

Samenwerking belangrijk voor succes in Duitsland

Bedrijven met onderscheidende producten kunnen succesvol zijn op de Duitse markt. Maar zomaar potentiële Duitse klanten gaan bezoeken is niet altijd de juiste aanpak. Beter is het om samenwerking te zoeken met een partner in Duitsland. Het Euregionale project 2 connect Business kan Nederlandse (en Duitse) bedrijven helpen bij het vinden van een samenwerkingspartner en ook op andere manieren ondersteuning bieden bij de stap naar het buurland.

Henk ten Have

Duitsland is Nederlands belangrijkste handelspartner en is goed voor een vijfde deel van de import en een kwart van de export. En Duitsland is met

82 miljoen inwoners de grootste consumentenmarkt van Europa. Ook is de economische situatie er momenteel beter. Zakendoen in Duitsland kan dus aantrekkelijk zijn.

2 connect Business, een project mede gefinancierd vanuit de Europese subsidieregeling Interreg, ondersteunt sinds medio 2012 Nederlandse en Duitse bedrijven in de Euregio Rijn-Waal, uit allerlei sectoren, die de stap naar het buurland willen zetten. Het gaat om bedrijven met maximaal 250 medewerkers. Het project is overigens niet bestemd voor bedrijven uit de agrarische sector die zich bezighouden met telen of fokken, maar wel interessant voor hun toeleveranciers.

“We adviseren en ondersteunen onder meer stallenbouwbedrijven, bedrijven die vloeren van stallen behandelen, bedrijven in de biogastechnologie en ondernemingen die schoonmaaksystemen leveren voor de agro- en foodindustrie”, vertelt Hildegard Bongert-Boekhout, werkzaam bij de Kreishandwerkerschaft Borken en algemeen projectleider van 2 connect Business. Projectleider aan Nederlandse zijde is Ronald Cieraad van de Kamer van Koophandel Centraal Gelderland.

2 connect Business organiseert onder meer bijeenkomsten en ondernemersspreekdagen. De bijeenkomsten – in totaal honderd – worden veelal gelijktijdig voor de Duitse en Nederlandse ondernemers georganiseerd op dezelfde locatie. Deskundige sprekers vertellen tijdens de bijeenkomsten over aspecten van zakendoen in het buurland én Duitse en Nederlandse ondernemers komen met elkaar in contact. Bongert: “Het grootste probleem van Nederlandse en Duitse

ondernemers die in hun buurland willen starten is dat ze een ondernemer uit het desbetreffende land als samenwerkingspartner missen. Wij kijken welke ondernemers van toegevoegde waarde voor elkaar kunnen zijn en brengen die met elkaar in contact.” Cieraad voegt toe: “Als Nederlands bedrijf potentiële klanten in Duitsland over de streep trekken is niet gemakkelijk. Deze Duitse klanten zullen dan een drempel over moeten. De beste methode om Duitse klanten te ‘winnen’ is via samenwerking met een Duitse partner. Dat kan een importeur of agent zijn, maar ook een partner waarmee samen nieuwe producten ontwikkeld en verkocht kunnen worden.”

Onderscheidend

Belangrijk is om met een onderscheidend product of dienst de Duitse markt op te gaan. Het is verstandig om al in de startfase van de stap naar het buurland na te gaan of een product onderscheidend is. 2 connect Business kan ook daarbij helpen. Cieraad: “We zetten onze netwerken in en zoeken waar nodig professionele ondersteuning, zoals een marktonderzoeksbureau.” Daarbij kan onder bepaalde voorwaarden gebruik worden gemaakt van subsidie. Het inwinnen van advies bij externe experts is een van de activiteiten waarvoor ondernemers uit het projectgebied subsidie kunnen krijgen. Advies over de markt, maar bijvoorbeeld ook over het opstellen van contracten of algemene voorwaarden, ook wel de ‘kleine lettertjes’ genoemd. Nederlandse algemene voorwaarden kunnen niet zomaar in het Duits worden vertaald: daarmee heb je niet automatisch een rechtsgeldige basis, weet Bongert. Ook voor het ontwikkelen van een Duitstalige brochure of website kan subsidie worden aangevraagd. De helft van de gemaakte kosten kan worden vergoed, waarbij een maximumbijdrage van 5.000 euro geldt.

Beren op de weg

Nederlandse ondernemers die de Duitse markt op willen, zien meestal een aantal beren op de weg. De eerste ‘beer’ werd al genoemd: het in contact komen met een samenwerkingspartner en daarmee met de eindklant. Daarnaast worden de afwijkende regelgeving en juridische aspecten als obstakels gezien. En dan zijn er nog de cultuurverschillen. Duitse ondernemers zijn zakelijker, formeler en meer gericht op het beperken van risico’s dan Nederlandse ondernemers. Duitsers willen bijvoorbeeld snel weten hoe duur iets is en wat ze precies voor hun geld krijgen. Voordat ze een samenwerking aangaan, willen ze graag alles schriftelijk hebben vastgelegd en zaken hebben dichtgetimmerd. De meeste Nederlandse ondernemers zijn informeler en werken minder gestructureerd: zij beginnen ergens aan, sturen onderweg bij en kijken waar ze terechtkomen. Door deze verschillen loopt er nogal eens iets mis bij de totstandkoming van samenwerking, weet Bongert. “Nederlandse ondernemers moeten rekening houden met de gebruikelijke aanpak van de Duitse en andersom.” Cieraad: “Door goed op de hoogte te zijn van elkaars werkwijze en het beste van twee werelden samen te voegen, kan veel bereikt worden.”

De taal vormt soms ook nog een barrière. Zowel Bongert als Cieraad merken dat de kennis van de Duitse taal onder Nederlandse jongeren afneemt. Beiden denken dat dat onder meer te maken heeft met dat er minder dan vroeger naar de Duitse tv wordt gekeken. Ook zijn jongeren minder enthousiast om de Duitse taal te leren op school. In april van dit jaar organiseerden Nederlandse en Duitse organisaties de ‘Dag van de Duitse taal’ op 130 scholen van Groningen tot Maastricht om het belang van kennis van de Duitse taal onder de aandacht te brengen. Overigens neemt in het grensgebied de belangstelling van Duitsers voor het leren van de Nederlandse taal toe, vertelt Cieraad.

Topsectoren

2 connect Business ziet vanuit allerlei Nederlandse sectoren interesse voor ondernemen in Duitsland. Cieraad: “Kansrijk zijn vooral de ondernemers die werkzaam zijn binnen de Nederlandse topsectoren, zoals energie & milieu, life sciences & health en agri & food.



Daarin is Nederland sterk en vindt veel innovatie plaats. Dat betekent onderscheidende producten en die bieden de beste kansen op de Duitse markt.”

ONDERNEMEN IN DUITSLAND

Kansrijk zijn vooral de ondernemers in energie & milieu, life sciences & health en agri & food.

Foto: Henk Beunk

Meer informatie over 2 connect Business vindt u op www.2connectbusiness.nl.

Succesvol in Duitsland

Drie tips van 2 connect Business

1. Zorg voor een goede beheersing van de Duitse taal en voor Duitssprekend personeel.
2. Ga goed voorbereid de Duitse markt op; zorg voor een strategisch plan. Laat je vooraf goed informeren en onderzoek of jouw product of dienst geschikt is voor de Duitse markt.
3. Sta open voor de gebruikelijke aanpak bij (potentiële) Duitse samenwerkingspartners. Duitsers zijn zakelijker dan Nederlanders en bereiden zaken tot in de perfectie voor. Houd daar rekening mee.