

Emigreren en ondernemen

Van de roze wolk naar de harde realiteit

In tegenstelling tot wat sommige realityprogramma's laten uitschijnen, is ondernemen in het buitenland geen sprookje. Op overtuiging en wilskracht alleen kom je niet ver. Zonder grondige voorbereiding, een geharde zin voor realiteit en een gedegen markt-, maar bovenal zelfkennis, zijn de meest briljante dromen gedoemd om te mislukken. Alvast één gouden tip: behoud een band met het moederland.

In twintig jaar tijd bouwde de Nederlandse **Ineke van Staaveren** twee bedrijven uit tot succesvolle ondernemingen die ze nadien verkocht. Die ervaring gebruikt ze nu om collega-ondernemers of starters te coachen. Zelf werkte en woonde ze een tijdlang in Amerika en Engeland, maar keerde altijd terug naar haar thuisland, omdat ze Nederland te leuk vindt om te vertrekken. "Ondernemen gaat niet vanzelf, dat is duidelijk. Maar een bedrijf in het buitenland beginnen is een nog grotere uitdaging en geeft extra spanningen door culturele verschillen en specifieke zakelijke, administratieve en wettelijke regels."

Mensen emigreren omdat ze in hun eigen land dingen missen. Ze verlangen naar een zonniger klimaat of vertrekken uit onvrede omdat ze thuis niet langer hun gading vinden. "Beide zijn verdedigbaar zolang ze gepaard gaan met voldoende realiteitszin. Met andere woorden, wees ervan overtuigd dat je om de juiste redenen vertrekt – om je dromen te realiseren. Wie vlucht omdat hij niet lekker in zijn vel zit, moet goed beseffen dat hij zichzelf niet achterlaat. Anders gezegd, in het buitenland heb je geen sociaal netwerk van vrienden, familie, collega's om op terug te vallen en zal de confrontatie met jezelf nog veel harder zijn. Daarom zijn zelfkennis en -bewustzijn uitermate belangrijk."

Ondernemen met hart en hoofd

De coach kent maar weinig mensen die echt emigreren om te ondernemen. Meestal starten ze een eigen bedrijf uit bittere noodzaak. "Als buitenlander vind je niet zo snel een baan. Een eigen onderneming kan een uitweg bieden om ter plaatse een inkomen te verwerven. Daar schuilt het grote gevaar, want niet iedereen is een getalenteerd ondernemer. Meestal wordt het harde bestaan van een ei-



© van Staaveren

“Het gras is het groenst daar waar je water geeft”

Ineke van Staaveren (ondernemerscoach)

gen zaak onderschat. Vandaar het uitermate grote belang van een grondige voorbereiding."

Zelfs voor een beslagen ondernemer die in het buitenland zijn kans wil wagen, blijft het een risicovol avontuur. "Want daar sta je er helemaal alleen voor, hooguit gesteund door je partner die tegelijk collega wordt. Dat vergroot de druk op de relatie. Bovendien gelden er in het buitenland andere regels, moet je je kunnen plooiën naar culturele gewoontes,... Voer de druk en de risico's niet onnodig op en kies daarom voor een product of dienst waarmee je affiniteit hebt, of voor een land met een gelijkaardige culturele achtergrond of economische organisatie – bv. gelijke munteenheid om de impact van koersschommelin-



Eerste hulp bij emigreren en ondernemen

Vlamingen in de Wereld (VIW) en l'Union Francophone des Belges à l'étranger (UFBE) zijn belangenorganisaties voor iedereen met plannen voor een verblijf in het buitenland. Emigranten of zij die van plan zijn te emigreren, kunnen er terecht voor begeleiding en om in verbinding te komen met een wereldwijd netwerk van landgenoten-ondernemers. Meer info op www.viw.be en op www.ufbe.be.

VAN DYCK FINE FOODS Pannenkoekenbusiness in Nieuw-Zeeland

gen te vermijden. Een nieuwe onderneming opbouwen brengt altijd verrassingen met zich mee, of je nu start in België of in het buitenland. Hoe meer je ze vermijdt, hoe beter je kunt focussen op de kernactiviteit."

Vandaar ook het belang om de link met het moederland te behouden. Het sociaal netwerk thuis biedt steun en energie, je zakelijk netwerk levert knowhow of kan businessopportunities genereren. "In veel gevallen blijft het moederland een belangrijke afzetmarkt omdat het initiële businessmodel opgebouwd wordt rond een product dat men kent of een doelgroep waarmee men vertrouwd is. De emigrant-ondernemer grijpt m.a.w. van nature terug naar de markt waarmee hij het meest voeling heeft: die van het thuisland. Zeker in de aanvangsjaren kan de thuisdoelgroep levensnoodzakelijk zijn om de business draaiende te houden."

Gewikt en gewogen

Neem alle tijd voor de grondige en praktische voorbereiding. Zeker als je buiten de Europese Unie een zaak wil starten, zal een jaar niet volstaan, onder meer vanwege de vaak complexe verblijfsvergunningprocedures. Maar nog belangrijker volgens van Staaveren: "Gun jezelf voldoende tijd op persoonlijk vlak. Daal af van je roze wolk om een realistisch beeld te krijgen van je persoonlijke motivatie. Het is een cliché, maar het werkt: zet alle voor- en nadelen van je emigratie- en ondernemersplannen rustig op een rij. Tip: schrijf een brief aan jezelf met je drijfveren, je overtuigingen, ..., maar ook je angsten en twijfels. Je partner doet hetzelfde. Wissel daarna de brieven uit. Zo kom je erachter wat ieder van jullie beweegt en of er voldoende eensgezindheid is over het plan. Zo kun je al in een vroeg stadium misverstanden en teleurstellingen vermijden."

Ten slotte, bereid je voor op het ergste: remigreren. "Gezichtsverlies, het gevoel dat je gefaald hebt en de rompslomp van de terugkeer wegen soms zwaarder dan de stap om je moederland achter te laten. Toch mag het je niet weerhouden om terug te keren wanneer het plan faalt. Stippel daarom vóór de emigratie al een noodscenario uit. En zie een noodgedwongen remigratie niet als een mislukking: je bent een ervaring rijk. Jij bent gegaan, anderen zijn blijven dromen."

Ineke van Staaveren schreef het boek 'Emigreren & Ondernemen. 100 x check voor vertrek.' Meer info in de boekenrubriek op p. 79.

Johan Van Praet



© Van Dyck Fine Foods

Begin 2000 emigreerde **Inge Ver-**
cammen samen met haar man van Antwerpen naar New Plymouth in Nieuw-Zeeland om er... pannenkoeken te gaan bakken. Twaalf jaar later runt het koppel het bloeiende Van Dyck Fine Foods en exporteert het de lekkernijen naar Thailand, Australië en Singapore. "Het was ontzettend hard. Met de kennis die we nu hebben, zouden we toen wellicht voor een andere business hebben gekozen die sneller en gemakkelijker resultaat had opgeleverd."

Vandaag is Inge gelukkig met wat ze doet. Twaalf jaar geleden liet Inge haar roots en haar job als psychotherapeute achter omdat alles haar teveel werd in België: "Lange dagen kloppen, keiharde concurrentie, hoge belastingen, ongezonde omgeving, ... Mijn man Marcel had een eigen bedrijf en verkocht bakkerijmachines. Ook voor hem waren de gouden jaren '90 voorbij. We wilden weg uit Europa, naar een rustig land met westerse cultuur. Om een lang verhaal kort te maken, dankzij een professioneel contact van Marcel kregen we de kans om diepgevroren pannenkoeken te leveren aan de tweede grootste industriële bakkerij van Nieuw-Zeeland, Yarrows Family Bakers. Zij zouden de distributie en verkoop verzorgen. Wat ze ook deden." Op één (hectisch) jaar tijd werd de proeflijn uitgetest, marktonderzoek gedaan, het emigratiedossier afgerond, bouwgrond gekocht en een fabriek gebouwd. "Onze eerste pannenkoek bakten we in juli 2000. De verkoop flopte en ons enthousiasme kreeg een eerste opdoffer. Les één: verdiep je vooraf in de cultuur van het land. De kiwi's (zo worden de Nieuw-Zeelanders genoemd) zijn uiterst vriendelijk, maar niet rechtuit. Dat vertekende ons marktonderzoek. Daarop na-

men we de verkoop zelf in handen en schakelden over van diepvriesafdeling naar de warme bakkers in warenhuizen. Met succes. De echte doorbraak kwam er toen we het aanbod differentieerden met onder meer een assortiment hotcakes en blini's, waaronder het topproduct: hotcake gevuld met een stukje Belgische Callebaut. De differentiatie was een absolute must, want op één product overleven was onmogelijk in een markt van amper 4,2 miljoen inwoners. Ook dat hadden we onderschat."

"Je staat er helemaal alleen voor." Dat is Inge's allerbelangrijkste les. "Natuurlijk waren er aanvankelijk de zakelijke links met België en de belangrijke steun van de vrienden thuis. Maar uiteindelijk val je altijd terug op de lokale bevolking. Je

"We zijn hier nog altijd omdat we keikoppen en doorzetters zijn"

moet ze wel vertrouwen, ook al voel je wel dat ze je op een beleefde en vriendelijke manier uitbuiten."

Groeiplannen maken

In 2006 tekende de eerste exportklient: een Thais bedrijf koopt zoete pannenkoeken, vult ze zelf met chocolade en banaan en verkoopt die daarna diepgevroren door aan Duitsland. "Ondertussen leveren we ook aan Australië en Singapore. De bloeiende uitvoer viel zo goed als stil door de financiële crisis. Maar met onze 17 medewerkers konden we de omzetcijfers stabiliseren, met een gekrompen winst weliswaar." Intussen groeide de export tot bijna 25% van de omzet (geraamd op 2 miljoen euro in 2010).

Ook vandaag wil Inge nog groeien. "Door de productiecapaciteit te verhogen, de export te stimuleren en intensiever de binnenlandse markt te bewerken. Binnen 3 tot 5 jaar starten we een pannenkoekensalon en van daaruit een franchise. De ruwe plannen staan al op papier."