

Ondanks toegankelijkheid

Uit onderzoek van de Koninklijke Metaalunie en het ministerie van Economische Zaken, uitgevoerd door USP Marketing Consultancy, blijkt dat mkb-metaalbedrijven het meest exporteren naar omliggende landen. De helft van de totale export van het mkb-metaal gaat dus naar Duitsland (28%) en België (22%). De Belgische (en vooral de Vlaamse) markt is zeer toegankelijk, zeker voor bedrijven die starten met exportactiviteiten. Het ontbreken van een taalbarrière helpt daarbij enorm.

Het is wel zaak bij export naar België rekening te houden met een aantal zaken. Volgens Dick Dresselhuis jr., algemeen directeur van de Nederlandse Kamer van Koophandel voor België en Luxemburg, klopt het beeld dat Nederlanders van België hebben lang niet altijd: "België is geen 'verlengstuk' van Nederland. Het is niet 'eventjes aan de andere kant van de grens' kijken. België is duidelijk een ander land met andere gewoonten en een totaal andere regelgeving (er is een rechtspraak gebaseerd op de 'Code Napoléon' red.)", aldus Dresselhuis.

BESCHIEDENHEID SIERT BELG

België is een land zonder grondstoffen. Het is sterk afhankelijk van de import van grondstoffen, transformeert deze om tot halffabricaten of uit te voeren eindproducten. Belangrijkste afzet-

markten zijn Duitsland, Frankrijk en Nederland. Anderzijds is België na Duitsland de belangrijkste handelspartner voor Nederland. "België heeft een traditie van goede producten maken. Zo heeft België in de vorige eeuw een sterk productieaandeel in de autoassemblage-industrie opgebouwd. Een sector die nu een zorgenkind is, met verplaatsing van assemblagelijnen naar lage-loonlanden", zegt Dresselhuis. "Van de totale export is een kleine 30% metaal gerelateerd. Ook de farmaceutische industrie is in België heel sterk vertegenwoordigd met de nodige research- en productielaboratoria. De bescheidenheid, die de Belg siert, maakt dat het prestatievermogen van de Belgische industrie onvoldoende bekend is."

STEUNPUNT METAALUNIE

Sinds kort kunnen Metaalunieleden met vragen over Belgische marktwerking terecht bij de NKvK. "Een steunpunt in België is voor de Metaalunieleden een meerwaarde", benadrukt Dresselhuis. "Op deze manier kunnen zij vanuit lokale kennis geïnformeerd worden over de do's en don'ts binnen hun sector. Vergissingen die regelmatig gemaakt worden door Nederlandse bedrijven die naar België komen, zijn: onvoldoende voorbereid zijn, geen rekening houden met een verschillend zakelijk klimaat of met een andere cultuur, te snel willen handelen en niet het nodige geduld aan de dag leggen."

TAAL: BARRIÈRE OF NIET?

Is België niet het meest noordelijke land van Zuid-Europa en Nederland het meest zuidelijke land van Noord-Europa? De Belgische markt is een open markt, toegankelijk voor buitenlandse producenten en producten en zodoende ook een sterk concurrerende markt. Er kan dus heel wat geleerd worden over de internationale aanbieders/spelers die allen op de markt aanwezig zijn. Om te beginnen op het gebied van de taal. "Ik wil niet spreken over 'dezelfde taal'. Wij spre-

ken wel dezelfde Nederlandse taal, toch zijn er heel wat woorden en begrippen die aan beide kanten van de grens een andere betekenis hebben", vindt Dresselhuis. Toch is door die taal Vlaanderen voor het Nederlandse bedrijfsleven veel toegankelijker dan Wallonië. "Wij komen niet veel Nederlanders tegen die de Franse taal spreken. En wil men in het zuiden van België zaken doen en met personeel en vakbonden omgaan, dan is de kennis van de Franse taal wel noodzakelijk", meent Dresselhuis. "Het merendeel van de Nederlandse bedrijven zet dan ook de eerste Belgische stap in Vlaanderen. Na verloop van tijd, en met behulp van de Vlaming, dekken zij dan vanuit Vlaanderen wel heel België af en is er een springplank naar Frankrijk. Anderzijds voert Wallonië op dit moment een zeer gunstige investeringspolitiek voor buitenlandse bedrijven die zich daar willen vestigen. Daar liggen ook kansen voor Nederlandse bedrijven."

VERKEERD BEELD

Metaalunielid Orfa Visser BV uit Dronten doet geruime tijd zaken met Vlaamse bedrijven. Orfa Visser is internationaal toeleverancier met als



Dick Dresselhuis jr.: "Een steunpunt in België is voor de Metaalunieleden een meerwaarde."

Handelsmissies

De Koninklijke Metaalunie organiseert regelmatig, vaak in opdracht van de EVD (het agentschap van het ministerie van Economische Zaken), handelsmissies. Met de handelsmissies biedt de Metaalunie een uitgebreid en gevarieerd pakket van activiteiten voor ondernemers in het mkb-metaal met internationale ambities. Meer informatie over internationaal ondernemen vindt u op de Ledenportal > Info & Advies > Internationaal ondernemen.

is goede voorbereiding must



Iwan Reusken van Orfa Visser: "Met de 'Franse slag' bestaat niet in Vlaanderen."

vijf disciplines forceren, dieptrekken, flenswalsen, lassen en apparatenbouw. Het bedrijf is actief in de meest uiteenlopende branches. Orfa Visser heeft een klantenkring van ca. 100 bedrijven in België, uiteenlopend van bedrijven die wekelijks iets bestellen of één keer per jaar. Iwan Reusken, verantwoordelijk voor de verkoop en marketing, bevestigt de conclusie van Dresselhuis dat Nederlanders een verkeerd beeld hebben van de Belgen. "Het zijn mensen die heel precies zijn. Ze vragen grondiger dingen door en denken veel beter na", spreekt hij uit ervaring. "Een Vlaming gaat een order helemaal uitwerken, eerst overleggen met zijn klant en komt met een gedetailleerd plan onze kant op. Een Nederlander is meer geneigd iets op een papiertje te krabbelen, zo van 'maak het maar'.

NIET OVER ÉÉN NACHT IJS

Op de vraag waarom een Vlaming naar Nederland komt, antwoordt Reusken: "Ik denk dat een doorsnee Vlaming opkijkt tegen Nederland. We zijn vaak meer geautomatiseerd en een groter land met meer mogelijkheden. Ze verwachten wel dat je ze serieus neemt. Wij geven regelmatig rondleidingen door onze moderne

productiehallen. Die openheid wordt door een Vlaming zeer op prijs gesteld. Het mes snijdt aan twee kanten: een Vlaamse onderneming die voor één van onze 5 disciplines bij ons terecht is gekomen beveelt ons ook aan bij collegaondernemingen. Als ze eenmaal een keuze hebben gemaakt voor een firma, zullen ze ook niet snel overstappen. Het is zelfs te vergelijken met de Duitse manier van zakendoen. Ze gaan niet over één nacht ijs."

HOBBELS

Ook Reusken heeft een aantal do's and don'ts paraat: "Je moet je zeker niet profileren als hét

Steunpunten

De Koninklijke Metaalunie ondersteunt haar leden bij Internationaal ondernemen. Voor een aantal belangrijke landen heeft de Metaalunie steunpunten. Via deze steunpunten ontvangen leden kosteloos eerstelijns advies van specialisten.

Deze steunpunten zijn onafhankelijke organisaties die gespecialiseerd zijn in een bepaalde markt. Steunpunten kunnen onder andere onderzoeken voor u uitvoeren of partners voor u selecteren. Metaalunieleden ontvangen 10% korting op de gebruikelijke tarieven. Momenteel zijn er steunpunten voor België, Duitsland, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Centraal- en Oost-Europa en Turkije.

bedrijf dat alles kan. Je moet ook durven zeggen dat voor sommige metaalbewerkingen die niet tot jouw core business behoren, de klant beter naar een collegabedrijf kan gaan." Taal blijft ook voor Reusken een hobbel die je moet nemen. "Zeker als je voor de eerste keer iets gaat ondernemen. De benaming van materialen is anders. Wij noemen rvs 304 of 316, zij noemen het inox. Het lijken kleine dingen, maar zijn wel zaken waar je rekening mee moet houden. Maar ook als je elkaar niet helemaal begrijpt, kun je er achteraf wel om lachen. Uiteindelijk is de taalbarrière wel minder groot dan die met Duitsland."

NKvK -netwerkbijeenkomsten

De Nederlandse Kamer van Koophandel (NKvK) is een multisectoriële organisatie die met de businesspartners de nodige kennis in huis heeft om als gids de bedrijven bij te staan in hun actie naar de Belgische markt. Metaalunieleden zijn welkom op de netwerkbijeenkomsten die de NKvK regelmatig organiseert en uiteraard ook op de verschillende seminars. Meer informatie: www.nkvk.be.

