensen. Van noord naar zuid is het maximaal 876 kilometer, van oost naar west 632. Als je bedenkt dat binnen de Nederlandse staatsgrenzen de regionale verschillen in cultuur en natuur al groot zijn, dan zijn ze dat in Duitsland helemaal.

29



## 2.1 Rondreis

Om een goed beeld te geven van het Duitse landschap en de cultuur, maken we een rondreis. Uiteraard geheel in stijl, in een willekeurige Duitse sportwagen zonder al te veel beperkende maximumsnelheden.

### Noorden

Het noordelijke landschap kenmerkt zich vooral door laagvlaktes. De deelstaten Nedersachsen, Schleswig-Holstein en Mecklenburg-Vorpommern grenzen direct aan de Noordzee, Denemarken en de Oostzee. Voor de kust liggen de Noord- en Zuid-Friese Eilanden, Rügen en Helgoland. Kijk je uit je auto-raam, dan zie je in het noorden vooral meren, rivieren en bossen. De leemgrond in het uiterste noorden is vruchtbaar en geschikt voor landbouw, zoals graan. Het gebied rond Lüneburg bestaat vooral uit zandgrond. Hier vind je het oudste nationale park van Duitsland, de Lüneburger Heide. De grootste stad in het noorden van Duitsland is Hamburg, die zijn eigen deelstaat vormt. Na Berlijn is Hamburg de grootste stad in Duitsland, er wonen ruim 1,7 miljoen mensen. Het is dé zeehavenstad en ligt aan de rivier de Elbe. Van oudsher wordt er in het noorden van Duitsland veel internationale handel gedreven, dankzij de ligging aan zee. Ook vind je hier veel staalindustrie en scheepsbouw. De westelijke provincie Nedersachsen grenst direct aan Groningen en Drenthe en daar wordt dan ook volop zaken mee gedaan. Groningen vooral vanwege de export van chemie en gas en Zuidoost-Drenthe is een belangrijke exporteur van kunststofvezels.

### Berlijn

Van Hamburg rijden we naar de hoofdstad Berlijn in het voormalige Oost-Duitsland: met 3,5 miljoen inwoners de grootste stad van Duitsland en een belangrijke toeristische trekpleister. Omdat Berlijn tot 1989 in twee delen was gesplitst, hebben ook hier het oosten en westen van de stad zich apart van elkaar ontwikkeld. Meteen na de eenwording was het daarom zaak het oosten op hetzelfde niveau als het westen te krijgen door investeringen in infrastructuur en het opknappen van gebouwen. Westerse bedrijven konden tegen bodemprijzen

leegstaande fabrieken opkopen. De meeste bedrijven in Berlijn zijn dienstverleners. Voor een hoofdstad zijn er relatief weinig grote bedrijven en multinationals die hun hoofdkantoor in Berlijn hebben. Ook dit komt door de opdeling van de stad. Door de economische en politieke onzekerheid na de Tweede Wereldoorlog vestigden bedrijven als AEG en Daimler-Benz zich liever in Frankfurt am Main of München. Berlijn is dus niet het economische centrum van Duitsland, maar het is wel dé plek voor toeristische sector en voor innovatieve en creatieve start-ups. Voor bedrijven die zich bezighouden met internet, kunst, muziek, film, media, marketing, ICT, biotechnologie of mode is het de *place to be*. Er zijn veel bedrijfsverzamelgebouwen, waardoor je makkelijk in contact komt met andere start-ups.

### Oosten

Vanuit Berlijn rijden we via het oosten van Duitsland door naar het zuiden. De laagvlaktes maken plaats voor een meer bergachtig gebied met bergen tussen de 500 en 1500 meter. In het oosten van Duitsland liggen de deelstaten Berlijn, Brandenburg, Sachsen-Anhalt, Thüringen en Sachsen. Uit cijfers blijkt dat dit, op Berlijn na, de deelstaten zijn waar Nederland het minst zaken mee doet. “Toch biedt het oosten van Duitsland kansen. Vooral voor de transport en logistiek is het interessant omdat het vlakbij Polen en andere Oost-Europese landen ligt”, aldus Hans Biesheuvel, voorzitter van MKB-Nederland tijdens het webinar ‘Ondernemen in Duitsland’. Sinds de eenwording van Duitsland blijft het voor de oostelijke deelstaten moeilijk om op het niveau van de westelijke deelstaten te komen. Nog steeds dragen de westelijke deelstaten jaarlijks miljarden euro’s bij om de economie in het oosten op gang te helpen en te houden. Er zijn hier vooral veel agrarische bedrijven en callcenters gevestigd omdat er genoeg goedkope arbeidskrachten zijn. Ook zijn er veel kleine (familie)bedrijven. Doe je hier zaken, dan zul je merken dat je flink in je Duitse woordenschat moet investeren om voet aan de grond te krijgen; men spreekt hier over het algemeen geen Engels. De belangrijkste steden in het oosten van Duitsland zijn Berlijn, Leipzig, Dresden en Jena. Berlijn scoort goed op innovatieve start-ups, Leipzig heeft zich ontwikkeld tot een van de belangrijkste logistieke centra van



Duitsland, de NBSO in Leipzig focust zich dan ook speciaal op deze sector. In 'Silicon Saxony' in en rondom Dresden is de micro-elektronica goed vertegenwoordigd. Jena heeft zich gespecialiseerd in farmaceutische producten en ook de optische industrie is hier vertegenwoordigd. De echte *hot spots* voor IT, farmacie en optische instrumenten liggen echter in het zuiden van Duitsland.

### Subsidies bij vestiging

Voor bedrijven die zich willen vestigen in het oosten van Duitsland, worden er subsidiemogelijkheden aangeboden via *Wirtschaftsfördergesellschaften*. Die kunnen per regio of deelstaat verschillen. Neem daarvoor contact op met Agentschap NL of de Nederlandse ambassade in Duitsland. Telefoonnummers en websites vind je op: [www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland)

### Zuiden

Hoe verder we naar het zuiden rijden, hoe hoger de bergen worden. We komen in het Alpengebied. In Bayern ligt de hoogste berg; de Zugspitze (2962 meter hoog). In het zuidwesten ligt het Schwarzwald, het grootste bosgebied in Duitsland en een toeristische trekpleister. De grootste steden zijn Stuttgart en natuurlijk München. Jaarlijks wordt in München het bierfestival Oktoberfest gehouden, maar er wordt vooral keihard gewerkt. Het zuiden is conservatief en traditiegetrouw. Hier, in de deelstaten Bayern en Baden-Württemberg, wordt het geld verdiend. Je vindt er de auto- en machine-industrie, staalproductie, maar ook veel IT en medische technologie. Met een werkloosheidspercentage van 4,3 procent hebben de zuidelijke deelstaten de laagste werkloosheid van de hele Bondsrepubliek Duitsland. Bovendien wordt hier het meest in innovatie geïnvesteerd (3,8 procent ten opzichte van 2,8 procent in de rest van Duitsland). Naast de traditionele industrie is de IT ook een belangrijke topsector in het zuiden. Rond Darmstadt, Karlsruhe, Kaiserslautern, Saarbrücken en Walldorf ligt een enorm softwarecluster, ook wel het 'Silicon Valley van Europa' genoemd.

### Zuid-Duitsland

Nederland heeft maar een marktaandeel van 6,3 procent in de zuidelijke deelstaten en dat is relatief weinig. De Nederlandse overheid wil dit bevorderen en heeft een gids speciaal voor ondernemen in Zuid-Duitsland uitgegeven.

Meer informatie hierover vind je op:

[www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland)

### Westen

Nederlandse bedrijven zijn goed vertegenwoordigd in het westen van Duitsland, met name in de deelstaat Nordrhein-Westfalen (NRW). Andere deelstaten in het westen zijn Saarland, Rheinland-Pfalz en Hessen. Niet alleen voor Nederland is NRW het belangrijkste, voor Duitsland zelf ook. Hier wonen de meeste mensen (18 miljoen) en 22 procent van het BBP wordt hier verdiend. Technologie en dienstverlening zijn het sterkst vertegenwoordigd, maar eigenlijk vind je alle industrieën in deze deelstaat. Veel industrie heeft zich geconcentreerd in het Ruhrgebied in NRW, ter hoogte van Venlo. Volgens onderzoek van de Duits-Nederlandse Handelskamer (DNHK) hebben zich 750 Nederlandse dochterbedrijven in Nordrhein-Westfalen gevestigd, waarvan de meeste in Düsseldorf (80) en Keulen (50). Metropool Frankfurt am Main is de vijfde stad van Duitsland en ligt in de deelstaat Hessen. Het is hét financiële centrum van Duitsland. De Deutsche Bundesbank en de Duitse beurs vind je hier. Ook de Europese Centrale Bank heeft hier een zetel. Frankfurt speelt daarom een grote rol in de Europese economie. Ook op het gebied van ICT is Frankfurt een belangrijke stad, de internethub DE-CIX (Duitse Commercial Internet Exchange) in Frankfurt is het grootste data-uitwisselingspunt ter wereld. Tel daarbij op dat Frankfurt centraal gelegen is, een groot internationaal vliegveld en internationaal treinknooppunt heeft en je hebt alle ingrediënten voor een wereldstad. Dankzij de hoge wolkenkrabbers wordt het ook weleens *Mainhattan* genoemd.



## 2.2 Bestuur en politiek

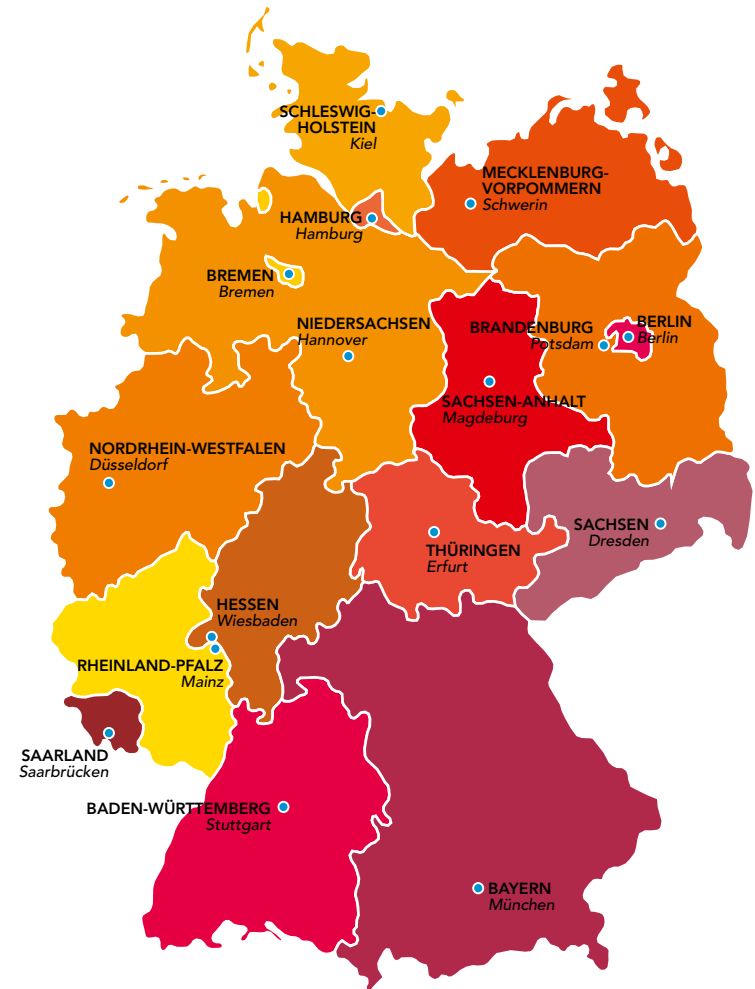
Bondsrepubliek Duitsland is een federale staat en opgedeeld in zestien deelstaten (Länder), waar we tijdens onze rondreis in hoofdstuk 2.1 al kennis mee hebben gemaakt. Deze deelstaten hebben allemaal een eigen regering en zijn in grote mate autonoom, al is de centrale overheid verantwoordelijk voor bijvoorbeeld belasting, defensie en internationale politiek.

### Bundespräsident, Bundeskanzler en Bundestag

Aan het hoofd van de regering staat de Bundespräsident. Sinds maart 2012 is dit Joachim Gauck. Hij wordt gekozen door de leden van de Bundestag en vertegenwoordigers vanuit de deelstaten en vervult een vergelijkbare rol met onze koningin. De Bundespräsident benoemt de Bundeskanzler(in). Deze benoeming moet worden goedgekeurd door de Bundestag. Sinds november 2005 is Angela Merkel van het CDU Bundeskanzlerin van Duitsland. In september 2013 worden er Bundestagverkiezingen gehouden in Duitsland. Deze verkiezingen zullen vooral in het teken van de toekomst van Europa staan, zei Merkel vorig jaar.

Er zijn veel verschillende landelijke politieke partijen, maar de twee grootste zijn het CDU (christendemocraten) en SPD (sociaaldemocraten). Ook het FDP (liberalen) en Die Grünen zijn bekende partijen. Sinds 2009 vormt het CDU een coalitie met de FDP. Angela Merkel (CDU) is de eerste vrouwelijke kanselier van Duitsland. Bij het CDU staat het christelijk gedachtegoed centraal, evenals een ecologische en sociale markteconomie en een vrije, vreedzame wereld. Als leider van de grootste economie van Europa, speelt Merkel een belangrijke rol in de bestrijding van de Europese economische crisis. Duitsland is een land dat zich op de lange termijn focust. Daarbij hoort een evenwichtig en stabiel beleid.

## 2.3 Deelstaten



## 2.4 Duitse cultuur en gebruiken

Van het Duitse volk zijn er stereotypen genoeg. Maar net als dat wij Nederlanders niet de hele dag op klompen lopen, wiet roken en kaas eten, graven de Duitsers niet de hele dag kuilen op het strand, eten ze niet alleen maar Bratwurst met Sauerkraut en hebben ze best een gevoel voor humor. Een eenduidig beeld van 'de Duitser' bestaat dus niet, net zoals dat niet van 'de Nederlander' of elk ander volk ter wereld bestaat. "De Duitse cultuur is anders, maar zeker niet exotisch", vertelt de van oorsprong Duitse Doris Sandrock van taalinstituut Regina Coeli. "Ik denk dat wij zeker voordeel hebben ten opzichte van bijvoorbeeld Fransen of Italianen. Voor ons is de taal makkelijker aan te leren omdat onze talen dichter bij elkaar liggen. Het zou eigenlijk jammer zijn als je daar niet je voordeel mee doet."

Goed om te weten is dat inwoners zich in eerste instantie het meest verbonden voelen met hun deelstaat. Iemand uit bijvoorbeeld Bayern zal zich eerst een Bayer noemen, pas in tweede instantie een Duitser. De verschillen tussen de culturen en gebruiken binnen deelstaten en zelfs regio's onderling kunnen erg van elkaar afwijken. "Observeer daarom goed, geef je ogen en oren de kost en praat met mensen om gevoel bij de plaatselijke cultuur te krijgen", aldus Doris Sandrock. Chris Houbolt van plantenexporteur Royal Lemkes: "Ga er eens op vakantie. En dan niet naar het Zwarte Woud, maar naar een plek waar de Duitsers zelf ook zitten. Ga naar de bioscoop, doe er boodschappen. Zo krijg je gevoel voor de cultuur."

### Taal

Duits is de voertaal in Duitsland. Over het algemeen wordt er Hochdeutsch (algemeen beschaafd Duits) gesproken, maar er zijn ook veel regionale dialecten. Een voorbeeld is het Plattdeutsch (Nederduits), wat in Duits-Friesland en op de Duitse waddeneilanden wordt gesproken. Ook in de grensregio van Limburg en Duitsland zou je met je dialect uit de voeten kunnen, maar dat is maar voor een klein grensgebied van toepassing. Duits spreken is geen absolute *must*, al is dit trouwens afhankelijk van de regio waar je bent of de economische omgeving waar je zakendoet. In voormalig Oost-Duitsland

bijvoorbeeld wordt nu nog minder Engels gesproken en is beheersing van de Duitse taal sterk aan te raden. "Maar ook elders zitten veel familiebedrijven, ambachtsslui, mensen met een lagere opleiding die de Engelse taal niet machtig zijn". In internationale steden als München, Berlijn en Hamburg kan je met Engels prima uit de voeten. "We hebben zelfs een aantal klanten waar de voertaal Engels is", aldus Chris Houbolt van Royal Lemkes. "Maar, het blijven mensen en die vinden het fijn om in hun eigen taal aangesproken te worden. Bovendien kan het een voordeel zijn ten opzichte van je concurrenten als je de taal goed beheerst."

### Cultuur is belangrijk

De Duitse regering heeft in 2012 aangekondigd 100 miljoen euro extra te investeren in de culturele sector. Dat is opvallend in deze tijden van bezuinigingen. De afgelopen acht jaar is alleen maar meer geld gestopt in cultuur. Duitsland heeft dan ook veel culturele instellingen, zoals musea. Alleen in Berlijn zijn er al meer dan honderd. "De Kreativ Wirtschaft (creatieve sector) is bovendien een belangrijke economische motor, er wordt hier veel geld verdiend", vertelt Lydia Aalpoel van de Nederlandse ambassade in Berlijn. Duitsers hebben veel interesse in hun eigen cultuur, zowel in de hoge als in de populaire cultuur. Opera's en het theater worden vaak bezocht, die dankzij de hoge subsidies toegankelijk zijn voor iedereen. De kloof tussen 'hoge' en 'lage' kunsten is in Duitsland dankzij de staatssteun en de aandacht voor kunst in het onderwijs minder groot dan in andere Europese landen.

### De Duitse manier van denken

Zonder in clichés te vervallen, is er een aantal algemene kenmerken van de Duitse mentaliteit te noemen. Belangrijke pijlers zijn *Pünktlichkeit* (punctualiteit), *Ordnung* (orde) en *Gründlichkeit* (zorgvuldigheid). Een Duitser komt zijn afspraken na, is stipt op tijd, toont respect, heeft een maatschappelijk plichtsbefef en is gewend gedetailleerde plannen te maken. "Vergaderingen bijvoorbeeld worden over het algemeen goed voorbereid en men onderbouwt zijn argumentatie graag met feiten. Dit wordt door de Nederlandse gesprekspartner weleens als muur ervaren waar je niet doorheen kunt breken."



Zo vertelt Doris Sandrock. De manier van communiceren is open en direct, Duitsers zeggen wat ze denken. Dat kan soms bot overkomen, want ze zijn niet gewend om 'om de hete brei heen te draaien'. Ouderwets Nederlands 'polderen' zit er alleen niet in. Nienke Pilkes van Gateway to Germany vat het treffend samen: "Nederlanders zeggen 'ja, maar', Duitsers zeggen 'nee, want'." Duitsers denken meestal probleemgericht, Nederlanders oplossingsgericht. Proberen om op zijn Nederlands samen tot een besluit te komen, past niet bij de Duitse mentaliteit. Toch waarderen ze ons Nederlanders zeker als handelspartner. Meer daarover lees je in hoofdstuk 2.6.

### Lange termijn

Duitsers kijken graag ver vooruit. Plannen, levenswijzen, producten, alles moet op de lange termijn houdbaar zijn. Het is daarom niet voor niets dat men de voorkeur geeft aan biologisch eten, duurzaamheid, schone energie en een degelijke kwaliteit van apparaten. "Omdat ze graag rekening houden met de lange termijn, zijn Duitsers minder gevoelig voor trends dan wij Nederlanders. En dat heeft ervoor gezorgd dat ze stevig in hun schoenen bleven staan tijdens de economische problemen in Europa", vertelt Nienke Pilkes. "Keerzijde is dat ze minder flexibel zijn en dat je als Nederlander goed je best moet doen om je potentiële zakenpartner te overtuigen van je product of dienst. Maar, ben je eenmaal binnen, dan is de zakelijke relatie ook voor de lange termijn."

## 2.5 Omgangsvormen en sociale structuren

Over het algemeen zijn de omgangsvormen in Duitsland anders dan in Nederland, maar ook hier verschilt het per regio, bedrijf of persoon. Bij een familiebedrijf in het traditionele Bayern zijn de omgangsvormen vaak veel formeler dan bij een start-up in het creatieve Berlijn. Doris Sandrock: "Door internationalisering en fusies wordt het zogenaamde Siezen (mensen met 'u' aan spreken) minder. Vooral in de ICT-branche is de zakelijke cultuur veel informeler." Het advies: neem geen risico. Ken je iemand niet, benader hem of haar dan altijd op

een formele manier en laat aan je Duitse gesprekspartner over of je overschakelt op de informele toon.

### Scheiding zakelijk en privé

'Dienst ist Dienst und Schnapps ist Schnapps' wordt ook wel gezegd in Duitsland. Oftewel: werk en vrije tijd zijn twee gescheiden werelden. Op het werk en tijdens het zakendoen worden er liever geen privé zaken besproken en andersom ook niet. Bij de jongere generatie wordt deze strikte scheiding al minder, maar de afstandelijkheid blijft voelbaar. Op het werk zijn mensen bezig met hun taak en het vraagt al hun aandacht om deze zo goed en efficiënt mogelijk uit te voeren. Voor ons Nederlanders is dit lastig te begrijpen en komt het over als ongezellig en humorloos, maar niets is minder waar.

## 2.6 Hoe zien Duitsers Nederlanders?

Zo ordelijk, efficiënt, doelgericht en plichtsgetrouw als Duitsers voor ons zijn, zo vrijdenkend, informeel, ongestructureerd en ongecompliceerd zijn wij Nederlanders voor onze oosterburen. "Duitsers hebben over het algemeen een positief beeld van Nederland en zien ons als vrij en liberaal. Al heeft dit beeld wel een deuk opgelopen na de moord op Pim Fortuyn en de populistische uitspraken van Geert Wilders", vertelt Doris Sandrock van Regina Coeli. "Het geeft geen blijvende schade aan het Nederlandse imago, maar toch vragen ze zich weleens af wat er nou precies in Nederland aan de hand is." Ruurd van der Weide van het bedrijf Fingerspitzengefühl: "Nederland staat hier voor creativiteit, oplossingsgerichtheid en flexibiliteit. Daar hebben ze hierin Duitsland behoefte aan, dus we hoeven niet geheimzinnig te doen over onze herkomst."

### Wie is er nou de baas?

Wel vinden Duitsers het moeilijk te begrijpen dat onze bedrijven zo plat georganiseerd zijn en dat de bevoegdheden van medewerkers over het algemeen behoorlijk rekbaar zijn. "Ga je met een Duitse partij aan tafel, dan zijn er vijf stoelen. In de middelste zit de directeur. Aan de Nederlandse kant van de tafel kan het zomaar zijn dat de verkoper in het midden zit en de baas

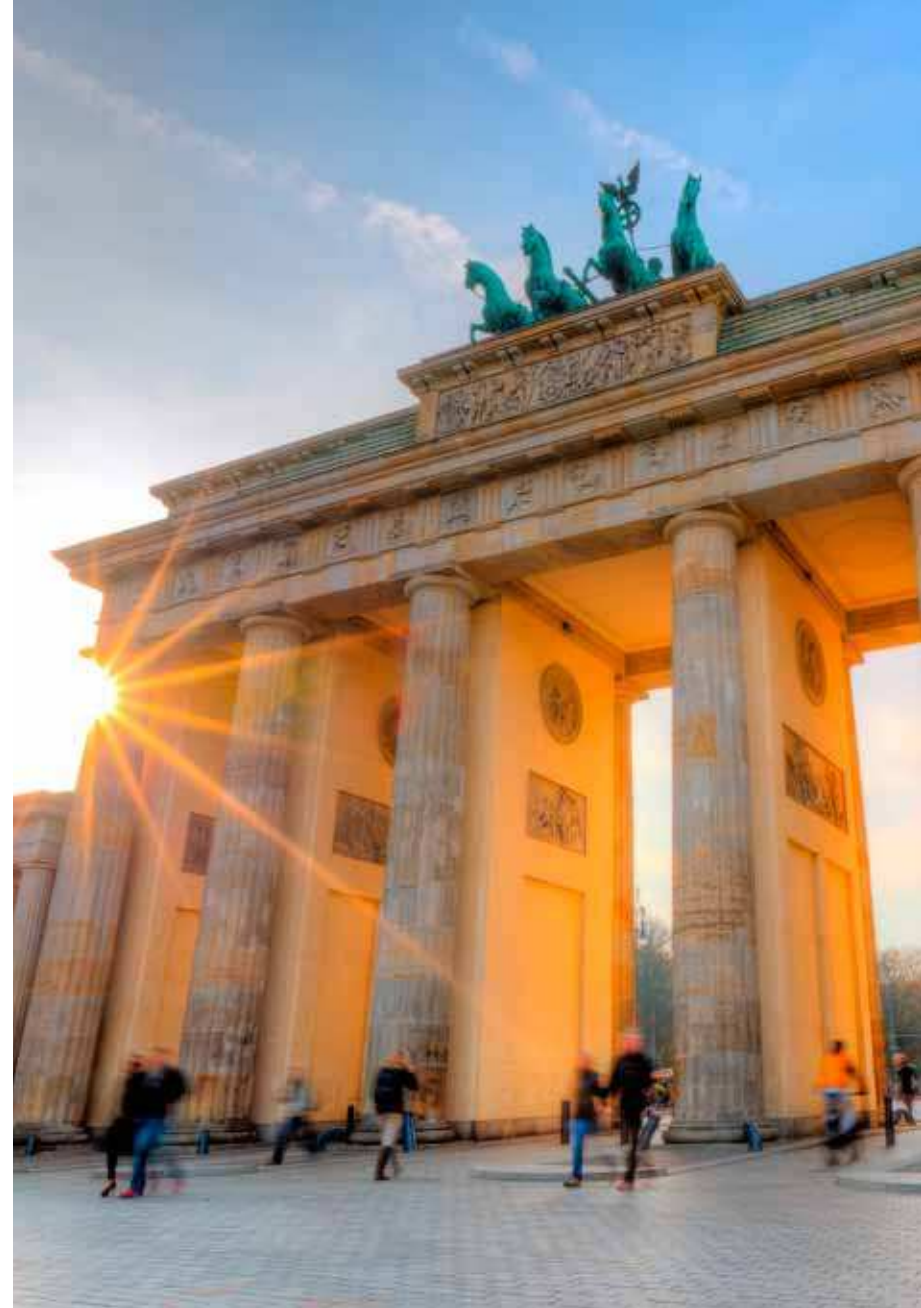


ergens aan de hoek van de tafel. Dan zijn de Duitsers in de war, weten ze niet met wie ze te maken hebben. Dat maakt een verkeerde indruk”, vertelt Nienke Pilkes van Gateway to Germany.

### **Flexibel en rasechte handelaren**

Maar, we zouden niet de belangrijkste importpartner van Duitsland zijn als we ze niks te bieden hadden. Nederlandse ondernemers hebben een streepje voor op andere nationaliteiten die zaken willen doen met Duitsland. Ze zien ons als rasechte handelaren en daardoor hebben ze vertrouwen in ons als handelspartner. En die betrouwbaarheid, dat is belangrijk voor een Duitse zakenman. Nederlandse bedrijven zijn bovendien veel trendgevoeliger dan de Duitse en hebben daardoor vaak nieuwe, innovatieve ideeën die aantrekkelijk zijn voor Duitse bedrijven. Plus: omdat we wat minder strak georganiseerd zijn, zijn we flexibeler. Onze kennis op het gebied van technologie, energie en design is ook interessant voor Duitsland.

40





# INTERVIEW

Duitsland is een belangrijke afnemer van Nederlands groen. Maar liefst een derde van de hele plantenexport gaat naar onze oosterburen. Dat levert Nederland jaarlijks 660 miljoen euro op. Royal Lemkes, exporteur van planten en perkgoed, is verantwoordelijk voor 10 procent van de Nederlandse bloemen- en plantenexport en daarmee marktleider in Nederland. Chris Houbolt, commercieel directeur: "In Duitsland kan je goed op prijs concurreren."



De Duitse economie gaat goed, in tegenstelling tot andere landen in Europa. Ook de vraag naar planten blijft. Houbolt: "De laatste vijf jaar is de export met tien procent gegroeid, dat geeft wel aan dat er nog steeds kansen liggen voor de Nederlandse sierteelt." Royal Lemkes levert aan grote retailers in heel Europa. In Duitsland zijn dat bijvoorbeeld woonwarenhuizen, doe-het-zelf-ketens en discounters. Houbolt: "Op topdagen gaan er 150 vrachtwagens uit naar 2000 winkels binnen de EU, 400 daarvan zitten in Duitsland."

## Logistiek

De organisatie Royal Lemkes is bewust opgedeeld in een segment Handel, segment Logistiek en een segment Retail Development. Houbolt: "We gaan proberen om onze logistieke dienst ook naar Duitsland uit te breiden, zodat we naast Nederlandse producten ook Duitse producten kunnen meenemen. Dat bespaart onze klanten tijd, want de leveringen worden geclusterd en ze krijgen minder facturen." Voor zulke concepten zijn de Duitsers wel gevoelig, merkt Houbolt. "We zijn van oorsprong handelaren en ik merk dat je als logistiek dienstverlener veel hoger in de keten kan komen dan als handelaar. Bij handel gaat het puur over de prijs. Logistiek is procesgericht, dan kom je een niveau hoger."

## 'Duitse retailers zijn gevoelig voor prijs'

## Prijsonderhandeling

Op het gebied van prijsonderhandelingen heeft Houbolt een goede tip. "Van oudsher hebben veel winkeliers zich verenigd in een inkoopcoöperatie. Zo zit die cultuur in elkaar. Kom





daar niet aan met het verhaal dat jouw tomaten meer winst per vierkante meter opbrengen. Een inkoper wordt afgerekend op de inkoopprijs, niet op de mogelijke winst. Die focus op prijs biedt wel een groot voordeel. Houbolt: "Hoe gestructureerd en hoe strak het concept van de Duitse retailer ook staat, hij is altijd gevoelig voor prijs. Er is dus altijd een deurtje te forceren om binnen te komen."

### Zelf de markt op

Royal Lemkes opereert zelfstandig in de Duitse markt. Er komt geen handelsagent bij te pas. "Dat is in het begin wel moeilijk, want je moet zelf actief op zoek gaan naar klanten en je product zelf aan de man brengen. Maar het voordeel is dat je aan niemand vastzit als de zaken goed gaan. Het is namelijk moeilijk om weer van een handelsagent af te komen."

Bij het betreden van de markt heeft Houbolt weinig obstakels ervaren. "Voor elke nieuwe markt geldt: leef je in in de cultuur. Hoe gaan mensen met elkaar om. Voor Duitsland geldt dat er een strikte hiërarchie is binnen bedrijven, houd je daar aan. Spreek mensen aan met u, wil je overgaan op 'jij' dan moet je dat eerst overleggen. Duurzaamheid speelt bovendien een belangrijkere rol in Duitsland dan in Nederland. Beheersing van de Duitse taal is geen must, maar wordt wel erg gewaardeerd."

### Online en offline vullen elkaar aan

Natuurlijk kan Royal Lemkes niet om de opkomst van online heen. Houbold denkt dat juist de combinatie van on- en offline extra kansen biedt. "Uit klantonderzoek blijkt dat 35 procent eerst een plant pakt en hem later weer terugzet. Omdat ze niet weten hoe ze hem moeten verzorgen of hoe lang die meegaat. Als je zorgt dat die informatie online te vinden is, denk ik dat we dat percentage kunnen verminderen."

### Tip

**Huiswerk, huiswerk en nog eens huiswerk. Krijg gevoel voor zo'n land. "Neem een boodschappenlijstje mee en rijd er mee naar Duitsland. Ga er eens naar de bioscoop, ga op vakantie naar een plek waar de Duitsers ook vakantie vieren."**





# Zakendoen in Duitsland

3

Je onderneming uitbreiden naar Duitsland is een goed plan. Het ligt vlakbij, er is een flinke afzetmarkt met 82 miljoen inwoners en de cultuur komt in grote lijnen overeen met die van ons. Hans Biesheuvel, voorzitter van MKB-Nederland, deed als ondernemer veel zaken in Duitsland. Biesheuvel is optimistisch over de kansen: "Als mkb-bedrijven eenmaal de grens over gaan, zijn ze bijna altijd succesvol."

Om succes te behalen, doe je er goed aan om een plan op te stellen. Laten we duidelijker zijn; zonder plan de Duitse markt opgaan, pakt in 99 procent van de gevallen slecht uit. “Duitsland doe je er namelijk niet ‘eventjes bij’”, aldus Nienke Pilkes van Gateway to Germany. Je Duitse zakenpartner verwacht dat je tot op het bot voorbereid bent.

### 3.1 Exporteren en vestigen in Duitsland

De meeste ondernemers kiezen ervoor om vanuit Nederland de Duitse markt te bewerken. Ze gaan dus met een Nederlands bedrijf exporteren. “Dat brengt de minste administratieve lasten met zich mee en juridisch gezien scheelt het ook een hoop werk”, legt jurist Andreas Lutze uit van Lutze Haukes Rechtsanwälte. De andere mogelijkheden zijn het oprichten van een Duits filiaal van je Nederlandse onderneming of het starten van een volledig Duitse onderneming: doorgaans in de vorm van een *Gesellschaft mit beschränkter Haftung* (GmbH), de Duitse variant van een bv. Andreas Lutze: “Bij deze laatste twee opties ben je verplicht om vennootschapsbelasting te betalen, dat ligt in Duitsland rond de 15 procent en is in het hele land gelijk. Voor een GmbH is de totale belastingdruk ongeveer 30 procent.” Duitsland wordt bovendien vaak geassocieerd met bureaucratie, al scoort Duitsland op het gemak van zakendoen in het algemeen beter dan Nederland volgens de Wereldbank. In 2013 staat Duitsland op de 20e plek, Nederland op de 31e plek van in totaal 185 landen. Het oprichten van een bedrijf is andere koek, daar staat Duitsland op de 106e plaats en Nederland op de 67e. Het duurt gemiddeld 15 dagen voor je up and running bent in Duitsland, drie keer zo lang als hier. In Duitsland moet je bovendien een negental procedures door, in Nederland zijn dat er vijf.

Dan ga ik voor optie 1, zul je denken. Dat is lekker makkelijk en scheelt een hoop regelwerk. Maar er is een groot nadeel: je presenteert je als een Nederlands bedrijf op de Duitse markt. En dat wekt weinig vertrouwen bij je Duitse zakenpartner. Onderzoek van Gateway to Germany toont dit ook aan: “Een Nederlandse onderneming die actief is met Nederlandse verkopers op de Duitse markt heeft de kleinste kans van slagen.” Ga

je dus voor optie één, neem dan een Duitse verkoper in dienst of een Duitse handelsagent in de arm. Meer over de juridische en contractuele kant lees je in hoofdstuk 3.5.

#### GmbH wekt vertrouwen

Als je een betrouwbare indruk wil maken op je Duitse zakenpartner, kun je het beste voor de GmbH gaan. Jurist Andreas Lutze: “Omdat er qua administratieve en juridische verplichtingen niet zoveel verschil zit tussen een filiaal en een volledig Duits bedrijf starten, gaan de meeste ondernemers liever voor de laatste mogelijkheid. Dit heeft vooral een commerciële reden, want zo geven ze hun Duitse zakenpartner het gevoel dat ze te maken hebben met een Duitse partij, ook al gaat er in tweede instantie een Nederlands bedrijf achter schuil.” Voorzitter van MKB-Nederland Hans Biesheuvel heeft twintig jaar ervaring met ondernemen in Duitsland en beaamt dit: “Met Biesheuvel Techniek in Venlo ging onze verkoop pas echt lekker lopen toen we een GmbH hadden in Düsseldorf, net over de grens. Het was gewoon een postbus BV, de factuur kwam uit Düsseldorf, dat was voldoende. Als je zaken doet met de grote bedrijven als Siemens is dit niet belangrijk, maar om zaken te doen in de Duitse regio’s is het van levensbelang.”

#### In drie stappen de Duitse markt op

Een goede voorbereiding is cruciaal, als je zaken wil doen in Duitsland. Nienke Pilkes van Gateway to Germany: “De kans dat je meteen iemand aan de haak slaat is dan wel klein, maar je weet maar nooit. Straks heb je gelijk beet en sta je met je mond vol tanden als er wordt gevraagd naar een Duitstalige brochure van je product. Ik hanteer daarom een driestappenplan. Check de interne organisatie, check je product en check je marketing. Als dit in orde is, ga dan pas op zoek naar Duitse zakenpartners.” Dit driestappenplan kan je zien als onderdeel van je totale ondernemingsplan voor Duitsland.

Meer lezen:

[Ga naar \[www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland\]\(http://www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland\)](http://www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland)



## 3.2 Handelspartners zoeken

Heb je alles in Nederland geregeld, dan kan de zoektocht naar handelspartners beginnen. Nienke Pilkes: "Doorgaans duurt het minstens zes maanden voor je een geschikte handelsagent of afnemer hebt gevonden en zul je pas in het tweede jaar kunnen zeggen dat je goed begint te draaien. Laat je hier zeker niet door tegenhouden, maar weet wel dat je een lange adem nodig hebt om te starten op de Duitse markt. Ben je eenmaal binnen, dan zit je goed." Een slimme methode om de Duitse markt op te komen, is via bestaande Nederlandse klanten die connecties hebben in Duitsland. Zowel Michiel de Jong van De Stroomplantage als Ronald van Uffelen van Marvo Technologies B.V hebben hier ervaring mee. Ronald van Uffelen: "Indirect is die Duitse firma verantwoordelijk voor 20 procent van onze totale omzet." Michiel de Jong gebruikte de tactiek vooral als opstapje naar de Duitse markt: "Dat was voor ons een iets vertrouwde springplank, van daaruit zijn we verder gaan kijken."

### Handelsagent en distributeur

Zie je het niet zitten om zelf actief naar Duitse afnemers te zoeken, dan kun je de hulp van een handelsagent inschakelen. Dat is een zelfstandig werkende ondernemer die op basis van een contract voor jou kan bemiddelen. Ronald van Uffelen heeft hier geen goede ervaringen mee: "We hebben in het verleden agenten gebruikt, maar dat leverde veel niet-passende aanvragen op dus daar zijn we mee gestopt." Ook Chris Houbolt van Royal Lemkes doet het op eigen kracht. "De noodzaak van een agent in Duitsland is veel minder, omdat het cultuurverschil zo klein is." Over agentenwetgeving lees je meer in hoofdstuk 3.5.

*Ga naar [www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland)*

### Diplomatieke postennetwerk

De diplomatieke posten in Duitsland kunnen je ook helpen aan de nodige contacten. Hanno Würzner, hoofd economische afdeling van de Nederlandse ambassade in Berlijn: "Ons postennetwerk bestaat uit de Ambassade in Berlijn, de Consu-

laten-Generaal in Düsseldorf en München en vier Nederlands Business Support Offices (NBSO's). Wij adviseren, introduceren en begeleiden Nederlandse bedrijven op de Duitse markt. Zo behandelen we jaarlijks ruim 1650 handelsvragen, ontvangen we tientallen delegaties en honderden bezoekers, ondersteunen we collectieve beursinzendingen en voeren we voor zeker zeventig bedrijven een zakenpartnerscan uit. Daarnaast werken we intensief samen met de Nederlandse topsectoren om onbenutte kansen te verzilveren. Een goed voorbeeld hiervan is het door de vorige minister van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie Maxime Verhagen gelanceerde Zuid-Duitsland initiatief, dat gericht is op meer export naar en innovatiesamenwerking met de deelstaten Hessen, Baden-Württemberg en Beieren"

### Beurzen en congressen

Een goede plek om met potentiële zakenpartners in contact te komen is op een congres of beurs. Duitsland is een beursland bij uitstek, voor iedere sector is er wel een interessante vakbeurs te vinden en hoort ook zeker thuis in je strategie om aan geschikte handelspartners te vinden. Jeroen Venema van MediMobility: "Wij bezoeken elk jaar de grootste vakbeurs van medische hulpmiddelen in Duitsland, en Europa, REHA-CARE in Düsseldorf. Op deze beurs vind je alle merken, nieuwe producten, fabrikanten en leveranciers van medische hulpmiddelen. Een jaarlijks bezoek aan deze beurs is een must om je kennis, contacten en assortiment op pijl te houden." Ook voor een beurs geldt; bereid je goed voor. Marc Huyzer van Spires in Motion: "Voordat wij vorig jaar naar de windenergiebeurs in Husum gingen, hebben we een lijst uitgedraaid van alle stands. Daaruit hebben we een selectie gemaakt en bij die bedrijven zijn we langs gegaan met onze website en een duidelijk verhaal over de voordelen. Mijn ervaring is dat als je een sterk onderbouwd verhaal hebt, ze graag naar je luisteren. Verwacht wel kritische vragen over elk detail."



## Netwerken

Uiteraard is ouderwets netwerken ook goed om aan nieuwe klanten te komen. Bijvoorbeeld via de *'Handelskreizen'*. Chris Houbolt van Royal Lemkes in het webinar 'Ondernemen in Duitsland': "Van oudsher hebben veel Duitse winkeliers zich verenigd in een inkoopcoöperatie." Hans Biesheuvel, voorzitter MKB-Nederland en ondernemer, vult aan: "Duitsers zijn heel erg gericht op het bundelen van krachten om tegen de laagste prijs in te kunnen kopen. Het is goed voor je netwerk als je je daarbij aansluit. Mijn ervaring is dat de deur altijd voor je openstaat, als je interesse toont."

## Handelsreizen

De overheid, brancheorganisaties en diverse zelfstandige handelsorganisaties organiseren geregeld handelsmissies naar Duitsland. Ga je mee op zo'n missie, dan leer je het land en de cultuur kennen én ontmoet je de juiste mensen, vaak een garantie voor een geslaagde deal. Organisaties die dit soort reizen organiseren zijn: Agentschap NL, de Nederlandse ambassade in Duitsland, Koninklijke Metaalunie, de Kamer van Koophandel, de Duits-Nederlandse Handelskamer (DNHK) en Gateway to Germany. Hou de websites van deze organisaties in de gaten om te zien wanneer de eerstvolgende missie naar Duitsland gaat. Ronald van Uffelen van Marvo gaat in 2013 naar Nedersachsen met brancheorganisatie Koninklijke Metaalunie: "Van tevoren hebben we een intakegesprek bij de branche. Zij stellen dan een bedrijfsprofiel op, dat naar prospects wordt gestuurd. Voordat de gesprekken plaatsvinden, krijgen wij informatie over de inkoopende bedrijven. Ik bestuurde dit en de websites van de bedrijven altijd uitvoerig, zodat ik me goed kan inleven in de problematiek van de (potentiële) klant."

### Tip: Zakenpartnerscan

De medewerkers van ambassades, consulaten, Netherlands Business Support Offices (NBSO's) en Netherlands Agri Business Support Offices (NABSO's) kunnen in hun netwerk naar geschikte kandidaten zoeken met de Zakenpartnerscan. Deze kost 500 euro.

## 3.3 Duitse zakenmentaliteit

Zoals je al in hoofdstuk 2 hebt kunnen lezen, zijn Duitsers *gründlich, pünktlich en ordentlich*. Duitsers gaan voor zekerheid (ze hebben ook de meeste verzekeringen). Waarom veranderen als *Zuhause alles Besser ist?* Veranderingen vergen dus veel tijd en geduld, ook voor het bedrijfsleven. Duitsers zijn verder vriendelijk en hoffelijk maar gedragen zich zakelijk en formeel, in tegenstelling tot de losse zelfbewuste Nederlander die al snel wat informeler wordt. Hans Biesheuvel in het webinar 'Ondernemen in Duitsland': "Jouw Duitse zakenpartner neemt de afspraak heel serieus en verwacht dat jij dat ook doet. In 'even een kopje koffie drinken' is een Duitser nauwelijks geïnteresseerd. Die gaat volledig voor de inhoud en dat is een andere aanliegroute dan de nonchalante manier waarop we er in Nederland soms mee omgaan."

## Hiërarchisch

Nederland kent veel platte organisaties, waar de eigenaar gewoon in dezelfde ruimte zit als de mensen die hij aanstuurt en waar je elkaar met de voornaam en 'je' of 'jij' kunt aanspreken. In Duitsland zie je dit nauwelijks. In eerste instantie spreek je mensen aan met *Herr* of *Frau* plus de achternaam en *Sie* (u). Heeft diegene een doctorstitel op zak, dan spreek je hem of haar daar doorgaans ook mee aan en wordt het *Herr* - of *Frau Doktor*, gevolgd door de achternaam. Marc Huyzer van Spares in Motion: "Mijn compagnon maakte ooit de fout dat niet te doen en dan kijken ze je wel een beetje moeilijk aan. Boos worden ze niet, maar ze waarderen het ook niet."

## De baas te spreken krijgen

Door de strikte hiërarchie, kan het een tijdje duren voor je de beslissingsbevoegde te spreken krijgt. Nienke Pilkes: "Bel je bijvoorbeeld, dan krijg je eerst een secretaresse aan de lijn. Die moet je snel en in goed Duits kunnen uitleggen waarom je belt en wat je het bedrijf te bieden hebt. Zie het als een *elevator pitch*." Vaak krijg je de baas niet meteen in het eerste gesprek al aan de lijn, kijk niet raar op als je een paar keer terug moet bellen. "Zie het maar als een machtspeel, een test."



Laat ze merken dat je overtuigd bent van je product en het graag wil verkopen.”

Een alternatief is een duidelijke brief met brochure, uiteraard in correct Duits. Hierin licht je je bedrijf en je producten toe. Bel na één of twee weken of ze je brief in goede orde hebben ontvangen. Mailen werkt doorgaans minder goed. Benadruk een lange staat van dienst en eventuele grote klanten, dat wekt vertrouwen. Marc Huyzer: “Wij hebben voor Spares in Motion tien jaar lang gewerkt in de aerospace, bij Fokker. Dat vinden ze interessant, geeft ze het gevoel dat we verstand van zaken hebben.”

### Risicomijdend

Zakendoen met een Nederlander is voor een Duitser al meer risico dan zakendoen met iemand van zijn eigen nationaliteit. Dat betekent dat je goed je best moet doen om je Duitse zakenpartner te overtuigen van de kwaliteit van jouw product of dienst. “Beslissingen worden genomen op grond van harde feiten; een fraaie prospectus overtuigt pas als deze vergezeld gaat van cijfermateriaal, productanalyses, uitkomsten van marktonderzoek en ander onderzoek. Houd bij een presentatie van een voorstel rekening met wetten en producteisen en laat merken dat je ook daarover goed hebt nagedacht”, tipt Menno Schrok van Agentschap NL. Het kweken van vertrouwen kan lang duren en vereist de nodige inspanning.

- **Aan het begin van het gesprek kan je het best over voetbal of politiek hebben, maar tijdens het gesprek zelf kun je deze onderwerpen beter vermijden. Al wordt kennis van de Duitse politiek of actualiteit wel erg gewaardeerd.**
- **Laat altijd je Duitstalige visitekaartje achter, ook als de persoon die je wil spreken afwezig is. Op je visitekaartje vermeld je duidelijk je functie.**

### Kom goed voor de dag

Een mooie auto, gepoetste schoenen, nette kleding; allemaal zaken waar je Duitse zakenpartner veel waarde aan hecht. Statussymbolen zoals een dure (maar degelijke) Duitse wagen zul je regelmatig tegenkomen in het Duitse bedrijfsleven.

## 3.4 Marketing

Heel belangrijk, hoe ga je je product in de Duitse markt zetten? “Met het vertalen van je Nederlandse website en reclamemateriaal naar het Duits, ben je er niet. Wat in Nederland werkt, slaat niet vanzelfsprekend goed aan in Duitsland”, aldus Ruurd van der Weide van Fingerspitzengefühl. Nienke Pilkes vult aan: “Kortweg spelen we in Nederland meer op het gevoel, in Duitsland gaan reclames dieper in op de technische aspecten. Vergelijk maar eens een Nederlandse autoreclame met een Duitse. In Nederland zie je veel landschappen, in Duitsland krijg je een kijkje onder de motorkap.”

### Duitse look en feel

Maar, hoe maak je je marketing nou Duitslandproof? Nienke Pilkes: “De Duitse consument ziet graag meer primaire kleuren en harde vormen. Kijk maar naar Mediamarkt, een van oorsprong Duits bedrijf. Felle, harde kleuren. Ook hun slogan *‘Ich bin doch nicht blöd’* is lekker direct.” Ruurd van der Weide van Fingerspitzengefühl: “Duitsers zijn gevoelig voor advies van mensen die hij vertrouwt. Ze zijn wel sceptisch, dus een praatje van Dr. Huppeldepup werkt niet, het moet onafhankelijk zijn. Onderschat niet het vermogen van een Duitse consument om door iets heen te prikken. Voor loze beloftes

### Tips van Agentschap NL en Gateway to Germany

- **Levertijden zijn keiharde deadlines, lever je te laat dan is dat een grove fout. “Denk niet dat een Duitser alleen dreigt met een advocaat, hij belt er ook echt één”, zegt Nienke Pilkes van Gateway to Germany.**
- **Kies jouw Unique Selling Point. Focus je op één kernkwaliteit en belicht die in het bijzonder. Overal de beste in zijn, dat gaat er bij de Duitse partij niet in.**
- **Maak afspraken enkele weken van tevoren. Kom nooit onverwacht binnenvallen voor een gedetailleerd gesprek.**



als ‘de beste’, ‘de grootste’ en ‘de snelste’ zijn ze allergisch en erger nog, als je het niet kunt waarmaken heb je zo een claim aan je broek hangen.”

### Social media

Duitsers maken natuurlijk ook gebruik van social media, maar wel op een andere manier. Ook hier geldt dat werk en privé meer gescheiden worden gehouden. Meest populair is Facebook (54 procent), gevolgd door Blogger (13 procent), Classmates (11 procent), Wer-kennt-wen (8 procent) en COSMIQ (6 procent). Twitter wordt vrij weinig gebruikt. LinkedIn is bezig met een opmars, meestal wordt XING gebruikt als zakelijk netwerk. Uiteindelijk is het natuurlijk afhankelijk van je doelgroep welk middel je gebruikt. Marc Huyzer richt zich op zakelijke dienstverleners: “LinkedIn werkt bij ons beter dan Twitter, dat is nog iets te nieuw voor onze technische klanten.” Gidsy moet het juist hebben van social media. Zo kunnen gebruikers reviews, activiteiten en favorieten delen via Facebook. Oprichter Edial Dekker: “Via mensen die positief over ons schrijven en praten, kunnen we meer mensen enthousiast maken.”

56

## 3.5 Wetgeving en belasting

De Duitse wet is strikt en zo wordt er ook naar geleefd. Er is een nationale grondwet, maar alle zestien deelstaten in Duitsland hebben ook een eigen grondwet, parlement en regering. Elke deelstaat stuurt vertegenwoordigers naar de landelijke *Bundesrat*.

Vaak verschillen bijvoorbeeld subsidies per deelstaat. Verdiep je dus in de wetgeving van de specifieke deelstaat waar je gaat ondernemen. Een jurist, Agentschap NL of de ambassade kan je daarbij helpen.

Ga naar [www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland)

### Verskil: debiteurenbescherming

Jurist Andreas Lutze van Lutze Haukes Rechtsanwalte: “Het belangrijkste onderlinge juridische verschil is dat in Duitsland de debiteur beschermd is en in Nederland de crediteur.” Hou

daar ook rekening mee in je algemene voorwaarden. “Het is normaal om hierin op te nemen dat alle vorderingen die jouw klant bij zijn klanten heeft uitstaan, aan jou worden overgedragen tot hij zijn schuld aan jou heeft betaald. Dit is een goed middel waardoor je zekerheid kan creëren. Om hiervan gebruik te maken, moet je wel met je klant afspreken dat jullie zakendoen conform Duits recht.”

Hoe uit zich die debiteurenbescherming? Lutze: “Stel jouw Duitse klant betaalt niet. Dan moet je een gerechtelijke titel krijgen waarmee je je vordering kan executeren. Op basis van de uitspraak van de rechter stuur je de deurwaarder op pad. In Nederland is het makkelijker om beslag te leggen op kapitaal van je debiteur totdat hij betaalt, bijvoorbeeld in de vorm van conservatoir beslag. Dat bestaat in Duitsland niet.”

### Algemene voorwaarden

Vaak zijn Nederlandse bedrijven meer bereid om naar de Duitse wet over te schakelen in plaats van andersom. Voor een Duitser zijn Nederlandse algemene voorwaarden verwarrend en dat kan ertoe leiden dat hij afhaakt in het onderhandelingsproces. Spreek duidelijk af wiens algemene voorwaarden van toepassing zijn en waar de bevoegde rechter zit. Andreas Lutze: “Maak je afspraken conform Duits recht, dan is het logisch dat je overeenkomt ook een Duitse bevoegde rechter in te schakelen in het geval van een geschil. Maak je afspraken conform Nederlands recht, dan is dat een Nederlander. Dit is niet verplicht, maar het scheelt tijd en geld omdat de rechter zich niet in een ander rechtssysteem hoeft te verdiepen.

57

### Correct Duits

**Vertaal niet zomaar je Nederlandse algemene voorwaarden één op één naar het Duits, maar vraag advies aan een jurist zodat je zeker weet dat je handelt naar de Duitse wet (in het Duitse Burgerlijk Wetboek is regelgeving over algemene voorwaarden opgenomen). Laat alles in correct Duits vertalen. In je algemene voorwaarden leg je verder zaken als betaling, eigendomsvoorbehoud en aansprakelijkheid vast.**



## Agentenwetgeving

Laat je juridisch goed voorlichten voordat je met een Duitse handelsagent in zee gaat en een agentuurovereenkomst met hem afsluit. De Duitse handelsagentenwetgeving kent namelijk behoorlijk wat haken en ogen. Zo heeft een handelsagent na beëindiging van de samenwerking recht op de zogenoemde 'Ausgleichsanspruch', ofwel klantenvergoeding. Precies de reden waarom Chris Houbolt van Royal Lemkes geen gebruik maakt van een handelsagent: "Zonder handelsagent de markt op kost je in het begin wel veel tijd, maar het scheelt dat als het goed gaat, je ook niet aan iemand vastzit waar je moeilijk nog vanaf komt." De agentuur-overeenkomst in Duitsland kent een opzegtermijn van één tot zes maanden.

## 3.6 Logistiek

Je product naar Duitsland vervoeren hoeft niet zo ingewikkeld te zijn. Veruit het meeste transport gebeurt per vrachtwagen. Het is een snelle en flexibele manier van vervoeren. Ben je toeleverancier, dan is het slim om dichtbij de grens te zitten. Hans Biesheuvel was in het verleden eigenaar van Biesheuvel Techniek en gevestigd in Venlo, vlakbij het Ruhrgebied. In het webinar 'Ondernemen in Duitsland' vertelt hij: "Venlo is een belangrijk logistiek centrum van Nederland en ingesteld op tempo maken. Ik heb er in het verleden veel voordeel van gehad. Onze Duitse leveranciers leverden altijd via Venlo, dus wij waren de eersten die beschikten over de producten. En zo konden we binnen twee uur leveren in Nederland."

### Rotterdamse haven

De belangrijkste exportproducten van Nederland naar Duitsland zijn kolen, olie en chemicaliën, maar eigenlijk zijn dit doorvoerproducten die via de haven van Rotterdam met binnenvaartschepen naar Nordrhein-Westfalen worden gebracht. De haven van Duisburg (NRW) is de belangrijkste binnenhaven van Duitsland en Europa en ligt op het punt waar de Ruhr en de Rijn samenkomen. De meeste mkb-ondernemers doen het transport echter per vrachtauto.

### Tip: Milieustickers

Op 1 januari 2008 zijn in verschillende Duitse binnensteden Umweltzonen (milieuzones) ingesteld. Deze zones zijn alleen toegankelijk voor voertuigen die voorzien zijn van een Feinstaubplakette (milieusticker). Dit geldt zowel voor personen- als vrachtauto's.

58

### Verpakkingen -VerpackV

Exporteer je producten met verpakking en ben je juridisch eigenaar, dan krijg je te maken met de verpakkingsverordening (VerpackV). Alle bedrijven op de Duitse markt zijn verplicht de verpakking van hun producten terug te nemen en te recyclen. Hiervoor moet je je aansluiten bij een duaal systeem. Daar zijn er negen van, zoals Der Grüne Punkt of Duales System Deutschland GmbH. Zij zorgen in opdracht van bedrijven ervoor dat de verpakkingen worden ingezameld en gerecycled en geven dit door aan de overheid. Hoef je dus niet zelf te doen, maar je moet er wel voor betalen. Voldoe je hier niet aan, dan kan je een boete krijgen van duizenden euro's per artikel.

### Etiketten en handleidingen

Voor bepaalde producten, zoals voedingsmiddelen, textiel en elektronische apparaten gelden strikte regels op het gebied van etikettering. Je bent verplicht om deze etiketten in het Duits aan het bieden. Moet jouw product nog in elkaar gezet worden door de klant, ook dan moet je een duidelijke Duitstalige handleiding bij het product aanbieden. Een logistiek dienstverlener kan je hierbij helpen.

59





De Duitse overheid investeert de komende tien jaar tweehonderd miljard euro in duurzame energie, zoals wind- en zonne energie. Duurzaam is dus booming in Duitsland, dat weten Marc Huyzer en Jochem Sauer van Spares in Motion ook. De twee Nederlandse ondernemers doen goede zaken op de Duitse markt met hun online platform waar vraag en aanbod van reserveonderdelen voor windturbines samenkomt.

## 'Duurzame energie is booming in Duitsland.'

"Spares in Motion is eigenlijk een soort marktplaats.nl, maar dan voor kopers en verkopers van onderdelen voor windturbines", vertelt Marc Huyzer. De missie is om onafhankelijke servicebedrijven van over de hele wereld samen te brengen op hun platform. Maar je moet ergens beginnen, dus focus- sen ze nu op Europa. Om specifiek te zijn op Nederland, het

Verenigd Koninkrijk, Spanje en natuurlijk Duitsland. "Bij het maken van onze plannen hebben we meteen naar de Duitse markt gekeken, omdat het dichtbij is en de

cultuur vergelijkbaar is met de Nederlandse. En niet geheel onbelangrijk: duurzame energie speelt daar veel meer dan hier, dus er is veel potentie", vertelt Huyzer. "Ter illustratie: in Duitsland staan 20.000 windturbines, in Nederland 1900." Vooral de oudere windmolens zijn voor de ondernemers van belang, omdat die na jaren dienst toe zijn aan onderhoud of reparatie. De huidige miljardeninvestering van de Duitse overheid in windenergie is voor Spares in Motion dus pas op termijn interessant.

### Op zoek naar klanten

Via de beurs zijn Huyzer en Sauer in contact gekomen met potentiële klanten. Huyzer: "Eens in de twee jaar wordt in het Duitse Husum de grootste windenergiebeurs ter wereld georganiseerd. Daar zijn we in 2012 naartoe gegaan en hebben we met zo'n vijftig partijen gesproken." Huyzer vindt het prettig zakendoen met Duitsers, omdat ze een serieuze handelspartner zijn. "Ze verwachten van je dat je goed voorbereid bent, en stellen hele moeilijke inhoudelijke vragen. Ze willen er gewoon zeker van zijn dat je betrouwbaar bent en verstand van zaken hebt. Een groot Duits bedrijf heeft ons op de beurs anderhalf uur lang kritische vragen gesteld, maar uiteindelijk waren ze overtuigd. En dan kan je ervan op aan dat ze je ook bellen als ze dat beloven. Ze zijn eerlijk en houden zich aan hun woord."



## Marketingstrategie

Spares in Motion is in september 2012 gelanceerd en heeft nu 200 unieke bezoekers per dag en 200 geregistreerde gebruikers. De helft van de totale omzet komt bij onze oosterburen vandaan. Hoe zorgen ze voor naamsbekendheid in Duitsland? "We zijn een online bedrijf, dus onze benadering van de markt gebeurt ook met name via het internet. We hebben een Duitstalige website, maken veel gebruik van Google Adwords en zijn actief op LinkedIn en Twitter. Persberichten doen het ook goed. Een vermelding in magazines als 'Neue Energie' en 'Sonne, Wind und Wärme' heeft veel effect." Op hun bericht in laatstgenoemde hebben Huyzer en Sauer dan ook veel reacties gekregen.

## Duurzaam heeft de toekomst

Volgens Huyzer is de windenergiemarkt in Duitsland erg open en jong. "Ze luisteren naar ons verhaal en geven eerlijk hun mening. Er zijn partijen die minder blij zijn met ons concept, omdat die baat hebben bij een ontransparante markt van vraag en aanbod. Maar over het algemeen zijn ze erg positief over Spares in Motion. We hebben afgelopen oktober zelfs als eerste niet-Duitse onderneming een presentatie gegeven op een bijeenkomst van de BWE, de Duitse associatie van de windmolenindustrie (Bundesverband WindEnergie)." Voor Huyzer een bevestiging dat zijn bedrijf de toekomst heeft. "Ons platform biedt de openheid die deze markt nodig heeft."



*Duitsland heeft inmiddels 20.000 windturbines*





# 4

## Kansen in Duitsland

De komende vijf jaar blijft Duitsland de sterke man van de EU. Volgens econoom Carsten Brzeski profiteer je daar als bedrijf optimaal van als je nauw bij de Duitse industrie betrokken bent, bijvoorbeeld als toeleverancier van de industrie. "In het zuiden zit de backbone van de Duitse industrie en daar liggen volop kansen, maar Nederlandse bedrijven weten die regio nauwelijks te vinden."

## 4.1 Online ondernemen

In 2012 groeide het aandeel e-commerce met 25 procent, volgens Ecommerce Europe. In Duitsland koopt 77 procent van de consumenten online goederen voor privégebruik. Alleen in Engeland (82 procent), Denemarken en Zweden (beide 79 procent) ligt het percentage hoger. Mannen zijn online sterker vertegenwoordigd dan vrouwen (81 procent ten opzichte van 70,5 procent). Tel daarbij op dat de afzetmarkt in Duitsland met 82 miljoen inwoners gigantisch is, en je weet: online verkoop heeft potentie in Duitsland. Hans Biesheuvel, voorzitter van MKB-Nederland, vertelt in het webinar 'Ondernemen in Duitsland': "Ook Duitsers hebben minder tijd om te shoppen, willen gemak. Op internet hebben ze overzicht en kunnen ze makkelijk vergelijken. Dat is ook voor Nederlanders een ongekende kans. Maar vergeet niet dat online ondernemen óók ondernemen is. Dus blijf nadenken, zorg dat je kwaliteit levert, je logistiek op orde is en je site in correct Duits is." Ga je een webshop openen, dan raadt Ruurd van der Weide een lokale strategie aan. "De verschillen in Duitsland zijn groot. Dus concentreer je bijvoorbeeld eerst alleen op de grote steden als Berlijn, Hamburg, München en Keulen of in een deelstaat, zoals Nordrhein-Westfalen. Zo kan je goed testen of je marketing aanslaat en daarna verder kijken." In de deelstaten Hamburg, Berlijn en Bremen wordt het meest gebruik gemaakt van het internet (rond de 80 procent). In Mecklenburg-Vorpommern, Saarland en Sachsen-Anhalt het minst (rond de 68 procent). (Bron: (n)onliner atlas 2012)

### Wat wordt het meest verkocht?

Mode is met een aandeel van 60 procent het meest belangrijke product van de Duitse e-commerce. Op de tweede plek staan beeld- en geluidsdragers met een omzet van ruim 3 miljard euro. Ook het aandeel van de online verkoop van diensten steeg flink, met name de verkoop van vliegtickets en trein- en concertkaartjes. Sebastian Maurer, manager van de Duitse business unit van SEOShop: "De trend gaat naar *everywhere commerce*, waarbij de klant kan bepalen wanneer, waar en hoe ze jouw product willen kopen." Zorg dus voor een mobiele site.

## Online wet- en regelgeving

De Duitse consument is goed beschermd. Dit heeft onder andere gevolgen voor het soort informatie dat je wel, en vooral niet, in je webwinkel mag vermelden. Ruurd van der Weide van Fingerspitzengefühl: "Heb je een webshop in Duitsland, ga dan niet de markt op met een vertaalde versie van je Nederlandse leveringsvoorwaarden. De meeste punten zullen in Duitsland niet rechtsgeldig zijn. Bovendien is het illegaal om zonder goede leveringsvoorwaarden in Duitsland te leveren en loop je het risico op 'abmahnungen', aanmaningen van je Duitse concurrent." Ook is het voor elke Duitse website verplicht een *Impressum* op te stellen, waar duidelijk in staat welk bedrijf achter de website zit.

Nog een paar opvallende verschillen tussen de Duitse en Nederlandse webwinkel:

- Bij verkoop op afstand geldt een bedenktijd van 14 dagen zonder opgave van redenen. (In Nederland 7 dagen).
- Bij de prijs van een product moet vermeld zijn of de prijs in- of exclusief btw en verzendkosten is, nog voordat een consument deze in het winkelwagentje plaatst.
- Op de 'buy-button' moet duidelijk aangegeven staan dat de klant overgaat to aankoop. In het Duits heet dat *kostenpflichtig bestellen*.

## Keurmerk

Het is een cliché, maar Duitsers zijn dol op degelijkheid en betrouwbaarheid. Ruurd van der Weide: "Het kan geen kwaad je webwinkel te voorzien van een keurmerk, maar het is niet verplicht." Online keurmerken in Duitsland zijn Trusted Shops, TÜV s@fer shopping, BVH-Gütesiegel, EHI Geprüfter Online-Shop en Internet privacy standards.

## Zorg voor inhoud

De Duitse consument wil graag weten wat hij of zij koopt. "Vaak zie je dat ze in een winkel het product gaan bekijken en proberen, maar het online kopen", zegt Jeroen Venema van MediMobility. Hij verkoopt online medische hulpapparatuur in Duitsland. "Wij hebben geen fysieke winkel in Duitsland, dus het product testen is moeilijk. De truc is dus om veel goede



informatie op je website te plaatsen. In de vorm van beschrijvingen maar ook filmpjes en foto's. Dat vergroot je betrouwbaarheid." Bij een goede inhoud hoort ook het optimaliseren van je teksten voor zoekmachines (SEO), vindt Venema. "Wij worden online veel beter gevonden dan onze Duitse concurrenten, omdat we letten op de juiste zoekwoorden."

## 4.2 Kansrijke sectoren

### Topsectoren

In 2011 zijn er negen topsectoren benoemd door de Nederlandse regering. In deze sectoren blinkt Nederland uit en is onze internationale concurrentiepositie goed. Voor alle topsectoren biedt Duitsland mogelijkheden.

68

### Agrifood en tuinbouw

Duitsland is de belangrijkste afnemer van de Nederlandse agrosector: 26,3 procent van de totale export gaat naar onze oosterburen. Belangrijkste trends zijn focus op regionale productie en biologische producten. Grote supermarkten bieden steeds vaker streekproducten aan. Afhankelijk van de regio, leveren de biologische producten 30 procent van de totale omzet. Omdat er zoveel vraag is naar biologische producten en de binnenlandse productie niet genoeg kan bieden, liggen hier kansen voor Nederlandse bedrijven. Nienke Pilkes van Gateway to Germany benadrukt de mogelijkheden voor het concept 'convenient food'. Pilkes: "In Duitsland kennen ze het idee van verse stoommaaltijden en voorgesneden groente niet. Voor een belegd broodje en iets te drinken moet je naar de bakker of helemaal de supermarkt door. En dat terwijl de Duitse consument ook wel behoefte heeft aan makkelijk, maar gezond. En biologisch."

Interessante regio's voor deze sector: Nedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Zuid-Duitsland

### Creative industrie

Duitsland is een grote speler op het gebied van de creatieve industrie en de concurrentie is groot. Nederland loopt op

een aantal gebieden voor, bijvoorbeeld als het gaat om open source, open design en open data-software. Ook liggen er kansen op gebied van gaming, dat steeds vaker online en op de mobiele telefoon of tablet plaatsvindt. Door de toenemende vergrijzing liggen er ook kansen op het gebied van design en gezondheid.

De cross-overs met de HTSM (high tech)-sector worden ook genoemd als belangrijke kansgebieden. Denk dan bijvoorbeeld aan mode (3D printers), verpakkingsdesign, duurzame mode maar ook automotive. Nederlands ontwerp doet het goed wereldwijd, ook in Duitsland. Niet voor niets is de Nederlander Adrian van Hooydonk chef design bij autofabrikant BMW. Ruurd van der Weide van het bedrijf Fingerspitzengefühl woont al een paar jaar in Berlijn en weet: "We hebben een goede naam in Duitsland. Nederland staat hier voor creativiteit, oplossingsgerichtheid en flexibiliteit. Daar hebben Duitsers behoefte aan. We hoeven onze nationaliteit dus zeker niet te verstoppen."

69

Interessante regio's voor deze sector: NRW, Bayern en Baden-Württemberg, Hamburg en Berlijn.

### Duurzame energie

Na de nucleaire ramp in Japan heeft regering-Merkel besloten dat Duitsland van de kerncentrales af moet en overstapt op groene energie: de 'Energiewende'. Er is de laatste jaren enorm geïnvesteerd in duurzame energie met behulp van subsidies en dat is niet zonder resultaat. Het aandeel duurzame energie is in 2012 gestegen naar 25 procent van de totale stroomvoorziening. Ter vergelijking: in Nederland is het aandeel 10 procent. Nederlandse bedrijven hebben veel verstand van opslag en transport van energie, en die kennis kan Duitsland goed gebruiken. Duitsland is een grote afnemer van kennis en technologie op het gebied van offshore wind. De komende tien jaar wordt 200 miljard euro geïnvesteerd in windmolenparken op zee. "Ben je hierin geïnteresseerd, dan is het slim om mee te gaan op de geplande handelsmissie naar Nedersachsen. Bremerhaven ligt in deze deelstaat, en daar is de Duitse offshore windindustrie geconcentreerd", vertelt Heleen Poppens van het ministerie van Buitenlandse Zaken.



Marcy Huyzer van Spares in Motion: "De duurzame energie-sector blijft groeien de komende jaren. De markt is best wel open, er zijn al veel fabrikanten en onafhankelijke servicepartijen actief. Er is nog steeds ruimte voor innovatieve ideeën." Michiel de Jong van De Stroomplantage: "Er komen steeds meer goedkope zonnepanelen op de markt uit China. Die invloed is de afgelopen 3 jaar enorm groot geweest. In positieve zin hebben die goedkope zonnepanelen het mogelijk gemaakt dat zonne-energie systemen zonder subsidie op brede schaal ingezet kunnen worden. In negatieve zin is de Duitse industrie in deze branche daardoor wel meer in de verdrukking gekomen."

Interessante regio's voor deze sector: Noord-Duitsland (voor de windmolenparken op zee), Zuid-Duitsland (grootverbruiker van energie, transport van noord naar zuid).

### HTSM (High Tech Systemen en Materialen)

"De topsector HTSM is een belangrijke aanjager van de Nederlandse economie en heeft duidelijk zijn vizier gericht op de Duitse markt", vertelt Lydia Aalpoel, economisch adviseur bij de Nederlandse ambassade in Berlijn. Kansen voor Nederlandse bedrijven liggen er in de sectoren automotive, machinebouw, IT en elektronica, bijvoorbeeld op het gebied van energiebesparing en duurzame materialen. Er is in Duitsland ook steeds meer vraag naar toeleveranciers. In het rapport 'Toeleveren aan de Duitse maakindustrie, een wereld te winnen' van het ING Economisch Bureau zegt het Duitse bedrijf Märkisches Werk dat ze door de economische omstandigheden verschuiven van producent van in- en uitlaatkleppen naar supplier, omdat dat een betere propositie richting hun klanten is: "Motorenbouwers hebben op deze manier te maken met minder leveranciers en kunnen zaken doen met één deskundige partij." Dat biedt kansen voor Nederlandse fabrikanten van componenten als leverancier: "Pluspunten van Nederlandse bedrijven zijn de knowhow en het meedenken op het gebied van productontwikkeling. Duitse bedrijven zijn hier van nature conversatiever in", aldus het bedrijf.

### Trend: uitbesteden

**Dit decennium groeit de omzet van de Duitse machinebouw, automobielsector en elektrotechnische industrie waarschijnlijk naar 1.000 miljard euro (in 2012 lag dat nog op 850 miljard). Trend is dat Duitse bedrijven steeds vaker processen uitbesteden aan het buitenland in plaats van het bedrijf om de hoek. Dat biedt kansen voor Nederlandse toeleveranciers. "Toeleveranciers in de rubber, metaal- en kunststofsector kunnen hun omzet in Duitsland met ruim 60 procent vergroten tot 2020", luidt het advies van econoom Jurjen Witteveen bij het ING Economisch Bureau.**

*Ga naar [www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkb servicedesk.nl/businessguideduitsland)*

## 4.3 Kansrijke regio's

Met name voor de agrarische sector liggen er kansen in het oosten van Duitsland en ook vlak over de grens in het Ruhrgebied in Nordrhein-Westfalen laten Nederlandse toeleveranciers nog veel kansen onbenut. Maar zowel de Nederlandse ambassade, Agentschap NL als het ING Economisch Bureau zijn het erover eens: de grote klapper is Zuid-Duitsland. Vorig jaar oktober was voormalig minister van Economische Zaken Maxime Verhagen op handelsmissie naar Bayern. De reden; Nederlandse ondernemers koppelen aan hun Zuid-Duitse collega's. Met name voor de maakindustrie valt hier nog een wereld aan nieuwe klanten te winnen, want dit is met grote auto- en machinefabrikanten immers de backbone van de Duitse industrie. Het marktaandeel van Nederland is nu nog maar 6,3 procent. Deze Nederlandse toeleveranciers exporteerden in 2011 voor 6,2 miljard naar Duitsland, terwijl dit zou kunnen groeien naar 10 miljard. Bovendien kunnen bedrijven via de Duitse markt ook profiteren van de economische groei in China, omdat Duitsland een belangrijk exporteur is naar China: 20 procent van de maakindustrie in Duitsland gaat naar China.



# INTERVIEW



In Berlijn barst het van het talent en dus ook van de creatieve, innovatieve bedrijfjes en start-ups. Eén daarvan is Gidsy, in 2011 bedacht en opgezet door de Nederlandse broers Edial en Floris Dekker. “Op Gidsy.com kunnen mensen tours, workshops, activiteiten en lokale evenementen aanbieden en boeken”, vertelt Edial. “In het begin alleen in Berlijn, maar dankzij een flinke investering van Sunstone Capital en acteur Ashton Kutcher kunnen we nu de rest van de wereld over.”

Het begon allemaal met het plan van Edial en Floris om eetbare paddestoelen te zoeken in de buurt van Berlijn. Maar: waar vind je snel iemand die je kan vertellen welke wel en niet giftig zijn? “We ontdekten dat er heel veel mensen zijn die hun kennis willen aanbieden, maar

voor wie er nog geen podium was”, vertelt Edial. Met Gidsy is dat er nu wel en het resultaat mag er zijn. “Mensen ontmoeten elkaar via Gidsy,

worden verliefd op elkaar, leren nieuwe dingen van mensen die een grote passie hebben voor iets. Van een dumpling tour in Chinatown, tot een graffitiwandeling in Berlijn en oesters vinden in Zeeland, je kunt het zo gek niet bedenken of het staat op Gidsy.”

En dat terwijl de broers vier jaar geleden in eerste instantie naar Berlijn kwamen om een designstudio te starten. “Dat hebben we 2,5 jaar gedaan en hoewel we leuke klanten hadden als Deutsche Telekom, Nokia en Etsy, haalden we meer plezier uit onze eigen projecten. Gidsy was een logische volgende stap en eigenlijk kijken we nooit meer terug.”

## Het voordeel van Berlijn

Dat Gidsy zo hard groeit, is mede te danken aan Berlijn. “Mensen volgen hier hun dromen, daarom zijn ook wij vier jaar geleden naar Berlijn gegaan. Plus: er is hier veel talent. In de vorm van programmeurs, designers, maar ook community-managers. De ‘tech-scene’ groeit ontzettend snel hier, het is voor een start-up de beste plek in Europese Unie om te zijn op dit moment.

Mensen zijn ondernemend en op zoek naar avontuur. Dat past goed bij Gidsy.”

Maar, hoe weet je nou waar het gebeurt in Berlijn? Edial heeft tips: “Het helpt om dichtbij dingen te zitten. Rondom Kottbusser Tor in de wijk Kreuzberg, waar wij zitten, zijn ontzettend veel startups. Hetzelfde geldt voor Rosenthaler Platz in Mitte. Het is geen toeval



dat beide plekken maar een paar metrostations van elkaar verwijderd zijn, de 'U8' speelt een belangrijke rol voor startups hier."

### Ashton Kutcher

Naast het inspirerende Berlijn, heeft Gidsy ook veel te danken aan de investering van 1,2 miljoen dollar van onder andere de Amerikaans acteur en presentator Ashton Kutcher. Dat leverde bovendien goede PR op. Edial: "Ashton was al een investeerder in het bedrijf van goede vrienden van ons, de jongens van Soundcloud. Zo heeft hij ons gevonden." Hoe ze Gidsy verder onder de aandacht brengen? "Gidsy gaat om mensen, dus we proberen zoveel mogelijk mensen enthousiast te maken. Via mensen die over ons schrijven, maar ook door ervoor te zorgen dat mensen over je praten." Edial ziet de toekomst van Gidsy zonnig in. "Wij gaan de Lonely Planet vervangen", weet hij. Gidsy werd onder andere al genomineerd in de categorie 'Best German Startup' voor The Europas, de verkiezing van de meest innovatieve tech bedrijven in de EU.

### Arm, maar innovatief

Berlijn is echter niet alleen rozengeur en maneschijn. "Het is een arme stad en dat is niet per se sexy. Sterker nog, in veel wijken is de werkloosheid ontzettend hoog. Er zijn maar een paar sectoren waarin het makkelijk is om werk te vinden.

Technologie is er zeker één van. De kosten zijn hier relatief laag en er is genoeg talent. Er gebeuren heel veel innovatieve dingen. Er is een nieuwe generatie van vaak buitenlandse jonge ondernemers, die in Berlijn starten om iets groots te maken." Edial en Floris zijn er twee van.



"Wij willen zonne-energie vanzelfsprekend maken", luidt het credo van De Stroomplantage uit Arnhem. Sinds 2009 zijn eigenaren Michiel de Jong en Marco Savelsbergh bezig om zowel particulier als bedrijf in Nederland en het buitenland aan de zonnepanelen te krijgen. Uiteraard ook in Duitsland, dé markt voor elke energiebewuste ondernemer.



## 'Wij onderscheiden ons met service en flexibiliteit'

De Jong en Savelsbergh keken al snel na de oprichting van De Stroomplantage in Nederland met interesse naar de Duitse markt. De Jong: "Ze lopen daar ver voor, dat biedt potentie. In eerste instantie zijn we via Nederlandse klanten die in Duitsland al een vestiging hadden de markt opgegaan, dat was voor ons een iets vertrouwde springplank. Van daaruit zijn we verder gaan kijken. De Duits-Nederlandse Handelskamer heeft ons ook aan goede contacten geholpen."

### Duurzaam Duitsland

Duurzame energie is in Duitsland niets nieuws onder de zon. De overheid stimuleert het al jaren, in het kader van de Energiewende. Ieder huishouden in Duitsland betaalt eraan mee in de vorm van een bijdrage per kilowattuur. Die bijdrage gaat in een pot, de eigenaren van zonnecollectoren voegen hun stroom toe aan het net en krijgen uit die pot subsidie. "Dankzij deze stimulerende maatregelen is er al tien jaar lang een bloeiende markt op dit vlak", vertelt De Jong. Al denkt hij dat de mentaliteit van de Duitsers ook helpt: "Ik heb de indruk dat Duitsers bewuster in het leven staan en ook een langere investeringshorizon accepteren. Als je naar energie kijkt is dat overduidelijk zichtbaar."

### Oost-Duitsland

Inmiddels hebben De Jong en zijn compagnon al aardig wat grote projecten in Duitsland gerealiseerd. "Onze klanten zitten vooral in de agrarische sector. We bouwen vaak zonnepanelen op de daken van stallen bijvoorbeeld. Dat kan zo om duizenden zonnecollectoren gaan." Die boerenbedrijven zitten voornamelijk in voormalig Oost-Duitsland, dus Duits spreken is een must voor De Jong. "Ik zou niet zonder beheersing van de Duitse taal de markt opgaan. Dan zijn de gesprekken niet te doen."

### Concurrentie

De Stroomplantage is dankzij de bloeiende duurzame energiemarkt in Duitsland niet de enige aanbieder van zonnepanelen. Hoe onderscheiden ze zich? De Jong: "Wij kunnen concurreren op flexibiliteit en service. Dat is toch een beetje onze Hollandse, lossere aanpak. Stel we zijn bezig met een project en de situatie wijzigt, dan schakelen we sneller en gaan we niet eerst eens even het contract erbij pakken. Dat wordt erg gewaardeerd door onze Duitse klanten. Neemt niet weg dat we op het gebied van kwaliteit hard ons best moeten doen om de Duitse standaard bij te benen. Die hebben immers al jaren meer ervaring."

### Offerte

Die Hollandse aanpak werkt overigens niet bij het opstellen van offertes. "Als ik voor een Nederlands bedrijf een offerte zou maken, dan zeg ik dat ik voor hem een systeem installeer voor een bepaald bedrag en heb je meer bandbreedte. Het gaat vaak op vertrouwen. In Duitsland vragen ze een compleet gespecificeerde offerte. Niet eens alleen op financieel gebied, ook op technisch vlak moet alles tot achter de komma. En wat je met elkaar afspreekt, kom je ook na. Gebeurt dat niet, dan kan je elkaar daarop wijzen."

### Tip

**"De Duitse markt is groot, maak keuzes. Waar wil je zijn, wie zijn je klanten? Daarnaast, zoek goede partners zoals een accountant, jurist en aanverwante zaken. Laat je goed adviseren over de verschillen in juridische zin en in het handelsverkeer. Zo zijn er qua arbeidsrecht hele wezenlijke verschillen waar je goed over geïnformeerd moet worden wanneer je Duits personeel overweegt. En als laatste, laat iets van je Hollandse nonchalance varen. Pak het degelijk en grondig aan, maar verlies niet je flexibiliteit."**







# Aan de slag!

Je hebt nu heel wat inspiratie opgedaan. Hoe ga je nu verder? We hebben alle relevante informatie, handige links en adressen voor je verzameld en gepubliceerd. Kijk op:

[www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland](http://www.mkbservicedesk.nl/businessguideduitsland)

Succes! Heb jij straks een inspirerend verhaal? Wil je jouw ervaringen delen? Laat het ons weten via #VNM of [www.twitter.com/mkbservicedesk](http://www.twitter.com/mkbservicedesk)

# Woordenlijst

## Duits

80

ACHTUNG!  
HIER BEGINNT  
LOHN- UND  
RENTENGERBET  
OST

*De top 35 van taalinstuut Regina Coeli*

- Das wird schon klappen!** ..... Dat zal wel lukken!
- letzten Monat** ..... afgelopen maand
- schon** ..... al
- Es ist schon spät.** ..... Het is al laat.
- nur** ..... (alleen) maar / slechts
- Ich hatte nur 2 Jahre**
- Deutsch in der Schule.** ..... Ik had maar/slechts 2 jaar Duits op school.
- zum Beispiel** ..... bijvoorbeeld
- Das war es.** ..... Dat was het.
- die Sprache** ..... de taal

Foto: Robert Verhoeve, Lutz Biers Consult

81

ACHTUNG!  
HIER BEGINNT DAS  
LOHN- UND  
RENTENGERBET  
WEST

- Meine Muttersprache ist**
- Niederländisch.** ..... Mijn moedertaal is Nederlands.
- also ...** ..... dus ...
- aber** ..... maar
- Ich spreche schon Deutsch,**
- aber noch nicht gut genug.** ..... Ik spreek al Duits, maar nog niet goed genoeg.
- jeden Tag** ..... elke dag
- es gibt** ..... er is / zijn
- Es gibt viele Möglichkeiten.** .... Er zijn veel mogelijkheden.
- zum Glück** ..... gelukkig
- leider nicht** ..... helaas niet



weil ..... omdat

**Ich arbeite im Ausland, weil ich es interessant finde.** ..... Ik werk in het buitenland omdat ik het interessant vind.

**am Montag / am Wochenende** .. op maandag / in het weekend

**aufhören** ..... stoppen, ophouden

**Ich höre damit auf.** ..... Ik stop ermee.

**Geht das?** ..... Kan dat?

**erst** ..... pas

**Ich wohne erst seit 2 Monaten in der Schweiz.**..... Ik woon pas sinds 2 maanden in Zwitserland.

**manchmal** ..... soms

**Manchmal hat er richtig gute Ideen.** ..... Soms heeft hij echt goede ideeën.

**Immer / nie** ..... altijd / nooit

**Das machen wir immer / nie so.** Dat doen wij altijd / nooit zo.

**heute** ..... vandaag

**Heute fangen wir an.** ..... Vandaag beginnen we.

**erzählen** ..... vertellen

**Ich erzähle Ihnen erst etwas über unseren Betrieb.** ..... Ik vertel u eerst iets over ons bedrijf.

**einige** ..... sommige

82

**Einige Mitarbeiter werden entlassen.** ..... Sommige medewerkers worden ontslagen.

**oft** ..... vaak

**Wir haben oft Erfolg damit.** ... We hebben daar vaak succes mee.

**am Anfang** ..... in het begin

**im Augenblick / im Moment** .. op dit ogenblik / op dit moment

**tagsüber** ..... overdag

**der Fall** ..... het geval

**Das mache ich auf jeden Fall.** .. Ik doe het in ieder geval.

**der Vorteil / der Nachteil** ..... het voordeel / het nadeel

**der Plan** ..... het plan

**Unser Plan wird realisiert.** ..... Ons plan wordt gerealiseerd.

**Ich werde Vater / Mutter / Direktor.** ..... Ik word vader / moeder/ directeur.

**die Idee** ..... het idee

**Das ist eine gute Idee.** ..... Dit is een goed idee.

**die Nummer** ..... het nummer

**Ich gebe Ihnen meine Handynummer.** ..... Ik geef u mijn mobiele nummer.

**jetzt** ..... nu

**Jetzt hören wir auf.** ..... Nu stoppen we.

**fertig** ..... klaar

**Wir sind fertig.** ..... Wij zijn klaar.

83



**In opdracht van:**

Koninklijke Vereniging MKB-Nederland  
 Bezuidenhoutseweg 12  
 Postbus 93002  
 2509 AA Den Haag  
[www.mkb.nl](http://www.mkb.nl)  
[www.twitter.com/mkbnl](http://www.twitter.com/mkbnl)

TNT Express  
 Meidoornkade 14  
 3992 AE Houten  
[www.tntexpress.nl](http://www.tntexpress.nl)  
[www.twitter.com/tntexpress\\_nl](http://www.twitter.com/tntexpress_nl)

**Uitgevoerd door:**

MKB Servicedesk  
 Radonweg 7  
 Postbus 40273  
 3504 AB Utrecht  
[www.mkbservicedesk.nl](http://www.mkbservicedesk.nl)  
[www.twitter.com/mkbservicedesk](http://www.twitter.com/mkbservicedesk)

**Auteur**

Liesbeth Meenink, Journalistiekfabriek

**Eindredactie:**

Bertjan Mol, MKB Servicedesk  
 Patty Sjerps, MKB Servicedesk

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen, in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze zonder voorafgaande toestemming van de auteurs, MKB-Nederland en/of MKB Servicedesk BV.

Ondanks dat de inhoud van dit boek met zorg is samengesteld, kunnen de auteurs, MKB-Nederland en MKB Servicedesk BV geen aansprakelijkheid aanvaarden voor schade die gevolg is van een fout in de uitgave.

**Met medewerking van:**

Katja Lamers, MKB-Nederland  
 Ruurd van der Weide, Fingerspitzengefühl  
 Andreas Lutze, Lutze Haukes Rechtsanwältin  
 Nienke Pilkes, Gateway to Germany  
 Menno Schrok, Agentschap NL  
 Carsten Brzeski, Jurjen Witteveen, Ferdinand Nijboer,  
 ING Economisch Bureau  
 Taalinstituut Regina Coeli, De nonnen van Vught  
 Koninklijke Metaalunie

**Vormgeving en realisatie:**

Barnyard Creative Powerhouse, Bilthoven

Eerste druk: maart 2013

ISBN 978-90-79922-18-5  
 NUR 800



In de reeks 'Eerste hulp bij' verschenen ook:



### **Business guide Brazilië**

Eerste druk: november 2012  
ISBN 978-90-79922-20-8

### **Online ondernemen**

Derde druk: november 2012  
ISBN 978-90-79922-10-9

### **Internationaal ondernemen**

Eerste druk: februari 2012  
ISBN 978-90-79922-05-5

### **Leren excelleren**

Eerste druk: april 2011  
ISBN 978-90-79922-08-6

### **Financiering**

Eerste druk: april 2012  
ISBN 978-90-79922-06-2

### **Slim Werken Slim Reizen**

Eerste druk: juli 2012  
ISBN 978-90-79922-09-3

### **Social media**

Net als alle bovenstaande boeken is  
Eerste hulp bij Social media te downloaden  
op [www.mkb servicedesk.nl](http://www.mkb servicedesk.nl).



Ondernemen in Duitsland biedt veel mogelijkheden. Niet voor niets is onze grote oosterbuur de belangrijkste handelspartner van Nederland. Duitsland ligt dichtbij en de culturen sluiten op veel punten op elkaar aan. Met onze innovatieve, flexibele houding en een flinke portie creativiteit en handelsgeest, kunnen we de harten van de Duitsers veroveren. Maar denk er niet te makkelijk over, want je moet wel eerst het vertrouwen winnen. Deze praktische business guide schetst een beeld van het land, de economie, de (zaken)cultuur en de mensen. Want Duitsland is een ondernemersparadijs voor Nederlanders, maar je moet er wel moeite voor doen.



## Marnix Krop, Ambassadeur van het Koninkrijk der Nederlanden in Duitsland

“Zakendoen in Duitsland is als voetballen in de Bundesliga; meespelen op het hoogste niveau met goede kansen om veel te verdienen, maar je moet er wel klaar voor zijn. Voorbereiding is de sleutel tot succes en deze business guide is daarbij een goed startpunt. Het postennet staat bovendien klaar om je verder te helpen op de Duitse markt.”



Antwoord op ondernemersvragen



9 789079 922185 >