

Export naar Duitsland een zaak van lange adem

Achtergrond - 30 september 2015 - Auteur: Wiebke Pittlik

Nederlandse ondernemers kijken eerst naar Duitsland als ze overwegen internationale markten aan te boren. Niet zo gek, want waar voor Nederlandse bedrijven dit jaar nog een lichte omzetsdaling wordt verwacht, zien Duitse bedrijven een omzetgroei. Er valt dus wat te halen voor wie de sprong over de grens waagt.

De omzetvoorspellingen zijn afkomstig uit een onderzoek van kredietverzekeraar Euler Hermes en de Duits-Nederlandse Handelskamer (DNHK) onder 200 Duitse en Nederlandse exportbedrijven. Het werd gepresenteerd tijdens de Duitslanddag van de DNHK afgelopen woensdag. Enkele honderden dienstverleners en ondernemers kwamen bijeen om ervaringen uit te wisselen over zakendoen in Duitsland.

Op de groots opgezette Duitslanddag presenteerden zich tientallen dienstverleners die ondernemers ondersteunen bij het zakendoen met Duitsland. Bedrijven uit de sectoren bouw, infra, energie en e-commerce werden uitgenodigd voor een dag vol informatieve workshops over bijvoorbeeld cultuurverschillen, fiscale kwesties of grensoverschrijdende logistiek.

“Ondernemers komen vaak bij ons met hele praktische vragen als: hoe kom ik aan personeel voor de Duitse markt?; aan welke voorwaarden moet ik voldoen?; hoe vind ik de juiste contacten? Daar spelen we met deze dag op in”, zei Niels Koekoek van de DNHK. “Ons belangrijkste doel is nieuwe bedrijven te leren kennen.”

'Juist door de crisis zagen bedrijven zich genoodzaakt naar Duitsland te gaan'

Volgens Koekoek is duidelijk te merken dat de belangstelling voor zakendoen in Duitsland toeneemt. “We zijn gegroeid van 880 leden in 2010 naar 1200 leden nu. Juist door de crisis zagen bedrijven zich genoodzaakt naar Duitsland te gaan.”

Ook Twente, Utrecht, Eindhoven en Amsterdam hebben hun pijlen op Duitsland gericht en proberen met beleidsinstrumenten de handel met Duitsland te stimuleren. De gemeente Utrecht, die ook meewerkte aan deze Duitslanddag,

reikt bijvoorbeeld op 3 november de Duitsland Business Award Utrecht uit aan het bedrijf met het beste exportverhaal voor de Duitse markt.

Uit de rondvraag van Euler Hermes blijkt dat ondernemers wel een extra zetje kunnen gebruiken. Hoofdeconoom Ludovic Subran presenteerde de uitkomsten van dit onderzoek in een van de 27 informatiesessies. Volgens Subran blijkt uit de enquête dat Nederlanders helemaal niet zo assertief zijn in de internationale zakenwereld als ze zelf denken. Duitse bedrijven zoeken eerder naar kansen op verre, moeilijke markten dan Nederlanders, stelde hij. Van de Duitse bedrijven gaf 70 procent aan dat ze nieuwe markten op willen gaan, terwijl dat maar voor 48 procent van de ondervraagde Nederlanders geldt.

| 'Nederlanders trekken zich snel terug als het even tegenzit'

Nederland concentreert zich sterk op halffabrikaten voor de Europese markt, lichtte Subran toe. En: Nederlanders trekken zich snel terug als het even tegenzit. Als een klant niet betaalt bijvoorbeeld, of als er plotseling iets in de regelgeving verandert.

Duitsers doen het in moeilijke landen veel beter, meent Subran. Ze openen bijvoorbeeld eerder een lokale vestiging van hun bedrijf, sturen Duits personeel naar buitenlandse vestigingen en zijn zeer sterk in effectief lobbyen.

Dat herkent ook Koekoek: Nederlandse bedrijven geven vaak te snel op. Zijn advies: "Bereid je goed voor, verdiep je in cultuurverschillen en weet dat je wel 2 tot 3 jaar moet investeren in een relatie."

Dit is een artikel gedownload via duitslandinstituut.nl.

Artikel:

<https://duitslandinstituut.nl/artikel/13235/export-naar-duitsland-een-zaak-van-lange-adem>