

Duitsland Dichterbij



Praktijkverhalen over ondernemen

Inhoudsopgave

Woord vooraf	2
Waarom dit boekje?	5
Een kennismaking met Duitsland	6
Alexander de Bas en Peter Janssen, Vermeer Machine Techniek bv	36
Dini Hogeweg, Hulshof koffers en tassen B.V.	40
Paul Palthe, VOS instrumenten bv	44
Rob de Goey, De GOEY Käse GmbH	48
Marc Hakvoort, Hakvoort me	52
Rob Wegner, I-CY	56
Bob Jagers, Bernard Reyn bv	60
Jürgen Reiprich, Eggerding Deutschland GmbH/EUROPE MINERALS bv	64
Nuttige adressen	68

Woord vooraf

Nederland en Duitsland hebben in veel opzichten een lange geschiedenis samen. De relatie is goed: Duitsers spreken vaak lovend over ons. Ze vinden ons modern, tolerant, vriendelijk, ontspannen en prettige mensen om zaken mee te doen. En ze bewonderen ons voetbal! Veel Duitse politici kijken met veel respect naar het Nederlandse drugsbeleid, hoe wij omgaan met vergrijzing en pensioenen, en de aanpak van de werkloosheid. Heel vaak neemt Duitsland na een paar jaar vergelijkbare maatregelen. Veel Duitsers zien Nederland als een modelland van moderniteit en tolerantie.

Wat handel betreft is Duitsland al jaren onze belangrijkste partner. Dan zou je als ondernemer snel kunnen denken: *Duitsland doen we er even bij*. Maar dat Duitsland dichtbij ligt wil niet zeggen dat 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 maakt het voor Nederlandse ondernemers vaak extra moeilijk om zaken te doen in Duitsland. De deur naar Duitsland staat weliswaar op een kier, maar soms is het erg moeilijk om hem verder open te duwen. Dat blijkt ook uit de praktijkverhalen in dit boekje.

Maar er liggen zeker volop kansen in Duitsland. De huidige leiders en Duitse ondernemers zien de toekomst positief tegemoet en er wordt weer geïnvesteerd. Export naar Duitsland wordt de komende jaren aantrekkelijker door een sterk groeiende buitenlandse vraag door onder andere de voorgestane verhoging van de btw. Wij raden Nederlandse ondernemers uit het mkb aan er zeker eens een kijkje te nemen. Duitsland staat in de schijnwerpers, biedt kansen en dat niet alleen omdat het WK-voetbal er in 2006 gehouden wordt!

Met dit boekje brengen wij Duitsland voor u wat dichterbij. Met praktijkverhalen en ervaringen van ondernemers die er al zaken doen en met praktische tips. De informatie dient als opstap, waarna u zelf aan de slag kunt. Wij wensen u veel leesplezier en goede zaken in Duitsland!

Loek Hermans

Voorzitter MKB-Nederland

Han de Ruiter

Directeur MKB ABN AMRO



Waarom dit boekje?

Duitsland dichterbij is het zevende deel in een reeks van boekjes over internationaal ondernemen in het mkb. De boekjes worden uitgegeven door MKB-Nederland en ABN AMRO in samenwerking met de EVD, agentschap van het Ministerie van Economische Zaken.

Duitsland behoort naast de VS en Japan tot de drie grootste economieën in de wereld. Een economie die sterk verweven is met de onze. Duitsland is één van de belangrijkste handelspartners van Nederland en voor veel ondernemers aantrekkelijk om zaken mee te doen. Dit lijkt eenvoudig in een buurland als Duitsland. Maar zelfs voor een land dat wij denken goed te kennen is goede voorbereiding het halve werk.

Met dit boekje informeren ABN AMRO en MKB-Nederland u alvast over de ins en outs van het zaken doen in Duitsland. De belangrijkste zaken die hierin een rol spelen zetten wij voor u op een rij. Verder laten we acht mkb-ondernemers aan het woord die u zijn voorgegaan in Duitsland. Acht verhalen uit de praktijk met veel nuttige informatie en tips. Veel informatie uit de inleiding is verstrekt door belangrijke handelsbevorderende organisaties. Een overzicht van de belangrijkste organisaties die u behulpzaam kunnen zijn als u zaken wilt doen in Duitsland vindt u achter in het boekje.

In deze reeks verschenen eerder:

- Grenzen verleggen met export (over de eerste exportstappen)
- De EU breidt uit. En uw export?
- Zakendoen kent geen grenzen (over handelsreizen)
- China, land van onbegrensde mogelijkheden?
- Kansrijk Turkije
- Amerika, de oversteek waard

Bent u ook geïnteresseerd in één van deze publicaties, dan kunt u deze bestellen via www.internationalehandel.mkb.nl of downloaden via de website van ABN AMRO, www.abnamro.nl/internationaal.

Een kennismaking met Duitsland

Basisgegevens Bondsrepubliek Duitsland

<i>Oppervlakte:</i>	356,970 km ² (8,7 keer Nederland)
<i>Hoofdstad:</i>	Berlijn
<i>Bevolkingsaantal:</i>	82,6 miljoen (schatting 2004)
<i>Deelstaten:</i>	Baden-Württemberg, Berlijn, Saarland, Bayern (Beieren), Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen (Nedersaksen), Nordrhein-Westfalen (Noordrijn-Westfalen), Rheinland-Pfalz (Rijnland-Palts), Sachsen (Saksen), Sachsen-Anhalt (Saksen-Anhalt), Schleswig-Holstein (Sleeswijk-Holstein), Thüringen
<i>Taal:</i>	Duits
<i>Regeringsvorm:</i>	Federalistische staat, 16 deelstaten en een overkoepelende bondsregering

De regering is als volgt verdeeld:

<i>Wetgevend:</i>	Bondsdag en Bondsraad
<i>Uitvoerend:</i>	Bondsregering en Bondskanselier
<i>Rechtsprekend:</i>	Het Bundesverfassungsgericht en de rechterlijke macht in het algemeen
<i>Bondspresident:</i>	Horst Köhler
<i>Bondskanselier:</i>	Angela Merkel

Economische ontwikkelingen

Duitsland behoort naast de VS en Japan weliswaar tot de drie grootste economieën in de wereld, het land heeft in politiek en economisch opzicht turbulente tijden achter de rug. De Duitse hereniging in 1990 heeft grote invloed gehad op de Duitse economie. Deze wordt de laatste vijftien tot twintig jaar gekenmerkt door rigide arbeidsmarktstructuren, hoge werkloosheidscijfers (het Nederlandse werkloosheidspercentage is ongeveer de helft van dat van Duitsland), relatief hoge arbeidskosten en een zwakke binnenlandse vraag; de belangrijkste motor van economische groei. Tussen 1994 en 2004 had Duitsland als gevolg hiervan de laagste groei van het bruto binnenlands product (BBP) van de lidstaten van de Europese Unie. De bedrijfsresultaten trekken na enige jaren van verlies en stilstand weer

wat aan. De nieuwe Duitse regering is optimistisch gestemd en zet vaart achter de ingezette economische hervormingen, die al in 2001 door de regering Schröder zijn aangekondigd en in 2003 onder de noemer Agenda 2010 in gang zijn gezet. In het bijzonder worden maatregelen getroffen voor flexibilisering van de arbeidsmarkt, reductie van de kosten van de sociale zekerheid en stimulering van de conjunctuur. Acties zijn onder andere: hervorming van het pensioensysteem, verhoging van de BTW en verlenging van de proeftijd voor werknemers. Nederland draagt in de ideeënvorming een steentje bij aan deze agenda, want ons pensioensysteem dient als voorbeeld voor eventuele omvorming van het Duitse pensioensysteem van het huidige omslagstelsel naar een pensioenstelsel.

Langzaam wordt succes geboekt met de hervormingsagenda. In 2005 steeg het Duitse BBP met 0,3 procent nadat er in 2004 sprake was van een groei van 1,6 procent. Ook in de komende jaren wordt een matige groei van het BBP verwacht.

Nederland sterk vervlochten met Duitse economie

De economische vervlechting tussen Nederland en Duitsland is groot, de handelsbetrekkingen tussen de beide landen zijn van oudsher intensief en ook goed. De handelsbetrekkingen concentreren zich vooral op de grensstreek, maar strekken zich ook uit over de andere deelstaten. Tekenend voor de economische relatie tussen Nederland en Duitsland is het bekende gezegde: *Als Duitsland niest, wordt Nederland verkouden*. Al gaat dit gezegde de laatste jaren wat minder op, een kern van waarheid is zeker nog aanwezig. Van onze goederenimport is ongeveer een vijfde afkomstig uit Duitsland. Nederland is voor Duitsland het tweede importland en het vijfde exportland. In 2005 ging bijna een kwart van onze goederenimport (gemeten in waarde) naar Duitsland. Bovendien is ons land het belangrijkste doorvoerland voor Duitsland, met een centrale rol voor de haven van Rotterdam. Het belang van de export naar Duitsland nam de laatste jaren iets af van ongeveer 35 procent begin jaren zeventig naar ongeveer 25 procent van de totale Nederlandse export aan het begin van het nieuwe millennium. Toch zullen schommelingen in de Duitse economie in ons land altijd merkbaar blijven. Duitsland is en blijft de belangrijkste handelspartner voor Nederland en structurele hervormingen van de Duitse economie hebben op lange termijn effect op de Nederlandse economie. Een positief effect, zo is de verwachting voor de komende jaren.

Handelsbetrekkingen met Nederland

<i>Nederlandse uitvoer</i>	Euro 61,3 miljard (2004)
<i>Belangrijke producten</i>	Vlees, bloemen, groenten en fruit, zuivel-producten en eieren, minerale brandstoffen, chemische producten, gegevensverwerkende machines, elektrische apparaten
<i>Nederlandse invoer</i>	Euro 44,8 miljard (2004)
<i>Belangrijke producten</i>	Elektrische apparaten, voertuigen voor wegvervoer, auto's voor personenvervoer, ijzer en staal
<i>Investerings vanuit Nederland</i>	Euro 33,7 miljard (2004)
<i>Investerings in Nederland</i>	Euro 49,5 miljard (2004)

De Duitse investeringen in de Nederlandse industrie richten zich vooral op de chemische industrie. De sterkste stijging in investeringen in Nederland vond plaats in de automobiellindustrie en de toeleveringsbedrijven.

Wij zetten enkele economische feiten voor u op een rij:

- Het Duitse aandeel in de wereldhandel ligt op circa 10,5 procent
- Sinds 2003 is Duitsland de grootste exporteur ter wereld
- De buitenlandse handel van goederen en diensten draagt voor 33,7 procent bij in het BBP van Duitsland en is de belangrijkste factor voor de economische groei en werkgelegenheid
- Bijna iedere vierde werkplek is afhankelijk van de export
- Eenderde van de industriële productie gaat naar het buitenland
- In 2005 bedroeg de totale Duitse import vanuit Nederland 53,4 miljard euro
- Dit is een toename van 11,5 procent ten opzichte van 2004
- Daarmee staat Nederland als importland met een marktaandeel van 8,3 procent op de tweede plaats, na Frankrijk en voor de Verenigde Staten
- De Duitse export naar Nederland steeg in 2005 met 4,8 procent naar 47,7 miljard euro
- Daarmee is Nederland, na Frankrijk, de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk en Italië, het vijfde exportland van Duitsland (met een marktaandeel van 6,2 procent)

Belangrijke ontwikkelingen voor Nederlandse ondernemers

Naast de Duitse coalitie zijn ook Duitse ondernemers optimistisch over de economie van hun land. Hun vertrouwen in economisch herstel van Duitsland is in december 2005 gestegen tot het hoogste niveau in vijf jaar. De verwachting is dat de binnenlandse consumptie in 2006 en 2007 flink zal aantrekken door de wereldkampioenschappen voetbal die in 2006 in Duitsland worden gehouden. Een belangrijk aandachtspunt voor Nederlandse exporteurs is ook de voor 2007 in het vooruitzicht gestelde BTW-verhoging met drie procent (van 16 naar 19 procent). Leveranciers van goederen die bestemd zijn voor de Duitse exportmarkt ondervinden nauwelijks hinder van deze verhoging. Export wordt zelfs aantrekkelijker door de sterk groeiende buitenlandse vraag. Verwacht wordt dat door de verhoging van de BTW in de tweede helft van dit jaar meer duurzame goederen worden aangeschaft, omdat deze immers in 2007 duurder worden.

De ondernemingsbelasting wordt in 2008 budgetneutraal hervormd om Duitsland aantrekkelijker te maken als vestigingsplaats. Ondernemingen worden verder ontlast door gunstige afschrijvingsregels: het afschrijvingspercentage voor het eerste jaar stijgt van 20 naar 30 procent. Om de overvloed aan regelgeving terug te dringen wordt naar Nederlands voorbeeld nieuwe en bestaande regelgeving op administratieve lastendruk getoetst. Voor het mkb worden de regels voor boekhouding en verslaglegging versoepeld. Ook de arbeidsmarkt wordt flexibeler door het verlengen van de proeftijd van zes maanden naar twee jaar.

Kansrijke sectoren

In samenwerking met de Nederlandse ambassade en consulaten-generaal in Duitsland, de EVD en de brancheverenigingen in Nederland wordt elk jaar een aantal kansrijke sectoren voor Nederlandse ondernemers vastgesteld. Deze sectoren zijn weergegeven in een rapport dat op de website van de EVD (www.evd.nl) wordt gepubliceerd. Kansrijke sectoren in Duitsland op het moment van schrijven zijn: de automobiellindustrie, de gezondheidszorg, de lucht- en ruimtevaart, de biotechnologie en de dienstensector. Dit houdt niet in dat producten uit andere sectoren geen kans zouden hebben in Duitsland. Slagen in Duitsland hangt af van veel factoren, zoals blijkt uit de praktijkverhalen van de ondernemers in dit boekje.

Automobieliindustrie

Duitsland is de belangrijkste afnemer van de Nederlandse toeleveranciers in deze branche (goed voor 30 procent van de omzet). Kansen voor Nederlandse bedrijven liggen met name op het gebied van toelevering, elektronica en software.

Gezondheidszorg

Met een aandeel van bijna 11 procent van het BBP is de gezondheidszorg een belangrijke sector voor de Duitse economie. Een sector die ook in economisch zwakke tijden hoge groei genereert. Trend in deze sector is het zogenaamde *functional food* (vitaminen, mineralen en onverzadigde vetzuren). Ook de vergrijzing biedt kansen voor Nederlandse bedrijven. Er is meer vraag naar onder andere medicijnen en hulpmiddelen (rolstoelen, rollators, etc.) en de toelevering hiervan.

Lucht- en Ruimtevaart

De omzet in deze sector bedroeg in 2005 18,6 miljard euro (een stijging van 16,2 procent ten opzichte van 2004). De sector is geconcentreerd in het zuiden (militaire vliegtuigbouw en ruimtevaartindustrie) en in het noorden (civiele vliegtuigbouw). Er zijn twee luchtvaartonderzoekprogramma's en diverse militaire- en ruimtevaartprojecten op nationaal en Europees niveau (Galileo, Eurofighter en NH90). Kansen voor Nederlandse bedrijven liggen in deze sector vooral in de deelname aan projecten, toelevering, ontwikkeling en productie.

Biotechnologie

De omzet in de biotechnologiesector bedroeg 3,6 miljard euro (2004). Toepassing vindt plaats in drie sectoren die in Duitsland met kleuren worden aangegeven: rood (medisch), groen (landbouw) en wit (industriële toepassingen). Kansen voor Nederlandse bedrijven liggen vooral in de R&D, technologische samenwerking, technologietransfer, patenten, gemeenschappelijke productie en distributie.

Dienstensector

De dienstensector wordt steeds belangrijker voor de Duitse economie. Vooral de particuliere bestedingen in deze sector nemen toe. De sector valt uiteen in financiële dienstverlening (banken en verzekeringen) en overige diensten: onder andere management en marketingadvies, telecommunicatiediensten en ICT-advies. Nordrhein-Westfalen is voor Nederlandse ondernemers voor deze sector de belangrijkste deelstaat. 70 procent van het totale BBP van Nordrhein-Westfalen wordt gerealiseerd door de dienstensector. Kansen voor Nederlandse bedrijven

liggen vooral in de verzekeringsbranche, consultancy op het gebied van internationalisering en telecomdiensten.

Nederlandse handel met de Duitse deelstaten

Nordrhein-Westfalen

Nederlanders drijven de meeste handel met de grensstaat Nordrhein-Westfalen. Deze deelstaat is met een oppervlakte van 34.080 km² even groot als België en Luxemburg samen. Er leven circa 18 miljoen inwoners. De arbeidsproductiviteit ligt 5,4 procent boven het Duitse gemiddelde. Belangrijkste sector is de dienstensector, maar de klassieke industrie blijft een belangrijke motor voor de economische groei in deze deelstaat. De transportsector neemt eveneens een belangrijke plaats in, met logistieke centra in Duisburg, Köln-Bonn en het oostelijk Ruhrgebied. In deze deelstaat liggen grote beurscentra (Messe) als Düsseldorf (hoofdstad), Köln, Dortmund en Essen. 40 procent van alle internationale beurzen in Duitsland vindt plaats in deze regio, zoals de ANUGA, de Boot, de CPD, de IMM en de Medica. Achterin dit boekje vindt u de belangrijkste links voor een overzicht van beurzen in Duitsland.

Enkele feiten:

Hoofdstad:

Belangrijke importproducten:

Import vanuit Nederland:

Belangrijkste exportproducten:

Export naar Nederland:

Potentiële sectoren voor buitenlandse handel:

Düsseldorf

cokes (grove kolen), minerale brandstoffen, voedingsmiddelen en chemische producten

ruim 19 miljard euro (2004)

chemische producten, ijzer- en staalproducten en voedingsmiddelen

ruim 12 miljard euro

Media- en IT-sector, chemische sector, elektronica, milieu- en afvaltechniek, machinebouw, automotieve en toeleveringsindustrie, life sciences, nieuwe energie, engineering, mijnbouw, textiel, meubels, logistiek, verkeerstechniek

Noordelijke deelstaat Niedersachsen

Op de tweede plaats in de handelsbetrekkingen met Nederland komt Niedersachsen, de op één na grootste deelstaat in Duitsland. De import van goederen en diensten vanuit Nederland bedroeg 5,3 miljard euro en de export bedroeg 5,1 miljard euro. Belangrijkste importproducten vanuit Nederland zijn aardolie en -gas, kunststoffen en chemische halffabrikaten. Producten die het meeste uitgevoerd worden naar Nederland zijn: personenauto's en campers, chemische halffabrikaten en mineraalolieproducten.

Overige Noordelijke deelstaten

	In- en uitvoer uit en naar Nederland (2005)	Invoer uit Nederland	Uitvoer naar Nederland
Bremen (kleinste deelstaat)	<i>Invoer:</i> 504 miljoen euro <i>Uitvoer:</i> 486 miljoen euro	Voedingsmiddelen, vis en visbereiding, ijzerwaren, tabak en tabakproducten, oud ijzer / schroot	Aardolie en aardgas, oud ijzer/schroot, vis en visberei- ding, aluminium en aluminium- legeringen, voeder- middelen
Hamburg (op één na kleinste deel- staat)	<i>Invoer:</i> ruim 2 miljard euro <i>Uitvoer:</i> ruim 2 miljard euro	Mineraalolieproduc- ten, fototechnische producten, medi- sche apparatuur, levende planten, kantoormachines	Mineraalproducten, medische appara- tuur, plantaardige olie, margarine/ spijsvet, teer en gedestilleerde teerproducten, hefwerktuigen en transportinstallaties
Schleswig-Holstein	<i>Invoer:</i> 1.328 miljard euro <i>Uitvoer:</i> 85 miljoen euro	Kantoormachines, mineraaloliepro- ducten, levende planten, halfpro- ducten en vezelstof- fen obv cellulose, verse groenten	Melk en melk- producten, com- municatietechniek, farmaceutische producten, vis en zeevruchten, teer en gedestilleerde producten

Baden-Württemberg

De deelstaat Baden-Württemberg staat op de derde plaats wat betreft handel met Nederland. De bedrijven in deze deelstaat zijn voornamelijk mkb-bedrijven. Baden-Württemberg is de grootste exportdeelstaat van Duitsland (in 2004 voor 114 miljard euro). Het succes van deze deelstaat is vooral te danken aan de innovatiekracht. Niet denken, maar doen. Voor mooie praatjes wordt niks gekocht, is het motto. De mensen zijn open en hartelijk, maar in het begin ook wat terughoudend. Het bureaucratiegehalte is er voor Duitse begrippen zeer laag. Baden-Württemberg staat vooral bekend om de sterke automobiellindustrie en goed ontwikkelde machinebouwindustrie. Na Silicon Valey is Baden-Württemberg de grootste software regio ter wereld.

Enkele feiten (2005)

<i>Export naar Nederland:</i>	5,8 miljard euro
<i>Import uit Nederland:</i>	4,7 miljard euro
<i>Kansrijke sectoren:</i>	Automobiellindustrie, machinebouw, software, kunststofbewerking, medische technologie, commerciële dienstverlening

Rheinland-Pfalz, Saarland, Hessen

Hessen is de deelstaat met het grootste aandeel van internationale ondernemingen in Duitsland en het grootste aandeel in de dienstensector. De deelstaat staat bekend als het verkeers- en dienstencentrum van Duitsland. Naast de financiële dienstverlening is Hessen ook het centrum voor de logistieke branche in Duitsland. Saarland is de topper van Duitsland wat betreft groei van het BBP. Deze steeg in 2005 met 2,5 procent.

Oostelijke deelstaten

In de handelsbetrekkingen met Nederland liggen de nieuwe deelstaten Berlijn, Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Sachsen, Sachsen-Anhalt en Thüringen ver achter, wat deels verklaard kan worden door de ligging en deels door de economische situatie.

	In- en uitvoer uit en naar Nederland (2005)	Invoer uit Nederland	Uitvoer naar Nederland
Rheinland-Pfalz	<i>Invoer:</i> 2.183 miljard euro <i>Uitvoer:</i> 1.849 miljard euro	Aardolieproducten, chemische half- fabricaten, vracht- wagens en speciale voertuigen, chemi- sche grondstoffen, teer en teerdistilla- tieproducten	Vrachtwagens en speciale voertuigen, kunststofproducten, chemische grond- stoffen, kunststof- fen, farmaceutische producten
Saarland	<i>Invoer:</i> 457 miljoen euro <i>Uitvoer:</i> 283 miljoen euro	Blik uit ijzer of staal, vleeswaren, farmaceutische pro- ducten, groenten, planten en bloemen	Personenauto's en caravans, blik uit ijzer of staal, onder- delen voor motor- voertuigen, elektro- nische producten
Hessen	<i>Invoer:</i> 3.928 miljard euro <i>Uitvoer:</i> 2.060 miljard euro	Aardolieproducten, kantoormachines en computers, kunststoffen, perso- nenauto's en cara- vans, elektronische bouwelementen	Kantoormachines en computers, optische en fotogra- fische apparatuur, personenauto's en caravans, appa- raat voor elektri- citeitsvoorziening, kunststofproducten

De oostelijke deelstaat met de meeste handelsbetrekkingen met Nederland is *Sachsen*. Deze deelstaat grenst aan Tsjechië en Polen en vormt daarmee een brug tussen Oost- en West-Europa. Vanuit *Sachsen* werden in 2004 goederen ter waarde van 619 miljoen euro naar Nederland geëxporteerd. De import bedroeg 584 miljoen euro. Belangrijkste invoerproducten zijn: optische en fotografische apparatuur, mineraalolieproducten en planten en sierteeltproducten. Het meest uitgevoerd naar Nederland worden: pompen en compressoren, auto's en campers en apparaten voor elektriciteitsopwekking.

Berlijn is de hoofdstad van Duitsland en tevens één van de meest oostelijke deel-

staten. De economie is nog vrij zwak, maar er is veel vraag vanuit het buitenland. De mediasector in Berlijn is met zo'n 70.000 werknemers één van de grootste van Duitsland. De stad Berlijn is een stad in ontwikkeling en heeft grote aantrekkingskracht op jonge innovatieve ondernemingen.

Mecklenburg-Vorpommern, de meest noordoostelijke deelstaat van Duitsland en *Brandenburg*, grenzend aan Polen zijn de twee zorgenkindjes van de nieuwe deelstaten. *Mecklenburg-Vorpommern* heeft door de lange kustlijn en vele binnenmeren een maritiem karakter. Toerisme en scheepsbouw zijn hier belangrijke sectoren. *Brandenburg* ligt op de lijn Londen-Brussel-Berlijn, Warschau-Moskou en op de lijn Stockholm-Berlijn-Dresden-Praag-Wenen-Budapest en is daardoor interessant voor ondernemers die belangstelling hebben in Oost-Europa als afzetgebied.

De deelstaat *Thüringen* behoort tot de meest geïndustrialiseerde gebieden van de nieuwe deelstaten. Industrie, voornamelijk gedomineerd door het mkb, is hier de motor van de economische groei. Ook in *Sachsen-Anhalt* zijn de mensen traditioneel verbonden met de industrie, met name de chemische industrie en machinebouw. De economische ontwikkeling in deze deelstaat hapert en problemen op de arbeidsmarkt leiden ertoe dat veel jonge goed opgeleide mensen voor werk naar het westen van Duitsland trekken.

Beieren

Beieren is de grootste, maar relatief dun bevolkte deelstaat van Duitsland en ligt centraal in Europa. In geen andere deelstaat is de economische structuur zo drastisch veranderd als in Beieren: van puur agrarisch, naar een moderne vestigingsplaats voor industrie (noorden, regio Neurenberg) en dienstverlening (media, banken en verzekeringen, vooral rond München). Ook Beieren doet het goed als we kijken naar het BBP. Met een BBP van 28.775 euro (Duitsland: 26.400 euro) en een economische groei van 2,3 procent behoort deze deelstaat tot de koopkrachtigste markten ter wereld.

Enkele feiten (2005)

Export naar Nederland: 4,2 miljard euro

Import uit Nederland: 4,1 miljard euro

Kansrijke sectoren: Metaalektro (voertuigindustrie en lucht- en ruimtevaart, agro-industrie (verwerkende agrarische industrie en levensmiddelen technologie), dienstverlening (logistiek), hightech

Cultuur van Zakendoen

Algemeen

Inwoners van Duitsland voelen zich Westfaler, Beier of Mecklenburger en pas in tweede instantie Duitser. Mentaliteit en gewoonten verschillen hemelsbreed. Zakendoen in Duitsland vereist daarom een scherp regionaal vizier. Duitsers gaan voor zekerheid (hebben ook de meeste verzekeringen). Vasthouden wat je hebt is het motto van de Duitser. 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 tamelijk afstandelijk en formeel, in tegenstelling tot de *losse zelfbewuste* Nederlander die al snel wat informeler wordt. In de regel wordt er niet getutoyeerd. Dit gebeurt pas als men op heel vertrouwelijke voet met elkaar verkeert. Advies is dan ook: bejegen uw relaties met respect.

Wij vinden Duitsers vaak een luidruchtig volk. Bier en worst horen daarbij. Duitsers vinden ons vaak ongemanierd: we zijn zelfbewust, vertellen meteen hoe we over iets denken en hoe het anders moet. De Nederlandse cultuur is de Duitser vreemd en het Nederlandse drugsbeleid doet hem achter de oren krabben. Maar verder vinden ze ons wel sympathiek.

Zakelijke omgangsvormen

Duitse zakenrelaties zijn over het algemeen aangename en zeer betrouwbare handelspartners. Een gedetailleerde planning binnen een strak tijdsbestek kenmerkt het Duitse bedrijfsleven. *Denken en handelen als een Duitser* is volgens veel Nederlandse zakenlieden de beste strategie om in Duitsland zaken te doen. Dit vraagt een goede beheersing van de Duitse taal en goede voorbereiding op de onderhandelingsgesprekken. Een Duitser gaat voor kwaliteit, meer nog dan voor prijs. In feite kan het voor een Duitser nooit genoeg zijn: altijd de beste kwaliteit!

Op Duitse visitekaartjes worden vaak de volledige voornamen vermeld, maar dit betekent niet dat u uw Duitse zakenrelaties ook automatisch bij de voornaam mag aanspreken. In gesprekken wordt de achternaam altijd door *Herr* of *Frau* voorafgegaan. Heeft uw zakenrelatie een titel (Doktor of Professor), spreek deze dan uit voor de achternaam (Herr Doktor...). Laat altijd uw visitekaartje achter, ook als de persoon die u wilt spreken afwezig is. Duitsers praten niet snel over hun privé-leven. Houd in dit opzicht wat afstand. Een lunchafspraak wordt niet zo snel gemaakt, al verschilt dit per bedrijfstak en ook jonge Duitsers zijn hierin al wat losser.

Afspraken en regelwerk

Een eerste zakelijk contact legt u bij voorkeur schriftelijk in plaats van telefonisch. Duitse gesprekspartners zijn over het algemeen bijzonder goed voorbereid en afspraken worden in detail vastgelegd. Ze zijn stipt en nauwgezet. Willen Nederlanders snel tot zaken komen, in Duitsland duren contractonderhandelingen vaak lang. Even snel iets regelen kennen de Duitsers niet en even iets improviseren is voor een Duitser een gruwel. Alle factoren worden volgens een van tevoren opgesteld plan doordacht en vastgelegd. Een Duitser neemt beslissingen op grond van harde feiten: een fraaie prospectus overtuigt pas als deze vergezeld gaat van cijfermateriaal, productanalyses, uitkomsten van marktonderzoek en ander research. Laat u niet verrassen. Kom op tijd of liever nog iets te vroeg op een afspraak. Houd bij een presentatie van een voorstel rekening met de wetten en voorwaarden en laat merken dat u ook daarover goed bent geïnformeerd.

Gouden regels

- Punctueel zijn betekent altijd punctueel op de minuut. Dit is voor Duitsers een teken dat u serieus en betrouwbaar bent
- Vermijd tijdens het bespreken van de kern van de zaak zinnen als: *dit detail kunnen we later nog wel bekijken, dat komt wel goed en dat zien we wel*. U wekt dan snel wantrouwen. Bevestig afspraken schriftelijk en in detail en bereidt u juridisch goed voor
- Ga er vanuit dat u wordt ingeschat als zakelijk kundig en flexibel, maar houd in uw achterhoofd dat Duitse zakenlieden Nederlanders in details onbetrouwbaar vinden
- Denk niet te snel dat u zo goed Duits spreekt, dat u alles begrijpt wat er wordt gesproken en geschreven. Ons Duits schiet in veel gevallen te kort in Duitsland. Leer goed Duits spreken of huur iemand in die voor u spreekt. Blijf verder formeel
- Laat duidelijk merken welke formele plaats u in uw organisatie inneemt en welke verantwoordelijkheid dit inhoudt. Zorg ervoor dat uw titels en positie op uw visitekaartje staan. Zorg er ook voor dat u de organisatie waarmee u contact heeft en plaats van de persoon in die organisatie kent.
- Duitsers hechten veel waarde aan uiterlijk en zijn statusgevoelig. Kleding en bijvoorbeeld uw auto dragen bij aan het beeld dat een Duitser van u heeft. Besteed hier aandacht aan
- Ook al kent u uw zakenpartner al langer, behandel hem met evenveel égarde en respect als in het begin

Financiële zaken

Betalingsverkeer in Duitsland

Het betalingsverkeer in Duitsland is geregeld in de *Aussenwirtschaftsverordnung*. De Bondsrepubliek kent bewust geen beperkingen van het kapitaal- en betalingsverkeer van en naar het buitenland. De betaling van handelstransacties kan zonder restricties via de bankinstellingen in convertibele valuta gedaan worden. Uitgaande en inkomende betalingen dienen (voor de statistieken) bij de regionale kantoren van de Centrale Banken te worden aangemeld. Dit geldt niet voor betalingen tot en met 12.500 euro.

Eigen bankrekening openen?

Bij het openen van een bankrekening in Duitsland zijn de bepalingen van het burgerlijk wetboek (*Bürgerliches Gesetzbuch BGB*) en de algemene voorwaarden van de betreffende bank doorslaggevend. De bank is niet verplicht een contract met u te sluiten of een rekening te openen. In een aanbeveling van de Centrale Kredietcommissie (*Zentraler Kreditausschuss*) aan de kredietinstellingen/banken staat dat alle banken die girorekeningen beheren op verzoek van de klant een girorekening op tegoedbasis ter beschikking moeten stellen. U moet als klant de mogelijkheid krijgen tot creditering, opnemings, storting en het doen van overschrijvingen. De kredietinstelling moet hiervoor wel uw identiteit vaststellen (tonen identiteitskaart of paspoort) om er zeker van te zijn dat u optreedt voor eigen rekening. Dit geldt eveneens bij stortingen van bedragen van 15.000 euro of meer. Voor bedrijfsvestigingen (bijvoorbeeld een GmbH) kunt u pas een bankrekening openen nadat het bedrijf (bij de notaris) is opgericht. Bewijzen hiervan moet u aan de bank kunnen tonen. Nadat een rekening is geopend en daarop het minimum startkapitaal van 25.000 euro is gestort doet de notaris de aanmelding bij het Amtsgericht in de plaats van (statutaire) vestiging van uw bedrijf. Een gemiddeld Duits mkb-bedrijf heeft vaak drie of meer rekeningen bij verschillende banken. Op deze manier wordt het cash management vereenvoudigd en de onderhandelingspositie met de afzonderlijke banken versterkt.

Betalingstermijnen en cheques

Krediettermijnen variëren per sector en grootte van het contract, maar meestal ligt de termijn tussen de dertig en zestig dagen. Kortingen voor een snelle betaling zijn gebruikelijk. Volgens de meeste Nederlandse exporteurs houden Duitse ondernemingen zich goed aan de betalingstermijnen. Verreweg de meeste rekeningen worden betaald via een overschrijving (vaak elektronisch aangeleverd). Ook het

gebruik van cheques komt nog voor: ongeveer één op de honderd facturen wordt nog betaald met een cheque.

Internationale overboekingen duren vaak langer dan in Nederland omdat alle boekingen via de Centrale Banken (Landes Zentralbank) in het bondsland worden overgemaakt. Hier komt verandering in, want eind augustus 1999 heeft Duitsland een EU-richtlijn omgezet in nationale wetgeving die het buitenlandse betalingsverkeer moet verbeteren. Banken zijn nu verplicht de klanten op de hoogte te stellen van de kosten van een internationale overschrijving, de koersen en de maximale termijn van overboeking. Overschrijvingen mogen maximaal vijf werkdagen onderweg zijn.

Duitse bedrijven hebben sinds 1 mei 2000 recht op rente bij een betalingsachterstand van hun klanten. De rente kan worden gevorderd dertig dagen na ontvangst van de factuur, tenzij in het contract anders is overeengekomen. Een aanmaning is dan niet meer noodzakelijk. Het rentepercentage dat wordt toegepast is het percentage dat de Europese Centrale Bank toepast bij herfinancierings transacties, plus vijf procent. De praktijk leert dat er weinig gebruik gemaakt wordt van deze regeling uit angst de afnemer als klant te verliezen.

Welke betalingsinstrumenten?

De normale overboeking aan binnenlandse en buitenlandse begunstigde komt het meest voor. Deze overboeking gebeurt meestal elektronisch, maar aanlevering van overboekingen op papier komt nog regelmatig voor.

EU Standaard betalingen

Grensoverschrijdende betalingen tot 50.000 euro naar EU landen, in een standaardvorm aangeleverd (volgens EC II criteria), moeten gelijk aan binnenlandse betalingen getarifeerd worden.

Bancaire incasso (binnenlandse betalingsverkeer)

Duitsland kent twee vormen van het bancaire incasso of *Lastschrift*. Bij het *Einzugs-ermächtungsverfahren* heeft de betrokkene tot zes weken na de laatste rekeningafsluiting van de bank het recht de afboeking te herroepen. Gevolg is dat het geïncasseerde bedrag weer van de rekening afgeschreven kan worden, zonder dat de rekeninghouder hier invloed op heeft.

Bij het *Abbuchungsverfahren* moet de debiteur de afboeking binnen twee dagen nadat deze van zijn bankrekening is afgeschreven tegenspreken. Doet hij dat niet,

dan kan hij het afgeschreven bedrag niet meer terug (laten) boeken. Deze vorm van incasso geniet de voorkeur, maar de keuze van bancaire incasso verschilt per branche. De bank van geïncasseerde kan eveneens van bovengenoemde rechten gebruik maken.

Debiteurenrisico's verzekeren en beheersen: compleet servicepakket

Financiering en het verkrijgen van informatie over afnemers en betalingsrisico's vormt de grootste belemmering voor mkb-ondernemers die willen gaan exporteren. Om in deze behoefte te voorzien hebben ABN AMRO en Euler Hermes (wereldwijd marktleider in kredietverzekering en onderdeel van de Allianz Group) in nauwe samenwerking een nieuw servicepakket ontwikkeld (de export-transactieservice). Het pakket bestaat uit verschillende diensten, waarmee mkb-ondernemers debiteurenrisico's kunnen beheersen en verzekeren, om zo afnemersrisico's bij export te beperken.

Via de *Exporttransactieservice* kunt u als ondernemer online de benodigde debiteureninformatie opvragen. Daarnaast kunt u de gewenste transactie - afhankelijk van de goedheid van de afnemer, de betalingsvoorwaarden en het land van de afnemer - tot een bedrag van 250.000 euro direct verzekeren bij Euler Hermes tegen eventuele non-betaling. Hierbij geldt een dekkingpercentage van 85 procent. De *Exporttransactieservice* biedt ook de noodzakelijke ondersteuning in het buitenlandse incassotraject. Bij non-betaling ontvangt de verzekerde dertig dagen na incasso een schadeloosstelling. Euler Hermes neemt dan de vordering over om te komen tot incassering van het debiteurenbedrag.

Meer informatie over betalingsverkeer?

ABN-AMRO: www.abnamro.nl > Zakelijk > Internationaal zakendoen

Deutsche Bundesbank: www.bundesbank.de

Bundesverband deutscher Banken: www.bdb.de

Deutsche Sparkassen- und Giroverband: www.dsgv.de

Belastingen

Inkomstenbelasting/ vennootschapsbelasting

De meeste Duitse belastingen worden geheven over inkomsten en/of transacties. Inkomsten uit een onderneming worden onderworpen aan de handelsbelasting (*Gewerbesteuer*) en hetzij vennootschapsbelasting (*Körperschaftsteuer*) bij

vennootschappen of inkomstenbelasting (*Einkommenssteuer*) bij natuurlijke personen/ondernemers. De betaalde inkomsten- of vennootschapsbelasting vormt de grondslag voor de zogenaamde *Solidaritätssteuer*. De totale belastingdruk bedraagt ongeveer 41,1 procent, bestaand uit de *Gewerbesteuer* van 20 procent, *Körperschaftsteuer* van 25 procent en de *Solidaritätssteuer* van 5,5 procent.

De *Gewerbesteuer* wordt geheven volgens nationale regels, maar tegen tarieven die door de plaatselijke autoriteit zijn vastgesteld: in kleine dorpen minder dan 15 procent, in grote steden tussen de 17 en 20 procent. Het tarief is afhankelijk van de locatie waar uw onderneming is gevestigd. Het is in dit opzicht vaak interessanter om een fabriek of bijvoorbeeld overslagplaats net buiten de stad te vestigen in plaats van in de stad. Alle ondernemingen zijn ongeacht hun juridische vorm belastingplichtig voor de *Gewerbesteuer*. De basis voor de aangifte vormt het belastbare inkomen na de heffing van de *Gewerbesteuer* zelf en is afgeleid van de commerciële winst van de onderneming.

Na heffing van de *Gewerbesteuer* wordt de winst van een vennootschap belast voor de *Körperschaftsteuer*. Het tarief bedraagt 25 procent voor zowel binnenlandse als buitenlandse belastingplichtigen. Er bestaat geen verschil tussen het tarief voor een Duitse GmbH of een buitenlandse vennootschap die gebruik maakt van een Duitse vaste inrichting. Juridisch gezien is elke Duitse onderneming een onafhankelijke juridische entiteit en elke vennootschap is dus verplicht om haar eigen belastingaangifte te verzorgen. Duitsland kent geen mogelijkheid tot het indienen van een geconsolideerde aangifte (zoals in Nederland bijvoorbeeld bij een fiscale eenheid voor vennootschapsbelasting). Twee of meer Duitse ondernemingen die dusdanig met elkaar verbonden zijn dat er eigenlijk sprake is van één onderneming kunnen hun resultaten wel samenvoegen voor fiscale doeleinden om winsten en verliezen te verrekenen (interne winsten worden niet geëlimineerd).

Elke vennootschap dient zijn belastingaangifte in te dienen voor 31 mei volgend op het einde van het vorige boekjaar. Uitstel wordt verleend tot 31 december als de aangifte wordt verzorgd door een professionele adviseur. Over te laat betaalde belasting bent u rente verschuldigd tegen een rentepercentage van 6 procent. Dividenden die worden uitgekeerd door een vennootschap zijn onderworpen aan Duitse dividendbelasting. Omdat Duitsland geen alternatief voor deze belasting kent voor vaste inrichtingen, kunnen buitenlandse vennootschappen vrijelijk hun Duitse vaste inrichtingswinsten na belastingen repatriëren naar eigen land.

Particulieren zijn *Einkommensteuer* verschuldigd over de opgetelde inkomsten uit alle

bronnen: arbeid, handel of onderneming, huur- en pachtopbrengsten, vermogensaanwinsten, incidentele activiteiten of inkomsten uit agrarische activiteiten en bosbouw.

Genoemde belastingen dienen gedurende het gehele jaar per kwartaal te worden betaald. Aan het eind van het jaar, als de aangifte definitief wordt vastgesteld, volgt een nabetaling of teruggave.

BTW

De grootste Duitse belasting die geheven wordt over transacties is de BTW. BTW-aanslagen worden per maand of per kwartaal opgelegd. Standaard BTW-tarief voor verkoopopbrengsten en verrichte diensten is 16 procent (7 procent op bepaalde transacties). De Duitse regering heeft voorgesteld het standaardtarief in 2007 te verhogen tot 19 procent. Als u als Nederlandse ondernemer in Duitsland kosten maakt en dus Duitse omzetbelasting betaalt, kunt u deze terugvragen door middel van een teruggaafverzoek. Dit verzoek moet uiterlijk 30 juni van het jaar dat volgt op het jaar waarin de factuur ontvangen werd worden ingediend bij:
*Bundesamt für Finanzen, Aussenstelle Schwedt, Passower Chaussee 3b,
16303 Schwedt/Oder.*

BTW-identificatienummers

BTW-registratie is in Duitsland relatief eenvoudig aan te vragen. In tegenstelling tot veel andere EU-landen stelt Duitsland bijvoorbeeld niet de eis dat er een lokale fiscale vertegenwoordiger benoemd wordt. De ondernemer kan de BTW-registratie zelf doen. U kunt hiervoor terecht bij het Finanzamt in Kleve. Deze regelt in beginsel alle omzetbelastingaangelegenheden van Nederlandse ondernemers: www.finanzamt.nrw.de/kleve. De meest voorkomende gevallen waarin Nederlandse ondernemers zich in Duitsland moeten registreren zijn die waarin goederen in Duitsland verkocht worden.

Tijdelijke invoer, monsters en reclamemateriaal

Als goederen tijdelijk naar een ander EU-land worden gebracht wordt dat niet als intracommunautaire levering gezien. U moet dit wel in uw administratie bijhouden. Brengt u goederen tijdelijk naar Duitsland, dan bent u hiervoor in Duitsland niet aangifteplichtig. Handelsmonsters van buitenlandse producten en monster bestemd voor onderzoek zijn vrij van invoerrechten. Handelsmonsters van buiten de EU kunnen worden ingevoerd met een ATA-Carnet (Temporary Admission). Het carnet is één jaar geldig en kan in dit jaar meerdere malen gebruikt worden.

Facturen

Sinds 2004 bent u, als u een prestatie verricht, verplicht een factuur uit te reiken als een prestatie wordt verricht aan een andere ondernemer of aan een niet-ondernemer. Volgens paragraaf 14, artikel 4 van het *Umsatzsteuergesetz* (UstG) moeten facturen in Duitsland aan bepaalde voorwaarden voldoen. Naast bepaalde factuureisen moeten op de factuur worden vermeld:

- Een doorlopend factuurnummer
- Factuurdatum
- Het BTW-tarief of verwijzing naar de reden dat geen omzetbelasting is verschuldigd
- Naam en adres van de ondernemer die de levering of dienst verricht
- Naam en adres van de afnemer
- Belastingnummer of BTW-identificatienummer van leverancier (vereist als de afnemer zich in een andere EU-lidstaat bevindt. Als u leveringen of diensten verricht die belastbaar zijn in Duitsland valt dit onder de Duitse wetgeving. Als er sprake is van verlegging van de BTW naar de Duitse afnemer moet op de factuur worden vermeld dat dit op grond van par. 14, art. 4 van het *Umsatzsteuergesetz* geschiedt)
- Hoeveelheid en duidelijke omschrijving van de goederen of dienst

Van elke factuur moet u een kopie bewaren voor een periode van tien jaar. Elektronische facturen zijn mogelijk mits de factuur een gekwalificeerde elektronische handtekening bevat (qualifizierte elektronische Signatur). Facturen voor kleine bedragen (< € 100) hoeven niet aan alle normale factuurvereisten te voldoen.

Overige belastingen

Assurantiebelasting wordt geheven over de meeste vormen van verzekeringspremie. Deze belasting wordt voldaan aan de verzekeringsmaatschappij of -agent, maar doorberekend aan de verzekerde. Overdrachtsbelasting wordt geheven over de directe of indirecte verkoop van onroerende zaken. Successie- en giftenbelasting over alle vormen van kapitaaloverdracht tussen particulieren.

Transportzaken

Duitsland heeft sinds kort een tolheffing voor vrachtauto's op snelwegen. Het systeem voor inzameling van toltarieven, gebouwd door Toll Collect GmbH, is sinds 1 januari van dit jaar actief. Op de meeste Duitse autosnelwegen geldt een

tolheffing voor vrachtauto's met een toegestaan totaalgewicht van meer dan 12 ton. Er bestaat een manueel en automatisch heffingssysteem. Het automatische systeem is voor de gebruiker het eenvoudigst en functioneert door middel van een OBU (On-Board-Unit) met ontvanger voor GPS (Global Positioning System), een mobilfoonzender en bijbehorende software. De OBU berekent het tolgeld aan de hand van het aantal assen en uitstoting van gevaarlijke stoffen (emissieklasse). Dit bedrag wordt via de mobilfoon naar de tolcentrale gestuurd. Deze rekent af met het transportbedrijf. Bij de handmatige procedure betaalt de bestuurder het verplichte bedrag voor de rit aan één van de 3000 tolterminals (bijv. bij een benzinestation) of via internet. Nadeel van deze methode is dat files een aanzienlijke administratieve belasting betekenen voor chauffeur en planner. In dit geval wordt voor een bepaalde route een tijdslot ingekocht. Wordt dit door de file niet gehaald, dan wordt een boete opgelegd.

De tolheffing op de Duitse snelwegen heeft het goederenvervoer flink duurder gemaakt. Een ritje met een vrachtwagen over de Duitse snelweg is in het eerste kwartaal van 2005 met gemiddeld 6 procent in prijs gestegen. De prijsstijging van het nationale vervoer bedroeg slechts iets meer dan 0,5 procent. Meer informatie over tolheffing: www.toll-collect.de.

Juridische zaken

Gewerbefreiheit

In Duitsland mag iedereen een bedrijf voeren (het zogenaamde Gewerbefreiheit). Kanttekening daarna bij is dat de GewO in speciale gevallen afwijkend kan bepalen, of dat een andere wet van toepassing is. De grenzen voor de vrijheid van bedrijfsuitoefening worden daarnaast nog beperkt door artikel 12 *Grundgesetz*. Er is dus een verschil met de vestigingswet zoals die in Nederland geldt. Enkele belangrijke uitzonderingen zijn: handwerkers, belastingadviseur/accountant, advocatenpraktijk. Voor deze beroepsgroepen worden eisen gesteld aan bijvoorbeeld opleiding.

Diploma's.

In Duitsland kunt u in bepaalde beroepsgroepen slechts in dezelfde positie komen als iemand met een Duits diploma als u onder andere minimaal 6 jaar lang een bedrijf heeft uitgeoefend in dezelfde branche, een driejarige beroepsopleiding en drie jaar beroepservaring heeft in een leidinggevende functie of beschikt over een EG-verklaring, waarin bepaalde diploma's uit de ene lidstaat onvoorwaardelijk of onder bepaalde voorwaarden gelijk worden gesteld aan diploma's uit de andere lidstaat.

Inschrijving in het handelsregister is in Duitsland in eerste instantie slechts bedoeld voor *Kaufleute*. *Kaufmann* is in beginsel iedereen die een in het HGB (*Handelsgesetzbuch*) bedoelde *Handelsgewerbe* bedrijft, tenzij hij een *Kleingewerbetreibender* is (deze is niet verplicht een firma te voeren). Inschrijving in het handelsregister gebeurt bij het *Amtsgericht* waar de firma is gevestigd. De IHK (Duitse Industrie- und Handelskammer) controleert het register en wijst ook op het onjuiste gebruik van inschrijvingen of de plicht om in te schrijven. Het handelsregister kent twee afdelingen: één voor inschrijvingen van eenmanszaken en persoonsvennootschappen en één voor inschrijvingen van kapitaalvennootschappen.

Naam van onderneming

Een firmanaam is vrij te kiezen. De handelsnaam is volgens het HGB niet slechts de naam van het bedrijf maar tevens de naam van de eigenaar. Het Duitse recht gaat uit van een vijftal basisbeginselen:

1. *Firmeneinheit*: voor elke onderneming mag slechts één handelsnaam gevoerd worden
2. *Firmenöffentlichkeit*: aanmelding bij het gerecht voor inschrijving in het handelsregister
3. *Firmenwahrheit*: bij oprichting moet de oprichter zijn volledige voor- en achternaam opgeven
4. *Firmenbeständigkeit*: beginsel dat de naam continu gebruikt mag worden, ook als firma door een ander persoon is overgenomen
5. *Firmenausschließlichkeit*: dit houdt in dat firma's in dezelfde plaats zich (wat naam betreft) van elkaar moeten onderscheiden om verwarring te voorkomen

Rechtspersonen en bedrijfsvormen

Rechtspersonen zijn personen die zelfstandig rechtshandelingen mogen verrichten en als partij moeten optreden bij een overeenkomst. Bovendien is de rechtspersoon handelingsbekwaam, d.w.z. de uitvoering geschiedt via organen. De rechtspersoon is een fictieve vinding van de wetgever. Tot zover zijn er eigenlijk geen verschillen tussen het Duitse en Nederlandse rechtspersonenrecht.

Eenmanszaken

Eenmanszaken zijn die bedrijven die door *Kaufleute* worden gevoerd. Wettelijke regelingen voor deze bedrijven zijn hiervoor besproken.

OHG (Offene Handelsgesellschaft)

De OHG (vergelijkbaar met de vof in Nederland) is een vennootschap met als doel de uitoefening van een bedrijf van meerdere personen onder gemeenschappelijke naam. Elke persoon is tevens vennoot en dientengevolge onbeperkt aansprakelijk. Het Duitse recht stelt een aantal eisen aan de OHG, te weten:

1. Vennootschappelijk doel
2. De vennootschap, d.w.z alle vennoten moeten onder gemeenschappelijke naam handelen
3. Aansprakelijkheid van de vennoten ten opzichte van schuldeisers kan niet worden beperkt

KG (Kommanditgesellschaft)

De KG (vergelijkbaar met de C.V. in Nederland) is gebaseerd op hetzelfde principe als de OHG. Verschil is dat bij een deel van de vennoten de aansprakelijkheid ten opzichte van schuldeisers tot een bepaald bedrag is beperkt. Tevens mogen deze vennoten de vennootschap niet besturen maar slechts controleren. Een KG kent dus twee soorten vennoten: de beherende vennoot, die onbeperkt aansprakelijk is en de commanditaire vennoot met een beperkte aansprakelijkheid.

KgaA

Een bedrijfsvorm die afwijkt van het Nederlandse systeem is de KgaA (*Kommanditgesellschaft auf Aktien*). Dit is een kapitaalvennootschap die als een AG functioneert maar waarbij de regels van de KG blijven gelden, dat wil zeggen dat de beherende vennoten volledig aansprakelijk zijn. Voor het overige zijn de regels voor de AG van toepassing.

GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung)

De GmbH (vergelijkbaar met de B.V. in Nederland) wordt opgericht bij notariële akte, waarbij een minimum startkapitaal is vereist van 25.000 euro. Bij de oprichting moet minstens 12.500 euro worden ingebracht als er meer dan één vennoot is. Een andere voorwaarde is dat elke vennoot minimaal 250 euro stort. De GmbH als orgaan moet ten minste één bestuurder hebben, met als toezichthouder de AVA (Algemene Vergadering van Aandeelhouders). De AVA controleert het functioneren van de bestuurders. Voorts kan er een Raad van Toezicht worden ingesteld. Dit is verplicht voor bedrijven met meer dan 500 werknemers. De bestuurders zijn de wettelijke vertegenwoordigers van de GmbH en zijn uit hoofde daarvan aansprakelijk voor de handelingen van de GmbH. De GmbH wordt ontbonden na een gerechtelijke uitspraak, bij een faillissement of als gevolg van onwettige besluiten.

GmbH & Co. KG

Een GmbH & Co. KG is een *Komanditgesellschaft* (C.V.) waarbij een GmbH als persoonlijk aansprakelijke (complementaire) vennoot deelneemt en de andere personen commanditaire vennoten zijn. Meestal zullen dit de vennoten van de GmbH zijn. Hierdoor wordt, alhoewel het om een personenvennootschap gaat, de aansprakelijkheid beperkt tot het kapitaal van de GmbH. Ook levert het een belastingvoordeel op, omdat commanditaire winsten alleen onder de inkomstenbelasting vallen, niet onder de vennootschapsbelasting.

Nederlandse werknemer in Duitsland

De in Nederland wonende werknemers die in Duitsland werken, zijn verzekerd volgens de Duitse sociale verzekeringen, ongeacht of zijn werkgever in Nederland of in Duitsland gevestigd is.

Uitzondering op deze hoofdregel is de werknemer, die in Duitsland tewerk is gesteld door een onderneming waaraan hij normaal is verbonden en voor maximaal twaalf maanden is gedetacheerd. Deze gedetacheerde werknemer blijft verzekerd volgens de Nederlandse sociale verzekeringen. De werknemer dient dan wel over het formulier E101 te beschikken; dit is de Verklaring van de toepasselijke sociale wetgeving. De werknemer die volledig werkzaam is in Duitsland is, ook als hij daar niet woont, inkomstenbelastingplichtig in Duitsland en valt daardoor automatisch ook onder de loonbelasting (loonbelasting is een voorheffing van de inkomstenbelasting).

Arbeidsrecht

Het aangaan van een arbeidsovereenkomst is in Duitsland in beginsel vormvrij, maar moet binnen korte termijn schriftelijk worden vastgelegd.

Enkele aandachtspunten:

- In Duitsland mag de werkgever tot maximaal 6 maanden proeftijd bedingen (verlengd naar 2 jaar)
- Het minimumloon is onbekend in het Duitse rechtstelsel
- Vanaf 1 januari 1995 heeft de werknemer recht op minimaal 24 vakantiedagen
- Vakantiegeld is de werkgever slechts verplicht te betalen, als dit is opgenomen in de cao (*Tarifvertrag*). Het is wel gebruikelijk. De hoogte varieert van 30 procent tot 100 procent van een normaal maandloon
- Bij ziekte van de werknemer betaalt de werkgever zelf zes weken het normale maandloon door

- Ontslagvergunningen van de directeur van het Gewestelijk Arbeidsbureau zoals in Nederland zijn niet nodig en totaal onbekend. Ook tijdens een ziekteperiode kan een werknemer worden ontslagen

Totstandkoming van een contract

In Duitsland komt, evenals in Nederland, een overeenkomst tot stand door wils-overeenstemming tussen partijen. Wel kent het Duitse systeem enkele bepalingen die afwijken van het Nederlandse systeem. Als een partij zwijgt op een aanbod (in het handelsverkeer) betekent dit in beginsel niet dat dit wordt gezien als een aanvaarding van het aanbod. Echter, indien een ondernemer die voor derden zaken doet een aanbod krijgt, dan moet deze ondernemer onmiddellijk hierop antwoorden, anders geldt zijn zwijgen als accepteren van het aanbod. Daarnaast heeft jurisprudentie voor het verkeer tussen bedrijven, het zwijgen op het zogenaamde *Bestätigungsschreiben* ook aangemerkt als aanvaarding van het aanbod in dit schrijven. In het Duitse handelsverkeer kunt u niet om het *Bestätigungsschreiben* heen. Mondeling overeengekomen afspraken worden in de regel door één of door beide partijen schriftelijk bevestigd. Wijkt de inhoud van dit *kaufmännische Bestätigungsschreiben* af van de eerder mondeling overeengekomen afspraken en reageert de ontvanger daarnaast niet op de gestuurde brief dan is volgens het handelsgebruik een rechtsgeldige overeenkomst tot stand gekomen met de nieuwe inhoud die in het *Bestätigungsschreiben* staat.

Algemene voorwaarden

Algemene voorwaarden of leverings- en betalingsvoorwaarden zijn in Duitsland vastgesteld in het *Allgemeine Geschäftsbedingengesetz (AGB)*. Het gaat hier om alle, voor een veelvoud van overeenkomsten vooraf geformuleerde, contractsvoorwaarden die een contractpartij eenzijdig oplegt aan de andere partij. Denk aan: betaling, plaats van levering, tijdstip, eigendomsvoorbehoud en aansprakelijkheid. De AGB gelden alleen in het handelsverkeer, waar bovendien individuele afspraken voorrang hebben op de AGB. De AGB maken in principe slechts onderdeel uit van het contact als de gebruiker bij sluiting van het contract uitdrukkelijk naar deze AGB verwijst en de andere partij ook de mogelijkheid biedt hier kennis van te nemen en ze te accepteren. Algemene voorwaarden worden dus expliciet overeengekomen en zijn onderdeel van de overeenkomst. Ze mogen geen ongewone clausules bevatten waarop de wederpartij niet rekent.

Handelsagenten en distributeurs

Handelsagent of Vertreter

Een handelsagent (*Handelsvertreter*) is een zelfstandig werkende ondernemer die op basis van een contract voor u kan bemiddelen. Beëindiging van de overeenkomst is moeilijk. Bij beëindiging van de overeenkomst heeft de agent namelijk recht op de zogenaamde *Ausgleichsanspruch*: een vergoeding voor de meerwaarde die de agent aan uw onderneming toevoegt, indien u de door hem geworven klanten in de toekomst belevert. De *Ausgleichsanspruch* is dwingend recht: u kunt deze dus niet uitsluiten in het contract. De hoogte van de *Ausgleichsanspruch* is maximaal één jaar provisie op basis van gemiddelde provisie in de laatste vijf jaar. De agent mag echter niet zelf zijn ontslag hebben aangevraagd, dan vervalt het recht op de *Ausgleichsanspruch*.

De juridische positie van een handelsagent in Duitsland is gelijk aan die in Nederland. Vergis u niet in de omvang van Duitsland. Alleen Nordrhein-Westfalen is al groter dan Nederland. Om meerdere deelstaten te bedienen zult u dus met verschillende agenten in zee moeten gaan. Belangrijke tip van veel adviseurs: begeef u voor het zoeken van een agent op de Duitse markt, want een goed handelsagent met de juiste referenties haalt u bij een ander bedrijf vandaan.

Distributeur of Vertragshändler

Een distributeur (*Vertragshändler*) of franchisenemer heeft (in tegenstelling tot een agent) een vaste overeenkomst en verkoopt steeds goederen van dezelfde ondernemer(s). Voor distributeurs bestaat in het Duitse rechtssysteem geen specifieke wettelijke regeling. Belangrijk beginsel is contractvrijheid. Daarnaast worden aanvullend de regels van het recht voor handelsagenten toegepast. Een contract met een *Vertragshändler* bevat in ieder geval:

- Een omschrijving van de producten, voorraadbeheer, eigendomsvoorbehouden, regio/rayon, minimumomzet, concurrentiebeding, in licentie geven van intellectuele eigendomsrechten en exclusiviteit
- De distributeur treedt op als zelfstandig ondernemer en koopt en verkoopt onder eigen naam en risico
- De distributeur kan worden verplicht gegevens door te geven aan de ondernemer die hem *inhuurt*, zoals marktanalyses, concurrentieposities, gebruikelijke advertentiemediën en plaatselijke gebruiken. Deze verplichtingen moeten nauwkeurig omschreven worden

Tenslotte moet u letten op de rechtskeuze. In de overeenkomst kan gekozen worden voor de competentie van de Nederlandse of de Duitse rechter. Ook is het mogelijk arbitrage af te spreken

Producteisen

Productaansprakelijkheid

Het Duitse *Produkthaftungsgesetz* (ProdHG) kwam naar aanleiding van Europese richtlijnen tot stand. De Duitse regelgeving rond productaansprakelijkheid komt dan ook voor een groot deel overeen met de Nederlandse wetgeving. Op grond van het ProdHG is een producent aansprakelijk voor lichamelijk letsel en schade toegebracht aan andere zaken, dan het in gebreken blijvende product. Aanknopingspunt in deze is uitsluitend het *in verkeer brengen* van het in gebreken blijvende product. We spreken hier van een risicoaansprakelijkheid. Een toewijsbare schuld van de producent hoeft daarom niet ten grondslag te liggen. Let wel dat ook de leverancier of importeur voor de in gebreke blijvende producten aansprakelijk kan zijn. Mits hij of zij op de hoogte is of had moeten zijn van een mogelijk gebrek. Leveranciers en importeurs worden dan volgens het ProdHG gezien als producent. Uitsluiten van de aansprakelijkheid is niet mogelijk. Voor de hoogte van de aansprakelijkheid zijn in de wet limieten aangegeven. Verzekeraars van productaansprakelijkheidsverzekering bieden aan om juist deze risico's te compenseren.

Productveiligheid

Sinds 2004 is de wet *über technische Arbeitsmittel und Verbraucherprodukte* (GPSG) van kracht. Deze wet legt een grote verantwoording bij de producent neer om producten van veiligheidskenmerken te voorzien. Producten mogen niet in verkeer worden gebracht als er bij gewoon gebruik gevaar dreigt voor veiligheid en gezondheid, ook van derden. De producent moet altijd traceerbaar zijn. Ook dient de producent op het product, de verpakking of met een bijsluitertje te wijzen op mogelijke gevaren bij gewoon gebruik of bij al naar gelang afzienbaar foutief gebruik. Gebeurt dit niet, dan kan dit leiden tot geldboete of gevangenisstraf. Naast de GPSG moet u rekening houden met productspecificatie en aanvullende regels.

Gebruiksaanwijzing verplicht

Producten die in Duitsland op de markt komen en gemonteerd moeten worden, moeten zijn voorzien van een duidelijke Duitstalige gebruiksaanwijzing. De koper

kan het koopcontract ontbinden indien aan deze eis niet wordt voldaan of de producent er niet in slaagt om binnen redelijke termijn een deugdelijke gebruiks-aanwijzing beschikbaar te stellen.

Prijzen

Op producten die aan een eindgebruiker aangeboden worden dient de prijs die daadwerkelijk en uiteindelijk in rekening wordt gebracht te staan. Dit, inclusief BTW of, indien van toepassing, inclusief andere bestandsdelen van de verkoopprijs.

Garantie

Garanties maken deel uit van het koop- of leveringscontract en hebben betrekking op de kwaliteit of houdbaarheid van een product. Een garantiebepaling moet helder zijn geformuleerd en erop wijzen dat de wettelijke garantie door deze bepaling niet wordt beperkt. Ook moet de garantiebepaling de inhoud, voorwaarden, duur, regionale afbakening, naam en adres van de garantieverlenende partij inhouden. Wordt geen garantiebepaling overeengekomen, dan geldt voor roerende zaken de wettelijk garantietermijn van 2 jaar. De koper kan zich, naast het garantierecht, op het kooprecht beroepen.

Keurmerken en certificeringen

Duitsland is lid van de EU en dus gelden alle Europese normen, keurmerken en certificeringen (EC, ISO, etc.). In bepaalde gevallen gelden nationale eisen (vooral in de bouwsector en metaalindustrie). Als dit zo is bent u verplicht een Duits keurmerk/ certificaat voor uw product te hebben. Voor informatie over dit onderwerp kunt u terecht bij experts zoals de TÜV (*Technischen Überwachungs Vereine*). Er bestaan meerdere onafhankelijke organisaties die werken onder deze naam. In principe kunt u bij allemaal terecht. Achterin dit boekje vindt u een verwijzing naar de relevante websites.

Alhoewel dus niet voor alle producten een verplichte Duitse keuring nodig is, is het toch raadzaam om uw producten naar Duitse normen en maatstaven te laten keuren. Zowel bedrijven als consumenten hechten veel waarde aan Duitse keurmerken. Deze wekken vertrouwen en kunnen uw positie versterken. Bij identieke producten kiezen de meeste Duitsers voor producten die TÜV zijn gekeurd. Kijk voor meer informatie op: www.tuv.nl of www.Vdtuev.de.

Intellectueel eigendom

Informatie over octrooien, handelsmerken, auteursrechten, registratie domeinnamen en aanvragen van patenten kunt u vinden op www.dpma.de of opvragen bij:

- Deutsches Patent- und Markenamt in München
Zweibrückenstrasse 12, D - 80331 München
Informatie: (+49 - 89) 2195-3402
- Deutsches Patent- und Markenamt, Dienststelle Jena
Goethestrasse 1, D - 07743 Jena
Informatie: (+49 - 89) 40-5555
- Deutsches Patent- und Markenamt, technisches Informationszentrum Berlin
Gitschiner Strasse 97, D - 10969 Berlijn
Informatie: (+49 - 89) 25992 - 220/221

Immateriële zekerheidsrechten als mededingingsvoordeel

De bescherming van het intellectuele eigendom (octrooi, patent, merken of andere rechten) wordt door de verdergaande globalisering steeds belangrijker en begint al met de oprichting van een onderneming. Vanaf dan moet u zich afvragen of het zinvol en belangrijk kan zijn uw firmanaam te beschermen. Vooral grote concerns hebben belang bij naamsbescherming en zien hier nauwlettend op toe. Ook met productpiraterij (kopieergedrag) moet u rekening houden. Pas als u product- en merkenrechten veilig stelt kan tegen het indruisen van deze rechten adequaat worden opgetreden.

Ook het *octrooirecht* wordt steeds belangrijker in het grensoverschrijdende zakenverkeer. Het octrooirecht biedt een uitstekende bescherming, omdat dit recht al bij het creëren van het werk/product ontstaat en niet afhankelijk is van formele inschrijvingsvereisten. Echter juist door het ontbreken van deze formele vereisten zijn aan een octrooi risico's verbonden. Maar het moderne octrooirecht en rechtspraak op maat bieden uitstekende remedies om tegen inbreuken op te treden. In het kader de geldende regels bestaat zelfs de mogelijkheid goederen die inbreuk doen op rechten al op de snelweg in beslag te nemen.

Promotie en reclame

Het juridische kader voor reclame en promotie via print- of andere media is vastgesteld in de wet tegen oneerlijke mededinging (UWG). Enkele voorbeelden uit de wet: reclame mag niet misleidend, noch van dien aard zijn dat consumenten in hun beslissingsvrijheid onredelijk worden beperkt. Ook is het niet toegestaan producten of diensten van anderen zwart te maken.

Bijzondere aandacht verdient de Direct Marketing (het direct aanschrijven, bellen of mailen van potentiële klanten). Op grond van de UWG kan het ongevraagd toezenden van reclame leiden tot vorderingen voor nalaten of schadevergoeding. De term reclame wordt in dit opzicht heel ruim geïnterpreteerd. Direct Marketing is toegestaan als de geadresseerde er klaarblijkelijk of vermoedelijk geen bezwaar tegen heeft. Reclame via telefoon, fax of mail kan op grond van art. 7 UWG worden beschouwd als een niet te accepteren en ondragelijke inbreuk op de werk- of privésfeer van de geadresseerde. In het ergste geval betekent dit dat het toezenden van een e-mail al een dure grap kan worden. In de praktijk kan immers een aanmaning tot nalaten volgen, gepaard met dreiging van een dwangsom. Wilt u toch aan Direct Marketing doen, hou dan rekening met de risico's.

Subsidies in Duitsland

Bedrijven in Duitsland hebben veel subsidie- en financieringsmogelijkheden (Fördermittel), variërend van de programma's van de Europese Unie, de federale en de deelstaatoverheden. Op de website (www.bmwi.de) van het Duitse Ministerie van Economische Zaken (Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit - BMWA) vindt u onder de rubriek *Förderdatenbank* een compleet overzicht van alle subsidies en financieringsmogelijkheden die voor u relevant (kunnen) zijn. Financiering gebeurt meestal in de vorm van directe stimuleringsmaatregelen zoals subsidies, gunstige leningen en garanties of indirect door maatregelen met betrekking tot werkgelegenheid en scholing. Om voor subsidie in aanmerking te komen, dient u of uw project aan de specifieke doelstellingen en criteria van een programma of een instrument te voldoen. Het Duitse subsidiesysteem is complex, daarom kunt u zich bij investerings- en vestigingsplannen in Duitsland het best laten adviseren door de plaatselijke *Industrie- und Handelskammern* (www.ihk.de), de *Handwerkskammern* (www.zdh.de) en de ontwikkelingsmaatschappijen (Wirtschaftsförderungsgesellschaften). De adressen van laatstgenoemde organisaties in Oost-Duitsland vindt u op de website van het *Bundeswirtschaftsministerium* (www.bmwi.de). U kunt ook voor advies terecht bij het *Büro des Beauftragten für Auslandsinvestitionen in Deutschland* (www.foreign-direct-investment.de) in Berlijn.

Ondersteuning bij uw marktentree

Nederland kent vele organisaties die u behulpzaam kunnen zijn bij uw internationale stappen. Achterin dit boekje treft u de gegevens van relevante partijen. Naast praktische steun bij het vinden van zakenpartners of bijvoorbeeld beursbezoeken, kunt u ook gebruik maken van subsidies zoals bijvoorbeeld de PSB (Programma Starters Buitenlandse Markten). Voor meer informatie over de PSB subsidie kunt u terecht bij de EVD, uw brancheorganisatie, Syntens en/ of de Kamer van Koophandel in uw regio. Ook kunt u studenten inzetten voor het uitwerken van een exportplan of het in kaart brengen van mogelijke afnemers in Duitsland. Neem voor informatie hierover contact op met de Hogeschool of universiteit in uw regio of kijk op: http://www.internationalehandel.mkb.nl/Werken_met_studentsen.

Voor een tweetal faciliteiten vragen wij extra uw aandacht:

Faciliteit Individuele Marktbewerking

Op vragen over marktentree en in welke regio's specifieke kansen liggen voor bepaalde sectoren is niet altijd een eenduidig antwoord geven. Dit is erg afhankelijk van het product, soort bedrijf en uw ambitieniveau. U kunt in dit verband gebruik maken van de faciliteit Individuele Marktbewerking van de EVD. De EVD voert een marktscan uit voor uw bedrijf (niet te verwarren met een marktonderzoek). U hoeft hier niet voor te betalen, maar als u voor een scan in aanmerking wilt komen moet u wel aan bepaalde voorwaarden voldoen en bereid zijn er zelf ook tijd in de voorbereiding te steken. U moet in ieder geval kunnen aantonen dat u serieuze plannen heeft en zelf al een eerste marktverkenning heeft uitgevoerd. Verder moet u een exportplan hebben en bereid zijn na afloop terug te koppelen welke resultaten u heeft geboekt. Zo houdt de EVD de vinger aan de pols. De marktscan is in ieder geval een succes, want van de bedrijven die jaarlijks worden geholpen, is ruim 70 procent in contact gekomen met goede zakenpartners en heeft eenderde daarvan al contracten afgesloten.

Deelname aan een handelsmissie

MKB-Nederland en ABN AMRO organiseren jaarlijks enkele handelsmissies voor het mkb in opdracht van de EVD. Daarnaast worden handelsmissies georganiseerd door een groot aantal brancheorganisaties, door de overheid en door private partijen.

Bij een handelsmissie wordt gebruik gemaakt van *matchmaking*. Dit houdt in dat voor uw bedrijf potentiële zakenpartners in het land op maat geselecteerd worden.

Dit kunnen mogelijke afnemers zijn van uw producten en/ of diensten, maar ook agenten, distributeurs of andere mogelijke samenwerkingspartners. Een overzicht van handelsmissies is te vinden op www.evd.nl.

Wilt u meer weten over deelname aan een handelsmissie neem dan contact op met MKB-Nederland, mw. I. J. Olivier (015-219 14 08), of lees het boekje over handelsmissies van MKB-Nederland en ABN AMRO; te bestellen via <http://www.internationalehandel.mkb.nl/Publicaties>.





Alexander de Bas en Peter Janssen • Vermeer Machine Techniek bv

“Duitsland is een enorme markt. Wij hebben gemerkt dan je aan één agent of Vertreter niet genoeg hebt. Daarvoor is het land gewoon te groot.”

Vermeer Machine Techniek bv (www.vermeerMT.nl) is fabrikant en leverancier van machines. Het bedrijf levert o.a. funderingsmachines, grondboorinstallaties, stobbenfrezen en boothandeling materieel aan de aannemerij, kabel- en infrabedrijven, de tuin- en parkbranche en de nautische sector. Naast standaardmachines levert het bedrijf op verzoek speciaal ontwikkelde machines. De productie vindt voornamelijk in de eigen fabriek plaats, maar ook wordt nauw samengewerkt met een Amerikaanse fabrikant (Vermeer Manufacturing).

Volgens Alexander de Bas, directeur/eigenaar van Vermeer Machine Techniek (MT) lijkt de markt onder Handelsvertreter soms net het Wilde Westen. Alexander: “Er komen er steeds meer bij en ze hebben allemaal hun eigen gebied of werkterrein, dat ze als een stel cowboys ook flink verdedigen. Er zitten bovendien grote verschillen tussen de deelstaten. Wij gaan daar wel in mee, omdat we de juiste persoon voor het juiste deelgebied willen hebben. Om de Duitse markt goed te kunnen blijven bewerken gaan we op korte termijn gebruik maken van vijf of zes verschillende Vertreter.”

Vermeer Machine Techniek bv

Marktbenadering

Vermeer MT heeft vanaf de dag van de start van het bedrijf in 1959 internationaal zaken gedaan. Scandinavië en Engeland zijn de grootste afzetmarkten, maar het marktaandeel in Duitsland groeit. Zo'n tien procent van de omzet wordt in dit land gegenereerd. Alexander: "Duitsers houden van innovatieve producten en wij maken die graag. Maar de concurrentie neemt wel toe. Dit komt vooral door de werkloosheid in voormalig Oost Duitsland. Steeds meer Ossies, zoals Duitsers hun landgenoten uit voormalig Oost Duitsland noemen, beginnen voor zichzelf. Veel Duitsers kopen ook voornamelijk in het Oosten in, omdat daar gewoon veel goedkopere machines worden geleverd, door veelal kleine bedrijven. Gunstig voor ons is dat Duitsers toch vaak voor kwaliteit kiezen. Daar zijn wij weer sterk in."

Peter: "Ik vind wel dat Duitsers hun markt erg beschermen. Duitsers kopen ook het liefst van Duitsers. Ze verwachten service om de hoek. Als buitenlander kom je hier niet altijd even makkelijk tussen. Om zaken te kunnen doen moet je je dus vooral richten op internationaal georiënteerde spelers. Dat gaat een stuk eenvoudiger. En door samen te werken met Duitse spelers op onze markt proberen wij ook voet tussen de deur te krijgen."

Om de Duitse markt te benaderen staat Vermeer MT geregeld op beurzen. De informatie hierover komt vooral uit vakbladen. Alexander: "Je hebt daarbij in principe geen hulp van experts nodig. Duitsland is best transparant en je kunt dit soort zaken prima zelf uitzoeken." Een beurs is volgens Alexander in Duitsland wel anders georganiseerd dan een Nederlandse beurs. "Ze beginnen erg vroeg, en dan direct een biertje erbij. Echt grappig, in ongeveer elk gangpad vind je een kraam met bier een braadworst. Op de stands wordt gewoon gedronken, de hele dag door. Er hangt een vrij amicale sfeer, maar de Duitsers blijven wel beleefd."

Nederlandse producten goed bekend

Alexander: "Duitsers kopen dan wel het liefst van Duitsers, maar als ze dan toch zaken met buitenlanders moeten doen, dan toch liever met Nederlanders dan met bijvoorbeeld Fransen. Nederlandse producten staan goed bekend in Duitsland. Duitsers vinden ons betrouwbaar en wij hechten net zoveel aan kwaliteit als zichzelf."

Duitsers zijn volgens Alexander heel gründlich. Alles wordt onderzocht. Alexander: "Waar wij in Nederland genoeg nemen met een 6, gaat een Duitser voor een 10. Ze nemen daar ook de tijd voor en dat roept bij ons, soms ongeduldige



Nederlanders, wel eens wat irritatie op. We worden ook continu gebeld met vragen over: hoe zit dit? Hoe werkt dat? Duitsers willen gewoon alle risico's uitsluiten. Niet zozeer op papier, maar door dit soort telefoontjes."

Peter vult aan: "We hebben daar ook een keer ons voordeel mee kunnen doen en een grote blunder van onze kant kunnen rechtzetten. Ik had een stabilisatiemachine uit Frankrijk ingekocht waar 3 cm afwijking in bleek te zitten. In de Franse folder stond een afmeting van 40 cm en in de Duitse folder 37 cm. Gründlich als de Duitsers zijn, werd alles nagemeten en ontdekten ze de afwijking. Gelukkig kon alles worden rechtgezet."

Blunders en valkuilen

Alexander: "Als we het toch over blunders en valkuilen hebben kan ik er nog wel één noemen. Wij zijn een keer vergeten een eigendomsvoorbehoud voor onze goederen te regelen. Dit moet je wel weten en ook wij zijn hierin door schade



en schande wijs geworden. Wij hadden destijds een dealer die er financieel niet zo goed voorstond. Hij is onlangs overleden en de curator stond al snel op de stoep voor zijn spullen. Net als in Nederland krijgen banken voorrang bij de verdeling hiervan. Eén van onze machines stond ook bij de dealer en maakte onderdeel uit van de buit. De machine was nog van ons. Dat konden we ook aantonen, maar we hebben nooit meer iets teruggezien. Wij hadden geen eigendomsvoorbehoud voor de machine geregeld in de periode dat deze bij de dealer stond, en daar gingen we dan ook mee de mist in." Verder zijn volgens Alexander

en Peter de juridische procedures veel ingewikkelder dan in Nederland. Het kost daardoor meer tijd om zaken op orde te krijgen. Alexander: "Duitsers houden zich overall strikt aan. Als er naast de weg een 50 kilometerbord staat, staan ze direct op de rem. Daar gaan wij toch anders mee om."

Peter: “Ik heb ook een keer een echte blunder gemaakt. Ten tijde van het voetbal heb ik een Duitse relatie oranje gebakjes gestuurd om een overwinning van Nederland te vieren. Die werden zonder pardon teruggestuurd. Tja... dat stelden ze niet op prijs en dat had ik natuurlijk wel kunnen weten. Gelukkig is de zakelijke relatie goed gebleven.”

**“Nederlanders zijn in de omgang snel te direct en te lomp.
Wees pünktlich en doe je huiswerk”**

Duitse zakencultuur

Je kunt volgens beide heren prima zaken doen met de Duitsers. Duitsers zijn wat formeler in de omgang, maar zijn wel integer. Nederlanders spreken al snel een woordje Duits, dus die barrière is ook te overwinnen. Alexander: “Duitsers verwachten alle communicatie in het Duits. Met een Engelse folder of een Engels contract hoef je echt niet aan te komen. Laatst zag ik iemand een presentatie geven in het Engels. Deze man werd doodleuk onderbroken met het verzoek of hij verder wilde gaan in het Duits. Dat hij gebrekkig Duits sprak maakte niet uit. Duitsers knopen dan liever nog zelf de touwtjes aan elkaar, dan dat ze naar een Engels verhaal moeten luisteren. De talenkennis van Duitsers vind ik dan ook echt matig.”

Praktische tips

Peter: “Voor de tolwegen in Duitsland kun je een kastje laten inbouwen. Voor advies kun je terecht bij de transporteur. Je kunt ook alles aan transporteurs overlaten, want die zijn vaak enorm goed op de hoogte van allerlei transportzaken.” Alexander: “In deze tijd van globalisering is het ook erg nuttig en ook nodig om te werken met een uniform prijsbeleid. Op een beurs bijvoorbeeld spreek je veel potentiële klanten uit allerlei landen. Als je dan verschillende prijzen hanteert wordt het lastig verkopen. Wel rekening houden met een extra marge van zo’n twee procent voor de Duitsers. Die verwachten een korting bij betaling binnen tien dagen.”





Dini Hogeweg • Hulshof koffers en tassen B.V.

“Duitsers houden van snel zakendoen en goede voorbereiding. Je hoeft daar echt niet aan tafel te gaan zitten zonder goede voorbereiding, want dat wordt niet gewaardeerd.”

Hulshof Koffers en tassen B.V. (www.hulshof-koffers.nl) uit Lichtenvoorde ontwikkelt en produceert oplossingen voor mobiel en flexibel werken. Met zijn koffers, tassen en accessoires draagt het bedrijf bij aan een overzichtelijke, comfortabele en ergonomisch verantwoorde werkplek. Het bedrijf is sinds de start in 1919 uitgegroeid van leerlooierij, reiskofferproducent tot ontwikkelaar en adviseur van maatwerkoplossingen. Bijvoorbeeld de Mobile Office; een kofferoplossing, waarmee in een handomdraai een presentatie verzorgd kan worden. Hulshof is actief op de zakelijke markt in het hogere segment. Duitsland is de belangrijkste buitenlandse markt voor het bedrijf, dat hier sinds de jaren '60 actief is.

Duitsers doen volgens Dini Hogeweg, verantwoordelijk voor de verkoop bij Hulshof koffers en tassen, het liefst zaken met Duitsers. Daar kom je als Nederlander niet zomaar tussen. Als je als Nederlands bedrijf succesvol wilt zijn moet je uitblinken in de kwaliteit en service die je biedt. Bovendien moet je de Duitse taal goed beheersen. Voor Hulshof koffers en tassen speelde nog eens mee

Hulshof koffers en tassen B.V.

dat de Duitse concurrerende bedrijven groter zijn dan Hulshof.

Dini: "Het opbouwen van een relatie met Duitse zakenpartners heeft ons veel tijd gekost. Duitsers houden lang de boot af. Ze zijn wat afstandelijker en formeler dan Nederlanders. Soms is dat overigens wel prettig, want in Nederland wordt wel erg snel getutoyeerd. Duitse bedrijven kennen ook meer hiërarchie. Het is daarom belangrijk er snel achter te komen wie bevoegd is om beslissingen te nemen. Als je dan een goede relatie hebt, moet je afspraken ook stipt nakomen en snel inspelen op de vraag van de klant. Het is een leerproces om dit soort zaken als Nederlander onder de knie te krijgen."

"Duitsers zijn trouwe zakenpartners. Als je eenmaal een goede band hebt loopt een afnemer niet zomaar bij je weg."

Marktbewerking

Hulshof heeft, om de klantenkring over de grens uit te breiden, een marktonderzoek laten uitvoeren door een Duits bureau. Hier kwamen een aantal interessante prospects uit naar voren, zo leek het. Deze heeft het bedrijf ook benaderd, maar echte deals konden niet worden gesloten. Dini: "Alhoewel marktonderzoek volgens mij een goede manier is om je buitenlandse markt te verkennen, bleek het voor ons niet helemaal te werken. Het was gewoon net niet de juiste match voor ons. We hebben daarna langs andere wegen wel onze afnemers gevonden. Bijvoorbeeld door op beurzen te staan. Duitse afnemers kwamen ons zelf ook op het spoor, omdat ze niet geheel tevreden waren over eigen Duitse leveranciers." Dini raadt mensen echt aan om op beurzen te gaan staan. Een lijst met vakbeurzen is op te vragen bij o.a. de Kamer van Koophandel. Dini: "Beurzen geven je veel informatie. Je krijgt makkelijker inzicht in je markt. Kijk naar de bezoekers, naar mede standhouders, voer gesprekken... daar leer je echt veel van. Je bouwt snel een netwerk op en kunt ook de interesse van de Duitsers aftasten. Wij hebben, nadat we een aantal beurzen hebben bezocht en nog wat extra informatie hebben vergaard, onze koers in Duitsland enigszins aangepast. We krijgen er nu steeds meer voet aan de grond."

Hulshof regelt alle verkoop rechtstreeks vanuit Nederland en werkt niet met agenten. Dini: "De meeste afnemers zijn vrij grote bedrijven en beschikken zelf over een dealernetwerk." Voor de producten van Hulshof zijn geen keurmerken of certificeringen nodig. Dit kan in de toekomst veranderen, omdat het bedrijf plannen heeft om koffers met o.a. een ingebouwde stroomvoorziening te leveren.

Verder werkt het bedrijf met een vaste vervoerder. Hulshof regelt het transport, waarvoor de klant de kosten doorberekend krijgt. Dini: “Transport is voor ons absoluut geen knelpunt, de papierwinkel valt mee en dan wat transport betreft is Duitsland natuurlijk ook erg dichtbij.”

Aangepast productpakket

Dini: “Met onze producten spelen wij in Nederland in op de trend van mobiel en flexibel werken, op kantoor of daarbuiten. We geven advies en bieden maat-



werkoplossingen. Nederland loopt in deze ontwikkeling voor op Duitsland. Nederlanders kijken niet meer op van flexibele werkplekken en mobiele kantoorruimtes. Het is hier voor veel werknemers heel normaal om met een koffertje met kantoorspullen en laptop onder de arm een lege werkplek op te zoeken en in te loggen op het centrale netwerk. Met onze producten wordt flexibel werken een stuk comfortabeler, omdat we oplossingen bieden voor het vervoeren van de spullen en het inrichten van de tijdelijke werkplek. Mobiel werken is weliswaar ingeburgerd in Duitsland, maar flexibel werken is nog een onbekend fenomeen. Wij hebben

om die reden voor Duitsland ook een wat ander productenpakket dat bestaat uit custom made oplossingen.”

“Duitsers verwachten goede kwaliteit en zijn bereid hiervoor te betalen. Je moet wel aan de hoge kwaliteitsverwachtingen kunnen voldoen als je zaken wilt doen in Duitsland.”

Betalingsverkeer

Volgens Dini is het in Duitsland heel normaal om drie procent korting te verlenen bij betaling binnen tien dagen. Dini: “In onze sector althans. Hoe dat er in andere sectoren aan toe gaat weet ik natuurlijk niet. Duitsers zijn dol op kortingen, is mijn ervaring. Ik hou hier dus rekening mee in mijn prijsstelling en marges. Het Duitse betaalgedrag is over het algemeen prima. Maar we werken desondanks wel altijd met een bureau dat de kredietwaardigheid van afnemers inschat. Als een afnemer dit niet blijkt te zijn, vragen wij vooruitbetaling. Overigens hanteren we dit systeem overall, dus niet alleen in Duitsland. Ik werk verder niet met verkoopcontracten, maar leg wel de betalingscondities vast. Soms win ik nog wat extra advies in bij een jurist die is gespecialiseerd in het Duitse rechtssysteem. Dit is belangrijk omdat je zaken in de Duitse taal vastlegt, dat moet dan allemaal wel kloppen.” Dini vindt vooral het afhandelen van de CBS statistieken veel werk, vanwege de administratieve rompslomp.



Goed om te weten

Dini: “Duitsers werken vaak op andere werktijden. Ze beginnen bijvoorbeeld liever om 07.00 uur om dan bijvoorbeeld op vrijdagmiddag vrij te kunnen zijn. Verder zijn ze in de omgang - zoals ik al zei - vrij formeel. Dit uit zich in de kleding (veel donkere pakken) en in het taalgebruik. Duitsers spreken altijd met twee woorden, Frau Hogeweg, enzovoorts. Ik vind wel dat ze wat minder snel werken dan wij, maar dat kan natuurlijk persoonlijk zijn.”

Stuttgart



Paul Palthe • VOS instrumenten bv

“In Duitsland werken wij intensief samen met onze Duitse collega Steinfurth. Ik ben hun distributeur in Nederland, zij doen voor mij de Duitse markt. Die constructie bevalt mij prima. Voor ons is dit een goede manier om in Duitsland zaken te doen.”

VOS instrumenten bv (www.vosinstrumenten.nl) is een groothandel in instrumenten en verbruiksmaterialen voor practica van middelbare scholen en bedrijven (industrie). Het bedrijf richt o.a. de meeste laboratoria van Heineken in. Ook Coca Cola, met name in Afrika, is een belangrijke afnemer. 25 procent van de omzet komt van buiten de EU en een klein percentage komt uit de EU, waaronder Duitsland. Nederland is de belangrijkste afzetmarkt voor het bedrijf. Een aantal producten ontwikkelt het bedrijf zelf, waarbij de productie wordt uitbesteed.

Ondanks intensieve samenwerking met Steinfurth is deze niet officieel vastgelegd. Dit is een bewuste keuze van Paul Palthe, directeur/eigenaar van VOS instrumenten. Paul: “We zijn allebei klein en dan moet je elkaar gewoon vertrouwen. Als het dan niet meer gaat moet je er mee stoppen... zo simpel is het. Bij ons werkt het goed. We trekken samen op bij beurzen, delen een stand, staan daar ook onder gezamenlijke naam Steinfurth-VOS en delen de kosten. Die constructie bevalt mij prima. Wel notuleren we onze besprekingen. Dit doen we in het Engels. Slechts

één keer heb ik gedurende onze samenwerking officieel iets ondertekend. Dat was ons dealership voor hun Nederlandse markt. Daar stond Steinfurth op en dat doe je dan. Maar voor mij was het niet nodig.”

Beursdeelname

Paul: “Beursdeelname is nuttig, maar wel duur. Op een Duitse beurs moet je het wat groter aanpakken. Een kleine stand staat voor een Duitser gelijk aan onbelangrijk. Je hebt echt een flinke stand nodig (zo’n 35 tot 50 m²) om mee te tellen, en die moet er dan ook echt goed uitzien. Trek gerust een flink budget uit om je bedrijf goed te presenteren. Omdat wij de kosten delen met Steinfurth kunnen wij dat voor een redelijk bedrag doen. Pak je marketing daarbij niet te populair aan. Dit geldt niet alleen voor beurzen. Duitsers zijn formeler en dat merk je ook in de marketing.”

Dezelfde taal spreken

Paul is zich, sinds hij het bedrijf drie jaar geleden van de heer Vos overnam, goed op de internationale markt gaan oriënteren. Hij wilde graag veel meer internationaal zaken doen, dan het bedrijf tot zijn aantreden al deed. Het bedrijf was wel al actief op de Duitse markt. De heer Vos heeft destijds de eerste contacten met de Duitsers gelegd, maar de samenwerking verliep niet goed. Paul: “Ik denk dat dit lag aan de manier waarop het bedrijf de Duitsers bejegende; te veel uit de hoogte. Ons bedrijf had destijds zoiets van ‘wij zullen wel eens even laten zien hoe een en ander werkt’. Dat pikten de Duitsers niet, waardoor de relatie verslechterde. Het heeft me echt veel tijd en energie gekost om dit te herstellen, maar nu gaat het goed. We doen weer goede zaken met elkaar”.

Over taal gesproken

Volgens Paul moet je weliswaar Duits spreken met Duitsers, maar hij raadt mensen af om in het Duits te schrijven. Paul: “Denk als Nederlander niet dat je het geschreven Duits goed beheerst. Daar zitten zoveel variaties en grammaticalelementen in. Schrijven kan prima in het Engels. Dat hebben Duitsers ook geleerd. Ga tijdens een vergadering waar Nederlanders en Duitsers bij aanwezig zijn ook nooit over op de Nederlandse taal. Dat is ronduit beledigend.”

Omgangsvormen steeds lossier

Paul: “Ik heb een hele goede Duitse vriend, een voormalige chef van me. Ondanks deze jarenlange vriendschap bleef hij me altijd met twee woorden aanspreken. Dat formele gaat er wel steeds meer af trouwens. Ik heb het idee dat Duitsers in dit opzicht soms verlekkerd naar onze lossere omgangsvormen kijken. Toch zou het initiatief hiervoor bij de Duitsers leggen. Na enkele ontmoetingen weet je snel genoeg aan welke omgangsvormen je Duitse zakenrelaties de voorkeur geven.”

Eenvoudig zaken doen

Paul vindt de Duitse markt niet moeilijk om zaken te doen. Deze is transparant en de zakelijke cultuur verschilt niet zozeer van de Nederlandse. Het betalingsgedrag van de Duitsers is prima en de procedures van het zakendoen zijn eenvoudig. Paul:



“Wel heb ik het idee dat Duitsers hun eigen markt soms wat afschermen. Zo werd ik ineens geconfronteerd met een verplichte verwijderingsbijdrage voor elektronische apparaten (Recycling Technologische Apparatuur of RTA). Ik moest verklaringen ondertekenen waarin stond dat ons bedrijf verantwoordelijk was voor de RTA. Dat is in praktijk natuurlijk onuitvoerbaar en gelukkig is die regeling uiteindelijk niet doorgevoerd.”

Paul heeft niet zo'n last van de regionale verschillen in Duitsland. Hij ziet Duitsland als één markt. Paul: “Ik zie wel dat er verschillen bestaan. Zo zijn de Duitsers in Hannover en Hamburg wat afstandelijker en moeilijker benaderbaar. In Noordrhein-Westfalen worden ze steeds minder formeel, hoewel je ze in eerste instantie wel formeel moet blijven benaderen. In Beieren en het Zuiden zijn de Duitsers wat frivoler. De Italiaanse invloed is daar goed merkbaar. Ik ga niet te veel mee in die verschillen en benader al mijn Duitse klanten hetzelfde en met evenveel respect.”

“Zakendoen in Duitsland is net zo eenvoudig als zakendoen in Nederland.”

De kracht van Nederlanders in vergelijking met de Duitsers ligt volgens Paul in snelheid, flexibiliteit en improvisatievermogen. Paul: “Daarin zijn wij gewoon beter dan de Duitsers. Duitsers zijn ook behoudender, gaan liever niet op hun gat. Ook zetten ze bijvoorbeeld regelmatig hun mobiel uit en zijn dan een tijd niet



bereikbaar. Dat gebeurt een Nederlandse ondernemers niet snel. Die zijn vrijwel altijd bereikbaar, ook al zitten ze ergens aan de andere kant van de wereld. Duitse bedrijven zijn ook veel hiërarchischer in opbouw. Als de hoogste baas er niet is, duurt het langer voordat er een beslissing wordt genomen, want de tweede man durft geen beslissing te nemen zonder akkoord van zijn baas. Dan moet je dus wachten en dat is soms echt vervelend.”





Rob de Goey • De GOEY Käse GmbH

“Zakendoen houdt gewoon in dat je van 1 euro 1,10 euro wilt maken. Waar ook ter wereld. Daarin zitten geen verschillen, ook niet in het zakendoen in Duitsland.”

De Goey Kaas B.V. (www.degoeykaas.com) is een groothandel in Hollandse kazen. Onder eigen naam wordt een breed assortiment Hollandse kaasspecialiteiten verhandeld: van Goudse kazen, brandnetelkazen tot gras- en boerenkazen. Bij de Goey Kaas in Woerden worden de kazen als halfproduct op houten planken gerijpt tot een eindproduct. Het bedrijf heeft een moderne kaasopslag en kaasbehandelingslijn om de kazen tijdens het rijpingsproces te draaien en van een bescherm-laag te voorzien. De Goey Käse GmbH is gevestigd in Emmerich am Rhein in Duitsland. Hier is een groothandel in Hollandse en buitenlandse kaasspecialiteiten. Vanuit Emmerich worden de afnemers in Duitsland belevend.

Hollandse nuchterheid ten voeten uit van Rob de Goey, eigenaar/directeur van De Goey Käse. Uiteindelijk gaat het om omzet en winst, in welk land je ook onderneemt, maar niet alles is vanzelfsprekend. Zakendoen in Duitsland brengt volgens Rob bijvoorbeeld meer papierwerk met zich mee. Rob: “Duitsers willen alles vastleggen op papier. In onze sector is dat niet gebruikelijk. Niet in Nederland althans. De kaasmarkt is een kleine markt, met een aantal grote spelers.

De GOEY Käse GmbH

Mondelinge afspraken zijn al snel voldoende om zaken te regelen. In Duitsland werkt dit niet. Daar kom ik dan ook contracten tegen, die ik hier in Nederland in onze markt niet zie. Ik vind ook dat Duitsers wat sneller naar de rechter stappen bij onenigheid. Er is toch wel sprake van een claimcultuur. Wij zijn dan gewend een schikking te treffen, maar de Duitsers niet. Ik vind de Duitse zakencultuur in dit opzicht gewoon wat minder netjes dan het imago doet vermoeden. Sommige zaken pakken Duitsers gewoon anders aan en dan kom je als Nederlander nog al eens voor verrassingen te staan. Niet dat wij echt slechte ervaringen hebben, maar wij maken wel duidelijke afspraken met Duitse klanten en laten bijvoorbeeld hun kredietwaardigheid inschatten.”

Familiebedrijf over de grens

De Goey Kaas is een echt familiebedrijf dat in de jaren '60 is opgestart door de vader van Rob. Rob: “Mijn vader groeide er van huis uit in, want mijn opa had een boerderij en maakte daarnaast ook kaas. Zodoende groeide ook de interesse van mijn vader om Hollandse kazen te kopen en verkopen en ontstond De Goey Kaas in 1961. Mijn vader heeft dit bedrijf zelf opgebouwd met later ook wat export naar Duitsland. Zo ontstond in 1990 De Goey Käse GmbH, na de overname van enkele winkels. Vanaf 1990 was ik werkzaam in dit bedrijf als Geschäftsführer. Mijn grootste activiteit was het opzetten van kaaswinkels in Duitsland, die in eerst instantie in eigen beheer waren. Mijn broer - vanaf 1986 bij De Goey Kaas werkzaam – en ik hebben in 2004 het familiebedrijf overgenomen.” John de Goey neemt bij deze overname De Goey Kaas in Woerden voor zijn rekening en Rob de Goey gaat verder met De Goey Käse GmbH in Emmerich am Rhein in Duitsland. De Goey Kaas in Woerden zet voor 70 procent af op de Nederlandse markt. De overige 30 procent wordt geëxporteerd, voornamelijk naar Duitsland. Duitsland is als buurland het meest voor de hand liggende exportland voor het bedrijf. De consumptie van kaas per hoofd van de bevolking is vergelijkbaar met die van Nederland.

“Eén keer per jaar voeren we met onze Duitse klanten een jaargesprek. Dan leggen we alle afspraken vast op papier.”

Franchiseconstructie

De Goey Käse heeft een groot aantal kaaswinkels in Duitsland. Rob: “Wij werken bewust niet alleen business-to-business, maar ook met winkels. Zo is het contact

met de consument gewaarborgd. Onze producten worden direct geconsumeerd, contact met de eindgebruiker is dus erg belangrijk. Alleen zo kunnen wij de kwaliteit in de gaten houden en bijstellen als dit nodig is. Ook helpt het contact met de consument ons bij het signaleren van trends en ontwikkelingen in de markt.” In eerste instantie had De Goey Käse eigen winkels in Duitsland. Voor deze winkels werd Duits personeel in dienst genomen, waardoor het bedrijf te maken kreeg met Duitse regelgeving en mentaliteit. Om de overhead zo laag en overzichtelijk



mogelijk te houden is het bedrijf van deze constructie zijn afgestapt en gaan werken met franchisenemers. Rob: “Dat werkt voor ons prima. Wij leveren de knowhow, kwaliteit, begeleiding en een gevestigde marktnaam. Franchisenemers kennen de markt in hun gebied of deelstaat goed. Deze opzet past ook veel beter bij ons bedrijf. Franchisenemers werken hard. Ze willen hun eigen zaak goed draaiende houden, waardoor de productiviteit vaak hoger ligt dan toen de winkels nog van onszelf waren. Bovendien kunnen franchisenemers hun eigen regels bepalen, bijvoorbeeld wat betreft openingstijden. Wij hebben winkels die open zijn van 06.00 uur tot 22.00 uur.”

De winkels zijn verspreid in Duitsland voornamelijk te vinden in grote winkelcentra in voetgangerszones in grotere steden. In Zuid-Duitsland heeft De Goey Käse geen winkels, omdat de smaakcultuur hier anders is, vergelijkbaar met de Italiaanse of Franse smaak- en kaascultuur. Hollandse kaas verkoopt in deze zuidelijke deelstaten dan ook moeilijker. Rob: “Trek een lijn van Amsterdam naar Keulen. Boven die lijn zitten onze winkels.”

De Goey Käse is aangesloten bij het Duitse Franchiseverband; een instantie voor advies en informatie over franchiseconstructies in Duitsland. Rob: “Er zijn nogal wat verschillen tussen franchising in Nederland en Duitsland. In Duitsland bestaat het gevaar van *schijnzelfstandigheid*. Je moet er in Duitsland goed op letten dat een

franchisenemer niet als werknemer wordt gezien. Een franchisenemer moet zelf zaken kunnen bepalen, bijvoorbeeld over de inrichting van de winkel of wat dan ook. Is dit niet het geval, dan wordt hij in Duitsland gezien als werknemer. Bij het aangaan van een franchiseovereenkomst is een handboek over je producten erg belangrijk. In het handboek staan duidelijke omschrijvingen van het product dat wordt verkocht, hoe met de hygiëne moet worden omgegaan, hoe het product (de kaas) te snijden, enzovoorts. Onze bank (ABN AMRO) heeft ons hierin goed geadviseerd. Zij hebben een speciale franchiseafdeling.”

“Ons succes in Duitsland is vooral te danken aan het feit dat de prijs-kwaliteitsverhouding goed is.”

Grootste blunder

Rob: “Ik zie het werken met agenten (Vertreter) als onze grootste blunder. Wij hebben hier tijdens onze start in Duitsland wel mee gewerkt, maar daar heb ik echt spijt van. Je komt vreselijk moeilijk van ze af, omdat een overeenkomst met een agent nauwelijks is te verbreken. Wil je een overeenkomst verbreken, dan kan deze agent dus direct naar een advocaat stappen om volgens het Handelsvertretergesetz aanspraak te maken op een percentage van je omzet. Mijn tip aan collega-ondernemers is dan ook: werk niet met agenten. Een agent brengt een boodschap over, niet meer en niet minder. Zo zie ik het ten minste. Maar dit kan natuurlijk persoonlijk zijn.”



Marktverkenning

Om de Duitse markt te verkennen staan beide broers met hun bedrijf regelmatig op beurzen. Veel informatie krijgen ze ook van experts van de Kamer van Koophandel, de EVD, MKB-Nederland en banken. Rob: “Ook hebben wij een handelsreis naar Duitsland meegemaakt van de Nederlandse Ambassade en Consulaten. Deze organiseerden na de val van de muur een soort rondreizend *Holland-dorp*. Deelname aan deze reis was voor ons echt nuttig. Daarnaast worden wij regelmatig door onze grote klanten - supermarktketens - uitgenodigd om deel te nemen aan hun eigen huisbeurzen voor alle toeleveranciers.”



Marc Hakvoort • Hakvoort me

“In 1994 heb ik in Duitsland een GmbH opgericht, met in 2001 Duitse werknemers in dienst. Ik wilde op die manier een hoop papierwerk voorkomen.”

Hakvoort me ontwikkelt, bouwt en levert daglichtconstructies, lichtstraten, lichtkoepels en aanverwante constructies. Deze worden geleverd in alle mogelijke vormen: gebogen en vlak, met grote of kleine overspanningen, in aluminium of staal. Het bedrijf heeft een eigen ontwikkelafdeling en eigen montageploegen die ter plaatse de constructies installeren. Hakvoort me is gevestigd in Dedemsvaart (voorbij Zwolle).

Marc Hakvoort, directeur /eigenaar van o.a het bedrijf Hakvoort me® lichtstraten & daglichtsystemen, heeft zich goed voorbereid op het interview over zijn ervaringen in het zakendoen in Duitsland. Direct bij aanvang van het gesprek komt er een dikke ordner op tafel, met daarin alle correspondentie met Duitse instanties. Marc: “Ik doe sinds 1992 zaken in Duitsland. Dat ging eigenlijk vanzelf, omdat de Duitse markt meer open ging. Heel veel spelers in de Nederlandse bouwsector benutten hun kansen in Duitsland. Ik lever onder andere aan de bouwsector, dus het was een logische stap om deze sector naar Duitsland te volgen. De Duitsers wisten denk ik niet wat hen - met die enorme stroom Nederlandse bouwbedrijven

Hakvoort me

en andere bedrijven in hun kielzog - overkwam. Als reactie hierop kwamen zij met enorm veel regeltjes. We kregen - in ons geval voor de levering en installatie van lichtstraten - te maken met allerlei instanties voor de nodige vergunningen, arbeidsverklaringen en noem maar op.”

“Onze lichtstraten werden in die tijd door onze eigen (Nederlandse) werknemers in Duitsland geplaatst. Voor dit werk moest een hele papierwinkel in het Duits worden ingevuld en bijgehouden. Deze actuele gegevens lagen verplicht in depot bij onze Duitse Steuerberater, zodat ze direct toegankelijk waren voor Duitse instanties. Om bij controle op de bouwlocatie stagnatie in het werk te voorkomen hadden onze medewerkers alle gegevens, zoals salarisgegevens, aanmelding, E101 Bureau Duitse zaken, E128 ziekenfonds formulieren, etc. ook bij zich. Dit, om ook op locatie aan de controleurs met naam en toenaam te kunnen verklaren wie waar aan het werk was, van hoe laat tot hoe laat, voor welke opdrachtgever. We moesten er zelfs een kopie van de salarisgegevens bij doen om te bewijzen dat het loon van onze werknemers niet teveel afweek van het minimum loon in Duitsland. Hierop werden we door Duitse instanties ook echt streng gecontroleerd. Als er dan iets niet in orde was, volgde direct een fikse boete. Vervelend was vooral dat we het hoe en waarom van deze papierwinkel nog zelf moesten uitzoeken ook, bijvoorbeeld bij het Arbeitsamt (bevoegde regionale arbeidsbemiddelingdienst) in de regio of landsdeel waar je zaken doet.”

Tijdens een bedrijfsbezoek van Annemarie Jorritsma (destijds minister van Economische Zaken) heeft Marc de hele papierwinkel op zijn bureau gelegd en uitgelegd wat een ellende zakendoen met de Duitsers op deze manier is. Marc: “Zij heeft dat toen heel serieus opgepakt en het probleem zelfs aangekaart bij haar Duitse collega's.”

“Wij hebben veel advies gekregen van de Nederlands-Duitse Kamer van Koophandel, onze advocaat en het Steuerberat (belastingadvies).”

Geboren ondernemer

Marc komt uit een ondernemersfamilie. Ondernemen zit hem in het bloed. Marc: In 1990 ben ik met mijn bedrijf begonnen. Dit was direct nadat ik van school kwam. Ik heb hier zelfs nooit over nagedacht. Een eigen bedrijf beginnen was gewoon vanzelfsprekend.” De vader van Marc handelde in automaterialen en gereedschappen, maar Marc wilde iets anders. Op verzoek van klanten is hij machines gaan bouwen voor o.a. de landbouwsector. ME achter Hakvoort staat



voor Multi Engineering, wat vertaald in het Nederlands *veelzijdige manipulatie van technieken* betekent. Klanten vroegen op den duur ook naar aanverwante artikelen. Die ben ik toen vanuit meerdere BV's gaan leveren. Door een samenloop van omstandigheden, kwam het totale concern in augustus 2005 onverwachts in een moeilijke situatie terecht. Gevolg hiervan was dat het bedrijf, dat 15 jaar geleden met niets was begonnen in september 2005 ook weer met niets dreigde te eindigen. Maar de Hakvoort ME® bedrijven hadden een vooraanstaande positie, zowel als werkgever in Dedemsvaart, als in de sector waarin het bedrijf actief was. Vooral met lichtstraten en daglichtconstructies. Om niet met lege handen te

eindigen hebben drastische veranderingen plaatsgevonden. Marc: "Nu heb ik de organisatie anders gestructureerd en gaan we weer volle kracht vooruit."

Nieuwe start in Duitsland

Marc: "Nu we onze bedrijfsstructuur weer op orde hebben, zijn we druk bezig om ook in Duitsland weer voet aan de grond te krijgen. Ik denk dat we nu met dealers of agenten gaan werken. Ik heb geen zin meer in de papieren rompslomp die we eerder hebben meegemaakt. Mijn administrateur is druk bezig om alles in kaart te brengen en uit te zoeken met wat voor papierwinkel we dan te maken krijgen. De meeste regels in onze sector zijn nu wat eenvoudiger dan toen ik in Duitsland begon. Net als in Nederland hebben ze in onze sector in Duitsland een regeling lijkend op de G-rekening (een in de wet geregelde wijze van risicobeperking). Met dit systeem wordt de afdracht van sociale lasten geregeld, onder andere om zwartwerk te voorkomen. Door met agenten te werken wordt het op het gebied van aansprakelijkheid denk ik ook wat eenvoudiger, maar dat weet ik nu nog niet zeker. Misschien kleven hier ook weer nadelen aan. Dat moeten we nog uitzoeken."

Mentaliteitsverschil

Toen Marc in 1994 met het Duitse GmbH van Hakvoort van start ging, verbaasde hij zich over de mentaliteitsverschillen tussen Nederlandse en Duitse werknemers. Marc: "Salaris, werktijden, flexibiliteit... allemaal zaken waarin Duitsers en Nederlanders behoorlijk van elkaar verschillen. Duitsers zijn in mijn optiek nogal star. Die werken precies zoals dat is afgesproken. Ze gaan daar niet flexibel

mee om. Een Nederlander is bijvoorbeeld eerder bereid om - afhankelijk van de drukte van de dag - de ene dag negen en de andere dag zes uur te werken, die zijn flexibeler. Ik had op een gegeven moment Duitse en Nederlandse werknemers in dienst. Afhankelijk van de drukte kwam het voor dat Duitsers in Nederland werden ingezet en andersom. Maar ook dat bracht weer veel administratief werk met zich mee, want Duitsers mogen dan bijvoorbeeld maar ca. 180 dagen werken. Ook daarop wordt dan weer gecontroleerd. Personeel flexibel inzetten wordt zo ontzettend lastig.

Hoge normen aan kwaliteit

Marc: "Wat ik wel erg positief vind is dat de Duitsers hogere normen hebben voor kwaliteit. Daar letten ze dus ook echt op. Nederlanders kunnen zich hierin onder-



scheiden. Wij zijn vaak bereid een stapje harder te lopen. Onze toegevoegde waarde zit juist in de goede prijs/kwaliteitsverhouding en in het feit dat wij meerdere disciplines van ons vak beheersen. Duitsers zijn ook heel precies en leggen het liefst alles vast op papier. Zo grondig en in details, dat bij wijze van spreken de kleur van een spijker nog wordt omschreven. De contracten zijn dik, de verwijzingen naar allerlei voorwaarden of regels in de wet talrijk. Ik vraag dan ook regelmatig advies aan een advocaat die gespecialiseerd is in het Duits en Nederlands recht. Hij kan goed adviseren over wet- en regelgeving, juridisch taalgebruik, enzovoorts. Dat bespaart echt een hoop tijd en je komt er soms zelf gewoon niet uit. Verder bespaart het op termijn ook veel geld. Duitsers stappen vrij snel naar de rechter. De boete wordt direct opgelegd, waarna je dan wel weer kunt seponeren.

Daarna krijg je pas je geld terug, als de advocaat dit kan regelen tenminste. In Nederland krijg je eerst een waarschuwing. Dat is wel zo prettig."

"Word je een boete opgelegd, dan wordt deze persoonlijk aan huis afgeleverd. Heel intimiderend allemaal"



Rob Wegner • I-CY

“Wat internationaal zaken doen betreft ben ik een starter. Ik zit nog midden in het proces van mijn eerste stappen over de grens. Ik richt me in eerste instantie op Duitsland en België.”

I-CY (www.i-cy.nl) is in 2002 opgericht en gevestigd in Leiden. Het bedrijf begon met het aanbieden van de SkiCheque (www.skicheque.com). Inmiddels brengt het bedrijf onder de naam H@trick allerlei innovatieve producten op de markt onder het motto Fun only, zoals de H@trick SkiTrolley (www.skitrolley.com). Binnenkort brengt H@trick haar tweede product op de markt, wat H@trick in samenwerking met het Leidse Industrial Designadvies en Ontwerpbureau NPK Industrial Design ontwikkeld heeft. Met dit product kunnen kinderski's in één klik aan volwassen ski's worden geklikt. Het is echter ook te gebruiken in combinatie met de SkiTrolley. Hoe dan ook, het sjouwen en van de zware en onhandige te dragen ski's behoort door de H@trick producten tot het verleden.

Rob Wegner wilde altijd al internationaal zaken doen. I-CY richt zich met producten als de SkiCheque en de H@trick SkiTrolley - een handig klein wagentje met wieltjes, waarmee je ski's als een koffer achter je aan kunt trekken, ook wel de kleine Samsonite genoemd - op de wintersporters. Wintersport bedrijf je of

in de wintersportgebieden of op de indoor skipistes van SnowWorld. Rob: “Wij richten ons primair op de wintersporters uit Nederland, Duitsland en België, die op wintersportvakantie gaan naar Oostenrijk, Zwitserland, Frankrijk en Italië. Wintersporters oefenen dikwijls in SnowWorld, waar wij een sterke band mee hebben. De luxe indoor skipistes van SnowWorld liggen in Zoetermeer en in Landgraaf. Wij veroorzaken met ons SkiCheque product een nieuwe wintersportende klantenstroom uit Nederland, Duitsland en België naar de SnowWorld vestigingen en al onze andere wintersport partners. Feitelijk zijn wij hun marketing machine”.

Starteroriëntatie

Rob was voor de Duitse - en Belgische markt in eerste instantie op zoek naar een organisatie die hem kon ondersteunen en adviseren. Hij had weinig kennis van subsidiemogelijkheden en wat de Nederlandse overheid voor exporterende ondernemers kan betekenen. Via de ABN AMRO kwam hij in contact met Nico van Paridon en Ben Kuiper, beiden exportconsulenten van de Kamer van Koophandel. Rob: “Zo ging het balletje eigenlijk rollen voor ons. De exportconsulent maakte me wegwijs bij de EVD en vertelde over subsidiemogelijkheden voor starters. Met het Programma Starters op Buitenlandse markten (PSB-subsidie) van de EVD kan een deel van de kosten van het opzetten van een exportstrategie worden vergoed. Ik heb de EVD gebeld voor een afspraak en daarna ben ik echt fantastisch geholpen door Maarten van de Leur en Menno Schrok. Ze hebben het maken van een marktscan voor me geïnitieerd. Hun collega's van het Consulaat in Düsseldorf hebben de marktscan beschreven. Een paar maanden geleden kreeg ik vanuit Düsseldorf de resultaten netjes verwerkt in een rapport en nu zit ik midden in het proces van de echte start in Duitsland. In het rapport staan veel namen van bedrijven die voor ons interessant zouden kunnen zijn. Die zijn we simpelweg aan het bellen om afspraken te maken. Of ik er echt klanten aan over ga houden, kan ik natuurlijk pas over een paar maanden zeggen. De EVD heeft inmiddels voor ons H@trick product een eerste exportsubsidie verstrekt. Deze export subsidie kunnen wij in het totale H@trick product- en marketingplan goed gebruiken. Ik heb een Powerpoint presentatie ontwikkeld om de Duitse markt wegwijs te maken in de H@trick- en SkiCheque producten. Mijn collega volgt nu een cursus Duitse communicatie, om alle telefoontjes uit Duitsland goed te kunnen beantwoorden en afspraken te maken.”

In de samenwerking met de EVD is uiteindelijk gekozen om te starten in de deel-

staat Nordrhein-Westfalen. Rob: “Dat is feitelijk nu mijn proeftuin voor Duitsland. De regio lijkt qua omvang, bevolkingsaantal en demografische samenstelling op Nederland. Bovendien ligt de regio in geografisch opzicht ook dicht bij Nederland wat additionele logistieke voordelen biedt in de opstartfase.”

Creatieve marketing

Niet alleen in de ontwikkeling van producten is I-CY creatief. Ook in de marketing schuwt het bedrijf de publiciteit niet. I-CY is hoofdsponsor geworden van de in Duitsland zeer bekende paralympisch sportster Christiana Singhammer. Het logo van de SkiCheque en I-CY prijkt boven aan het lijstje met hoofdsponsors op de website van de sportster: www.c-singhammer.de. Rob: “Wij sponsoren haar en zij draagt onze naam en onze producten uit. In Duitsland is veel meer media-aandacht voor de Paralympics dan in Nederland. Daar is het echt een groots evenement en dat levert voor ons dus ook veel publiciteit op. In vind persoonlijk de



Paralympics meer een topsportevenement dan de Olympische spelen. Op de Paralympics worden meer bijzondere top-prestaties geleverd als je kijkt naar de verschillende handicaps die de deelnemers moeten overwinnen om uiteindelijk die topprestatie neer te zetten. Echt ongelooflijk wat daar wordt gepresteerd.”

Een ander *lijntje*, dat I-CY heeft uitgezet om internationaal zaken te kunnen doen is de samenwerking met NS-Internationaal. Rob: “Die samenwerking is echt uitstekend. Samen met hen hebben we afgelopen wintersport seizoen een actie opgezet waarbij de klanten van NS Internationaal gedurende de wintersport periode bij iedere online ticket boeking een SkiCheque kregen aangeboden. Tijdens deze actie heeft NS Internationaal ruim 19 procent meer tickets verkocht.

Een voor beide partijen uitstekende prestatie, dus dit gaat een vervolg krijgen.” Daarnaast bezoekt I-CY met de SkiCheque en H@trick beurzen in binnen- en buitenland. Juist op beurzen die niets met wintersport te maken hebben, want dan val je volgens Rob als wintersport gelieerd bedrijf juist meer op.

Rob: “Ik ben in 2002 begonnen met de SkiCheque, maar inmiddels hebben wij ook andere producten ontwikkeld, die wij zelfstandig op de markt brengen onder de naam H@trick. De SkiCheque was in het begin een toegangskaart voor een uur

skiën in SnowWorld, inclusief materiaalhuur. Nu is het uitgegroeid tot een echte wintersport waardebon, die mensen kunnen verzilveren voor allerlei producten gerelateerd aan wintersport. De waardebon heeft een waarde van ruim 40 euro. Mensen kunnen de cheque direct bij ons kopen, maar we werken daarnaast vooral met bedrijven samen in allerlei verschillende klantenacties. Zo hebben we ondermeer in 2004 en in 2005 een grote SkiCheque actie gedaan met de parfumerieketen Douglas. Klanten die voor 25 euro of meer aan producten bij Douglas kochten kregen onze SkiCheque cadeau. Vergelijkbare acties hebben we gedaan met Visa, ANWB, de Rabobank en nu dus ook met NS-Internationaal.

Toekomstplannen

Rob: “Duitsland staat net als Nederland open voor innovatieve producten. Dat is een tastbaar voordeel voor ons. Onze SkiTrolley wordt nu nog in China gemaakt, maar ik wil dat in de nabije toekomst in Nederland laten doen. Ik vind het heel belangrijk dat we een echt Nederlands product neerzetten en daarmee ons steentje bijdragen aan meer werkgelegenheid in eigen land. Mijn plan is om uiteindelijk, als onze Duitse proeftuin succesvol blijkt te zijn, in heel Duitsland zaken te gaan doen. En daarna in meerdere landen in Europa. Op termijn wil ik dat onze producten in alle Europese en niet-Europese skibestemmingen verkrijgbaar zijn.”

Praktische zaken

In de omgang vindt Rob de Duitsers wat netter dan de Nederlanders. Rob: “Du zeggen is in het begin wel uit den bozen, maar het duurt echt niet lang voordat je elkaar ook in Duitsland kan of mag tutoyeren. Ondanks dat blijven de Duitsers altijd uitermate beleefd, in mijn optiek.” Alles wat Rob op papier laat vastleggen laat hij door een taalexpert in het Duits vertalen. Indien noodzakelijk laat hij er ook een jurist naar kijken. Rob: “Dit, om er zeker van te zijn dat alles klopt. Want dan kan het taaltechnisch nog wel kloppen, Nederlandse of Duitse formuleringen kunnen dan nog steeds verschillend worden geïnterpreteerd.”





“Duitsers mogen Nederlanders graag. Ze benijden ons om onze informele omgangsvormen en omdat we minder hiërarchie kennen. Ik vind dat we Duitsers echt met respect moeten bejegenen.”

Bernard Reyn B.V. (www.bernardreyn.nl) is 80 jaar geleden als familiebedrijf opgericht, maar ongeveer zes jaar geleden verkocht aan een grote speler in de interieurstoffenbranche. Het in Schijndel gevestigde bedrijf heeft in Nederland en daarbuiten een goede reputatie opgebouwd als leverancier van eigentijdse meubel en gordijnstoffen. *Reynaldo* is het label voor de meubelstoffen, *Bernard* voor de gordijnstoffen. Collecties uit beide labels zijn goed te combineren. Sleutelwoorden voor de collectie van Bernhard Reyn zijn: eigentijds, goede prijs/kwaliteitverhouding en de lange levensduur. Het bedrijf levert o.a. aan landen als Duitsland, Engeland, Griekenland, Portugal en Spanje en zelfs aan Dubai en Zuid Korea.

Bob Jagers, verkoopleider Duitsland bij interieurstoffenbedrijf Bernard Reyn, vindt dat het echt afgelopen moet zijn met de vooroordelen over de Duitsers. Bob: “Die flauwe grappen van ‘Ik wil mijn fiets terug’, afkomstig uit de Tweede Wereldoorlog, toen de Duitsers alle Nederlandse fietsen confisqueerden, vind ik echt niet meer van deze tijd. Ik woon vlak bij de Duitse grens en heb de Duitsers daardoor echt goed

leren kennen. Het zijn prettige en uitermate beleefde mensen, zeker ook in het zakendoen.”

Marktbenadering

Bernard Reyn bestaat al 80 jaar. Ongeveer zes jaar geleden werd het bedrijf verkocht aan de heer De Kort, een grote speler in de interieurstoffenbranche. Sindsdien is het bedrijf steeds internationaler gaan opereren, met naast meubelstoffen ook gordijn- en interieurstoffen in het assortiment. Omdat Bob vlakbij de Duitse grens woont, en de Duitse taal uitstekend beheerst lag het voor Bernard Reyn voor de hand om de producten op de Duitse markt te brengen. Bob: “Ik was al bekend met de EVD en heb hen gevraagd een marktscan van de Duitse markt voor ons te maken. De EVD biedt deze dienst onder de naam *Individuele Marktbewerking* aan bedrijven die de buitenlandse markt op willen gaan aan. De Nederlandse Ambassade in Berlijn heeft ook heel erg goed geholpen. Samen met de EVD vormden zij echt een fantastisch team. Niets dan complimenten hiervoor. Op basis van de scan kreeg ik een lijstje van mogelijke agenten en ben ik contacten met hen gaan leggen. Daarnaast ben ik geschikte beurzen voor onze branche in Duitsland gaan zoeken. Een hele belangrijke voor ons is de jaarlijkse beurs *Heimtextiel* in Frankfurt am Main. Dit is een internationale beurs voor vloer-, wand- en raamdecoratie en huistextiel, zoals bad- en bedlinnen, e.d..”

Inzet van agenten

Bob: “Wij werken puur uit economische overwegingen met agenten. Duitsland is groot. Als je de hele Duitse markt zelf, in eigen beheer, wilt bewerken is dat echt duur. Je moet dan al snel zo’n zes mensen op de pay-roll hebben staan. De grote klanten zoals de meubelindustrie, groothandels en inkoopcombinaties benaderen we zelf. Daar wil ik zelf echt controle over houden, maar de kleinere spelers worden door onze agenten benaderd. Op een postcodekaart van Duitsland houden we nauwkeurig bij wie welke gebieden bedient. Een nadeel van het werken met agenten is wel dat deze meerdere producten in hun pakket hebben en dus ook niet exclusief voor jou te werken. Het is belangrijk om een agent te zoeken die producten in zijn pakket heeft die bij jouw producten passen. Daar moet je echt op letten. Zijn productenpakket moet niet te veel uit elkaar liggen. Je moet er dus ook voor zorgen dat de agent graag jouw producten promoot. Het onderhouden van de relatie met hen is dus zeer belangrijk.

Niet aan de slag zonder contract

Ook Bob liep aan tegen het feit dat Duitsers graag afspraken op papier vastleggen. Bob: “Ik had op een bepaald moment met een agent onze werkwijze doorgenomen en haar voor 6000 euro aan materialen - professioneel stalenmateriaal is een belang-



rijk onderdeel van onze marketing-strategie - gestuurd, om voor ons alvast aan de slag te gaan. Daarna gebeurde er een hele tijd niets. Na een poosje ben ik maar gaan bellen om na te gaan waarom er nog geen contacten waren gelegd in haar deelgebied. Toen bleek dat ze helemaal niet van plan was om al aan de slag te gaan tot er een contract was ondertekend. Tja, dat is toch een andere manier van werken dan we hier in Nederland gewend zijn. Hier begin je gewoon alvast. Zeker als je dure materialen in bezit hebt. Dan vertrouw je er gewoon op dat het contract volgt.”

Het contract voor de Duitse agente werd opgesteld en daarna ook

voor de inzet van andere agenten gebruikt. Bernard Reyn stelt alle contracten voor Duitse agenten in het Duits op. Voor het opstellen van de contracten maakt Bob Jagers onder andere gebruik van informatie uit het *Handelsgesetzbuch*. Bob: “Dat boek raad ik iedereen aan die zaken wil gaan doen in Duitsland. Je moet het dan gewoon op de plank hebben staan. Daarin staat alles over de rechtsvoorschriften voor handel in Duitsland. Ik heb het boek in Duitsland gekocht bij uitgeverij *Beck-texte*, maar even googlen op het internet en je kunt het volgens mij zo downloaden.”

Zaken doen met de Duitsers

Bob: “Ik vind het Duitse zakenleven echt heel formeel. Je ziet dit zelfs terug in de reclame-uitingen. Als Nederlands bedrijf moet je hier in je marketing in Duitsland

zeker rekening mee houden. Zelfs jongeren spreken elkaar met *Sie* aan. Bij een afspraak wordt nooit koffie of thee aangeboden. Dat is in Duitsland niet gebruikelijk. Voor ons Nederlanders is dat toch wel wennen. Ons koffieritueel tijdens vergaderingen breekt toch een beetje het ijs. Verder is het belangrijk om je eventuele titels op je visitekaartje te melden. Daar hechten Duitsers aan. Wat ik erg prettig vind is dat, wanneer je met een Duitser op een beurs afsprekt om elkaar na de beurs te bellen om een vervolgspraak te maken, dit dan ook gebeurt. Afspraak is afspraak, geen loze belofte. Verder valt me op dat voor de Duitser het glas snel *half leeg* is, terwijl dit voor Nederlanders eerder *half vol* is. Nederlanders zijn wat optimistischer van aard. Bovendien vind ik dat de West Duitsers vrij negatief zijn over de Oost Duitsers. Dat valt echt op.”



BADEN-
WÜRTTEMBERG



Jürgen Reiprich • Eggerding Deutschland GmbH/EUROPE MINERALS bv

“De oprichting van ons bedrijf in Duitsland ging moeizaam. We liepen tegen veel bureaucratie aan. Persoonlijke relaties zijn in Duitsland erg belangrijk.”

Eggerding Deutschland (onderdeel van de Eggerding Holding Nederland www.eggerding.com) is gespecialiseerd in het produceren van aluminium en zirkoon oxide keramiek voor de keramische en staalindustrie. Eggerding Holding heeft verder productielocaties in de Amsterdamse haven en in Richards Bay in Zuid Afrika. Beide bedrijven zijn gespecialiseerd in de droog vermaling van allerlei industriemineralen.

“Naast inbreng van eigen kapitaal zochten we ook een financier om een vestiging in Duitsland te kunnen starten. We hadden de lokale bank mee, dankzij onze lokale directeur. Maar toen deze laatste met pensioen ging, trok de bank zich terug. Zo belangrijk kunnen persoonlijke relaties zijn. Overigens speelt dit volgens mij niet bij grote internationaal opererende banken.” Jürgen Reiprich is directeur bij Europe Minerals bv, een bedrijf dat is gespecialiseerd in de handel van bewerkte en onbewerkte mineralen die onder andere worden gebruikt voor het maken van tegels. Jürgen is Duitser, maar woont al een aantal jaren in Nederland. Jürgen: “De oprichting van onze Duitse tak is naar mijn idee ook behoorlijk tegengewerkt

Eggerding
Deutschland
Europe
Minerals
BV

door onze Duitse concurrenten. Die legden contacten met de overheid en maakten daarbij handig gebruik van de angst die er toch wel is voor het feit dat er door de komst van buitenlandse bedrijven banen zouden verdwijnen. Uiteindelijk is het ons wel gelukt om voet aan de grond te krijgen, maar niet zonder slag of stoot. Ik heb ontdekt dat je toch behoorlijk doorzettingsvermogen en ook visie nodig hebt om in Duitsland een bedrijf op te richten. Je moet echt weten waarom je zaken wilt doen in Duitsland en hoe je dit gaat aanpakken. Een advocaat inschakelen is ook geen overbodige luxe. Ik heb verder veel gehad aan de Nederlands-Duitse Kamer van Koophandel.

Nederlands – Duits bedrijf

Eggerding Deutschland en Europe Minerals maken deel uit van Eggerding Holding Nederland. Onder de naam Eggerding Ceramics was het bedrijf sinds 1992 al actief op de Duitse markt.

Het Duitse bedrijf werd destijds opgericht met een Duitse partner vanwege zijn vakkennis in de keramische industrie. Onder de naam Eggerding Deutschland opereert het bedrijf volledig zelfstandig op de internationale markt. De Duitse vestiging ligt in Urmitz, nabij Koblenz. Jürgen: “Een bewuste keuze vanwege de nog bloeiende keramieksector in deze streek en de aanwezigheid van vakmensen. Als Duitser heb ik het voordeel dat ik de lokale Duitse cultuur en mentaliteit beter begrijp.”

Wereldwijde speler

Jürgen: “Wij leveren met ons Nederlandse bedrijf Europe Minerals wereldwijd en zijn zesde speler op de wereldmarkt in het product Zircon. Eggerding zelf vermaakt mineralen in Amsterdam, in Zuid-Afrika en dus ook in Duitsland. In Amsterdam hebben wij onze hoofdvestiging. Daar worden mineralen vooral droog vermalen. De technologie die we in Amsterdam gebruiken, hebben we ook ingezet op onze beide andere locaties. In Duitsland wordt voornamelijk nat vermalen, wat betekent dat het eindproduct nog fijner is. Ook vanuit Eggerding Deutschland wordt, net als uit het Nederlandse Europe Minerals, wereldwijd geleverd. De synergie tussen beide bedrijven is prima. Vanuit de beide bedrijven worden dezelfde afnemers bediend, met elkaar aanvullende producten.”

Cultuurverschillen

Jürgen: “Mijn motto in het buitenland is: *When in Rome, act as de Romans do*. Dat kunnen Nederlanders ook goed, daarom zijn Duitsers wel gecharmeerd van ons. Duitsers bewonderen ook de Nederlandse economie. Bijvoorbeeld hoe we met werkloosheid omgaan en de wijze waarop uitzendbureaus werken. Ons Nederlandse uitzendconcept is naar Duitsland geëxporteerd. Zolang we maar niet



over voetbal praten en over de *kuilen op het strand* is de relatie prima. Al moet je wel oppassen met de grappen die je maakt. Die maak je al snel op het verkeerde moment, tegen de verkeerde persoon. Duitsers hebben gewoon andere humor. Ze zijn ook wat formeler in de omgang. Daar moet je als Nederlander rekening mee houden. In Duitsland geldt vaak in het bedrijfsleven *casual Friday*, een dag zonder kledingvoorschriften. In Nederland zie je dan op een mooie zomerdag mannen in een T-Shirt op het werk verschijnen. In Duitsland komen de mannen op *casual friday* nog steeds in pak, maar dan zonder das. Dat is dan *casual* gekleed. Echt grappig om te zien.”

Wat Jürgen in de relatie met de Duitsers opvalt is het gemak waarmee Nederlanders van de ene taal op de andere overgaan. Duitsers doen dit niet snel. Jürgen: “Nederlanders zijn gewoon wat flexibeler. Wordt een caissière in een supermarkt in het Engels aangesproken in plaats van in het Duits, dan kan deze soms wat bot reageren. Ze verwachten gewoon dat buitenlanders Duits spreken. Duitsland is van oudsher wat meer op zichzelf gericht geweest, maar dat verandert nu wel snel. Al denk ik dat het voor Nederlanders leuker is om zaken te doen met een Oost Duitser, dan met een West Duitser. Oost Duitsers tonen veel meer interesse in de landen om hen heen. In West Duitsland ziet men Nederland vaak als een soort Duitse provincie, waar iedereen Duits spreekt of in ieder geval Duits verstaat.”

Wetenswaardigheden

Jürgen: “Ik heb geleerd dat het in Duitsland heel belangrijk is om in bijvoorbeeld folders niet alleen het product, maar ook het bedrijf goed te presenteren. Duitsers zoeken solide en betrouwbare zakenpartners en dat vertrouwen moet je wekken. Als je bedrijf 50 jaar bestaat, meldt dit dan. Als je kunt zeggen dat je als bedrijf al 50 jaar succesvol bent, geeft dit een Duitser veel vertrouwen. Als je nog maar

net gestart bent als bedrijf, moet je echt meer moeite doen om dat vertrouwen te winnen. Verder raad ik mensen aan om bij het opstellen van arbeidscontracten juridisch advies te vragen. Ook voor het taalgebruik. Anders kunnen soms rare situaties ontstaan.

Duitsers zijn ook heel serieus en niet zo direct als Nederlanders. Als je zaken wilt doen bereid je dan goed voor en babbel niet teveel, maar houdt het zakelijk. Tijdens lunch of diner kunnen er wel grapjes gemaakt worden.”



□ Erfurt

INGEN

Chemnitz

□ Dresden

SACHSEN

Nuttige adressen

De makers van dit boekje

MKB-Nederland

www.internationalehandel.mkb.nl

Het Bureau Internationale Handel van MKB-Nederland behartigt de belangen van het internationaal actieve midden- en kleinbedrijf. Op de website vindt u informatie over internationaal zakendoen en kunt u naast dit boekje ook de eerder verschenen boekjes in de reeks bestellen. U kunt het bureau Internationale Handel bereiken op 015-219 14 08.

ABN AMRO

www.abnamro.nl/internationaal

Op deze website vindt u alle informatie over producten en diensten van de bank op gebied van internationaal zaken doen, inclusief internationale scans en een exportvaardigheidstest. Voor specifieke vragen kunt u terecht bij de International Desk Netherlands, 020 629 55 92.

Nederlandse overheid

www.evd.nl (Agentschap van het Ministerie van Economische Zaken voor Internationaal ondernemen en samenwerken). Hier kunt u terecht voor uitgebreide landenrapportages, informatie over subsidie, het vinden van een zakenpartner, seminars en handelsmissies.

www.internationaalondernemen.nl (uitgebreide informatie over internationaal ondernemen)

www.syntens.nl (Agentschap van het ministerie van Economische Zaken (EZ) op het gebied van innovatie)

www.senternovem.nl (Agentschap van het ministerie van EZ voor duurzaamheid en innovatie)

De Nederlandse ambassade en Consulaten in Duitsland

www.minbuza.nl

www.niederlandeweb.de

Nederlandse ambassade te Berlijn

Nederlands consulaat-generaal te Düsseldorf

Nederlands consulaat-generaal te Frankfurt a/d Main
Nederlands consulaat-generaal te Hamburg
Nederlands consulaat-generaal te München
Nederlands consulaat-generaal te Stuttgart

Netherlands Business Support Office – Stuttgart

Een NBSO is een steunpunt van de Nederlandse overheid waar u terecht kunt voor praktische ondersteuning bij uw activiteiten in Duitsland.

Telefoon: + 49 711 4906 6350

e-mail: nbso-stuttgart@web.de

Duitse overheid in Nederland

Duitse ambassade te Den Haag

www.duitse-ambassade.nl

Telefoon 070 342 06 00/39

Nuttige (branche-)organisaties in Nederland

(voor ondersteuning en informatie over beursbezoek, missies en subsidies)

www.metaalunie.nl (branche voor metaalsector)

www.modint.nl (textiel en interieur)

www.ictoffice.nl (ict en kantoorbenodigdheden)

www.fhi.nl (federatie het instrument/ technologie)

www.kvk.nl (Kamer van Koophandel, exportconsulent)

www.fenedex.nl (exportcursus en trainingen)

www.nch.nl (Nederlands Centrum voor Handelsbevordering)

www.nec.nl (Nederlandse Export Combinatie)

www.dnhk.org Nederlands-Duitse Kamer van Koophandel

Keuringen/ keurmerken

www.tuv.nl

www.Vdtuev.de

Juridisch advies/ondersteuning

www.strick.de

www.peters-legal.com

Douanezaken

www.douane.nl

Duitse douanediens: Bundesministerium der Finanzen (onder meer verantwoordelijk voor uitvoering van het in- en uitvoerregime)

www.zollamt.de

Belastingen/ fiscale zaken

www.belastingdienst.nl/buitenland

www.finanzzamt.nrw.de/kleve (regelt in beginsel omzetbelastingaangelegenheden Nederlandse ondernemers)

www.pwc.com/nl (PricewaterhouseCoopers)

Financiële zaken

ABN-AMRO: www.abnamro.nl, Zakelijk, Internationaal zakendoen.

Deutsche Bundesbank: www.bundesbank.de

Bundesverband deutscher Banken: www.bdb.de

Deutsche Sparkassen- und Giroverband: www.dsgv.de

Transport en logistiek

www.toll-collect.de (tolsysteem voor vrachtauto's en registratieformulieren)

www.bmvi.de (Bundesverkehrsministerium)

www.tln.nl (Transport en Logistiek Nederland, geeft jaarlijks een landendocumentatie uit)

Subsidies en ondersteunende maatregelen

Nederland kent bijvoorbeeld het Programma Starters Buitenlandse Markten (PSB)

Voor informatie over de PSB subsidie kunt u terecht bij uw lokale kamer van koophandel, branchevereniging, de EVD en Syntens.

Op www.bmwi.de, rubriek Förderdatenbank is een overzicht te vinden van subsidies en financieringsmogelijkheden in Duitsland die voor u interessant kunnen zijn.

Beurzen in Duitsland

<http://www.auma.de/>
<http://www.westfalahallen.de/>
<http://www.messe-duesseldorf.de/>
<http://www.messe-essen.de/>
<http://www.koelnmesse.de/>
www.messe.de

Zoekmachines & databases met contactgegevens bedrijven:

www.google.de
www.kompass.com
www.wlw.de
www.bdexport.de
www.bmwi.de (Branchenfocus, site van Duitse overheid met actuele overzichten per sector)

Geraadpleegde bronnen

- EVD, Internationaal Ondernemen en Samenwerken (Agentschap van het Ministerie van Economische Zaken)
- De medewerkers van de Nederlandse ambassade en de Nederlandse Consulaten Generaal in Duitsland
- Anwaltskanzlei STRICK
- TÜV Nederland
- Peters Rechtsanwälte
- PriceWaterHouseCoopers/ German Tax Group Rotterdam
- Nederlands-Duitse Kamer van Koophandel

Wij danken bovengenoemde organisaties voor hun actieve inbreng en actuele informatie.

Colofon

Ontwerp & Druk

TDS Printmaildata Schiedam

Fokkerstraat 5005

3125 BD Schiedam

tel 010-2380400

fax 010-2380444

www.tds.nu

Fotografie

Raymond de Haan

Haanfotografie

Postbus 200

3830 AE Leusden

tel 033-4480003

fax 033-4480004

gsm 06-21556678

raymond@haanfoto.nl

Tekst en tekstbewerking

Mariska van der Starre

Van der Starre, bureau voor beleidsadvies en -communicatie

Franckstraat 82

2901 Capelle aan den IJssel

tel 010-2026929/06-24215631

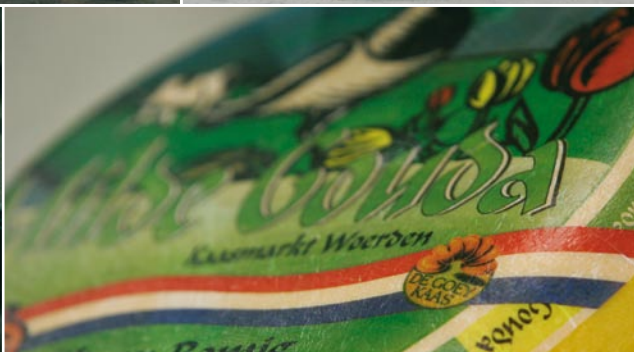
fax 010-2026986

starre.atc@worldonline.nl

Redactie

Iris Olivier, MKB-Nederland

Publicatiedatum: juni 2006





ABN·AMRO



INTERNATIONAAL ONDERNEMEN →

Een initiatief van het ministerie van Economische Zaken en handelsbevorderende organisaties

ABN AMRO Bank N.V.
MKB-relaties

Foppingadreef 22, Postbus 283 (AA3311), 1000 EA Amsterdam-Zuidoost
Internet: www.abnamro.nl

Koninklijke Vereniging MKB-Nederland
Bureau Internationale Handel

Postbus 5096, 2600 GB Delft
Internet: www.mkb.nl