



GfW Nordrhein-Westfalen
Global Business Partner



Zahlen · Daten · Fakten NIEDERLÄNDISCHE FIRMEN IN NRW



Die Niederlande in NRW

Nachbar und starker Partner

Liebe Leserin, lieber Leser,

die Wirtschaftsbeziehungen zwischen den Niederlanden und Nordrhein-Westfalen sind seit Jahren besonders intensiv. Wie diese Studie zeigt, besteht jedoch Potenzial, die Zufriedenheit der niederländischen Unternehmer in NRW zu optimieren.

Nordrhein-Westfalen beheimatet rund 600 niederländische Firmen – Tochtergesellschaften, Niederlassungen und Repräsentanzen – und damit mehr als jedes andere deutsche Bundesland. Die Niederlande stellen darüber hinaus die meisten ausländischen Unternehmen im Land – noch vor den USA und Japan. Viele der Betriebe sind eher klein oder mittelständisch; sie bieten 42.000 Menschen einen Arbeitsplatz und erwirtschaften gemeinsam einen Jahresumsatz von 33 Milliarden Euro – genauso viel wie beispielsweise die japanische Wirtschafts-Community in NRW.

Seit Jahren schon zählen die Niederlande – gemessen am Außenhandelsvolumen – neben Ländern wie Belgien, Frankreich, Großbritannien und den USA zu den wichtigsten Handelspartnern Nordrhein-Westfalens. Der Anteil der niederländischen Direktinvestitionen in NRW ist von 1995 bis 2000 von 30 auf 37 Prozent gestiegen. Auch die Unternehmen aus Nordrhein-Westfalen haben in dieser Zeit ihr Engagement in den Niederlanden ausgebaut, was zeigt, wie stark die wirtschaftlichen Verflechtungen beider Länder sind.

Die niederländischen Unternehmen haben NRW als Standort schätzen gelernt – vor allem allerdings, wie die Studie zeigt, wegen der Nähe zur eigenen Heimat. Wie andere ausländische Firmen halten aber auch die Niederländer die zentrale Lage Nordrhein-Westfalens innerhalb der EU und die gute Verkehrs-

infrastruktur für besonders vorteilhaft. Das zeigen nicht zuletzt die Investitionspläne der Niederländer in NRW bis zum Jahr 2006. Demnach will jedes fünfte Unternehmen – trotz der andauernden weltweiten Wirtschaftsflaute – weiter am derzeitigen Standort investieren.

Die Studie zeigt aber auch deutlichen Verbesserungsbedarf. So sind vielen der befragten Firmen die Angebote der örtlichen und überregionalen Wirtschaftsförderungen bislang unbekannt. Derartige Lücken aufzudecken und entsprechend gegenzusteuern hat sich die Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen mbH (GfW) zur Aufgabe gemacht.

Das vorliegende Heft ist Teil unserer Studienreihe, die sich bereits den US-amerikanischen, französischen, britischen und japanischen Unternehmen in NRW gewidmet hat. Damit wollen wir uns ein umfassendes Bild über die Situation der wichtigsten ausländischen Investoren in NRW machen und einen Beitrag für mehr Zufriedenheit mit dem Standort leisten. In diesem Fall wurde die GfW dabei vom Generalkonsulat des Königreichs der Niederlande in Düsseldorf unterstützt, wofür wir uns herzlich bedanken.

Petra Wassner *Michael Kolmar*

Petra Wassner
Geschäftsführerin

Michael Kolmar
Geschäftsführer



Petra Wassner



Michael Kolmar



Inhalt

Grußwort: Dr. Nikolaos van Dam, Botschafter der Niederlande	6
Center Parcs Deutschland GmbH: Die riesengroßen kleinen Ferien	7
Bedeutung des Standorts: Wo Grenzen verbinden	8
Branchen und Tätigkeiten: Magnet für Dienstleister	10
Gründungen: Boom in den Neunzigerjahren	11
Fluitronics GmbH: Trendsetter in der Antriebstechnik	12
Beschäftigung: Kleine Betriebe dominieren	13
Umsatz: Überwiegend erfreulich	14
Investitionen: Verhaltenes Wachstum	15
Suntjens Süßwaren Import + Export GmbH: Naschwerk vom Niederrhein	16
Standortfaktoren: Nähe zur Heimat	17
Aegon Lebensversicherungs-AG: Spaß an Rendite	18
Geografisch-strategische Bedeutung: Erster Schritt auf den globalen Markt	19
Beurteilung Standortfaktoren: Verbesserungspotenzial vorhanden	20
Café Bar Deutschland GmbH: Treibstoff aus der Bohne	22
Austausch und Kontakte: Großer Gesprächsbedarf	23
Executive Summary: Die Ergebnisse im Überblick	24
Kontakt: Ansprechpartner	25
Impressum	27

Grußwort

Gemeinsamer Wirtschafts- und Lebensraum



Dr. Nikolaos van Dam

Sehr geehrte Leserinnen, sehr geehrte Leser,

die Niederlande sind mit Nordrhein-Westfalen wirtschaftlich eng verflochten. Das zeigt sich im intensiven Handel mit Gütern und Dienstleistungen ebenso wie bei den Direktinvestitionen. Im Jahr 2001 erreichte der Handel in beide Richtungen beinahe 30 Milliarden Euro. Niederländische Niederlassungen nehmen bei den Auslandsinvestitionen in Nordrhein-Westfalen den ersten Platz ein. Es scheint, dass sich niederländische Unternehmer in Nordrhein-Westfalen durchaus zu Hause fühlen.

Die gestaltende Kraft guter und enger Wirtschaftsbeziehungen für das Zusammenwachsen von Regionen wird hier deutlich: Als eines der Kerngebiete wachsen die beiden Länder gemeinsam mit Belgien, Luxemburg und Nordfrankreich zu einem nordwesteuropäischen Wirtschafts- und Lebensraum zusammen, in dem 44 Millionen Menschen leben, diesseits und jenseits von Grenzen wohnen und arbeiten, Häuser kaufen, in die Schule gehen und Freunde haben.

Die Gründung des Koordinierungssekretariats Niederlande-Nordrhein-Westfalen unterstreicht die Bedeutung der beiden Länder füreinander. In einem gemeinsamen Projekt mit der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen mbH und dem Koordinierungssekretariat Niederlande-Nordrhein-Westfalen wurde die vorliegende Studie in Auftrag gegeben und durchgeführt. Mein Dank gilt insbesondere den niederländischen Unternehmen, die sich bereitwillig und sehr zahlreich an der Befragung beteiligt haben, sowie den Unternehmern, die durch ihre persönlichen Beiträge die Aussagekraft der Studie weiter verstärkt haben.

Es freut mich sehr, Ihnen gemeinsam mit dem Minister für Wirtschaft und Arbeit des Landes NRW, Herrn Harald Schartau, die Ergebnisse der Studie zum Standort Nordrhein-Westfalen aus Sicht niederländischer Unternehmen vorstellen zu können. Die positiven Ergebnisse sprechen für sich. Die kritischen Bemerkungen sollten uns anregen, in unseren gemeinsamen Anstrengungen fortzufahren.

Durch die Zusammenführung und Vernetzung von wichtigen Bereichen der wirtschaftlichen Zusammenarbeit werden Synergieeffekte erreicht, die niederländischen und deutschen Unternehmen gleichermaßen zu Gute kommen.

Für die Zukunft wünsche ich uns allen eine weitere Vertiefung der gemeinsamen Arbeit, damit diese Region noch mehr zu einem einheitlichen Wirtschafts- und Lebensraum zusammenwächst.

Allen niederländischen Unternehmen, ihren Leitern und Mitarbeitern wünsche ich weiterhin viel Erfolg in Nordrhein-Westfalen.

Dr. Nikolaos van Dam

Botschafter der Niederlande

Die Unternehmen

Die riesengroßen kleinen Ferien

„Wir sind mit unserer Verkaufszentrale für Deutschland in Köln, weil wir in Nordrhein-Westfalen mit seinen 18 Millionen Einwohnern ein sehr hohes, kaufkräftiges Kundenpotenzial bedienen können. Immerhin machen Familien aus Deutschland ein Viertel unserer Gäste aus. Ein weiterer Standortvorteil für NRW ist die Verfügbarkeit von gut ausgebildeten Tourismusfachleuten und die Nähe zu unserer Hauptverwaltung in Rotterdam.“

Familienkurzurlaub – für viele Eltern klingt das nicht gerade nach Erholung. Den halben Hausstand ins Auto verfrachten, stundenlang im Wagen sitzen, die quengelnden Kleinen immer im Nacken, um dann endlich irgendwo angekommen doch nur den gleichen Stress wie zu Hause zu erleben. Kennt man doch: Jedes Familienmitglied hat andere Bedürfnisse, die erfüllt werden wollen, und unter einen Hut passen sie selten.

Die Alternative: Kurzurlaub bei Center Parcs. Das niederländische Unternehmen ist Europas größter Anbieter von Familienkurzurlauben. Seine insgesamt 19 Parkanlagen in Deutschland, den Niederlanden, Frankreich, Belgien und Großbritannien bieten Familien sowohl eine natürliche, erholsame Umgebung als auch komplett ausgestattete Ferienbungalows und vor allem ein großes Angebot an Freizeitaktivitäten. Viele davon können das ganze Jahr über genutzt werden.

Während es für die kleinsten Gäste Kindergärten, Spielecken in den Restaurants, Kindermenüs, Spielplätze, einen Babysitter-Service sowie spezielle Möbel in den Bungalows gibt, können sich Teenager oder jung gebliebene Erwachsene in der Action Company ihren Lieblingssportarten widmen: Tennis, Squash, Aerobic, Bogenschießen, Tauchen, Ski fahren, Golf und vieles mehr. Darüber hinaus verfügen

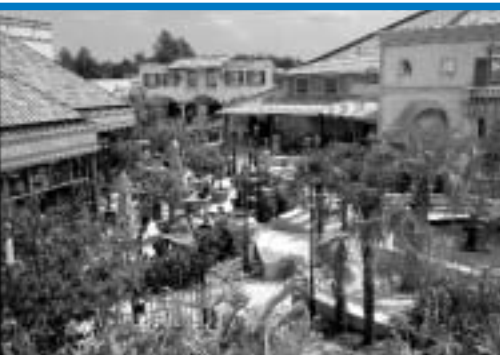
manche Parks über ein so genanntes Beauty Center Aqua Sana, in dem sich die Gäste mit Massagen, Packungen und Peelings verwöhnen lassen können. Ganz zu schweigen von den üppigen Badelandschaften, für die viele Center Parcs bekannt sind.

Entstanden ist die Idee des wetterunabhängigen Kurzurlaubs vor mehr als 30 Jahren in den Niederlanden. Damals wurde die erste Anlage mit 40 Bungalows errichtet – der Anfang einer Erfolgsgeschichte. Mittlerweile verbringen mehr als drei Millionen Menschen jährlich einen Teil ihrer Ferien mit Center Parcs, was dem Unternehmen einen Jahresumsatz von 525 Millionen Euro einbringt und etwa 10.000 Menschen (Voll- und Teilzeitkräfte) Arbeit gibt.

Allein in der Deutschland-Zentrale in Köln, die 1983 eingerichtet wurde, sind 100 Menschen beschäftigt. Deren Aufgabe ist es, die Angebote von Center Parcs in Deutschland zu vermarkten. Das bevölkerungsreiche Land Nordrhein-Westfalen bietet dafür ideale Voraussetzungen, sagt Sylvia Westermann, Marketing-Chefin der Center Parcs Leisure Deutschland GmbH. Während die Angebote des Ferienspezialisten im Allgemeinen nämlich besonders bei den Deutschen auf rege Nachfrage stoßen, wird die Anlage im Sauerland vor allem von Niederländern besucht.



*Dr. Sylvia Westermann,
Managerin Marketing
Center Parcs Deutschland,
Köln*



Bedeutung des Standorts

Wo Grenzen verbinden



Nordrhein-Westfalen zählt zu den wichtigsten Wirtschaftspartnern der Niederlande. Als Abnehmer von Gütern und Dienstleistungen aus NRW belegt unser Nachbar mit mehr als zehn Milliarden Euro den dritten Platz nach Frankreich und Belgien. Umgekehrt ist NRW größter deutscher Importeur niederländischer Produkte.

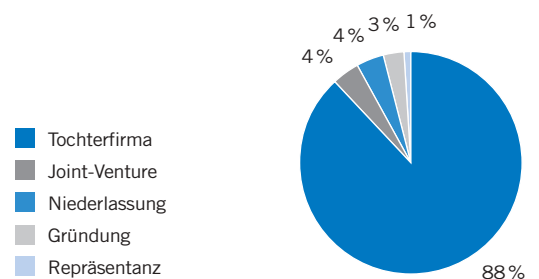
Auch wenn das Handelsvolumen auf Grund der aktuellen Wirtschaftslage in beiden Ländern zuletzt rückläufig war, bewegt es sich doch auf hohem Niveau. Allein im Jahr 2002 kauften die Nordrhein-Westfalen nach Angaben des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik NRW Produkte und Dienstleistungen im Wert von 16 Milliarden Euro beim niederländischen Nachbarn.

Tochterfirmen überwiegen

Die Standorte zwischen Rhein und Weser jedenfalls sind bei den niederländischen Unternehmen in der Vergangenheit immer beliebter geworden. So lag beispielsweise die Zahl der Neugründungen niederländischer Firmen in NRW in den 90er-Jahren bei 137 und damit höher als in den 20 Jahren zuvor (siehe auch Seite 11). 88 Prozent der niederländischen Unternehmen im größten Bundesland sind Tochterfirmen. Damit favorisieren die Niederländer – ähnlich wie die Briten – deutlich stärker eine eigenständige Rechtsform als die Franzosen (81 Prozent) und Japaner (67 Prozent), bei denen unselbstständige Niederlassungen und Auslandsrepräsentanzen mit einem Anteil von 20 Prozent eine vergleichsweise große Rolle spielen.

Viele eigenständige Töchter

Niederländische Unternehmen in NRW nach Rechtsformen (Basis: 327 Firmen)

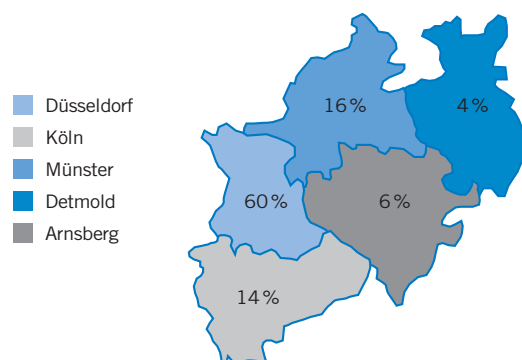


Nähe zählt

Auffällig ist die regionale Verteilung der Unternehmen. 90 Prozent haben einen Standort in den Regierungsbezirken Düsseldorf, Köln und Münster gewählt. Nur zehn Prozent haben ihren Sitz im Regierungsbezirk Arnsberg oder in Ostwestfalen (Regierungsbezirk Detmold). Dass die Rheinschne mit ihren Metropolen Düsseldorf und Köln ein Magnet für ausländische Unternehmen ist, belegen bereits Studien aus der Vergangenheit. Anders als bei Investoren aus Großbritannien, Frankreich, Japan und Amerika genießt bei den Niederländern aber auch das Münsterland einen hohen Stellenwert. Immerhin 16 Prozent der niederländischen Firmen in NRW haben sich in der unmittelbar ans eigene Land grenzenden Region niedergelassen. Das lässt sich auch damit erklären, dass die Euregio in Gronau, die erste grenzüberschreitende Organisation in NRW, dort viel für die Grenzgänger tut.

Grenznahe Lage bevorzugt

Regionale Verteilung niederländischer Firmen in NRW nach Regierungsbezirken (Basis: 327 Firmen)



Repräsentative Studie

Im Auftrag der GfW und des Generalkonsulats des Königreichs der Niederlande in Düsseldorf hat das Institut für Marketing und Kommunikation (IMK) im Oktober 2002 niederländische Unternehmen in Nordrhein-Westfalen befragt. Die Studie basiert auf den Angaben von 327 niederländischen Unternehmen in NRW. Dies entspricht nach IMK-Schätzungen gut 50 Prozent der in Nordrhein-Westfalen ansässigen niederländischen Unternehmen. Somit haben die Studienergebnisse repräsentativen Charakter.

Als niederländisch gilt ein Unternehmen, wenn es sich um ein rechtlich selbstständiges Tochterunternehmen oder eine rechtlich selbstständige Niederlassung/Repräsentanz eines in den Niederlanden ansässigen Unternehmens oder um ein Joint-Venture handelt, wobei mindestens eine 50-prozentige Beteiligung eines niederländischen Unternehmens bestehen muss. Auch Gründungen durch niederländische Unternehmer in NRW zählen dazu.

Branchen und Tätigkeiten

Magnet für Dienstleister

Fast ein Drittel der niederländischen Firmen in NRW arbeitet in den Bereichen Dienstleistung und Handel. Service und Verkauf stehen über alle Branchen hinweg im Vordergrund der Aktivität.

Ganz klar dominieren die beratenden Unternehmen aus den Niederlanden in NRW. Allein 17 Prozent sind im Bereich der so genannten unternehmensnahen Dienste (Marketing, Consulting, EDV und allgemeine Dienste) aktiv. Knapp dahinter liegen die Bereiche Handel und Konsumgüterproduktion. Auf den weiteren Plätzen folgen Industriegüterproduktion und Bauwirtschaft sowie die ICT-Branche (Informations- und Kommunikationstechnologie; im Fall dieser Studie umfasst der Branchenbegriff auch Medien, Entertainment und Security).

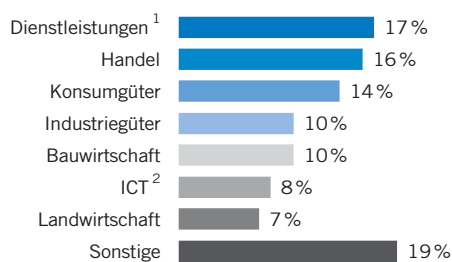
Anders als bei den US-amerikanischen, französischen, britischen und japanischen Unternehmen spielen bei den Niederländern auch die Bau- und die Landwirtschaft eine Rolle. Firmen aus Hightech-

Branchen wie Automotive und Biotechnologie sind hingegen kaum aktiv.

Die große Mehrheit der befragten Unternehmen (77 Prozent) gibt an, in NRW vor allem Verkauf und Service zu betreiben. Damit setzen die Niederländer ganz ähnliche Schwerpunkte wie die US-Amerikaner, Franzosen und Japaner. Das Übergewicht der unternehmensnahen Dienste spiegelt sich auch bei den Angaben zu anderen Unternehmensaktivitäten wider. So betreiben 23 Prozent der Niederländer in NRW ihre Hauptverwaltung. Jede fünfte Firma nennt Business Services als wichtiges Tätigkeitsfeld. Nur ein Sechstel der Firmen betreibt Produktionsstätten oder Lager in NRW. Im Vergleich zu anderen Ländern liegen die Niederlande hier zurück; von den amerikanischen Unternehmen produzieren beispielsweise 55 Prozent in NRW. Forschung und Entwicklung (F+E) spielen bei den niederländischen Unternehmen zwischen Rhein und Weser keine bedeutende Rolle (vier Prozent).

Beratung boomt

Niederländische Unternehmen in NRW nach Branchen
(Basis: 327 Firmen)

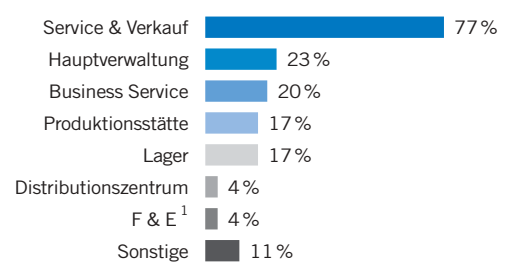


¹ Unternehmensnahe Dienstleistungen

² inklusive Medien, Entertainment und Security

Mit Rat und Tat zur Stelle

Niederländische Unternehmen in NRW nach Tätigkeiten
(Mehrfachnennungen möglich; Basis: 327 Firmen)



¹ Forschung und Entwicklung

Gründungen

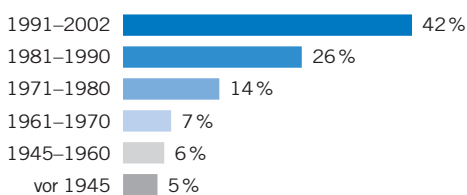
Boom in den Neunzigerjahren

Im zurückliegenden Jahrzehnt haben sich in NRW mehr niederländische Unternehmen angesiedelt als in den 20 Jahren zuvor.

Während der zehn Boomjahre sind insgesamt 137 niederländische Firmen in Nordrhein-Westfalen gegründet worden. In den beiden Jahrzehnten zuvor wagten hingegen nur 128 Unternehmen den Schritt ins Nachbarland. Damit sind 42 Prozent aller niederländischen Unternehmen in NRW zwischen 1991 und 2002 entstanden. Mit diesem Wert liegen die Niederländer etwa auf dem Niveau der britischen Unternehmen in NRW (44 Prozent aller Ansiedlungen zwischen 1991 und 2002). Die Niederländer und Briten waren damit deutlich aktiver als die Franzosen (36 Prozent) und Amerikaner (35 Prozent).

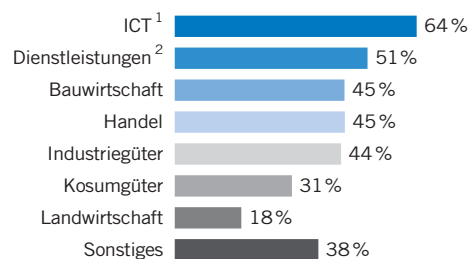
Rasanter Anstieg

Firmengründungen niederländischer Unternehmen in NRW (Anteil nach Dekaden; Basis: 322 Firmen)



Wachstum durch junge Branchen

Firmengründungen niederländischer Unternehmen in NRW von 1991 bis 2002 nach Branchen (Anteil an Gesamtsumme der jeweiligen Branchen seit 1945; Basis: 322 Firmen)



¹ inklusive Medien, Entertainment und Security

² Unternehmensnahe Dienstleistungen

Den größten Anteil an Neuzugängen im vergangenen Jahrzehnt hatten Firmen aus jungen Branchen. Zwischen 1991 und 2002 entstanden allein 64 Prozent der Unternehmen aus dem ICT-Sektor und 51 Prozent der Firmen, die unternehmensnahe Dienste anbieten. Insbesondere bezogen auf die ICT-Branche lässt sich die positive Entwicklung sicherlich mit dem Boom der Internet- und Telekommunikationsunternehmen Ende der Neunzigerjahre begründen. In wie vielen Fällen es sich bei den Firmen um echte Neugründungen von Tochtergesellschaften handelt oder um Zukäufe deutscher Firmen (etwa aus strategischen Gründen, um den Marktzutritt zu erleichtern), lässt sich nicht sagen.

Die Unternehmen

Trendsetter in der Antriebstechnik



Helmut Sieben, Prokurist Vertriebsleitung, Marketing und Produktentwicklung Fluitronics GmbH, Düsseldorf

„Die Nähe zu unseren Kunden in Europas größter Industrieregion bietet große Absatzvorteile, da wir unsere Produkte zusammen mit unseren Kunden entwickeln. Für den Standort Düsseldorf spricht die ausgezeichnete Qualität unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die seit vielen Jahren bei uns beschäftigt sind.“

Hydraulik kombiniert mit Elektronik – aus dieser Verbindung resultiert nicht nur der Name der in Düsseldorf ansässigen Fluitronics GmbH, darauf basiert auch das Geschäft des Zulieferers und Entwicklers von hydraulischen Komponenten und Systemlösungen. Mit seinen Antriebstechniken verhilft Fluitronics Kränen, Baggern und Kehr- und Landwirtschaftsmaschinen zu Höchstleistungen. Die niederländische Muttergesellschaft Fluitronics Group gilt auf diesem Gebiet als Marktführer Europas. Ihre 540 Beschäftigten in sechs Ländern erwirtschaften im Jahr einen Umsatz von 122 Millionen Euro.

Die Düsseldorfer Tochter mit ihren 55 Mitarbeitern gehört erst seit 2001 zur Gruppe, blickt aber dennoch auf eine lange Tradition zurück. Hervorgegangen ist das Unternehmen aus der bereits 1951 in Düsseldorf gegründeten Luftfahrt-Technik GmbH, die anfangs amerikanische Flugzeug- und Hubschrauberhersteller wie Piper Aircraft und Hiller Helicopters in Deutschland vertrat. Später kamen Zulieferer der Luftfahrttechnik wie Bristol Aircraft (Flugzeugmotoren) und Bendix (Motorkomponenten, Elektronik) hinzu. Parallel gewann das Thema Hydraulik an Bedeutung, sodass die ehemalige Luftfahrt-Technik GmbH, die im Laufe der Jahre mehrfach den Eigentümer wechselte, ihr Aufgabenspektrum ständig erweitert hat.

Mittlerweile bietet Fluitronics alle denkbaren Hydraulik-Komponenten und -systeme an – von A

wie Axialkolbenpumpen bis Z wie Zylinder. Darüber hinaus hat sich die Firma vor allem auf kundenspezifische Antriebslösungen in der Mobilhydraulik spezialisiert und gilt hier als Trendsetter der Branche. Viele Großkunden, beispielsweise die Firmen Kärcher, Komatsu, Zöller-Kipper oder Holmer, beziehen die gesamte Hydraulik von Fluitronics. Vorteil: Als Handelshaus kann das Unternehmen ein breiteres Produktspektrum anbieten als ein Hersteller. Außerdem profitieren die Kunden von Kostenvorteilen im Einkauf, die Fluitronics als Großabnehmer bei vielen Hydraulikherstellern erzielen kann.

Zur heutigen Fluitronics GmbH, deren Jahresumsatz bei 14 Millionen Euro liegt, gehören neben der Zentrale in Düsseldorf neun regionale Verkaufsbüros innerhalb Deutschlands. „Die Geschäfte laufen gut“, heißt es aus dem Management des Unternehmens. Im laufenden Jahr solle daher weiter am Standort Düsseldorf investiert werden. Nordrhein-Westfalen schätzen die Manager der Fluitronics GmbH insbesondere wegen der Lage. Prokurist Helmut Sieben: „Wir beraten und beliefern Kunden in ganz Deutschland. NRW mit der guten Verkehrsinfrastruktur ist dafür ideal.“



Beschäftigung

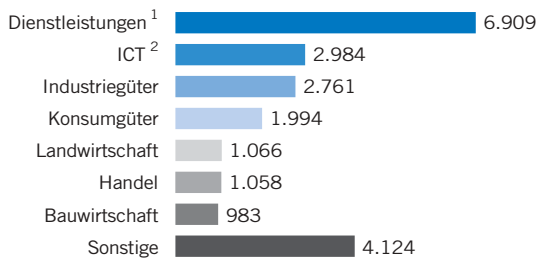
Kleine Betriebe dominieren

Niederländische Unternehmen zählen zu den wichtigsten Arbeitgebern in NRW. Insgesamt beschäftigen sie rund 42.000 Menschen. Zwei Drittel von ihnen arbeiten in kleineren Betrieben mit weniger als 25 Beschäftigten.

315 Unternehmen haben in der Befragung Angaben zur aktuellen Mitarbeiterzahl gemacht. Demnach sind in diesen Betrieben knapp 22.000 Personen beschäftigt. Hochgerechnet auf die Gesamtzahl der niederländischen Firmen in NRW ergibt sich daraus die Zahl von zirka 42.000. Fast jeder dritte Beschäftigte davon ist im Bereich der unternehmensnahen Dienste tätig.

Dienstleister-Jobs überwiegen

Anzahl der Beschäftigten niederländischer Unternehmen in NRW
(Basis: 315 Firmen; Gesamtzahl: 21.879 Beschäftigte)



¹ Unternehmensnahe Dienstleistungen
² inklusive Medien, Entertainment und Security

Gemessen an der durchschnittlichen Zahl ihrer Mitarbeiter fällt auf, dass die niederländischen Unternehmen in NRW verglichen etwa mit den französischen und britischen Arbeitgebern weniger Beschäftigte haben. So gaben 66 Prozent der Befragten an, einen Betrieb mit maximal 25 Arbeitnehmern zu

führen; dieser Wert liegt etwa auf dem Niveau japanischer Unternehmen in NRW. Bei den französischen und britischen Unternehmen sind es dagegen nur knapp über 50 Prozent.

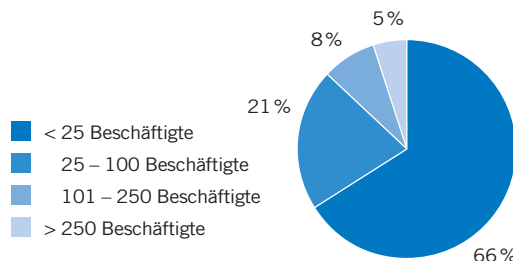
Lediglich fünf Prozent der niederländischen Firmen bieten mehr als 250 Menschen Arbeit. Zum Vergleich: Bei den französischen und US-amerikanischen Unternehmen in NRW liegt der Anteil bei jeweils 18 Prozent.

Relativ viele niederländische Beschäftigte

Bei den befragten Unternehmen arbeiten rund 1.300 Niederländer; überhaupt beschäftigt knapp die Hälfte der niederländischen Unternehmen auch Arbeitnehmer aus der eigenen Heimat. Dagegen beschäftigt nur jedes vierte britische Unternehmen eigene Landsleute, bei US-amerikanischen Firmen liegt dieser Wert sogar nur bei 18 Prozent. Mehr Wert auf Mitarbeiter aus dem Heimatland legen dagegen die französischen und japanischen Betriebe; hier haben 70 beziehungsweise 95 Prozent der Unternehmen Landsleute auf der Gehaltsliste.

Große sind die Ausnahme

Betriebsgrößen niederländischer Unternehmen in NRW
(Angaben in Prozent; Basis: 315 Firmen)



Umsatz

Überwiegend erfreulich

Die niederländischen Firmen in Nordrhein-Westfalen erwirtschaften ebenso viel Umsatz wie die japanische Wirtschafts-Community. Allerdings dämpft die angespannte Konjunkturlage auch die Umsatz-erwartungen der niederländischen Unternehmen in NRW.

Von den befragten Unternehmen haben 267 oder 82 Prozent bereitwillig Angaben zu ihrem Umsatz im Jahr 2001 gemacht. Insgesamt haben diese Firmen 14,3 Milliarden Euro umgesetzt. Hochgerechnet auf alle in NRW aktiven niederländischen Unternehmen ergibt sich daraus ein Gesamtumsatz von zirka 33 Milliarden Euro.

Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Umsätze in der Regel nicht ausschließlich in NRW erzielt worden sind. Letztlich bilanzieren die wenigsten Unternehmen auf Grund ihrer oft internationalen Ausrichtung getrennt nach Bundesländern, sodass die Umsatzangaben häufig auf mehr oder weniger exakten Schätzungen beruhen.

Der durchschnittliche Umsatz eines jeden niederländischen Unternehmens in NRW beläuft sich den Angaben zufolge auf etwa 53 Millionen Euro. Verglichen mit den britischen (67 Millionen), japanischen (70 Millionen) und französischen Unternehmen (100 Millionen) setzen niederländische Unternehmen im Durchschnitt also deutlich weniger um.

Mehrheitlich Plus gemacht

Die Jahre 1997 bis 2001 verliefen für 60 Prozent der befragten niederländischen Firmen recht erfreulich. Im Durchschnitt haben sie ihre Umsätze im genannten Zeitraum um 95 Prozent gesteigert; pro Jahr bedeutet das ein Plus von 19 Prozent. Die Unternehmen aus anderen Ländern standen mitunter allerdings noch besser da. So verzeichneten

bei den US-amerikanischen Firmen sogar 80 Prozent eine Umsatzzunahme. Bei den französischen Betrieben waren es jedoch nur 53 Prozent. Für 20 Prozent der niederländischen Unternehmen verlief die Umsatzentwicklung dagegen negativ. Ihr Umsatz sank binnen der genannten fünf Jahre um durchschnittlich 26 Prozent.

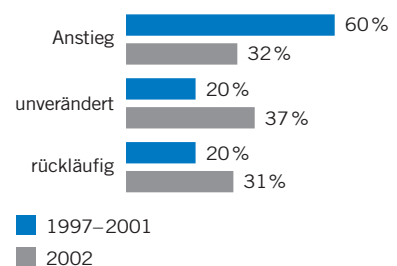
Zurückhaltende Prognosen

Die Umsatzerwartungen der Niederländer spiegeln wider, was auch die Konjunkturforscher im Land voraussagen: begrenztes Wachstum. Nur noch jedes dritte Unternehmen ging zum Zeitpunkt der Befragung davon aus, das Jahr 2002 mit einem Umsatzwachstum abschließen zu können; diese Firmen rechneten im Durchschnitt mit einem Plus von 24 Prozent. Dagegen befürchteten 31 Prozent einen Umsatzrückgang von im Schnitt 17 Prozent.

Gedämpfte Erwartungen

Umsatzentwicklungen und -erwartungen niederländischer Firmen in NRW

(Basis 1997–2001: 306 Firmen; Basis 2002: 307 Firmen)



Investitionen

Verhaltenes Wachstum



Jedes vierte niederländische Unternehmen in Nordrhein-Westfalen plant bis 2006 weitere Investitionen, jedes fünfte davon will diese in NRW vornehmen.

Anders als etwa die britischen, amerikanischen und französischen Unternehmen äußern sich die niederländischen Firmen eher zurückhaltend bezogen auf ihre Investitionspläne. Zwei Drittel der Befragten wollen – auch mit Blick auf die aktuelle Wirtschaftslage – bis 2006 keinerlei Investitionen vornehmen (US-Unternehmen: 51 Prozent; britische Unternehmen: 58 Prozent; französische Firmen: 49 Prozent; japanische Firmen: 63 Prozent).

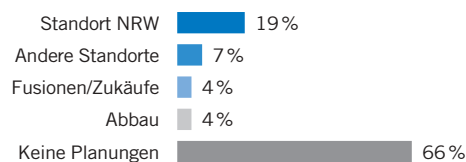
Immerhin jedes fünfte niederländische Unternehmen hegt aber auch konkrete Investitionspläne am Standort NRW; sieben Prozent planen eine Expansion außerhalb Nordrhein-Westfalens. Erfreulich ist, dass nur vier Prozent der Befragten an einen Abbau denken.

Wachsen wollen vor allem Betriebe der Bauindustrie und der Konsumgüterindustrie mit jeweils 31 Prozent. 24 Prozent der Handels- und 28 Prozent der ICT-Firmen wollen zwar erweitern, favorisieren dabei aber mehrheitlich Standorte in anderen Bundesländern.

Die verhaltenen Expansionspläne der niederländischen Unternehmen stehen im unmittelbaren Zusammenhang mit ihren gedämpften Umsatzerwartungen (siehe Seite 14). Dass die Firmen derzeit lieber anderswo Geld in die Hand nehmen wollen, begründen sie unter anderem mit dem schlechten Wirtschaftsklima, den hohen Lohnkosten und Steuern, aber auch mit Zielformulierungen wie „flächendeckende Präsenz“.

Behutsame Expansion

Investitionspläne niederländischer Unternehmen in NRW bis 2006 (Angaben in Prozent; Basis: 309 Firmen)



Die Unternehmen

Naschwerk vom Niederrhein



Hans Suntjens,
Geschäftsführer Suntjens
Süßwaren Import +
Export GmbH, Brüggen

„Für die Suntjens Süßwaren GmbH ist der Standort Brüggen ideal, weil kurze Wege für die Distribution unserer Produkte wichtig sind. Sowohl unsere Lieferanten als auch unsere Kunden sind von hier nicht weit entfernt. Darüber hinaus ist die Lebensqualität in Brüggen ausgezeichnet.“

Die Leidenschaft der Deutschen für Lakritz und Weingummi auf der einen Seite, ein pfiffiger Geschäftsmann auf der anderen Seite, der seine Chance erkannt und genutzt hat – das sind die Zutaten zur Gründungsgeschichte der Suntjens Süßwaren Import + Export GmbH, die heute in Brüggen am Niederrhein ihren Sitz hat. Geschäftsführer und Eigentümer Hans Suntjens ist in den 80er-Jahren höchstpersönlich über die deutschen Wochenmärkte getingelt. Weil das Naschwerk so viele Abnehmer fand, begann der Niederländer in größeren Dimensionen zu denken und erweiterte seine Geschäftstätigkeit. Bald belieferte er auch Kioske und Grossisten mit Lakritz, Frucht- und Weingummis. Eine Startup-Geschichte wie aus dem Bilderbuch.

„Für einen Geschäftserfolg in Deutschland ist ein inländischer Firmensitz unbedingt erforderlich“, ist Suntjens überzeugt. Deutsche Großhändler suchten sich bevorzugt deutschsprachige Partner und verlangten auch einen Gerichtsstand im eigenen Land, begründet der Selfmademan seine Standortwahl.

Drei eigene Marken gehören derzeit zum Programm des Niederländers. Sie heißen Faam, Kanold und, wie der Geschäftsführer selbst, Suntjens. Abnehmer finden die fruchtigen Waren heute vor allem unter den Verbraucher- und Discountmärkten. Insgesamt 400 Kunden aus Deutschland, Österreich und der Schweiz weist die Suntjens-Datei auf. Denen bieten der Geschäftsführer und seine elf Mitarbeiter mittlerweile neben 120 Artikeln auch einen umfangrei-

chen Service: Für Verbrauchermärkte wie Fegro, Handelshof oder Netto entwickeln sie eigene Marken mit kundenfertiger Verpackung und verkaufsfertigen Displays. Darüber hinaus übernimmt das Unternehmen auf Wunsch auch die Kommissionierung von Waren.

Gestartet ist der Süßwaren-Importeur, mittlerweile unter den Top Ten seiner Branche im deutschsprachigen Raum, zunächst im nordrhein-westfälischen Nettetal. Im Jahr 2000 entschied sich Suntjens aber, seinen Firmensitz ins nahe gelegene Brüggen an die niederländische Grenze zu verlagern, wobei ihm die örtliche Wirtschaftsförderung in Viersen behilflich war. Mit einem Investment von einer Million Euro baute Suntjens dort ein Verwaltungsgebäude und Hochregallager.

Suntjens setzt auf Expansion: Der Unternehmer will jährlich ein bis zwei neue Großkunden hinzugewinnen und um 15 bis 20 Prozent wachsen. Für September 2004 plant er eine Erweiterung des Hochregallagers von jetzt 1000 auf dann 2400 Quadratmeter, „um den Ansprüchen und der steigenden Nachfrage der Kunden gerecht zu werden“, wie er sagt. Trotz der Jahre am Niederrhein hat Suntjens seine Beziehungen zu den Niederlanden nicht abgebrochen. Nach wie vor bezieht er Lakritze und Weingummis vor allem aus der alten Heimat.



Standortfaktoren

Nähe zur Heimat

Die unmittelbare Nähe zum Heimatland ist für jedes vierte niederländische Unternehmen in NRW der wichtigste Standortfaktor.

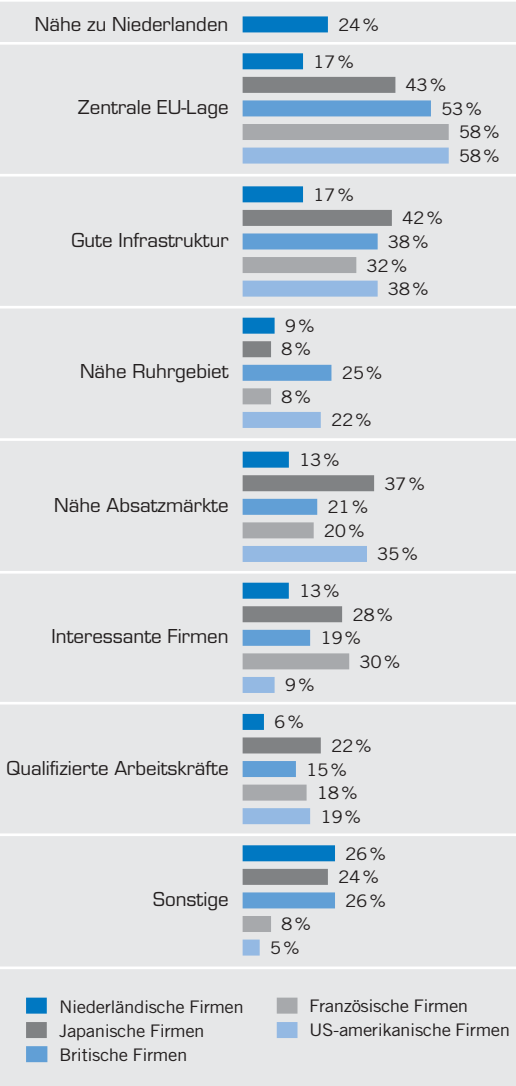
Als weitere wichtige Faktoren nennen die Niederländer die gute Infrastruktur und die zentrale Lage Nordrhein-Westfalens innerhalb der EU (je 17 Prozent). Allerdings sind diese Gründe für die Niederländer weitaus weniger wichtig als für die britischen, französischen und US-amerikanischen Firmen, bei denen die zentrale Lage für weit mehr als 50 Prozent der Unternehmen das wichtigste Kriterium der Standortwahl ist, gefolgt von der Infrastruktur mit mehr als 30 Prozent. Diese deutlichen Unterschiede lassen sich mit der direkten Nachbarschaft der Niederlande zu NRW erklären.

Betrachtet man die Ansiedlungsgründe der Unternehmen getrennt nach Branchen, ergibt sich ein differenzierteres Bild. So nennen 26 Prozent der niederländischen Betriebe aus der Landwirtschaft die Nähe zu den Absatzmärkten in Deutschland als wichtigsten Faktor. 22 Prozent der Ansiedlungen in diesem Sektor basieren auf Betriebsübernahmen. Für Firmen der Konsumgüterindustrie und des Handels sind die gute Verkehrsinfrastruktur beziehungsweise die zentrale Lage Nordrhein-Westfalens wichtigste Standortfaktoren (jeweils 24 Prozent).

Durch andere Firmen in NRW wurden insbesondere Unternehmen aus der ICT-Branche angezogen. Immerhin 24 Prozent begründen damit ihren Schritt über die Grenze. Für 16 Prozent der ICT-Unternehmen ist das Potenzial an qualifizierten Arbeitskräften ein wichtiges Kriterium. In anderen Branchen spielt der Standortfaktor Fachkräfte hingegen so gut wie keine Rolle.

Niederländer: schnell über die Grenze

Warum sich ausländische Firmen in NRW ansiedeln (Mehrfachnennungen möglich; Basis: 316 Firmen)



Die Unternehmen

Spaß an Rendite



Walter Capellmann,
Vorstandsvorsitzender der
AEGON Lebensversicherungs-AG, Düsseldorf

„Nordrhein-Westfalen bietet als bevölkerungsreichstes Bundesland und Industrie-Knotenpunkt eine ausgeprägte Infrastruktur. An diesem Standort lässt sich unser angestrebter hoher Standard bezogen auf Personal und Informationstechnologie gut realisieren.“

Konkurrenz belebt das Geschäft. Diese Weisheit könnte 1995 Leitspruch der Manager in der Den Haager Zentrale der AEGON N.V. gewesen sein. Dass bereits 200 Versicherungsunternehmen in Nordrhein-Westfalen ansässig waren, hat den niederländischen Versicherungskonzern damals jedenfalls nicht davon abgehalten, sich ebenfalls in NRW – in der Landeshauptstadt Düsseldorf – niederzulassen. Ein Schritt, den der Finanzdienstleister dann auch nicht bereut hat: Bereits nach wenigen Jahren zählte die deutsche Tochter hier zu Lande, genau wie ihre Muttergesellschaft weltweit, zu den zehn Top-Anbietern im Neugeschäft ihres Segments.

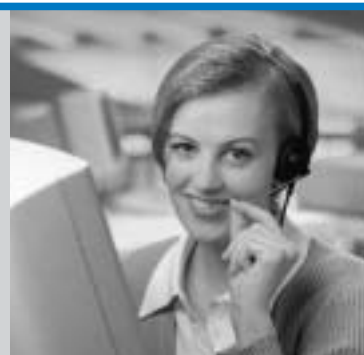
Das Erfolgsgeheimnis der deutschen AEGON Lebensversicherungs AG sind ihre fondsgebundenen Sparkonzepte der Dachmarke Moneymaxx: Lebensversicherungen, Ausbildungs-Vorsorge- und Renten-Policen. Dass Versicherer auf Aktienfonds statt auf traditionelle festverzinsliche Anleihen setzen, war in Deutschland Mitte der 90er-Jahre noch ein Novum, überzeugte aber auf Grund der positiven Börsenentwicklung viele Kunden. Und auch auf Anbieterseite fand die AEGON-Produktstrategie in Deutschland viele Anhänger. So bieten heute mehr als 70 Unternehmen im Land fondsgebundene Versicherungen an.

Die Talfahrt an den Aktienmärkten macht das Geschäft allerdings nicht gerade einfacher. AEGON N.V. hat diese Herausforderung durch Risikominimierung, breite Anlagestreuung und ein diversifi-

ziertes Produktangebot bislang sehr gut gemeistert. Mit einem Gesamtumsatz von 31 Milliarden Euro weltweit im Jahr 2002 lag die Versicherungsgruppe fast auf Vorjahresniveau. In Deutschland belief sich das Portfolio für fondsgebundene Moneymaxx-Produkte Ende 2002 auf 1,5 Milliarden Euro Prämienvolumen. Weltweit ist der auf Lebens-/Rentenversicherungen und Investmentprodukte spezialisierte Konzern in 13 Ländern aktiv und betreut insgesamt rund zehn Millionen Kunden.

Die Wurzeln des börsennotierten Unternehmens gehen bis ins Jahr 1844 zurück. Damals schlossen sich die beiden niederländischen Versicherer Ago und Ennia zusammen, weshalb AEGON N.V. auf mehr als 150 Jahre Erfahrung im Versicherungs- und Finanzdienstleistungssektor verweisen kann.

Einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten die 25.000 Mitarbeiter weltweit, wie der Dienstleister betont. 60 Beschäftigte zählt die Firma am Sitz der deutschen Tochtergesellschaft in Düsseldorf. Und die lassen sich weniger von der Konkurrenz als von Teamgeist und Kundenorientierung treiben, sagt Vorstandschef Walter Capellmann – und verrät dann auch noch das wirkliche Leitmotiv von AEGON: „Respect people – make money – have fun!“



Geografisch-strategische Bedeutung

Erster Schritt auf den globalen Markt

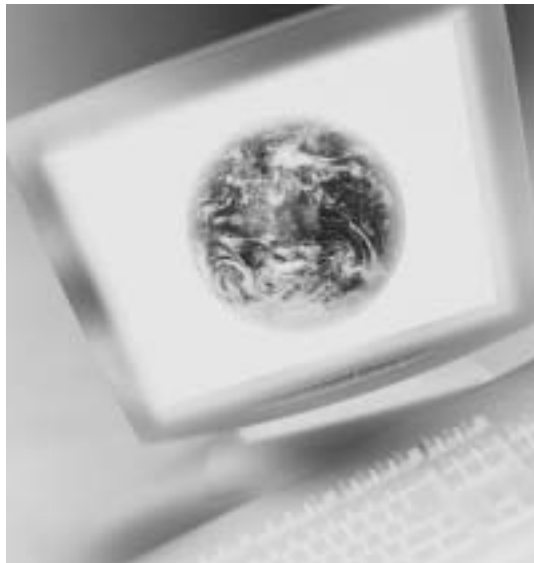
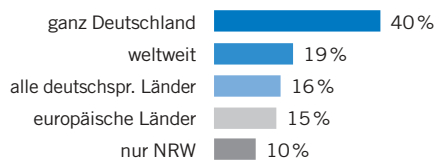
Jedes fünfte niederländische Unternehmen in NRW agiert weltweit. 40 Prozent nutzen den Standort, um in erster Linie den deutschen Markt zu bedienen. Nur jedes vierte Unternehmen ist auch in einem anderen Bundesland aktiv.

Der Standort NRW hat für niederländische Unternehmen längst nicht die geografisch-strategische Bedeutung wie etwa für die japanischen und britischen Unternehmen. So haben 42 Prozent der britischen Firmen NRW als Sitz ihrer Europa-Zentrale gewählt. Auch für zahlreiche US-amerikanische Firmen (21,4 Prozent) ist Nordrhein-Westfalen das Tor nach Europa. Niederländische Firmen geben das nur in 15 Prozent der Fälle an, da sie diese Aufgabe vielfach auch von ihrem Heimatland aus wahrnehmen können.

Vergleichsweise hoch ist allerdings die Zahl der niederländischen Unternehmen in NRW mit weltweiter Zuständigkeit (19 Prozent). Britische und französische Unternehmen erreichen hier nur neun beziehungsweise drei Prozent.

Deutschland und die Welt

Regionale Zuständigkeiten niederländischer Unternehmen in NRW (Basis: 323 Firmen)



Im Branchenvergleich sind auf dem weltweiten Markt Unternehmen aus den Sektoren Landwirtschaft (26 Prozent), Industriegüter (25 Prozent) und aus der ICT-Branche (24 Prozent) am aktivsten. Den stärksten Fokus auf Nordrhein-Westfalen setzen die niederländischen Unternehmen aus der Baubranche mit einem Anteil von 23 Prozent.

Die Firmen, die auch in anderen Bundesländern aktiv sind (27 Prozent), favorisieren Bayern und Hamburg (je 26 Prozent) vor Berlin und Hessen (je 25 Prozent). Niedersachsen belegt mit 23 Prozent Platz fünf.

Beurteilung Standortfaktoren

Verbesserungspotenzial vorhanden

Im Einklang mit den Umsatzerwartungen und den verhaltenen Investitionsplänen der niederländischen Firmen steht ihre Gesamtbeurteilung des Standorts. Die Niederländer geben Nordrhein-Westfalen die Note 2,9.

Dass die Gesamtnote für NRW nur befriedigend ausfällt, signalisiert Handlungsbedarf – auch, weil die britischen, französischen und japanischen Firmen mit Werten zwischen 2,8 und 3,1 ähnlich über NRW urteilen.

Die Ergebnisse der Befragung bieten der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen mbH (GfW) sowie allen Trägern der Wirtschaftsförderung in NRW eine gute Grundlage für Maßnahmen, mit denen sich möglichst schnell und zugleich nachhaltig eine höhere Zufriedenheit der niederländischen Investoren erreichen lässt.

Gute Werte für das Gewerbeflächenangebot

Überdurchschnittlich gut beurteilen die Niederländer das Gewerbeflächenangebot in NRW, den Zugang zum deutschen Markt, die Verkehrsinfrastruktur sowie die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen. Dafür geben sie Durchschnittsnoten von 2,5 und besser. Gleiches gilt für die weichen Standortfaktoren Sicherheit, Lebensqualität und örtliche Infrastruktur. Generell lässt sich festhalten, dass die Landwirtschaft mit 2,8 tendenziell bessere Noten verteilt hat als etwa die Konsumgüter-Branche mit 3,1.

Die insgesamt beste Bewertung geben Unternehmen der ICT-Branche ab. Sie beurteilen die Bereitstellung von Gewerbeflächen in NRW mit der Note 1,9. In anderen Punkten äußern sie sich jedoch kritischer als andere Firmen. So schneidet der Punkt „Steuern und Abgaben“ bei ihnen nur mit 4,1 ab.

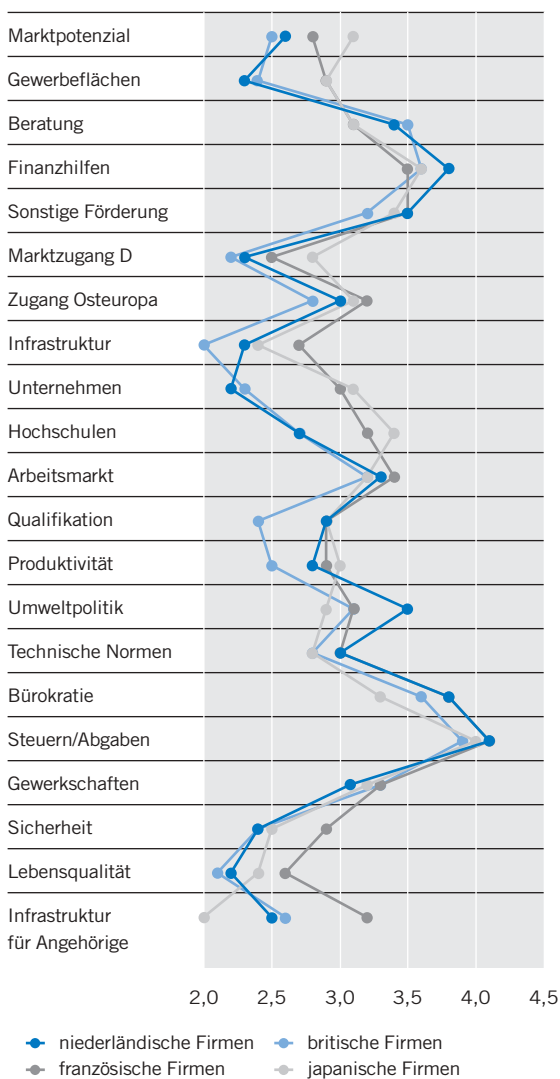
Auch bei anderen für die niederländischen Firmen wichtigen Ansiedlungsfaktoren zeigt sich in der Beurteilung ein uneinheitliches Bild. Beispielsweise gehen die Meinungen bei dem Kriterium „Infrastruktur für Angehörige“ (Angebot an Schulen und Kindergärten) weit auseinander. Dass die beste Note bei 2,0 und die schlechteste bei 3,1 liegt, hängt aber sicherlich auch mit den regional unterschiedlichen Angeboten zusammen.

Noch größer fallen die Differenzen bei der Bewertung der „Öffentlichen Finanzhilfen“ aus, wo Noten zwischen 3,1 und 4,4 abgegeben wurden. Damit beurteilen die Niederländer die finanzielle Förderung in NRW schlechter als die Briten und Franzosen. Einig sind sich die ausländischen Unternehmen aber in wesentlichen Punkten: Sie alle benoten die Beratungs- und Hilfsprogramme sowie die Kriterien Bürokratie und Steuern/Abgaben lediglich mit Noten zwischen 3,0 und 4,4.

In der Summe lässt sich feststellen: Nur bei sieben von 21 Kriterien haben die niederländischen Unternehmen eine Bewertung von 2,5 und besser abgegeben. Auch wenn viele der besonders negativ bewerteten Faktoren (zum Beispiel Steuern und Abgaben, umweltpolitische Bestimmungen) nicht auf Landesebene verändert werden können, lassen sich doch einige Handlungsfelder erkennen, die im Einflussbereich des Landes NRW stehen. So beklagen die Unternehmen zum Beispiel lange und komplizierte bürokratische Wege sowie fehlende oder reduzierte Fördermittel.

Vergleichbare Ergebnisse

Durchschnittsnoten der niederländischen, japanischen, britischen und französischen Firmen in NRW im Überblick



Analysemethode

Die Methode der Zufriedenheitsanalyse mit dem Standort NRW orientiert sich an Deutschlands größter Kundenzufriedenheitsanalyse für Unternehmen, dem „Kundenmonitor Deutschland“. Im Rahmen dieser Umfrage konnten die Unternehmen Noten zur Zufriedenheit mit bestimmten Standortfaktoren von 1 (= außerordentlich zufrieden) bis 5 (= unzufrieden) abgeben. An dieser Notenvergabe haben sich 324 Firmen beteiligt. Allerdings hat nicht jedes Unternehmen alle Fragen beantwortet.

Die Unternehmen

Treibstoff aus der Bohne



Wolfgang Bühl,
Geschäftsführer Café Bar
Deutschland GmbH,
Willich

„Nordrhein-Westfalen liegt für uns strategisch günstig, zentral in Europa. Die Mehrzahl unserer Kunden sind Unternehmen – davon gibt es in NRW etwa 600.000. Unsere Arbeitnehmer hier bringen umfangreiche Qualifikationen mit. Außerdem schätzen wir die unbürokratische Unterstützung durch die Behörden.“

Kaffee, das ist der tägliche Treibstoff für viele Mitarbeiter in deutschen Unternehmen. Für die Café Bar Deutschland GmbH ist dieser Kaffeedurst die Geschäftsgrundlage. Das Unternehmen mit Sitz im nordrhein-westfälischen Willich vertreibt Heißgetränkeautomaten und Füllprodukte wie Kaffee, Kakao oder Cappuccino sowie Becher, Rührstäbchen und weiteres Zubehör. Café Bar macht damit einen Umsatz von über zehn Millionen Euro jährlich. Die niederländische Muttergesellschaft Café Bar International b.v., die in elf europäischen Ländern tätig ist, setzt rund 100 Millionen Euro pro Jahr um.

Die Idee zum Gerätevertrieb kam dem Niederländer Frans H. Kuyff 1967 während einer Messe in Großbritannien. Dort entdeckte er erstmals einen Kaffeeautomaten, „der nicht die Größe einer Musikbox hatte“. Kuyff unterschrieb einen Exklusiv-Händlervertrag und entwickelte einen neuen Vertriebsweg: das so genannte Vending-Geschäft. Im Gegensatz zum bis dato üblichen Operating-Geschäft – einem Full-Service, bei dem der Hersteller die Geräte vermietet, sie aufstellt, füllt, reinigt und auch selbst wartet und pro Getränk abrechnet – bietet Café Bar Deutschland dem Kunden den Automaten zum Leasing, Kauf oder zur Miete an. Der Kunde kümmert sich lediglich um Befüllung und Reinigung, den technischen Service übernimmt Café Bar bei Produktabnahme 54 Monate kostenfrei. Vorteil für die Kaffeetrinker: Der Preis pro Getränk kann bis zu 40 Prozent niedriger liegen.

Die Rechnung geht allerdings nur auf, weil die angebotenen Geräte leicht zu bedienen und wartungsarm sind. Zwölf verschiedene Automaten stehen zur Auswahl. Und die haben es in sich: Manche können neben Kaffee, Mokka und Cappuccino auch Tee, Kakao und Suppe liefern. Alle Geräte lassen sich speziell programmieren. Mitarbeiter, die Überstunden machen, erhalten möglicherweise ab einer bestimmten Uhrzeit alle Getränke kostenlos oder zu einem reduzierten Preis. „Auch eine Art der Mitarbeitermotivation“, sagt Deutschland-Chef Wolfgang Bühl.

Den Schritt nach Deutschland wagte Café Bar schon zehn Jahre nach der Gründung. Kuyff wollte sein Geschäft internationaler machen; Deutschland erschien ihm damals als besonders aussichtsreicher Markt. Der Weg vom niederländischen Gorinchem über die Grenze nach Nordrhein-Westfalen war kurz. Auch ein gescheitertes Joint-Venture mit einem Unternehmen in Viersen hielt Kuyff nicht auf; 1977 gründete er die Deutschlandzentrale in Willich. Dort arbeiten mittlerweile über 80 Beschäftigte, 24 davon sind im technischen Service tätig und garantieren, dass der Kaffeefluss bei den Kunden nicht versiegt. 80.000 Firmen hat Café Bar in ganz Europa schon von seinem Konzept überzeugt. Es sollen noch mehr werden – auch in Deutschland: In den nächsten zwei Jahren will Bühl zusätzliches Personal im Gerätevertrieb, Produktverkauf und Lager einstellen.

CAFEBAR®
KAFFEESERVICE



Austausch und Kontakte

Großer Gesprächsbedarf

Um die Zufriedenheit der niederländischen Firmen in NRW zu erhöhen, müssen in erster Linie die Beratungs- und Förderangebote optimiert werden.

Immerhin jedes dritte niederländische Unternehmen unterhält mehr oder weniger regelmäßig Kontakte zu anderen niederländischen Firmen in NRW. Damit stehen die Niederländer untereinander stärker in Kontakt als beispielsweise die Briten, bei denen nur jedes fünfte Unternehmen einen solchen Austausch pflegt. Von zwei Dritteln der Firmen (205), die bisher keinerlei Kontakt zu anderen Unternehmen haben, sind 63 an einer Kontaktaufnahme interessiert. Das bedeutet hochgerechnet auf alle niederländischen Firmen in NRW, dass sich gut 115 Betriebe einen Nutzen von einem intensiveren Erfahrungsaustausch versprechen. Größtes Interesse zeigen dabei Unternehmen aus der Bauwirtschaft, der Konsumgüterindustrie und dem Dienstleistungsbereich.

Defizit bei den kleinen Betrieben

Tendenziell nehmen die Firmenkontakte mit der Umsatzgröße zu. So pflegen 45 Prozent der Firmen mit einem Umsatz über 50 Millionen Euro Kontakte zu anderen niederländischen Unternehmen. Bei Betrieben mit einem Umsatz zwischen 2,5 und 50 Millionen Euro sind es immerhin noch knapp 36 Prozent, bei Unternehmen unter 2,5 Millionen Euro Umsatz dagegen nur 27 Prozent. Allerdings zeigen sich gerade die kleinen Unternehmen am Austausch besonders interessiert.

Befragt nach den Beziehungen zum niederländischen Generalkonsulat in NRW, haben zwei Drittel der Firmen erklärt, bislang noch keinerlei Kontakt gehabt zu haben. Als Begründung geben sie an, dessen Angebote nicht zu kennen oder den Kontakt für unnötig zu halten. Am wenigsten Wert auf einen

Austausch mit dem Konsulat legen die landwirtschaftlichen Betriebe. Großes Interesse an Konsulats-Angeboten zeigen hingegen die Dienstleister und die Betriebe der ICT- sowie der Baubranche.

Auch die Kontakte niederländischer Unternehmen zur Landesregierung, den Ministerien und der GfW könnten den Ergebnissen zufolge intensiver sein. Nur jede dritte Firma hatte in der Vergangenheit bereits mit ihnen zu tun. Fast ebenso viele Unternehmen kennen die Angebote des Landes überhaupt nicht, der Rest hält die Kontaktaufnahme für überflüssig. Die größten Defizite haben auch hier die kleinen und mittleren Betriebe mit weniger als 2,5 Millionen Euro Jahresumsatz. Gerade mal jeder Fünfte davon hat bereits mit der Landesregierung NRW zu tun gehabt.

Ähnlich sieht es bei den Kontakten niederländischer Firmen zu den regionalen Wirtschaftsförderungen aus: Obwohl direkt vor Ort ansprechbar, hat sich lediglich etwas mehr als ein Drittel der befragten Firmen schon mit den örtlichen Wirtschaftsförderern ausgetauscht. Je mehr Umsatz die Unternehmen machen, desto eher pflegen sie allerdings den Kontakt zu lokalen Wirtschaftsförderungen und wissen über deren Angebote Bescheid.

Um die Kontakte zu intensivieren, wäre ein regelmäßiger Erfahrungsaustausch unter Federführung des Wirtschaftsministeriums sinnvoll. Nachfrage ist auf jeden Fall vorhanden: Jedes zweite niederländische Unternehmen hat Interesse an einem solchen Austausch angemeldet. Insbesondere Firmen der Baubranche, der unternehmensnahen Dienste und der ICT-Branche haben mehrheitlich erklärt, an solchen Veranstaltungen teilnehmen zu wollen.

Executive Summary

Die Ergebnisse im Überblick

Die Ergebnisse der repräsentativen Umfrage lassen sich wie folgt zusammenfassen:

1. In NRW sind rund 600 niederländische Unternehmen aktiv.
2. Sie beschäftigen hochgerechnet 42.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
3. Ihr Jahresumsatz lag 2001 – ebenfalls hochgerechnet – bei rund 33 Milliarden Euro.
4. 60 Prozent aller niederländischen Firmen sind im Regierungsbezirk Düsseldorf ansässig.
5. 88 Prozent der befragten Unternehmen sind reine Tochterfirmen.
6. 42 Prozent der Firmen haben sich zwischen 1991 und 2002 in NRW angesiedelt.
7. 75 Prozent der Unternehmen haben Verantwortung über NRW hinaus (deutschland-, europa-, weltweit), 40 Prozent davon für Deutschland.
8. 77 Prozent der Unternehmen sind im Service- oder Verkaufsbereich tätig, 23 Prozent haben die Hauptverwaltung in NRW.
9. Entscheidende Standortfaktoren sind
 - die Nähe zu den Niederlanden (24 Prozent),
 - die zentrale Lage in Europa (17 Prozent) und
 - die Verkehrsinfrastruktur in NRW (ebenfalls 17 Prozent).
10. 19 Prozent der Firmen planen bis 2006 in NRW zu investieren.
11. Niederländische Unternehmen geben dem Standort NRW eine Gesamtnote von 2,9. Vergleichsweise positiv (Note 2,5 und besser) beurteilen sie das Gewerbeflächenangebot, den Zugang zum deutschen Markt, die Verkehrsinfrastruktur, die Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen und die Lebensqualität. Vergleichsweise negativ bewerten sie Steuern und Abgaben sowie öffentliche Finanzhilfen.
12. 50 Prozent der niederländischen Unternehmen in NRW wünschen sich einen regelmäßigeren Erfahrungsaustausch untereinander und einen intensiveren Kontakt zum niederländischen Generalkonsulat in Düsseldorf sowie zur Landesregierung und zu den Wirtschaftsförderungsorganisationen.

Kontakt

Ansprechpartner

Wenn Sie Fragen haben oder Unterstützung benötigen, können Sie sich an folgende Ansprechpartner wenden:

**Ministerium für Wirtschaft und Arbeit
des Landes NRW**

Reinhard Schütz
Referat Außenwirtschaft Europa
Haroldstraße 4
40213 Düsseldorf
Telefon: 0211/837-2482
Fax: 0211/837-2424
E-Mail: reinhard.schuetz@mwa.nrw.de

**Gesellschaft für Wirtschaftsförderung
Nordrhein-Westfalen mbH (GfW)
Economic Development Corporation**

Rainer Hornig
Prokurist
Kavalleriestraße 8–10
40213 Düsseldorf
Telefon: 0211/13000-132
Fax: 0211/13000-154
E-Mail: hornig@gfw-nrw.de

Darüber hinaus können Sie sich auch an das Service-Center Mittelstand des Landes Nordrhein-Westfalen wenden, das Ihnen täglich in der Zeit von 8.00 – 18.00 Uhr zur Verfügung steht. Landesweit erreichen Sie das Service-Center zum Ortstarif unter der Telefonnummer **0180/130 130 0**.

Impressum:

- Herausgeber: Gesellschaft für Wirtschaftsförderung
Nordrhein-Westfalen mbH (GfW)
Economic Development Corporation
Kavalleriestraße 8–10, 40213 Düsseldorf, Germany
Telefon: +49 (0)211/13 000-0, Fax: +49 (0)211/13 000-154
E-Mail: gfw@gfw-nrw.de, Internet: www.gfw-nrw.de
- Verantwortlich: Michael Kolmar, Petra Wassner; Geschäftsführung
- Marktforschung: IMK Institut für Marketing und Kommunikation, Dülmen
Studienleitung: Diplom-Volkswirt Peter Kadow
- Fotos: Gesellschaft für Wirtschaftsförderung Nordrhein-Westfalen mbH (GfW),
ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG, Botschaft des
Königreichs der Niederlande, Center Parcs Deutschland GmbH,
Fluitronics GmbH, Suntjens Süßwaren Import + Export GmbH, AEGON
Lebensversicherungs-AG, Café Bar Deutschland GmbH
- Redaktion &
Gestaltung: ergo Unternehmenskommunikation GmbH & Co. KG, Köln
- Druck: Sieprath Druckservice GmbH, Aachen
1. Auflage, September 2003



GfW Nordrhein-Westfalen
Global Business Partner

Partner:



Netherlands Foreign Trade Agency (Netherlands Trade Agency)



Koordinierungssekretariat Niederlande-NRW

**Gesellschaft für Wirtschaftsförderung
Nordrhein-Westfalen mbH (GfW)**

Economic Development Corporation

Kavalleriestraße 8-10, 40213 Düsseldorf, Germany

Telefon: +49 (0)211/13000-0, Telefax: +49 (0)211/13000-154

E-Mail: gfw@gfw-nrw.de, Internet: www.gfw-nrw.de