



De Duitse markt op

3x Duitsland

Voor alle bedrijven die de eerste stap naar het buitenland maken is Duitsland vaak een logische keuze. Het is een grote, groeiende, nabijgelegen markt waar ruimte is voor bedrijven die innovatieve oplossingen bieden. Als consul in Düsseldorf werkt Hans van Heuvel nauw samen met Nederlandse ondernemingen. Hij laat drie ondernemers aan het woord.

E-commerce competitief én kansrijk

Duitsland biedt volop kansen voor Nederlandse bedrijven. Dat ziet ook Ruurd van der Weide. Met zijn bedrijf Fingerspitzengefühl in Berlijn vertegenwoordigt hij meerdere Nederlandse bedrijven in Duitsland. Zijn focus ligt vooral op eCommerce: "De Duitse online markt is zeer competitief. Het is de thuismarkt van bedrijven als Zalando, Hellofresh en ook Amazon. Door deze grote spelers ligt de lat hier enorm hoog. Gratis verzenden en terugsturen, same-day-delivery en kopen op rekening zijn hier de standaard. We zien vaak dat Nederlandse ondernemers schrik-



ken van de kosten van online advertenties in Duitsland. Je bent hier al snel vier tot vijf keer zoveel kwijt als in Nederland". Daar staat wel iets tegenover, krijg je eenmaal voet aan de grond dan is de Duitse markt erg aantrekkelijk. "Duitsers zijn trouwe klanten. We zien dat onze merken op den duur een hele grote groep aan loyale klanten opbouwen". Zijn advies: "Bereid je goed voor. Zet je aannames overboord en verdiep je in de markt, de concurrentie en de behoeftes van je doelgroep. Kies een duidelijke strategie voor je webshop in Duitsland en zet lokale kennis in, dan is je kans van slagen het grootst!"



Duitse interesse in e-health

Therapieland is één van de grootste e-Health-aanbieders van Nederland en biedt innovatieve online programma's ter ondersteuning van de geestelijke gezondheidszorg. Het bedrijf is hard bezig om in Duitsland voet aan de grond te krijgen. Aan het woord is Sylvia de Graaf: "In april zijn we meegegaan met de economische missie van Task Force Health Care en het Netherlands Business Support Office Stuttgart naar de conhIT vakbeurs in Berlijn. Daar hebben we veel goede contacten en kennis opgedaan over de gezondheidszorg en het zakendoen in Duitsland. We hebben kennism gemaakt met de Duitse 'gründlichkeit' van werken en hebben geleerd dat zij veel waarde hechten aan wetenschappelijk bewezen initiatieven, privacy en bescherming van data – meer nog dan Nederlanders. Ook moet er rekening worden gehouden met de strenge wet- en



regelgeving rond de gezondheidszorg.

Voor wat betreft digitalisering is er nog groeipotentieel in Duitsland, ook op het gebied van gezondheidszorg. Duitsland is een vergrijzende gemeenschap met een grote toename van

chronisch zieken en mentale problemen, waardoor de druk op de gezondheidszorg alsmaar groeit. Om deze druk te verlagen moeten er kostenbesparende initiatieven komen. De politiek richt zich op het digitaliseren van de gezondheidszorg met als belangrijke stap het invoeren van de 'e-Health-Gesetz' in 2016.

Zorgverzekeraars staan open voor initiatieven, maar de vraag is of dit ook voor internationale bedrijven geldt. Therapieland is dan ook met hulp van het postennet hard op zoek naar lokale bedrijven die een samenwerking op willen zetten, zodat we onze krachten kunnen bundelen."

Duurzaamheid als businessmodel

"Duurzaamheid en regionaliteit zijn de hoekstenen van ons bedrijf" zegt Kevin van IJperen, manager bij Wittenberg-Gemüse GmbH, een in 2013 geopend modern kassencomplex van 15 hectare in Saksen-Anhalt met ruim 140 arbeidsplaatsen. Het bedrijf levert verschillende soorten kwaliteitstomaten aan supermarkten in de regio maar ook in Thüringen, Brandenburg en Berlijn. Van IJperen: "Duurzaamheid is voor de Duitse consument van groot belang. Denk hier bij aan de productietechnieken, zoals de inzet van natuurlijke bestrijders, maar ook de omgang met het milieu en de omgeving. Vanaf dag één staat transparantie bij ons centraal. Zo hebben we samenwerkingsprojecten met lokale scholen en kennisinstellingen en eind vorig jaar een kom-in-de-kas dag met zeshonderd bezoekers, dat is uniek voor Duitsland. Met onze Luthertomate leveren wij bovendien een



herkenbaar merk voor de regionale markt. Investeren in het netwerk en in duurzame relaties met samenwerkingspartners is daarbij cruciaal", zegt Van IJperen, want "zonder netwerk kom je in Duitsland nergens".

Bij de tomatenteelt worden CO₂ en restwarmte uit het nabijgelegen Agro-chemie Park duurzaam ingezet, ook vanwege de hoge energieprijzen. "Onze locatie in Wittenberg is in dat opzicht ook toekomstgericht. De voorbereidingen voor onze nieuwbouw zijn al gestart", vertelt Van IJperen. Met de geplande nieuwbouw breidt Wittenberg Gemüse uit met 25 hectare kassen waarvan 7,5 hectare voor paprikateelt. "Daarmee laten we zien dat Wittenberg-Gemüse zich in de breedte specialiseert. In Duitsland is er immers nog nauwelijks paprikateelt en de vraag naar duurzame en regionale versproducten groeit." ●●●