MARKT

DAS DEUTSCH-NIEDERLÄNDISCHE WIRTSCHAFTSMAGAZIN ▻ HET NEDERLANDS-DUITSE ECONOMISCH MAGAZINE



BASTIAN FASSIN
KATJES

„Gekommen, um zu bleiben“

05
9 772452 411000
SEPTEMBER 2026 △ € 9,95

▻ **DIGITALE SOUVERÄNITÄT**
Europäische Alternativen zu Big Tech / *Europese alternatieven voor Big Tech*

▻ **MARKTSCAN**
Der digitale Warenkorb / *Het digitale winkelmandje*

▻ **BATTERIJOPSLAG**
Hoe Duitsland zich onmisbaar maakt in energietransitie

▻ **COOLBLUE**
Wie die Niederländer Deutschland erobern wollen



SOEVEREIN
Gehost in datacenters in Nederland en Duitsland. Beheerd door Europeanen. Onder Europese wet- en regelgeving.

MEER KEUZEVRIJHEID
T-Systems biedt organisaties keuzevrijheid met een breed portfolio aan cloud- en AI diensten.

MAXIMALE SECURITY
Onze uitgebreid gecertificeerde cloudoplossingen zorgen voor maximale bescherming van uw data.

EENVOUDIG CONTACT
Krijg rechtstreeks toegang tot ervaren cloudexperts en partners. Support is 24 uur per dag beschikbaar.


AI
SOEVEREINE CLOUD
VOOR EUROPA
DOOR EUROPA
MAAK KENNIS MET T CLOUD
IT Dienstverlener T-Systems is
onderdeel van Deutsche Telekom
www.t-systems.com/tcloudnl



08

INTERVIEW

BASTIAN FASSIN

Strategie mit Biss: Katjes-Chef Bastian Fassin über starke Marken und neue Wachstumsfelder. / *Een strategie met pit: Katjes-topman Bastian Fassin over sterke merken en nieuwe groeisectoren.*



54

GASTKOMMENTAR/GASTCOMMENTAAR

SANDER TORDOIR

Der Chefökonom über „vernetzte Souveränität“. / *De Hoofdeconoom over “verbonden soevereiniteit”.*



64

MANAGER

KAREN VAN DEN BOOM

Die Niederländerin setzt voll und ganz auf die Sharing Economy. / *De Nederlandse zet zich vol in op de deeleconomie.*



84

NEBENAN

HENDRIK WÜST

Die Rolle der Niederlande in seinem Alltag. / *De minister-president van NRW over de rol van Nederland in zijn dagelijks leven.*

30

UITGELICHT

BEDRIJFSOPVOLGING

Kansen van bedrijfsopvolging aan de andere kant van de grens

34

IM FOKUS

NEUER TECHKORRIDOR

Eine engere Vernetzung von Amsterdam und Eindhoven soll Innovationen beschleunigen.

42

BEST PRACTICE

QUIX QUANTUM

Der weltweit erste universelle photonische Quantencomputer / *‘s Werelds eerste universele fotonische kwantumcomputer*

50

ONDERTUSSEN IN DUITSLAND

BATTERIJOPSLAG

Duitsland behoort tot Europese koplopers

52

INZWISCHEN IN DEN NIEDERLANDEN

NIEDERLANDE SETZEN AUF SPRUNGINNOVATIONEN

Eine neue Innovationsagentur soll in den Niederlanden die Lücke zwischen Forschung und realem Markterfolg schließen.

AUSSERDEM/VERDER

6 Kurz gefasst / *In het kort*
20 Im Bild / *In beeld*
22 Thema Big Tech-Alternativen
38 Marktscan
40 Start-Up Niederlande
46 Start-Up Duitsland
48 Bemerkenswert / *Opmerkelijk*
60 Manager
63 Wechsel / *Wissel*
68 Reisen / *Reizen*
72 Kultur / *Cultuur*
73 Bücher / *Boeken*
74 Neu / *Nieuw*
76 Rückblick / *Terugblik*
83 Messen / *Beurzen*
86 Tomas

MEHR EUROPA
MEER EUROPA

GÜNTER GÜLKER,
GESCHÄFTSFÜHRER AHK NIEDERLANDE / DIRECTEUR DNHK

Deutschland und die Niederlande verbindet eine der engsten Wirtschaftsbeziehungen Europas. Wie diese Verbindung in der Praxis gelebt und gestaltet wird, zeigt der Süßwarenhersteller Katjes. Mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Bastian Fassin haben wir über Strategie, unternehmerischen Mut und Chancen in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten gesprochen.
Herausfordernd und drängender denn je ist auch Europas Weg zur digitalen Souveränität – deshalb widmen wir dieser Thematik ein eigenes Dossier. Angesichts der Abhängigkeiten von China und den USA muss Europa aber nicht nur seine digitale Handlungsfähigkeit stärken, sondern auch seine Souveränität. Dabei geht es nicht um Abschottung, sondern um mehr europäische Vernetzung, wie der niederländische Chefökonom Sander Tordoir in seinem lesenswerten Gastbeitrag schreibt.
Die Botschaft dieser Ausgabe ist klar: Europa muss wettbewerbsfähiger und souveräner werden.
Mehr Zusammenarbeit. Mehr Europa. Mehr denn je.

Duitsland en Nederland onderhouden een van de nauwste economische banden van Europa. Hoe deze verbinding in de praktijk wordt beleefd en vormgegeven, laat het zoetwarenbedrijf Katjes zien. Met directeur-aandeelhouder Bastian Fassin spraken we over strategie, ondernemersmoed en de kansen die economisch uitdagende tijden bieden.
Ook de weg van Europa naar digitale soevereiniteit is uitdagender en urgenter dan ooit. Daarom wijden we een apart dossier aan dit thema. Gezien de afhankelijkheden van China en de Verenigde Staten moet Europa niet alleen zijn digitale slagkracht versterken, maar ook zijn strategische autonomie vergroten. Het gaat daarbij niet om afsluiting, maar juist om meer Europese verbinding en samenwerking, zoals de Nederlandse hoofdeconoom Sander Tordoir in zijn lezenswaardige gastbijdrage schrijft.
De boodschap van deze editie is helder: meer samenwerking. Meer Europa. Meer dan ooit.

FOTO **GERRIT VERMEULEN**

92



Prozent der Niederländer findet es wichtig, in Geschäften bar bezahlen zu können.

QUELLE: DNB

9



von zehn Niederländern gehen gern auswärts essen – die populärste Freizeitbeschäftigung unserer Nachbarn.

QUELLE: RABOBANK

12,7



Prozent seines Gesamteinkommens gibt der durchschnittliche Niederländer für Lebensmittel aus.

QUELLE: EUROSTAT

20



Prozent der niederländischen Haushalte haben ein Wohnmobil oder Wohnwagen – ein neuer Rekord. In Deutschland sind es zwei Prozent.

QUELLE: EUROPEAN CARAVAN FEDERATION

448.100



Niederländer sind Mitglied einer politischen Partei. Das ist die höchste Zahl seit den 1980er Jahren.

QUELLE: NRC

94



Prozent der Niederländer sehen in KI keine Bedrohung für ihren Arbeitsplatz. **QUELLE: FD**

204.000



Niederländer besuchten im Jahr 2025 eine deutsche Messe. Damit liegen die Niederlande weltweit auf Platz eins.

QUELLE: AUMA

43,8



Jahre arbeitet der durchschnittliche Niederländer. Deutlich länger als im Rest Europas: Europäer arbeiten im Schnitt 37,2 Jahre.

QUELLE: BUSINESSWISE

31,9



procent was het aandeel van deeltijdwerkers in Duitsland in 2025, een record.

BRON: DESTATIS

5.000



superrijken telt Duitsland ongeveer. Dat zijn Duitsers met een vermogen van meer dan 100 miljoen dollar.

BRON: BOSTON CONSULTING GROUP

65



procent van de Duitse betalingen werd in 2025 voldaan met pin. In 2017 was dat nog 25 procent.

BRON: STRATEGY&

28



minuten is de gemiddelde reistijd in Duitsland van huis naar werk.

BRON: ALLIANZ

35



minuten per dag besteden Duitsers gemiddeld aan boodschappen en persoonlijke diensten zoals kapper of dokter. Daarmee staan ze in Europa op nummer één.

BRON: WELT

238.500



vergunningen voor de bouw van woningen werden er in 2025 in Duitsland geaccordeerd. Dat is bijna elf procent meer dan in 2024.

BRON: DESTATIS

76



procent van de 20- tot 24-jarigen in Duitsland werkt. Dat is ruim zes procentpunt meer dan in 2015.

BRON: IHRE VORSORGE

593



auto's per 1.000 inwoners: Duitsland bereikt met 49,5 miljoen personenauto's een nieuw record.

BRON: DESTATIS



KATJES

„Synergien lassen sich in einer Excel-Tabelle berechnen und meist einmal realisieren. Unternehmertum dagegen bedeutet, jedes Jahr aufs Neue Wert zu schaffen.“

“Synergieën kun je in een Excel-tabel berekenen en eenmalig realiseren. Ondernemerschap daarentegen betekent elk jaar opnieuw waarde creëren.”

INTERVIEW **JANINE DAMM**
FOTO **KATJES FASSIN B.V.**




TERUG NAAR DE TOP
Katja loves you back
Pride in every bite
Sweety
Love is Sweet

Mehr als eine Milliarde Euro Umsatz, ein Portfolio, das längst über Fruchtgummis hinausgeht, und ein Unternehmen, das tief in beiden Ländern verwurzelt ist: Katjes ist ein bemerkenswertes Beispiel für die wirtschaftliche Verflechtung Deutschlands und der Niederlande. Bastian Fassin, geschäftsführender Gesellschafter, Sohn des Firmengründers und DNHK-Vorstandsmitglied, spricht über Katjes' ungewöhnliche Wachstumsstrategie und die Bedeutung von Marken.

Im niederländischen Supermarkt stehen „Katja"- statt Katjes-Packungen im Regal – gut kopierte Private Label-Artikel oder wie kommt es dazu?

Bastian Fassin: Der Hintergrund ist historisch: Wir haben ursprünglich die schwarze Lakritz-Katze hergestellt, sie hieß „Langenberg-Fassin Katjes" – Langenberg-Fassin war der Firmenname, Katjes der Produktname. Für die Händler war das ein zu komplizierter Name, sie sagten ohnehin immer: „Da kommen die von Katjes." Also wurde der Firmennamen in Katjes geändert.

In den Niederlanden ist „Katjes" allerdings ein beschreibender Begriff und bedeutet „kleines Kätzchen". Deshalb ließ sich der Name dort nicht als Marke schützen und aus diesem Grund haben wir uns für Katja entschieden – nah genug an Katjes und markenrechtlich schützbar. Die Niederlande sind deshalb der einzige Markt weltweit, in dem unsere Produkte unter Katja verkauft werden – mit Ausnahme der kleinen Lakritz-Katzen, die dort tatsächlich Katjes heißen.



Auf der Verpackung fällt auch auf, dass Sie Ihre USPs betonen: vegan, natürliche Farben, kein Palmöl – und „Familienunternehmen". Warum ist Letzteres ein wichtiges Argument?
Ein Familienunternehmen hat Freiheiten, die ein börsennotiertes Unternehmen möglicherweise nicht hat. Wenn es dem Unternehmen gut geht, können wir Entscheidungen treffen, die vielleicht kurzfristig nicht immer die wirtschaftlich sinnvollsten sind, aber unseren Werten entsprechen.

Toleranz ist für uns beispielsweise ein großes Thema. Wir leben diesen Wert im Unternehmen, aber auch in unserer Kommunikation. Gerade in politisch aufgeladenen Zeiten kann das wirtschaftliche Konsequenzen haben. Als Familienunternehmen können wir bestimmte Werte trotzdem konsequent vertreten.

Wie auf der Canal Parade in Amsterdam, wo Katja seit 2020 als erster Süßwarenhersteller mit eigenem Boot mitfährt – sicherlich auch gutes Marketing. Überhaupt ist Katjes bekannt für ungewöhnliche Kampagnen. Ich erinnere mich an Heidi Klum, die Yoghurt Gums beim Nägel-Lackieren als Zehentrenner benutzte. Ist smartes



▷NL

Meer dan een miljard euro omzet, een assortiment dat allang verder reikt dan alleen fruitgummies, en een bedrijf dat diep is geworteld in beide landen: Katjes is een opmerkelijk voorbeeld van de economische verwevenheid tussen Duitsland en Nederland. Bastian Fassin, directeur-aandeelhouder, zoon van de oprichter van het bedrijf en bestuurslid van de DNHK, vertelt over de ongebruikelijke groeistrategie van Katjes en het belang van merken.

In de Nederlandse supermarkt staan er „Katja“-verpakkingen in plaats van Katjes-verpakkingen in de schappen – goed gekopieerde huismerkartikelen, of hoe zit dat precies?

Bastian Fassin: De achtergrond is historisch: we produceerden oorspronkelijk de zwarte dropkat, die „Langenberg-Fassin Katjes“ heette – Langenberg-Fassin was de bedrijfsnaam, Katjes de productnaam. Voor de verkopers was dat een te ingewikkelde naam. Zij zeiden altijd al: „Daar komen die van Katjes.“ Dus veranderde de bedrijfsnaam daarna.

In Nederland is „Katjes“ echter een beschrijvende term met een betekenis. Daarom kon de naam daar niet als merk worden beschermd en hebben we voor Katja gekozen – dicht genoeg bij Katjes en merkrechtelijk beschermbaar. Nederland is daarom de enige markt ter wereld waar onze producten onder de naam Katja worden verkocht – met uitzondering van de kleine dropkatjes, die wel gewoon Katjes heten.

Op de verpakking valt ook op dat u uw USP's benadrukt: veganistisch, natuurlijke kleurstoffen, geen palmolie – en „familiebedrijf“. Waarom is dat laatste een belangrijk argument?
Een familiebedrijf heeft vrijheden die een beursgenoteerd bedrijf mogelijk niet heeft. Als het goed gaat met het bedrijf, kunnen we beslissingen nemen die op korte termijn misschien niet altijd economisch gezien het verstandigst, maar wel in lijn zijn met onze waarden.



Tolerantie is voor ons bijvoorbeeld een belangrijk thema. We brengen deze waarde niet alleen in het bedrijf in praktijk, maar ook in onze communicatie. Juist in politiek geladen tijden kan dat economische gevolgen hebben. Als familiebedrijf kunnen we bepaalde waarden desondanks consequent uitdragen.

Zoals tijdens de Canal Parade in Amsterdam, waar Katja sinds 2020 als eerste snoepfabrikant met een eigen boot meevaart – ongetwijfeld ook goede marketing. Katjes staat sowieso bekend om zijn ongebruikelijke campagnes. Ik herinner me Heidi Klum, die Yoghurt Gums als teenscheiders gebruikte tijdens het lakken van haar nagels. Is slimme marketing de rode draad in uw inmiddels zeer brede merkenportfolio? ▷

Marketing die Klammer um Ihr inzwischen sehr breites Markenportfolio?
Die eigentliche Klammer ist die Marke. Ich habe mich schon immer für Marken interessiert und in Münster bei Professor Meffert studiert, einer Koryphäe im Marketing. Herr Bachmüller *(Anm. der Redaktion: Tobias Bachmüller ist der zweite geschäftsführende Gesellschafter des Unternehmens)* und ich haben beide ein großes Hobby: Marken! Diese Begeisterung für Marken ist das, was uns antreibt.

Für uns beginnt eine starke Marke mit Differenzierung. Kommunikation ist erst der zweite Schritt. Ohne ein außergewöhnliches Produkt brauchen wir gar kein Marketing zu machen. Wir haben in unseren Kategorien viele Möglichkeiten, uns zu differenzieren. Und wenn man eine echte Differenzierung hat, muss man sie kommunizieren und die Marke aufbauen, um diese Position möglichst lange zu besetzen.

Sie hätten auch versuchen können, Katjes zur Nummer eins oder zwei im deutschen Süßwarengeschäft zu machen. Stattdessen haben Sie sich für ein deutlich breiteres Portfolio entschieden. Warum?
Zum einen wegen der Begeisterung für Marken, zum anderen wegen der Diversifikation. Wenn man ein Aktienportfolio zusammenstellt, setzt man normalerweise nicht alles auf eine einzige Aktie. Bei Unternehmen wird dagegen häufig gefordert, man solle sich auf das Kerngeschäft konzentrieren. Warum sollte ein Unternehmen nicht ebenfalls ein Portfolio aufbauen? Es muss nicht gleich ein ETF mit Hunderten Positionen sein. Aber wir glauben: Ein Tisch steht besser auf mehreren Beinen.

Bei vielen Wettbewerbern sind Akquisitionen stark von Synergien getrieben.
Wir glauben primär nicht an Synergien, sondern an Unternehmertum. Entscheidend ist für uns der einzelne Geschäftsführer und seine Fähigkeit, ein Unternehmen weiter zu entwickeln. Synergien lassen sich in einer Excel-Tabelle berechnen und meist einmal realisieren. Unternehmertum dagegen bedeutet, jedes Jahr aufs Neue Wert zu schaffen.

Wie viel Freiheit haben denn die einzelnen Geschäftsführer?
Die unternehmerische Verantwortung reicht so weit, wie sie die Geschäftsführer übernehmen möchten. Wenn eine Entscheidung eine Dimension erreicht, bei der sie Rücksprache halten wollen, kommen sie zu Herrn Bachmüller und mir. Sie bekommen schnell eine Antwort und können weiterarbeiten. Das ist ein großer Vorteil der digitalen Kommunikation. Aber standardisiert haben wir bei Katjes international etwa ein Update-Meeting pro Monat.



Ihr Portfolio reicht inzwischen von Süßwaren über Babycare und Zahnpflege bis in den Luxusbereich – haben Sie nie Angst, sich zu verzetteln?
Im Rückblick kann ich die Strategie gut erklären, aber die Wahrheit ist: Oft hat eines zum anderen geführt. Zunächst sind wir organisch gewachsen. Irgendwann haben wir uns gefragt: Wollen wir weiter organisch wachsen oder auch Unternehmen kaufen?

Wir haben uns entschieden, Unternehmen zu übernehmen – vor allem Marken, die unterbewertet oder schlecht geführt waren. Unser Ansatz war, diese Marken zu kaufen, aufzupolieren, zu modernisieren und wieder auf Wachstumskurs zu bringen.

Zunächst haben wir uns Marken im deutschen Süßwarenregal angesehen. Danach haben wir unsere

▷NL

De eigenlijke rode draad is het merk. Ik ben altijd al geïnteresseerd geweest in merken en heb in Münster gestudeerd bij professor Meffert, een autoriteit op het gebied van marketing. Tobias Bachmüller *(noot van de redactie: Bachmüller is de tweede directeur-aandeelhouder van het bedrijf)* en ik hebben allebei een grote hobby: merken. Dat is wat ons drijft.



Voor ons begint een sterk merk met differentiatie. Communicatie is pas de tweede stap. Zonder een uitzonderlijk product hoeven we helemaal geen marketing te doen. In onze categorieën hebben we veel mogelijkheden om ons te onderscheiden. En als je echt onderscheidend vermogen hebt, moet je dat communiceren en het merk opbouwen om deze positie zo lang mogelijk te behouden.

U had ook kunnen proberen om van Katjes de nummer één of twee in de Duitse zoetwarenbranche te maken. In plaats daarvan hebt u gekozen voor een aanzienlijk breder portfolio. Waarom?

Enerzijds vanwege het enthousiasme voor merken, anderzijds vanwege de diversificatie. Als je een aandelenportefeuille samenstelt, zet je normaal gesproken niet alles in op één enkel aandeel. Bij bedrijven wordt daarentegen vaak geëist dat men zich op de kernactiviteiten concentreert. Waarom zou een bedrijf niet ook een portfolio opbouwen? Het hoeft niet meteen een ETF met honderden posities te zijn. Maar wij geloven: een tafel staat beter op meerdere poten.

Bij veel concurrenten worden overnames sterk gedreven door synergieën.

Wij geloven in de eerste plaats niet in synergieën, maar in ondernemerschap. Voor ons is de individuele directeur bepalend, en zijn vermogen om een bedrijf verder te ontwikkelen. Synergieën kun je in een Exceltabel berekenen en meestal maar één keer realiseren. Ondernemerschap daarentegen betekent elk jaar opnieuw waarde creëren.

Hoeveel vrijheid hebben de individuele directeuren dan?

De ondernemersverantwoordelijkheid reikt zo ver als de directeuren die willen nemen. Wanneer een beslissing een omvang bereikt waarbij ze overleg willen plegen, komen ze naar de heer Bachmüller en mij. Ze krijgen snel antwoord en kunnen verder werken. Dat is een groot voordeel van digitale communicatie. Maar standaard houden we bij Katjes internationaal ongeveer één updatevergadering per maand.

Uw portfolio strekt zich inmiddels uit van zoetwaren via babyverzorging en tandverzorging tot het luxesegment – bent u nooit bang voor te veel spreiding?

Achteraf gezien kan ik de strategie goed uitleggen, maar de waarheid is: vaak kwam van het een het ander. In eerste instantie zijn we organisch gegroeid. Op een gegeven moment hebben we ons afgevraagd: willen we verder organisch groeien of ook bedrijven overnemen?

We besloten bedrijven over te nemen – vooral ondernemingen met merken die ondergewaardeerd of slecht geleid waren. Onze aanpak was om deze merken te kopen, op te knappen, te moderniseren en weer op het groeipad te brengen.

Eerst keken we naar merken in het Duitse snoepassortiment. Daarna verruimden we onze blik naar West-Europa en namen we nog meer snoepmerken over – eerst in Frankrijk en Italië en later ook in Nederland, waaronder Nijkerk, bekend van de Harlekijntjes-drop.

Perspektive auf Westeuropa ausgeweitet und weitere Süßwarenmarken übernommen – zunächst in Frankreich und Italien und später auch in den Niederlanden, unter anderem Nijkerk, bekannt für die Harlekijntjes-Lakritze.

Der nächste Evolutionsschritt war der Einstieg in neue Segmente. Ein Beispiel ist Bübchen. Babycare war im Vergleich zum Süßwarengeschäft natürlich ein größerer Schritt. Wir haben aber festgestellt, dass vieles vergleichbar ist: Kunden, Logistik und Vertriebsstrukturen. Und das spezifische Produkt-Know-how ist ja in den Unternehmen selbst bereits vorhanden. Was häufig fehlt, sind gutes Marketing, Vertrieb und Marktstärke. Genau dort können wir ansetzen.



Später kam das europäische Zahnpastageschäft von Henkel hinzu, weil es für Henkel vergleichsweise klein war, für uns dagegen groß genug. So hat sich unser Portfolio Schritt für Schritt erweitert.

„Marke ist die verbindende Klammer unserer Akquisitionen."



Und jetzt sind Sie auch im Mode-Business aktiv: 2025 haben Sie die Mehrheit an Bogner übernommen, in diesem Jahr sind Sie bei Missoni eingestiegen. Warum?
Irgendwann haben wir uns gefragt, in welche weiteren Segmenten wir unsere Markenkompetenz besonders gut einsetzen können, und dabei auch die Margen betrachtet. Der Luxus-Sektor ist besonders margenträchtig, weil die Marke dort eine noch größere Bedeutung hat. Wichtig: Wir sind ins Luxussegment eingestiegen – nicht ins Fashiongeschäft. Das ist ein großer Unterschied. Bogner war eine etwas verstaubte und untergemanagte Marke. Unser Ziel ist, sie bei einer jüngeren Zielgruppe wieder zu einer modernen, attraktiven Marke zu machen.

Ihnen werden inzwischen vermutlich viele Unternehmen angeboten, oder?
Unserem Team in Düsseldorf werden bis zu fünf Unternehmen pro Woche angeboten. Diese Anfragen werden zunächst gefiltert. Unser Suchprofil ist klar: Wir interessieren uns für Consumer-Goods-Unternehmen mit einer Marke, die unterbewertet und untergemanagt ist – also genau für Bereiche, in denen wir unsere Stärken einbringen können.

Wollen Sie Ihr Portfolio denn gezielt in einem bestimmten Bereich ausbauen?
Das ist ein bisschen wie im richtigen Leben bei der Partnersuche: Es kommt oft anders, als man denkt. Man kann strategisch entscheiden, in ein bestimmtes Segment einzusteigen und dort möglichst viel zu kaufen. Das führt tendenziell dazu, dass man teuer kauft. Viele Unternehmen, die uns angeboten werden, haben einen mittleren Umsatz, sind sehr profitabel und werden von Eigentümern angeboten, die einen hohen Verkaufspreis erzielen wollen. Das ist völlig legitim. Für uns muss aber zusätzlich ein Hebel vorhanden sein, durch den wir noch mehr Wert schaffen können. Wir definieren deshalb mehrere interessante Segmente und bewerten dann die konkreten Angebote.

NL

De volgende stap in onze ontwikkeling was de intrede in nieuwe segmenten. Een voorbeeld hiervan is Bübchen. De stap naar babyverzorging was natuurlijk groter dan eerdere overnames binnen de snoepbranche. We stelden echter vast dat veel zaken vergelijkbaar zijn: klanten, logistiek en distributiestructuren. En de specifieke productkennis is al aanwezig in de bedrijven zelf. Wat vaak ontbreekt, zijn goede marketing, verkoop en marktpositie. Precies daar kunnen wij aansluiten.

Later kwam daar de Europese tandpastadivisie van Henkel bij, omdat deze voor Henkel relatief klein was, maar voor ons juist groot genoeg. Zo breidde onze portefeuille stap voor stap uit.

En nu actief in de modebranche: in 2025 heeft u een meerderheidsbelang in Bogner overgenomen, dit jaar bent u bij Missoni ingestapt. Waarom?
Op een gegeven moment hebben we ons afgevraagd in welke andere segmenten we onze merkcompetentie bijzonder goed kunnen inzetten, waarbij we ook naar de marges hebben gekeken. De luxesector is bijzonder winstgevend, omdat het merk daar een nog grotere betekenis heeft. Belangrijk: we zijn het luxesegment binnengegaan – niet de modebranche. Dat is een groot verschil. Bogner was een ietwat verouderd en onderbeheerd merk. Ons doel is om het voor een jongere doelgroep weer tot een modern, aantrekkelijk merk te maken.

U krijgt inmiddels waarschijnlijk veel bedrijven aangeboden.
Ons team in Düsseldorf krijgt tot wel vijf bedrijven per week aangeboden. Deze aanvragen worden eerst gefilterd. Ons zoekprofiel is duidelijk: we zijn geïnteresseerd in bedrijven in de consumptiegoederensector met een merk dat ondergewaardeerd en onderbeheerd is – dus precies in sectoren waar we onze sterke punten kunnen inzetten.



> „Het merk is de rode draad in onze overnames.“



Wilt u uw portefeuille dan gericht uitbreiden in een bepaald segment?
Dat is een beetje zoals in het echte leven bij het zoeken naar een partner: het loopt vaak anders dan je denkt. Je kunt strategisch besluiten om in een bepaald segment in te stappen en daar zoveel mogelijk te kopen. Dat leidt er doorgaans toe dat je duur inkoopt.

Veel bedrijven die ons worden aangeboden, hebben een gemiddelde omzet, zijn zeer winstgevend en worden aangeboden door eigenaren die een hoge verkoopprijs willen behalen. Dat is volkomen legitiem. Voor ons moet er echter ook een hefboom zijn waarmee we nog meer waarde kunnen creëren. Daarom definiëren we verschillende interessante segmenten en beoordelen we vervolgens de concrete aanbiedingen.

Is het uw doel op lange termijn om de bedrijven later met winst te verkopen?
Nee. We hebben nog nooit een bedrijf verkocht, na het meerderheidsbelang te hebben verworven. Eén ding is heel duidelijk: we zijn gekomen om te blijven. En we hebben een heel duidelijke exitstrategie: onze kinderen. De heer Bachmüller heeft vier kinderen, ik heb vier kinderen – met acht kinderen is de kans relatief groot dat iemand het bedrijf wil voortzetten.

▷D

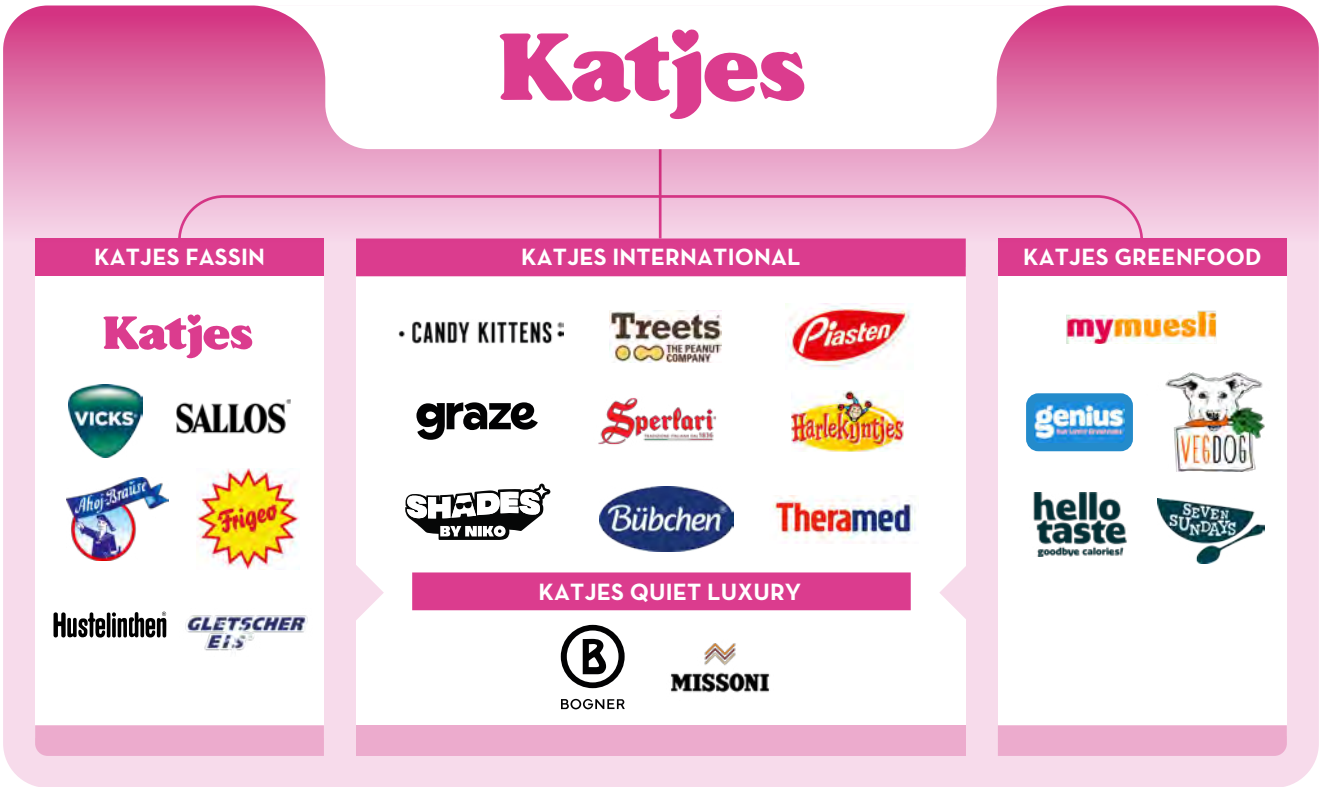
Ist es Ihr langfristiges Ziel, die Unternehmen später mit Gewinn zu verkaufen?
Nein. Wenn wir Mehrheiten übernommen haben, haben wir noch nie ein Unternehmen verkauft. Eins ist ganz klar: Wir sind gekommen, um zu bleiben. Und wir haben eine ganz klare Exitstrategie: Unsere Kinder. Herr Bachmüller hat vier Kinder, ich habe vier Kinder – bei acht Kindern ist die Wahrscheinlichkeit relativ hoch, dass jemand das Unternehmen weiterführen möchte.



Die Wunschvorstellung wäre also eine familieninterne Nachfolge?
Natürlich – aber ganz ohne Zeitdruck. Ich glaube sogar, dass es für die Kinder wichtig ist, zunächst eine eigenständige Karriere zu machen. In einem externen Unternehmen bekommt man wahrscheinlich auch eine offenere Rückmeldung über die eigenen Fähigkeiten als im Familienunternehmen.

Lassen Sie uns auch über die nahe Zukunft sprechen. Geopolitische Unsicherheiten, Zölle, unterbrochene Lieferketten, volatile Rohstoffpreise: Was bereitet Ihnen Sorgen?
Natürlich wäre es schöner, wenn es keine Zölle gäbe. Aber sie bestehen und deshalb müssen wir mit ihnen umgehen. Wenn ich mich ausschließlich auf die Beschreibung eines Problems konzentriere, komme ich nicht weiter. Diese Haltung prägt auch unsere Unternehmenskultur.

Bei uns hat derzeit niemand den Eindruck, dass es in der Welt schlecht läuft. Wir sind in den vergangenen



▷NL

Zou een opvolging binnen de familie dus het ideaalbeeld zijn?
Natuurlijk – maar zonder enige tijdsdruk. Ik geloof zelfs dat het voor de kinderen belangrijk is om eerst een zelfstandige carrière op te bouwen. Bij een extern bedrijf krijg je waarschijnlijk ook meer openhartige feedback over je eigen capaciteiten dan in het familiebedrijf.

Laten we het ook eens hebben over de nabije toekomst. Geopolitieke onzekerheden, invoerheffingen, verstoorde toeleveringsketens, schommelende grondstofprijzen: waar maakt u zich zorgen over?
Natuurlijk zou het fijner zijn als er geen invoerheffingen waren. Maar ze zijn er nu eenmaal en daar moeten we mee omgaan. Als ik me uitsluitend concentreer op het beschrijven van een probleem, kom ik geen stap verder. Deze houding kenmerkt ook onze bedrijfscultuur.

Bij ons merk je niet dat het slecht gaat in de wereld. We zijn de afgelopen vier jaar met Katjes met ongeveer vijftig procent gegroeid, hebben onze productiecapaciteit met vijftig procent uitgebreid en verwachten dit jaar een omzet voor de groep van 1,2 miljard euro.

Heeft u ook geen slapeloze nachten vanwege de suikerbelasting?
Nee. Geen van de tot nu toe wereldwijd uitgevoerde onderzoeken toont aan dat een prijsverhoging van suikerhoudende producten de consumptie duurzaam verandert. We hebben al suikerarme producten in ons assortiment, zoals suikervrije hoestbonbons van Wick, en brengen steeds weer innovaties op de markt als daar vraag naar is. We hebben echter vastgesteld dat de vraag naar onze „Grün-Ohr Hasen“ – een van onze best verkochte artikelen – en „Fred Ferkeln“ in de suikerarme variant langzaam op gang kwam. Waarom? Wie iets zoets koopt, verwacht doorgaans ook een overeenkomstige zoete smaak.



Waar naar mijn mening meer voorlichting nodig is, is verborgen suiker, bijvoorbeeld in ketchup, yoghurt of augurken. Bij snoepgoed weet de consument dat er suiker in zit. En een suikerbelasting zie ik eerder als een extra financiële last voor mensen met een lager inkomen.



Zijn consumenten niet steeds meer op zoek naar suikervrije en gezondere alternatieven, naar een ‘guilty pleasure’ zonder schuldgevoel?
Er zijn twee trends. Ten eerste willen mensen minder suiker consumeren. Ten tweede letten ze meer op natuurlijke voeding. Suiker is een natuurlijke grondstof die mensen al eeuwenlang consumeren. Alle suikervervangers zijn kunstmatig en niet licht verteerbaar. Daarom moet je jezelf de vraag stellen: neem ik liever suiker, dus het natuurlijke product, op een gecontroleerde manier, of liever een kunstmatig vervaardigde vervanger?

Katjes geldt als pionier op het gebied van vegetarische en veganistische zoetwaren. Hoe verloopt het interne innovatieproces?
Het is een mix van structuur en creativiteit. Ik leid de productontwikkeling persoonlijk. Eens per maand komt een team van ongeveer tien mensen bijeen, afkomstig uit kwaliteitsborging, juridische zaken, verkoop, productie en marketing. Sommige ideeën zijn concreet, andere volledig open. Ik zou zeggen: het is een gecoördineerd chaotisch proces.

Wij zijn ervan overtuigd dat innovaties vooral ontstaan door nieuwe indrukken – en niet achter een bureau. Daarom moedigen we onze medewerkers aan om beurzen te bezoeken, te reizen en zich ook buiten de eigen branche te laten inspireren. Dat kan een voedselbeurs zijn, maar ook concepten zoals South by Southwest, dat oorspronkelijk een muziekfestival was. Want innovatie ontstaat door een verandering in perceptie. We creëren de ruimte voor creativiteit – en vervolgens moet iedereen er zelf iets van maken.



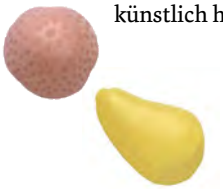
▷D

vier Jahren mit Katjes um ca. 50 Prozent gewachsen, haben unsere Produktionskapazität um 50 Prozent ausgebaut und rechnen im laufenden Jahr mit einem Umsatz für die Gruppe von 1,2 Milliarden Euro.

Auch das Thema Zuckersteuer bereitet Ihnen keine schlaflosen Nächte?
Nein. Keine der bisherigen Studien weltweit belegt, dass eine Verteuerung zuckerhaltiger Produkte den Konsum nachhaltig verändert. Wir haben bereits zuckerreduzierte Produkte wie 100% zuckerfreie Hustenbonbons von Wick im Sortiment und bringen immer Innovationen auf den Markt, wenn eine entsprechende Nachfrage besteht. Allerdings haben wir festgestellt, dass die Nachfrage nach unseren Grün-Ohr Hasen - einer unserer stärksten Artikel – und Fred Ferkeln, in der zuckerreduzierten Variante sehr schleppend war. Warum? Wer etwas Süßes kauft, erwartet in der Regel auch einen entsprechend süßen Geschmack.

Wo meiner Meinung nach mehr Aufklärungsbedarf besteht, ist versteckter Zucker, etwa in Ketchup, Joghurt oder sauren Gurken. Bei Süßwaren weiß der Verbraucher, dass Zucker enthalten ist. Und eine Zuckersteuer sehe ich eher als zusätzliche finanzielle Belastung für Menschen mit geringerem Einkommen.

Suchen Konsumenten nicht zunehmend nach zuckerfreien und gesünderen Alternativen, nach einem „Guilty Pleasure“ ohne schlechtes Gewissen?
Es gibt zwei Trends. Erstens wollen Menschen weniger Zucker konsumieren. Zweitens achten sie stärker auf natürliche Ernährung. Zucker ist ein natürlicher Rohstoff, den Menschen seit Jahrhunderten konsumieren. Alle Zuckerersatzstoffe sind künstlich und nicht bekömmlich. Deshalb muss man sich die Frage stellen: Nehme ich lieber Zucker, also das natürliche Produkt, kontrolliert zu mir oder lieber einen künstlich hergestellten Ersatz?



Innovation spielte bei Katjes schon immer eine große Rolle. Katjes forcierte ein vegetarisches und veganes Sortiment, lange bevor der Trend im Mainstream ankam. Wie läuft denn der interne Innovationsprozess ab?
Es ist eine Mischung aus Struktur und Kreativität. Die Produktentwicklung leite ich persönlich. Einmal im Monat trifft sich ein etwa zehnköpfiges Team aus Qualitätssicherung, Recht, Vertrieb, Produktion und Marketing. Manche Ideen sind konkret, andere völlig offen. Ich würde sagen: Es ist ein koordiniert chaotischer Prozess.



Wir sind überzeugt, dass Innovationen vor allem durch neue Eindrücke entstehen – und nicht am Schreibtisch. Deshalb ermutigen wir unsere Mitarbeitenden, Messen zu besuchen, zu reisen und sich auch außerhalb der eigenen Branche inspirieren zu lassen. Das kann eine Food-Messe sein, aber auch Konzepte wie South by Southwest, ursprünglich war das ein Musikfestival. Denn Innovation entsteht durch eine Veränderung der Wahrnehmung. Wir schaffen den Freiraum für Kreativität – und dann muss jeder selbst etwas daraus machen.

Katjes ist stark deutsch-niederländisch geprägt. Was können deutsche Unternehmen von den Niederländern lernen?
Vor allem einen weniger hierarchischen und pragmatischeren Umgang. Der niederländische Grundsatz „Goed is goed genoeg“ bringt das gut auf den Punkt. Mit dieser Einstellung sind die Holländer sehr früh losgesegelt und wurden zu den traditionell starken Händlern und Verkäufern. Bei uns in Deutschland war das Schiff dagegen nie gut genug – und deswegen sind wir dann auch nie richtig gesegelt. Wir Deutschen sind dagegen mit unserer langen Industrie- und Maschinenbauhistorie besonders gut in Produktion und Technik.

Die Niederländer sind oft etwas schneller und pragmatischer, die Deutschen gründlicher. Beides ergänzt sich hervorragend. ◁

BASTIAN FASSIN



- **SEIT 2004 GESCHÄFTSFÜHRENDER GESELLSCHAFTER KATJES INTERNATIONAL, GEMEINSAM MIT TOBIAS BACHMÜLLER *(LINKS IM BILD)*, UND NACHFOLGER SEINES VATERS KLAUS FASSIN (1931–2021)**
  SINDS 2004 SAMEN MET TOBIAS BACHMÜLLER (LINKS OP FOTO) DIRECTEUR-AANDEELHOUDER VAN KATJES INTERNATIONAL EN OPVOLGER VAN ZIJN VADER KLAUS FASSIN (1931–2021)
- **VERANTWORTUNGSBEREICHE: BEI KATJES VERANTWORTET FASSIN UNTER ANDEREM PRODUKTENTWICKLUNG, PRODUKTION, QUALITÄTSSICHERUNG UND DAS AUSLANDSGESCHÄFT**
  VERANTWOORDELIJKHEDEN: BIJ KATJES IS FASSIN ONDER MEER VERANTWOORDELIJK VOOR PRODUCTONTWIKKELING, PRODUCTIE, KWALITEITSBORGING EN DE BUITENLANDSE ACTIVITEITEN
- **UNTERNEHMERISCHER FOKUS: UNTER BASTIAN FASSIN UND TOBIAS BACHMÜLLER ENTWICKELTE SICH KATJES VOM KLASSISCHEN SÜSSWARENHERSTELLER ZU EINEM VORREITER BEI VEGETARISCHEN UND VEGANEN SÜSSWAREN**
  ONDERNEMERSFOCUS: ONDER LEIDING VAN BASTIAN FASSIN EN TOBIAS BACHMÜLLER ONTWIKKELDE KATJES ZICH VAN EEN KLASSIEKE ZOETWARENPRODUCENT TOT EEN PIONIER OP HET GEBIED VAN VEGETARISCHE EN VEGANISTISCHE ZOETWAREN
- **2000-2004 MARKETING UND VERTRIEB BEI KRAFT FOODS**
  2000-2004 MARKETING EN VERKOOP BIJ KRAFT FOODS
- **1997-2000 CONSULTANT BEI ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS IN MÜNCHEN**
  1997-2000 CONSULTANT BIJ ROLAND BERGER STRATEGY CONSULTANTS IN MÜNCHEN

▷NL

Katjes heeft een sterk Duits-Nederlands karakter. Wat kunnen Duitse bedrijven van de Nederlanders leren?

Vooral een minder hiërarchische en meer pragmatische manier van werken. Het Nederlandse principe „Goed is goed genoeg“ vat dat goed samen. Met deze instelling zijn de Nederlanders al heel vroeg gaan zeilen en zijn ze uitgegroeid tot de sterke handelaren en verkopers die ze van oudsher zijn. Bij ons in Duitsland was het schip daarentegen nooit goed genoeg – en daarom zijn we dan ook nooit echt gaan zeilen. Wij Duitsers zijn daarentegen, met onze lange geschiedenis in de industrie en machinebouw, bijzonder goed in productie en techniek.

De Nederlanders zijn vaak iets sneller en pragmatischer, de Duitsers grondiger. Dat vult elkaar uitstekend aan. ◁



STUDIUM / STUDIE

- **BWL AN DER WESTFÄLISCHEN WILHELMS-UNIVERSITÄT MÜNSTER**
  BEDRIJFSKUNDE AAN DE WESTFÄLISCHE WILHELMS-UNIVERSITÄT MÜNSTER

WEITERE FUNKTIONEN / OVERIGE FUNCTIES

- **VORSTANDSMITGLIED DEUTSCH-NIEDERLÄNDISCHE HANDELSKAMMER, SEIT 2009**
  BESTUURSLID VAN DE DUITS-NEDERLANDSE HANDELSKAMER, SINDS 2009
- **VORSITZENDER DES ARBEITSKREISES DER INT. SÜSSWARENMESSE, SEIT 2012**
  VOORZITTER VAN DE DUITSE WERKGROEP VAN DE INTERNATIONALE ZOETWARENBEURS, SINDS 2012
- **VORSITZENDER VERBAND DEUTSCHE SÜSSWARENINDUSTRIE, SEIT 2019**
  VOORZITTER VAN DE VERENIGING VAN DE DUITSE ZOETWARENINDUSTRIE, SINDS 2019

DEUTSCHE TECHNIK BEIM HOLLÄNDISCHEN MEISTER

DUITSE TECHNIEK OP HOLLANDSE MEESTER

TEXT/TEKST **HENDRIKE OOSTERHOF**
FOTO **RIJKSMUSEUM / HENK WILDSCHUT**

▷D Die Restaurierung von Rembrandts „Nachtwache“ ist in vollem Gange. Wie einfallsreich der holländische Meister vorging, ist unter anderem dank deutscher Technologie erneut deutlich geworden. Untersuchungen mit dem PETRA-III-Synchrotron von DESY in Hamburg ergaben, dass Rembrandt die Leinwand mit einer bleihaltigen Ölimprägnierung behandelte, die das Gemälde besser vor Feuchtigkeit und Schimmel schützte. „Operation Nachtwache“ ist die größte und umfassendste Untersuchung, die jemals an Rembrandts Meisterwerk durchgeführt wurde. Sie findet vor den Augen der Öffentlichkeit in einem eigens dafür entworfenen Glasraum im Rijksmuseum statt.

▷NL De restauratie van Rembrandst Nachtwacht is in volle gang. Hoe inventief de Hollandse meester te werk ging, is mede dankzij Duitse technologie opnieuw duidelijk geworden. Onderzoek met de PETRA III-synchrotron van DESY in Hamburg wees uit dat Rembrandt het doek behandelde met een loodrijke olie-impregnatie die het schilderij beter beschermde tegen vocht en schimmel. Operatie Nachtwacht is het grootste en meest omvangrijke onderzoek naar Rembrandts meesterwerk ooit. Het vindt voor het oog van het publiek plaats in een speciaal ontworpen glazen ruimte.





EUROPAS DIGITALE SOUVERÄNITÄT EUROPESE ALTERNATIEVEN VOOR BIG TECH

TEXT/TEKST **HENDRIKE OOSTERHOF** FOTO **ADOBE**



Europas digitale Infrastruktur ruht auf einem schmalen Fundament. Microsoft, Google und Amazon dominieren den Cloud-Markt und vereinen nach Angaben der niederländischen Bank ABN AMRO rund 70 bis 80 Prozent des Geschäfts auf sich. Für Europa wird damit eine Frage immer drängender: Wer kontrolliert die Daten, welchem Recht unterliegen sie – und was geschieht, wenn sich die geopolitischen Beziehungen zwischen Europa und den USA weiter verschärfen?

Europa is voor zijn digitale infrastructuur sterk afhankelijk van een klein aantal Amerikaanse technologiebedrijven zoals Microsoft, Google en Amazon. Volgens ABN AMRO beheersen deze partijen samen zeventig tot tachtig procent van de cloudmarkt. Die dominantie maakt de vraag steeds urgenter: wie beheert onze data, onder welke wetgeving valt die, en wat gebeurt er als geopolitieke spanningen tussen de VS en Europa toenemen?

▷D

Die Debatte um digitale Souveränität ist längst nicht mehr auf Regierungskreise beschränkt. Auch Unternehmen hinterfragen zunehmend ihre technologische Abhängigkeit. Das niederländische Hosting-Unternehmen Cyso berichtet von einer steigenden Zahl von Organisationen, die nach Möglichkeiten suchen, ihre IT-Infrastruktur nach Europa zu verlagern. Die Empfehlung: nicht alles auf einmal umziehen, sondern gezielt prüfen, welche Daten und Anwendungen bei welchem Anbieter am besten aufgehoben sind. Mehrere Clouds können dabei helfen, Abhängigkeiten zu reduzieren.

Auch das deutsche Unternehmen Nextcloud verzeichnet ein wachsendes Interesse an seinen Dienstleistungen. „Vor allem aus den Niederlanden", so Fabrice Mous, Vertriebs- und Marketingleiter in den Niederlanden. Das Unternehmen arbeitet gemeinsam mit dem niederländischen Unternehmen Cloudwise an einer zukunftssicheren, europäischen Cloud für den Bildungssektor.

Parallel entsteht in Europa eine neue digitale Infrastruktur. Initiativen wie Eurostack wollen eine europäische Wertschöpfungskette aufbauen – von Cloud-Diensten und Konnektivität über Software bis hin zu künstlicher Intelligenz. Auch nationale Bündnisse gewinnen an Bedeutung: Das „Sovereign Cloud Manifest", die niederländische „Open Cloud Alliance" mit Unternehmen wie KPN, Intermax und Uniserver, sowie die deutsche „Tech Allianz", gegründet von Ionos und Nextcloud, verfolgen ein gemeinsames Ziel: mehr Kontrolle über Europas digitale Basis.

Es geht nicht darum, ein europäisches Gegenstück zu Microsoft zu schaffen. Erfolgversprechender erscheint ein vernetztes Ökosystem, in dem unterschiedliche Unternehmen verschiedene Teile der Technologiekette abdecken. Stackit oder Leaseweb könnten Infrastruktur bereitstellen, SAP Unternehmenssoftware, Nextcloud den digitalen Arbeitsplatz. Hinzu kommen europäische Anbieter von KI-Modellen und -Anwendungen.

Entscheidend sind dabei offene Standards. Sie ermöglichen es Unternehmen und Behörden, Daten und Anwendungen zwischen verschiedenen Anbietern zu verschieben. So lässt sich der sogenannte „Vendor Lock-in" vermeiden – die Abhängigkeit von einem einzelnen Technologieanbieter.

Auch politisch gewinnt dieser Ansatz an Gewicht: Eurostack ist im deutschen Koalitionsvertrag verankert, Schleswig-Holstein stellt seine Landesverwaltung schrittweise von Microsoft-Produkten auf Open-Source-Alternativen um. Diese Beispiele zeigen, dass das politische Schlagwort „digitale Souveränität" konkreter wird. Mit Investitionsentscheidungen, Beschaffungsstrategien und neuen Geschäftsmodellen. Europas Ziel muss dabei nicht die technologische Abschottung sein. Entscheidend ist vielmehr die Fähigkeit, selbst über die eigenen digitalen Abhängigkeiten zu entscheiden. ▷

Unternehmen betrachten ihre IT-Abhängigkeit kritischer

Die Frage nach digitaler Souveränität rückt stärker in den Fokus. Unternehmen suchen nicht mehr nur zusätzliche Kapazitäten und technologische Innovation. Sie prüfen zunehmend, woher ihre IT-Dienste stammen, wer darüber Kontrolle ausübt und wie abhängig sie von einzelnen Anbietern werden.

WICHTIGE GRÜNDE FÜR EINE ERHÖHUNG DER AUSGABEN BELANGRIJKE REDENEN VOOR VERHOGEN VAN UITGAVEN	**DEUTSCHLAND** DUITSLAND
Skalierbarkeit / Schaalbaarheid	52%
Möglichkeit, sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren Mogelijkheid tot focus op kernactiviteiten	57%
Kosteneinsparung Kostenbesparing	53%

RECHNEN DAMIT, IN DEN KOMMENDEN ZWEI JAHREN MEHR FÜR EXTERNE IT-DIENSTLEISTER AUSZUGEBEN VERWACHT IN DE KOMENDE TWEE JAAR MEER TE BESTEDEN AAN EXTERNE IT-PROVIDERS

DEUTSCHLAND DUITSLAND	**NIEDERLANDE** NEDERLAND	**EUROPA**
29%	36%	30%

▷NL

De vraag leeft niet alleen bij overheden. Ook bedrijven kijken kritischer naar hun afhankelijkheid op het gebied van technologie. Het Nederlandse hostingsbedrijf Cyso krijgt naar eigen zeggen steeds vaker telefoontjes van organisaties die willen weten hoe zij hun IT naar Europa kunnen brengen. Het advies is meestal niet om alles in één keer te verhuizen, maar om bewust te bepalen welke data en toepassingen bij welke leverancier worden ondergebracht en daarbij meerdere clouds te gebruiken.

Ook op Europees niveau ontstaan initiatieven om die keuzevrijheid te vergroten. Eurostack bouwt een Europese digitale waardeketen, van cloud en connectiviteit tot AI en software. Het Sovereign Cloud Manifest, de Nederlandse Open Cloud Alliantie – met onder meer KPN, Intermax en Uniserver – en het Duitse Tech Allianz – opgezet door Ionos en Nextcloud – laten zien dat digitale soevereiniteit ook binnen Nederland en Duitsland steeds nadrukkelijker wordt georganiseerd. Het Duitse Nextcloud ziet de interesse in hun diensten ook groeien. “Vooral uit Nederland”, aldus Fabrice Mous, sales- en marketingmanager in Nederland. Het bedrijf werkt samen met het Nederlandse Cloudwise aan een toekomstbestendige, Europese cloud voor de onderwijssector.

Europa hoeft dan ook niet een nieuwe Microsoft te bouwen. Een realistischer model is een ecosysteem waarin verschillende Europese bedrijven onderdelen van de technologieketen leveren: Stackit of Leaseweb voor infrastructuur, SAP voor bedrijfssoftware en Nextcloud voor de digitale werkplek, maar ook Europese AI-bedrijven voor toepassingen en modellen. Open standaarden zijn daarbij essentieel. Zo kunnen organisaties data en toepassingen verplaatsen zonder afhankelijk te worden van één leverancier, het zogeheten vendor lock-in.

Binnen de politiek krijgt deze koers steeds meer steun. Eurostack is opgenomen in het Duitse coalitieakkoord en de deelstaat Schleswig-Holstein stapt binnen de deelstaatoverheid gefaseerd over van Microsoftprogramma’s naar open-sourcealternatieven. Daarmee verschuift digitale autonomie van een abstract beleidsdoel naar concrete keuzes. ▷

Bedrijven kijken kritischer naar IT-afhankelijkheid
Souvereiniteit krijgt een steeds grotere invloed op de keuzes voor IT-systemen. Bedrijven zoeken niet alleen naar meer capaciteit en innovatie, maar kijken ook bewuster naar de herkomst, controle en afhankelijkheid van hun IT-leveranciers.

WICHTIGE GRÜNDE FÜR EINE ERHÖHUNG DER AUSGABEN BELANGRIJKE REDENEN VOOR VERHOGEN VAN UITGAVEN	**NIEDERLANDE** NEDERLAND
Skalierbarkeit / Schaalbaarheid	53%
Zugang zu neuen Technologien Toegang tot opkomende technologieën	49%
Möglichkeit, sich auf das Kerngeschäft zu konzentrieren Mogelijkheid tot focus op kernactiviteiten	46%

ORGANISATIONEN, BEI DENEN IT-SOUVERÄNITÄT DIE IT-STRATEGIE BEEINFLUSST ORGANISATIES DIE AANGEVEN IT-SOEVEREINITEIT IMPACT HEEFT OP IT-STRATEGIE

DEUTSCHLAND DUITSLAND	**NIEDERLANDE** NEDERLAND
37%	45%

QUELLE/BRON: WHITELANE RESEARCH

DEUTSCHE UND NIEDERLÄNDISCHE ALTERNATIVEN ZU HYPERSCALERN

In Deutschland und in den Niederlanden wächst das Angebot europäischer Cloud-Anbieter, die eine Alternative zu den großen US-Hyperscalern schaffen. Ihr Versprechen: lokale Rechenzentren, europäisches Recht, offene Technologien und mehr Kontrolle über Daten und Infrastruktur.

UNISERVER

▷D Uniserver baut eine Cloud-Infrastruktur auf, die speziell auf kritische und sensible Geschäftsprozesse zugeschnitten ist. Das Unternehmen verwaltet private und souveräne Cloud-Infrastrukturen, unter anderem für Gesundheitseinrichtungen, Behörden und Energieversorger. Dabei legt es großen Wert auf die Kontrolle über Daten, Infrastruktur und Rechtshoheit. Da das Unternehmen in niederländischem Besitz ist, fallen die Dienstleistungen unter die DSGVO.

▷NL Uniserver bouwt cloudinfrastructuur die speciaal is ingericht voor cruciale en gevoelige bedrijfsprocessen. Het bedrijf beheert private en soevereine cloudinfrastructuur voor onder meer zorginstellingen, overheden en energiebedrijven. Het legt sterk de nadruk op controle over data, infrastructuur en jurisdictie. Dankzij het Nederlandse eigenaarschap vallen de diensten onder de AVG.

CYSO CLOUD

▷D Cyso Cloud setzt auf eine offene Cloud-Architektur und will damit den Wechsel zwischen verschiedenen Anbietern erleichtern. Anwendungen und Daten lassen sich portabler betreiben, die Abhängigkeit von einzelnen Anbietern wird reduziert. Die niederländische Public- und Private-Cloud basiert unter anderem auf Open-Source-Technologie wie OpenStack und bietet Rechenleistung, Speicher sowie Kubernetes. Da das Unternehmen in niederländischem Besitz ist, fallen die Dienstleistungen unter die DSGVO.

▷NL Cyso Cloud biedt een open cloudarchitectuur, waarmee applicaties en data gemakkelijker verplaatsbaar blijven en de afhankelijkheid van één leverancier wordt beperkt. De Nederlandse public en private cloud is gebaseerd op open-source technologie zoals Openstack en omvat onder meer compute, opslag en Kubernetes. Dankzij het Nederlandse eigenaarschap vallen de diensten onder de AVG.

KPN

▷D KPN kombiniert europäische Cloud-Technologie mit niederländischen Rechenzentren, Netzwerken, Management und einem lokalen Ansprechpartner. Das Unternehmen baut gemeinsam mit dem deutschen Unternehmen Stackit eine europäische „Sovereign Cloud“ auf und kümmert sich in den Niederlanden um die Integration, Managed Services und Governance, während gleichzeitig eine niederländische Cloud-Zone eingerichtet wird.

▷NL KPN combineert Europese cloudtechnologie met Nederlandse datacenters, netwerken, beheer en een lokaal aanspreekpunt. Het bedrijf bouwt samen met het Duitse Stackit aan een Europese Sovereign Cloud en verzorgt in Nederland de integratie, managed services en governance, terwijl ook een Nederlandse cloudzone wordt ingericht.

DUITSE EN NEDERLANDSE ALTERNATIEVEN VOOR HYPERSCALERS

Duitsland en Nederland beschikken over een groeiend aantal cloudbedrijven dat een Europees alternatief biedt voor hyperscalers. De bedrijven onderscheiden zich vooral met lokale datacenters, Europese wetgeving, open technologie en meer controle over data en infrastructuur.

NEXTCLOUD

▷NL Nextcloud is een Duits open-source samenwerkingsplatform voor bestanden, communicatie en digitale werkplekken, met de nadruk op datasoevereiniteit en eigen regie. In Nederland werkt het bedrijf onder andere samen met Cloudwise, SURF, Centric, KPN en Sendent aan soevereine cloud- en werkplekoplossingen voor onderwijs en overheid.

▷D Nextcloud ist eine deutsche Open-Source-Plattform für die Zusammenarbeit im Bereich Dateien, Kommunikation und digitale Arbeitsplätze, deren Schwerpunkt auf Datensouveränität und Eigenverantwortung liegt. In den Niederlanden arbeitet das Unternehmen unter anderem mit Cloudwise, SURF, Centric, KPN und Sendent an souveränen Cloud- und Arbeitsplatzlösungen für den Bildungssektor und die Öffentliche Verwaltung.

STACKIT

▷NL Stackit is een soevereine Europese cloud met de financiële en operationele slagkracht van de Duitse Schwarz Digits, de IT- en digitale tak van de Duitse Schwarzgroep, waartoe onder andere Lidl en Kaufland behoren. Het bedrijf breidt uit naar de Benelux en heeft een raamovereenkomst met de Nederlandse overheid. Ook is Stackit geselecteerd voor Europese cloudprojecten.

▷D Stackit positioniert sich als europäischer Cloud-Anbieter mit dem finanziellen Rückhalt und der operativen Stärke von Schwarz Digits, der IT-und Digitalsparte der deutschen Schwarz-Gruppe, zu der unter anderem Lidl und Kaufland gehören. Das Unternehmen expandiert in die Benelux-Länder und hat einen Rahmenvertrag mit der niederländischen Regierung abgeschlossen. Außerdem wurde Stackit für europäische Cloud-Projekte ausgewählt.

T-SYSTEMS

▷NL IT-dienstverlener T-Systems, onderdeel van Deutsche Telekom, biedt met T Cloud een Europees cloudportfolio als onderdeel van zijn multicloudstrategie. Met datacenters in Duitsland en Nederland, die door Europese medewerkers worden beheerd, levert T-Systems betrouwbare clouddiensten voor organisaties die strenge eisen stellen aan gegevensbescherming, compliance en digitale soevereiniteit. Meer dan 7.000 klanten maken gebruik van dit T Cloud-portfolio.

▷D Die Deutsche Telekom positioniert sich mit T Cloud als europäischer Cloud-Anbieter und Alternative zu US-amerikanischen Plattformen. Mit Rechenzentren in Deutschland und den Niederlanden verbindet T Cloud moderne Cloud-Services mit hohen Anforderungen an Datenschutz, Compliance und digitale Souveränität. Das Angebot richtet sich an Unternehmen unterschiedlicher Größen sowie an Organisationen des öffentlichen Sektors.

DEUTSCHE UND NIEDERLÄNDISCHE ALTERNATIVEN ZU HYPERSCALERN

LEASEWEB

▷D Leaseweb kombiniert europäische Cloud-Alternativen mit der Skalierbarkeit und internationalen Reichweite eines globalen Infrastrukturanbieters. Das niederländische Unternehmen verfügt über ein internationales Netzwerk von Rechenzentren und bietet Public- und Private-Cloud, dedizierte Server, Speicher und Managed Kubernetes an. Die überarbeitete Public-Cloud-Plattform nutzt unter anderem OpenStack.

▷NL Leaseweb combineert Europese cloudalternatieven met de schaal en internationale dekking van een mondiale infrastructuurprovider. De Nederlandse onderneming beschikt over een internationaal netwerk van datacenters en biedt public en private cloud, dedicated servers, opslag en managed Kubernetes. Het vernieuwde public-cloudplatform gebruikt onder meer Openstack.

INTERMAX

▷D Intermax bietet eine souveräne niederländische Private Cloud, einen sicheren digitalen Arbeitsplatz, Managed Services und hybride IT-Architekturen, die Public Cloud, Private Cloud und On-Premises-Lösungen intelligent kombinieren. Das Unternehmen ist nach den einschlägigen Normen und branchenspezifischen Rahmenwerken zertifiziert. Zu den Kunden zählen unter anderem Gesundheitseinrichtungen, Behörden für öffentliche Ordnung und Sicherheit, staatliche Stellen und kritische Infrastrukturen.

▷NL Intermax biedt een soevereine Nederlandse private cloud, een veilige digitale werkplek, managed services en hybride IT-architecturen die publieke cloud, private cloud en on-premises slim combineren. Gecertificeerd volgens de relevante normen en sectorspecifieke kaders. Het bedrijf levert aan onder meer zorginstellingen, openbare orde en veiligheid, overheidsdiensten en vitale infrastructuren.

BIT

▷D BIT verfügt über eine eigene niederländische Rechenzentrumsinfrastruktur, wodurch sowohl die physische Infrastruktur als auch das technische Management vor Ort bleiben. Das Unternehmen bietet Cloud, Hosting, Konnektivität und Colocation aus drei eigenen Rechenzentren in Ede an und richtet sich an Organisationen mit hohen Anforderungen an Verfügbarkeit, Sicherheit und persönlichen Support.

▷NL BIT beschikt over een eigen Nederlandse datacenterinfrastructuur, waardoor zowel de fysieke infrastructuur als het technische beheer lokaal kan blijven. Het bedrijf levert cloud, hosting, connectiviteit en colocatie vanuit drie eigen datacenters in Ede en richt zich op organisaties met hoge eisen aan beschikbaarheid, veiligheid en persoonlijke ondersteuning.

DUITSE EN NEDERLANDSE ALTERNATIEVEN VOOR HYPERSCALERS

HETZNER

▷NL Hetzner biedt krachtige cloudinfrastructuur vanuit eigen datacenters, zonder de complexiteit van een traditionele hyperscaler. Het bedrijf werd in 1997 opgericht en groeide uit tot een belangrijke Duitse aanbieder van cloudservers, dedicated servers en opslag, met grote energiezuinige datacenterparken in onder meer Neurenberg en Falkenstein.

▷D Hetzner bietet leistungsstarke Cloud-Infrastruktur aus eigenen Rechenzentren, ohne die Komplexität eines traditionellen Hyperscalers. Das 1997 gegründete Unternehmen zählt heute zu den etablierten deutschen Anbietern von Cloud- und Dedicated-Servern sowie Speicherlösungen. Große, energieeffiziente Rechenzentrumsstandorte, unter anderem in Nürnberg und Falkenstein, bilden das Rückgrat des Geschäfts.

SAP

▷NL SAP combineert Europese cloud en AI met een sterke positie in bedrijfssoftware. Het bedrijf begon in 1972 met vijf oprichters en groeide uit tot een wereldwijd softwareconcern met meer dan 100.000 medewerkers. Het bedrijf is vooral bekend om ERP-software waarmee organisaties financiën, logistiek, HR en andere bedrijfsprocessen centraal beheren.

▷D SAP verbindet europäische Cloud- und KI-Lösungen mit einer starken Position im Bereich Unternehmenssoftware. Das Unternehmen wurde 1972 von fünf Gründern ins Leben gerufen und hat sich zu einem weltweiten Softwarekonzern mit mehr als 100.000 Mitarbeitern entwickelt. Es ist vor allem für seine ERP-Software bekannt, mit der Unternehmen Finanzen, Logistik, Personalwesen und andere Geschäftsprozesse zentral verwalten können.

NORIS NETWORK

▷NL Noris network biedt Duitse cloudinfrastructuur met een sterke focus op gevoelige en bedrijfskritische gegevens. Het bedrijf werd in 1993 opgericht en levert cloud, colocatie, netwerken, cybersecurity en beheerde applicaties. Het bedrijf beschikt over meerdere eigen datacenters verspreid over Duitsland en richt zich sterk op organisaties met hoge eisen aan beveiliging en compliance.

▷D Noris network bietet eine deutsche Cloud-Infrastruktur mit starkem Fokus auf sensiblen und geschäftskritischen Daten. Das Unternehmen wurde 1993 gegründet und bietet Cloud, Colocation, Netzwerke, Cybersicherheit und Verwaltungsanwendungen an. Das Unternehmen verfügt über mehrere eigene Rechenzentren in ganz Deutschland und richtet sich vor allem an Unternehmen mit hohen Anforderungen an Sicherheit und Compliance.



BEDRIJFSOPVOLGING OVER DE GRENS

WAAROM DUITSE FAMILIEBEDRIJVEN NAAR NEDERLAND KIJKEN

Voor honderdduizenden Duitse familiebedrijven is de grootste uitdaging niet de energietransitie, digitalisering of het tekort aan personeel, maar de vraag wie het bedrijf straks voortzet. De opvolgingsproblematiek ontwikkelt zich in hoog tempo tot een economisch vraagstuk van nationaal belang.

TEXT/TEKST **JANINE DAMM** FOTO **ADOBE**



ERIKS-CEO VICTOR AQUINA

Voor Nederlandse bedrijven die snel marktaandeel in Duitsland willen opbouwen, biedt de opvolgingsthematiek in het Duitse bedrijfsleven interessante kansen. Volgens het meest recente Nachfolge-Monitoring Mittelstand van KfW Research zoeken jaarlijks ongeveer 109.000 Duitse ondernemingen tot 2029 een opvolger. Ruim de helft van de ondernemers in het Duitse midden- en kleinbedrijf is inmiddels 55 jaar of ouder en vaak ontbreekt een geschikte opvolger. Door een geschikt bedrijf over te nemen, krijgen Nederlandse ondernemingen direct toegang tot klanten, personeel en lokale marktkennis en kunnen zij hun positie in Duitsland relatief snel uitbreiden.

Ook de Deutsche Industrie- und Handelskammer (DIHK) ziet de kloof tussen vraag en aanbod snel groeien. Uit het meest recente Unternehmensnachfolge-Report blijkt dat 2,4 keer zoveel ondernemers hun bedrijf, waaronder veel economisch gezonde familiebedrijven, willen overdragen als er potentiële overnamekandidaten zijn. Daarmee groeit de belangstelling voor strategische kopers uit het buitenland. Opvallend vaak komen die uit Nederland.

Een voorbeeld van succesvolle grensoverschrijdende overnames in Duitsland is het Nederlandse Eriks uit Alkmaar. Het familiebedrijf, gespecialiseerd in industriële componenten en engineering, bouwt al jaren aan zijn positie in Duitsland. Niet via één grote acquisitie maar met een reeks gerichte overnames. Inmiddels heeft Eriks zestien vestigingen in Duitsland, verspreid over Zuid-Duitsland, Noordrijn-Westfalen, Hamburg en Saksen.

Vanuit het Duitse hoofdkantoor in Halle en het in 2020 geopende distributiecentrum bedient Eriks klanten in de hele DACH-regio. De locatie is intussen uitgegroeid tot het logistieke hart van Europa. Het in 1940 opgerichte bedrijf met een omzet van meer dan 1,3 miljard euro heeft circa 3.000 medewerkers.

De meest recente Duitse stap was de overname van de Reiff-groep uit Reutlingen in december 2025. Reiff behoort al ruim 115 jaar tot de toonaangevende leveranciers van industriële componenten en heeft een sterke positie in de OEM-markt. Voor het failliete familiebedrijf bood de overname een oplossing voor de continuïteit, maar ook toegang tot een internationaal netwerk, aanvullende technische expertise en nieuwe investeringsmogelijkheden.

GRENZÜBERSCHREITENDE ÜBERNAHMEN

Für Hunderttausende deutsche Familienunternehmen stellt sich in den kommenden Jahren eine existenzielle Frage: Wer führt das Unternehmen weiter, wenn der Eigentümer in den Ruhestand geht? Nach dem jüngsten Nachfolge-Monitoring Mittelstand von KfW Research suchen bis 2029 jährlich rund 109.000 mittelständische Unternehmen einen Nachfolger oder Käufer. Fehlt der, ist ein Management-Buy-out nicht möglich oder der Einstieg von Investoren nicht gewünscht und darum keine Lösung in unmittelbarer Nähe des Unternehmens in Sicht, können strategische Käufer aus dem Ausland eine Option sein – und sogar eine erfolgversprechende.

Die Übernahme der Reiff-Gruppe durch den niederländischen Industriezulieferer Eriks ist ein solches positives Beispiel. Die Reiff-Gruppe aus Reutlingen gehört seit mehr als 115 Jahren zu den etablierten Anbietern industrieller Komponenten. Im Dezember 2025 übernahm Eriks das Familienunternehmen aus der Insolvenz.

Für Eriks ist die Übernahme ein strategischer Schritt zum Ausbau seiner Position in Süddeutschland. Der niederländische Konzern aus Alkmaar wächst in Deutschland seit Jahren durch gezielte Übernahmen und verfügt hier aktuell über 16 Standorte, der deutsche Hauptsitz ist in Halle.

Voor Eriks betekent de acquisitie omzetgroei, een sterkere positie in Zuid-Duitsland en uitbreiding van technische expertise en klantenrelaties.

Opvallend bij de overname door Eriks: de nadruk ligt op het behouden van de regionale marktkennis, de bedrijfscultuur en de bestaande klantrelaties - de integraties werden niet aangegrepen voor een forse reorganisatie. Verkooporganisaties worden geïntegreerd, logistieke processen versterkt en het overgrote deel van de werkgelegenheid blijft behouden.

Daarmee laat het voorbeeld Reiff zien dat grensoverschrijdende bedrijfsopvolging niet per definitie gepaard gaat met kostenbesparingen of het uitkleden van een onderneming, maar juist een motor kan zijn van nieuwe groei.

Volgens Eriks-CEO Victor Aquina zoekt zijn onderneming daarom nadrukkelijk naar bedrijven die niet alleen strategisch, maar ook cultureel passen. 'Het gaat ons niet om marktaandeel te kopen, maar om kennis, regionale nabijheid en sterke teams samen te brengen. Wij combineren de lokale marktkennis van bijvoorbeeld Reiff met de internationale reikwijdte van Eriks.'

Die benadering sluit aan bij de manier waarop veel Duitse familiebedrijven zelf ondernemen. Volgens Thorsten Wilhelm, die bij de Duits-Nederlandse Handelskamer grensoverschrijdende overnames begeleidt, delen Nederlandse familiebedrijven met de Duitse Mittelstand veel kenmerken: een langetermijnoriëntatie, relatief platte organisaties, technisch ondernemerschap en een sterke regionale betrokkenheid.

'Daardoor draait een overname om financiële continuïteit en om toegang tot nieuwe, internationale afzetmarkten, nieuwe technologieën en investeringskracht. Voor Nederlandse ondernemingen ligt daar een kans om hun positie in Duitsland verder uit te bouwen; voor Duitse ondernemers kan het de mogelijkheid zijn om hun bedrijf, medewerkers en opgebouwde kennis een duurzame toekomst te geven', zegt Wilhelm. Bij succesvolle grensoverschrijdende overnames helpt volgens hem niet alleen kennis van de Duitse markt en bedrijfscultuur, maar ook het vermogen om beide werelden en talen met elkaar te verbinden. Want: 'Vertrouwen is cruciaal.' ◅

Für Reiff bedeutete der Eigentümerwechsel eine Zukunftsperspektive: Zugang zu einem internationalen Netzwerk, zusätzliche technische Expertise und neue Investitionsmöglichkeiten. Und: Eine umfassende Restrukturierung blieb aus. Regionale Marktkenntnis, Unternehmenskultur und Kundenbeziehungen will Eriks bewusst erhalten. „Es geht uns nicht darum, Marktanteile zu kaufen, sondern Wissen, regionale Nähe und starke Teams zusammenzubringen", sagt Eriks-CEO Victor Aquina.

Thorsten Wilhelm, der bei der Deutsch-Niederländischen Handelskammer grenzüberschreitende Betriebsübernahmen begleitet, sieht auf beiden Seiten viele Gemeinsamkeiten. Bei den Übernahmen gehe es nicht allein um Kaufpreis und Finanzierung, sondern vor allem um Vertrauen. Natürlich sei ein Unternehmenskauf, und dann auch noch in das Ausland, nicht frei von Sorgen: Bleibt die Unternehmenskultur erhalten? Werden Arbeitsplätze gesichert? Oder wird aus dem Familienbetrieb eine auf Rendite getrimmte Tochtergesellschaft? Aber: „Wir verbinden nur Unternehmen beider Länder, deren Kultur und Vision wirklich matchen. Das Beispiel Reiff zeigt: Ein niederländischer Eigentümer kann eine Alternative sein, um Firma, Arbeitsplätze und Know-how langfristig zu sichern." ◅

LANGUAGE
INSTITUTE
REGINA COELI



Bekijk een filmpje met Kerstin

“Het mooiste moment is wanneer iemand **ineens durft te spreken.**”

Kerstin Tobie -
taaltrainer Duits Regina Coeli

Meer informatie | Stuur een email naar hello@reginacoeli.nl of bel ons op 073 684 87 90 | **www.reginacoeli.nl**

AMSTERDAM & EINDHOVEN

AUF DEM WEG ZUM TECH-KORRIDOR



Die Niederlande wollen ihre beiden wirtschaftlich stärksten Regionen Amsterdam und Eindhoven enger verbinden: Der geplante Tech-Korridor soll Innovationen schneller in die Anwendung bringen und Abhängigkeiten verringern. Erste Kooperationen zwischen Unternehmen, gemeinsame Forschungsinitiativen und die Entwicklung neuer Knotenpunkte zeigen, wie der Korridor zukünftig funktionieren kann.

TEXT/TEKST **SINA HOFFMANN** FOTO **ADOBE**


JESSICA PETERS-HONDELINK

Im Advanced Research Center for Nanolithography (ARCNL) im Amsterdamer Science Park arbeitet ein Team aus Physikern und Materialwissenschaftlern daran, die Chipfertigung noch präziser zu machen, indem sie das Plasma so steuern, dass sich noch kleinere Strukturen auf Siliziumwafern abbilden lassen. Die Erkenntnisse will Chipmachinenhersteller ASML in seiner Fabrik in Eindhoven einfließen lassen. Während Eindhoven zu den zentralen Standorten für Hardware, Maschinenbau und Halbleiter zählt, hat sich in Amsterdam ein Ökosystem für KI und digitale Anwendungen entwickelt. Beide Regionen gehören zu den wichtigsten Tech-Clustern Europas und tragen ein gutes Viertel zur niederländischen Wirtschaftsleistung bei.

Derzeit arbeiten beide Regionen unabhängig voneinander. Am Beispiel von ASML zeigt sich jedoch: Wenn Amsterdam und Eindhoven ihre Stärken systematischer bündeln, entstehen leistungsfähigere Lösungen und effizientere Fertigungsprozesse. Zu diesem Schluss kommt auch eine Studie der Vrije Universiteit Amsterdam im Auftrag des Amsterdam Economic Board (Amsterdamer Wirtschaftsrat). Die Autoren Haroon Sheikh und Thijmen Vernède sehen an der Schnittstelle beider Kompetenzfelder großes Potenzial: Aus einer engeren Zusammenarbeit können neue Lösungen für Robotik, industrielle Automatisierung und die Steuerung komplexer physischer Systeme entstehen, erklärt Sheikh. Sie könne außerdem Chips für rechenintensive KI-Modelle hervorbringen. „Es ist strategisch sinnvoller, diese starken Ökosysteme stärker zusammenzuführen, statt viele isolierte Inseln technologischer Exzellenz aufzubauen“, ergänzt Vernède. Diese Logik lasse sich perspektivisch auch auf andere Regionen in den Niederlanden – und darüber hinaus auf ganz Europa übertragen.

Ein weiteres Beispiel für Kooperationen entlang des geplanten Korridors ist ein gemeinsames Projekt von Prodrive Technologies aus Eindhoven und dem Amsterdamer Security-Spezialisten Fortaegis. Die Partner integrieren Sicherheitssoftware und Analysemodule direkt in Steuergeräte und Elektronik – so lassen sich vernetzte Industrieanlagen in Echtzeit auf Angriffe prüfen. Auch IT-Dienstleister wie Schuberg Philis bauen ihre Präsenz im Raum Eindhoven aus, um dort näher an den Hightech-Ökosystemen zu arbeiten.

Noch aber, sagt Jessica Peters-Hondelink, CEO des Amsterdam Economic Board, sind viele Verbindungen „punktuell und von Einzelinitiativen

OP WEG NAAR EEN TECHCORRIDOR

Nederland wil zijn twee economisch sterkste regio’s, Amsterdam en Eindhoven, nauwer verbinden. Een geplande techcorridor dient innovaties sneller naar de markt te brengen en technologische afhankelijkheden te verkleinen.

In het Advanced Research Center for Nanolithography (ARCNL) in Amsterdam werkt een team aan technieken om chipproductie preciezer te maken. Chipmachinefabrikant ASML wil die kennis toepassen in Eindhoven. Waar Eindhoven sterk is in hardware, machinebouw en halfgeleiders, heeft Amsterdam een krachtig ecosysteem voor AI en digitale toepassingen. Samen zijn de regio’s goed voor ruim een kwart van de Nederlandse economie.

Volgens een studie van de Vrije Universiteit Amsterdam in opdracht van de Amsterdam Economic Board kan nauwere samenwerking leiden tot innovaties in robotica, industriële automatisering en chips voor rekenintensieve AI. “Het is strategisch verstandiger om sterke ecosystemen te verbinden dan afzonderlijke eilanden van technologische excellentie te bouwen”, zegt onderzoeker Thijmen Vernède.

Er zijn al concrete samenwerkingen. Zo ontwikkelen het Eindhovense Prodrive Technologies en de Amsterdamse beveiligingsspecialist Fortaegis technologie waarmee industriële installaties realtime op cyberaanvallen kunnen worden gecontroleerd.

abhängig“. Genau hier setzt die Idee des Tech-Korridors an: Er soll die Zusammenarbeit strategischer, verlässlicher und langfristiger machen. Vorbilder sind die Route-128 bei Boston oder der britische M4-Korridor.

Almere als Bindeglied

Entlang des Tech-Korridors übernehmen Gemeinden wie Almere, Hilversum oder Haarlemmermeer die Rolle wichtiger Verbindungs- und Entwicklungsstandorte. Almere verfügt über eine leistungsfähige digitale Anbindung an den Großraum Amsterdam und bietet zugleich ausreichend Raum für neue Büros, Forschungsinfrastrukturen und Produktionsanlagen. Der entstehende Hightech-Campus in Almere mit Schwerpunkten auf Advanced Materials, Messtechnik und datenintensiven Anwendungen soll künftig eine Schlüsselrolle im Korridor übernehmen. „Hier können wir gemeinsam experimentieren, kooperieren und Talente anziehen“, sagt Danny Frietman, Direktor der Innovationsplattform Innovally. Die in enger Partnerschaft mit der Stadt Almere aufgebaute Plattform vernetzt Unternehmen, öffentliche Akteure, Wissenseinrichtungen und Investoren und sorgt dafür, dass neue Technologien entlang des Korridors schneller zur Anwendung kommen.

International stoßen diese neuen Pläne bereits auf Interesse, unter anderem besuchte der deutsche Photonik-Spezialist Quant den Campus. Das Unternehmen will die neue Verbindung nutzen, um gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die fortschrittliche Hardware, Photonik und datengetriebene Services verbinden. „Weil der Korridor geografisch so kompakt ist, können deutsche Unternehmen in dem sehr dichten Innovationsökosystem entlang des gesamten Innovationszyklus äußerst effizient zusammenarbeiten – von der Grundlagenforschung bis zur industriellen Umsetzung“, sagt Frietman.

Europäische KI-Ökosysteme vernetzen

Hinter dem Tech-Korridor steht eine klare strategische Überlegung: Er ist als Beitrag zu europäischer Technologiesouveränität gedacht. Denn weltweit versuchen Staaten, den gesamten Tech-Stack – also alle Ebenen von Hardware bis KI-Anwendungen – zu beherrschen. „Wenn wir regionale Spezialisierungen besser nutzen, machen wir einen großen Schritt in Richtung zukunftssichere Niederlande – und hin zu einem Europa, das seine technologische Zukunft selbst in der Hand hat“, sagt Peters-Hondelink. Damit das gelingt, arbeiten das Amsterdam Economic Board, Brainport Eindhoven und mehrere Gemeinden in einer gemeinsamen Initiative zusammen. Sie setzen erste Programme auf, werben Investoren an und schaffen verbindliche Rahmenbedingungen, damit der Tech-Korridor sein volles Potenzial entfalten kann. ◅

Toch zijn veel verbindingen nog afhankelijk van losse initiatieven, zegt Jessica Peters-Hondelink, CEO van de Amsterdam Economic Board. De techcorridor moet de samenwerking structureler maken, naar voorbeelden als Route 128 bij Boston en de Britse M4-corridor.

Almere als schakel

Ook Almere, Hilversum en Haarlemmermeer krijgen een belangrijke rol. In Almere ontstaat een hightechcampus voor geavanceerde materialen, meettechniek en data-intensieve toepassingen. Innovatieplatform Innovally brengt er bedrijven, kennisinstellingen, overheden en investeerders samen. Ook buitenlandse bedrijven tonen interesse, waaronder de Duitse fotonicaspecialist Quant.

De techcorridor moet daarnaast bijdragen aan de Europese technologische soevereiniteit. Amsterdam Economic Board, Brainport Eindhoven en verschillende gemeenten werken daarom samen aan programma’s, investeringen en randvoorwaarden. Door regionale specialisaties beter te verbinden, willen zij Nederland én Europa technologisch sterker en minder afhankelijk maken. ◅

Die Deutsche Internationale Schule Den Haag.

ERSTKLASSIGE BILDUNG

vom Kindergarten bis zum Deutschen Internationalen Abitur



Deutsche Internationale Schule Den Haag
German International School The Hague

EIN WEG. EIN EXZELLENTER CAMPUS. EINE WELTWEIT ERFOLGREICHE ZUKUNFT.

- ✔ **Starke Muttersprache und Mehrsprachigkeit** – bis zu vier Sprachen fließend erlernen.
- ✔ **Garantiert reibungsloser Schulwechsel** – deutscher Bildungsplan mit internationalem Profil.
- ✔ **Flexibler Einstieg** - während des gesamten Schuljahres jederzeit möglich.
- ✔ **Über 20 Nationen lernen gemeinsam** - eine multikulturelle Schulgemeinschaft.
- ✔ **Global vernetzt** - Teil eines weltweiten Schulsystems von 135 Deutschen Auslandsschulen.
- ✔ **Top-Chancen für Studium und Karriere** - internationaler anerkannter Schulabschluss.

Persönlich für Sie da – von Anfang an!
Unsere Mitarbeiterin freut sich auf Ihre Kontaktaufnahme:
+31 (0) 70 354 94 54 info@disdh.nl

Jetzt entdecken:

www.disdh.nl

Exzellente Deutsche Auslandsschule

ONLINE-SHOPPING

DIGITALER WARENKORB IM VERGLEICH

ONLINE SHOPPEN

DE DIGITALE WINKELMAND VERGELEKEN

TEXT/TEKST **HENDRIKE OOSTERHOF** ILLUSTRATION **STUDIO PIRAAT**

Online-Shopping ist aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Doch kaufen Deutsche und Niederländer auf die gleiche Weise ein? Ein Blick auf die Entscheidungen, Erwartungen und das Kaufverhalten der Verbraucher auf beiden Seiten der Grenze.

Online winkelen is niet meer weg te denken uit het dagelijks leven. Maar kopen Duitsers en Nederlanders op dezelfde manier? Een blik op de keuzes, verwachtingen en het koopgedrag van consumenten aan beide zijden van de grens.



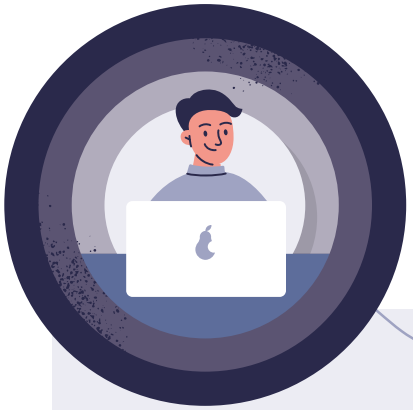
TOP 10 B2C ONLINESHOPS

Deutschland
Umsatz (in Mio. €)

Amazon	**15.005**
Otto	**4.410**
Zalando	**2.582**
Mediamarkt	**2.116**
Apple	**1.710**
Ikea	**1.434**
Shein	**1.120**
Shop-Apotheke	**1.048**
Rewe	**920**
Aboutyou	**817**

Nederland
Omzet (in Mln.€)

Bol	4.670
Albert Heijn	2.070
Coolblue	1.540
Zalando	1.040
Amazon	1.000
Picnic	880
Jumbo	724
Ikea	512
Mediamarkt	505
Belsimpel	468





DIGITALE PRODUKT-EINKÄUFE / ONLINE DIGITALE AANKOPEN

	Deutschland (in %)	Nederland (in %)	
Film-, Serien-, Sport-Streaming	**39**	59	Films-, series, sport streaming
Musik-Streaming	**33**	49	Muziek streamingdienst
Übernachtungen	**28**	40	Overnachtingen
Transport	**26**	41	Transport
E-Books	**14**	16	E-Books
Online-/Newsabonnement	**10**	21	Online-/Newsabonnement
Telefon- oder Internetabos	**8**	57	Abonnement mobiele telefoon of internet

Quelle / Bron: Eurostat



ONLINE-HILFE / ONLINE HULP

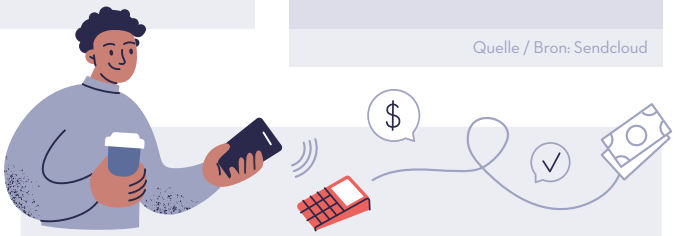
	Deutschland	Nederland
Einsatz von / inzet van ChatGPT, Google Gemini oder Perplexity	**41%**	37%
Kauf über Social-Media-Plattformen Aankoop via sociale media platformen	**53%**	54%

Quelle / Bron: Sendcloud



PHYSISCHE PRODUKTE / FYSIEKE PRODUCTAANKOPEN

	Deutschland (in %)	Nederland (in %)	
Kleidung	**65**	65	Kleding
Elektronik	**58**	53	Elektronica
Schuhe	**51**	47	Schoeisel
Bücher	**45**	40	Boeken



ZAHLUNGSWEISE / BETALINGSWIJZE

	Deutschland (in %)	Nederland (in %)	
Digital wallet *(PayPal, Apple Pay)*	**75**	65	Digital wallet *(PayPal, Apple Pay)*
Kauf auf Rechnung	**65**	54	Buy now, pay later
Kreditkarte	**63**	80	Credit/debit card



LIEFERBEZOGENE GRÜNDE FÜR KAUFABBRUCH / LEVERINGSGERELATEERDE REDENEN VOOR AFBREKEN VAN AANKOOP

	Deutschland (in %)	Nederland (in %)	
Lieferkosten höher als erwartet	**36**	39	Verzendkosten hoger dan verwacht
Lieferzeit länger als erwartet	**30**	21	Levertijd langer dan verwacht
Mangelndes Vertrauen in Lieferprozess	**12**	9	Gebrek aan vertrouwen leveringsproces
Keine flexiblen Lieferoptionen	**11**	13	Geen flexibele leveringsopties
Kein passender Zustellort	**9**	17	Geen geschikte afleverlocatie

Quelle / Bron: Sendcloud



GEWÜNSCHTE LIEFEROPTIONEN / LEVERINGS-VOORKEUREN

	Deutschland (in %)	Nederland (in %)	
Standard-Hauszustellung	**31**	31	Levering aan huis
Lieferung am nächsten Tag	**11**	10	Levering eerstvolgende dag
Lieferung an Service-Point	**10**	13	Levering bij een afhaalpunt
Lieferung an Paketautomat	**9**	7	Levering bij een pakketautomaat
Lieferung am Wunschtag	**9**	9	Levering op gewenste dag
Same Day Delivery	**8**	6	Same day delivery
Click & Collect	**7**	7	Click & collect
Wochenendzustellung	**6**	6	Levering in het weekend
Abendzustellung	**5**	8	Levering in de avond
CO_2-neutrale Lieferung	**4**	3	CO_2-neutrale levering



AUS AMSTERDAM IN DEUTSCHE SCHLAFZIMMER

Yumeko steht für nachhaltige Bett- und Badtextilien. In den Niederlanden ist die Marke bereits etabliert. Nun rückt Deutschland ins Zentrum der Expansionspläne.

TEXT/TEKST **MILLA PRIBOSCHEK** FOTO **YUMEKO**

DD Als CEO und Mitgründer Rob van den Dool im Jahr 2010 mit Yumeko startet, wirkt seine Geschäftsidee noch reichlich idealistisch: nachhaltige Bett- und Badtextilien, die Mensch, Tier und Umwelt schonen – und trotzdem stilvoll designt sind. Inzwischen ist das Pionierprojekt zu einem profitablen Unternehmen herangewachsen. Im Jahr 2025 verzeichnete die B Corp-zertifizierte Marke einen Umsatz von rund 11 Millionen Euro. Der Amsterdamer verfolgt ein klares Ziel: „Wir wollen Marktführer für nachhaltige Bett- und Badtextilien in Europa werden – und der Weg führt eindeutig über Deutschland."

Tatsächlich ist Deutschland schon seit Jahren der wichtigste Auslandsmarkt der Niederländer. Nächster logischer Schritt: Nach dem Webshop yumeko.de und der Präsenz auf der Plattform Avocadostore folgt nun die erste stationäre Listung in Deutschland. Ab Oktober 2026 sind Yumeko-Spannbettlaken auch bei Manufactum erhältlich.

Was Deutschland für das Unternehmen so attraktiv macht, ist vor allem die Haltung der Kundschaft. „Deutsche Konsumenten wollen Dinge nur einmal und dann in guter Qualität kaufen", sagt van den Dool. Statt schnelllebiger Trends stehen Langlebigkeit und Umweltzertifizierungen im Vordergrund.

Yumeko ist neben den Niederlanden und Deutschland inzwischen in fünf weiteren europäischen Märkten aktiv. Dabei ist die Marke über Ländergrenzen hinweg klar erkennbar. Nur Details passen die Niederländer an lokale Erwartungen und Vorlieben an, von den Größen der Textilien und Verschlüssen bis hin zu praktischen Produkt-Features. Das gleiche gilt für die Kommunikation: In Deutschland ist sie präziser, argumentativer, weniger flapsig als in den Niederlanden.

Am Ende zählt für Van den Dool mehr als ein klassisches Umsatzziel: Es geht vielmehr darum, sich zu beweisen. „Wenn sich unsere Bio-Textilien auf dem anspruchsvollen deutschen Markt durchsetzen, können wir uns überall behaupten", sagt er. ◁



Groeikansen in Duitsland

Duitsland steekt de komende jaren honderden miljarden in infrastructuur, energie, industrie, defensie, gezondheid, digitalisering en AI. Dat geld gaat naar bedrijven die er klaar voor staan – ook Nederlandse. De vraag is niet óf er kansen zijn, maar waar ze voor ú liggen. En wat u nu moet regelen om ze te pakken.

De Duitslanddag beantwoordt al uw vragen over groei. Ondernemers die de stap al zetten vertellen wat werkte en wat niet. Experts geven advies over uw doelmarkt, de klanten en regelgeving. En u spreekt de mensen die u in Duitsland verder helpen. Kortom: U gaat naar huis met een helder beeld van uw kansen en uw volgende stappen.

duitslanddag.nl

Scan, meld u aan en zet 11 maart alvast in uw agenda.

11 maart 2027 | DeFabrique in Utrecht

DUITS LAND DAG
een initiatief van de dnhk.

MIT LICHT-GESCHWINDIG-KEIT RICHTUNG INDUSTRIE

TEXT/TEKST **JASMIN OBERDORFER** FOTO **QUIX QUANTUM**

Das niederländische Start-up Quix Quantum hat mit Carina den nach eigenen Angaben weltweit ersten universellen photonischen Quantencomputer für den praktischen Einsatz entwickelt. Das System soll den Schritt aus dem Forschungslabor in Rechenzentren und industrielle Anwendungen ermöglichen. Dahinter steht ein Auftrag aus Deutschland. ▷





MET DE SNELHEID VAN HET LICHT RICHTING DE INDUSTRIE

De Nederlandse start-up Quix Quantum heeft met Carina naar eigen zeggen 's werelds eerste universele fotonische kwantum-computer voor praktisch gebruik ontwikkeld. Het systeem dient de overstap vanuit het onderzoeks-laboratorium naar datacenters en industriële toepassingen mogelijk te maken. Het project komt voort uit een opdracht uit Duitsland. ▶

▷D Quantencomputer gelten als Schlüsseltechnologie der nächsten Jahrzehnte: Sie nutzen die Gesetze der Quantenphysik, um komplexe Aufgaben deutlich schneller zu lösen als herkömmliche Computer. Besonders aussichtsreich sind photonische Systeme. Sie arbeiten mit Lichtteilchen, sogenannten Photonen, als Informationsträger. Das macht sie besonders schnell, unempfindlich gegenüber Störungen und erfordert deutlich weniger Kühlung als andere Quantentechnologien.

Eine gemeinsame Hürde aller Ansätze ist der Schritt aus dem Labor in den praktischen Einsatz. Das auf photonische Quantencomputer spezialisierte Start-up Quix Quantum aus Enschede will genau diese Lücke schließen. „Wir entwickeln nicht nur photonische Chips“, erklärt Robin Wittland, Chief Commercial Officer bei Quix Quantum. „Wir verbinden Photonenquellen, Prozessoren, Detektoren, Steuerelektronik und Software zu einem vollständigen System.“

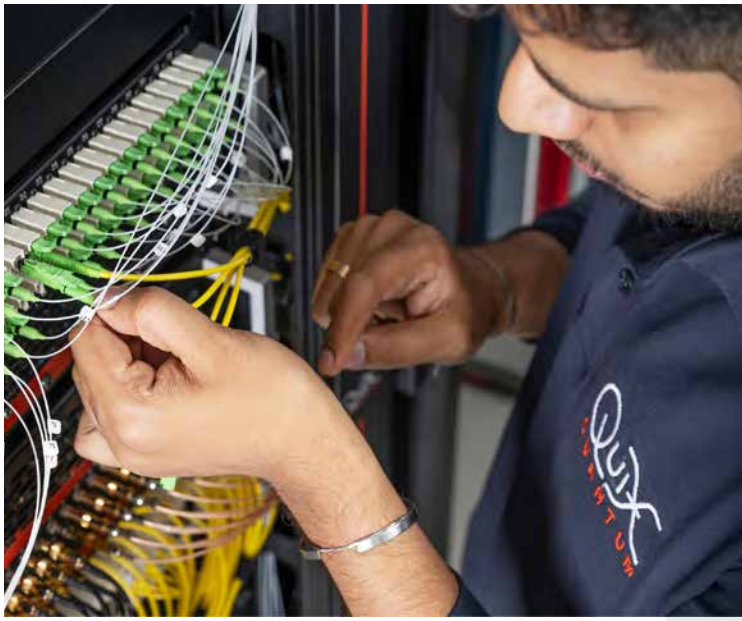
Dieser Ansatz trifft in Deutschland auf großes Interesse: Die Quantencomputing-Initiative des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrt (DLR QCI), beauftragte die deutsche Niederlassung von Quix Quantum mit der Entwicklung dieser Technologie am Innovationszentrum in Ulm und mit der Integration in die Produktivumgebung.



Seit Juli 2026 stehen dort alle Kernelemente für photonisches Quantenrechnen bereit. Das deutsch-niederländische Team verbindet und kalibriert die einzelnen Komponenten zu einem Gesamtsystem, das den Namen Carina trägt. „Die zentrale ingenieurtechnische Herausforderung besteht darin, das Gesamtsystem zuverlässig und reproduzierbar zum Laufen zu bringen“, erklärt Wittland. Quix hat für die enge Zusammenarbeit Standorte in Ulm und Stuttgart aufgebaut. Mit Referenzalgorithmen und Quantenprotokollen prüfen die Forschenden, ob Hardware, Steuerelektronik und Software reibungslos zusammenarbeiten. Dieser Projektabschnitt läuft voraussichtlich bis Anfang kommenden Jahres. Anschließend will die DLR QCI Carina als Rechenplattform für europäische Partner aus Industrie und Forschung öffnen. Dort wollen sie Use Cases unter Realbedingungen testen – ein wichtiger Schritt in Richtung kommerzieller Einsatz.

Dass das Projekt über Landesgrenzen hinweg angelegt ist, sieht Wittland als wesentlichen Erfolgsfaktor, da die notwendigen Kompetenzen in ganz Europa verteilt sind. Die Zusammenarbeit zwischen Quix Quantum und der DLR QCI zeigt, wie sich diese Stärken in der Praxis kombinieren lassen: „Die Niederlande haben starke Kompetenzen in integrierter Photonik, Halbleitertechnologie und Quantenforschung. Deutschland bringt große Forschungsorganisationen, Industriekunden, ingenieurtechnische Expertise und eine Hochleistungsrechen-Infrastruktur ein.“ Karla Loida, Projektverantwortliche bei der DLR QCI, ergänzt: „Die Kombination verschiedener Kulturen, Hintergründe und Fachkenntnisse beschleunigt den Technologietransfer, da jeder Probleme aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet.“

Und nicht zuletzt festigt das Projekt Europas Position im Quantencomputing. ◁



NL Kwantumcomputers worden beschouwd als de sleuteltechnologie van de komende decennia: ze maken gebruik van de wetten van de kwantumfysica om complexe taken aanzienlijk sneller op te lossen dan conventionele computers. Fotonische systemen zijn bijzonder veelbelovend. Ze werken met lichtdeeltjes, zogenaamde fotonen, als informatiedragers. Dat maakt ze bijzonder snel en ongevoelig voor storingen; bovendien vereisen ze aanzienlijk minder koeling dan andere kwantumtechnologieën.

Een gemeenschappelijke hindernis voor alle benaderingen is de overstap van het laboratorium naar de praktijk. De in fotonische kwantumcomputers gespecialiseerde start-up Quix Quantum uit Enschede wil precies deze kloof dichten. “We ontwikkelen niet alleen fotonische chips”, legt Robin Wittland, Chief Commercial Officer bij Quix Quantum, uit. “We combineren fotonbronnen, processors, detectoren, besturingselektronica en software tot een compleet systeem.”

Deze aanpak kan in Duitsland op grote belangstelling rekenen: het kwantumcomputing-initiatief van het Duitse Centrum voor Lucht- en Ruimtevaart (DLR QCI) heeft de Duitse vestiging van Quix Quantum opdracht gegeven om deze technologie te ontwikkelen in het innovatiecentrum in Ulm en te integreren in de productieomgeving.

Sinds juli 2026 zijn daar alle kernelementen voor fotonische kwantumcomputing beschikbaar. Het Duits-Nederlandse team verbindt en kalibreert de afzonderlijke componenten tot een totaalsysteem dat de naam Carina draagt. “De belangrijkste technische uitdaging bestaat erin het totale systeem betrouwbaar en reproduceerbaar aan de praat te krijgen”, legt Wittland uit. Quix heeft voor de nauwe samenwerking vestigingen geopend in Ulm en Stuttgart. Met behulp van referentiealgoritmen en kwantumprotocollen testen de onderzoekers of de hardware, de besturingselektronica en de software soepel samenwerken. Deze projectfase loopt naar verwachting tot begin volgend jaar. Daarna wil het DLR QCI Carina openstellen als rekenplatform voor Europese partners uit de industrie en de onderzoekswereld. Daar kunnen ze use cases onder realistische omstandigheden testen – een belangrijke stap in de richting van commerciële toepassing.

Dat het project grensoverschrijdend is opgezet, ziet Wittland als een essentiële succesfactor, aangezien de benodigde expertise verspreid is over heel Europa. De samenwerking tussen Quix Quantum en DLR QCI laat zien hoe deze sterke punten in de praktijk kunnen worden gecombineerd: “Nederland beschikt over ruime expertise op het gebied van geïntegreerde fotonica, halfgeleidertechnologie en kwantumonderzoek. Duitsland brengt grote onderzoeksorganisaties, industriële klanten, technische expertise en een high-performance computing-infrastructuur in.” Karla Loida, projectverantwoordelijke bij DLR QCI, vult aan: “De combinatie van verschillende culturen, achtergronden en vakkennis versnelt de technologieoverdracht, omdat ieder problemen vanuit een ander perspectief bekijkt.“

Tot slot versterkt het project de positie van Europa op het gebied van kwantumcomputing. ◅

VON DER SONNENBLUME ZUM SCHOKORIEGEL
VAN ZONNEBLOEMPIT TOT CHOCOLADEREEP

TEXT/TEKST **HENDRIKE OOSTERHOF** FOTO **CHOVIVA**

Wer an Schokolade denkt, denkt an Kakao. Das deutsche Foodtech-Start-up Planet A Foods will das verändern. Mit Choviva entwickelt das Münchner Unternehmen eine Schokoladenalternative, die ohne Kakaobohnen auskommt. Gegründet wurde Planet A Foods 2021 von den Geschwistern Sara und Maximilian Marquart.

Für Choviva verarbeitet Planet A Foods unter anderem gemahlene Sonnenblumenkerne, Hafer und Rübenzucker. Durch Fermentation, Röstung und weitere Verarbeitung entsteht ein Produkt, das in Geschmack, Textur und Schmelzeigenschaften an Schokolade erinnert. Lebensmittelhersteller erhalten damit eine Alternative zur klassischen Schokolade.

Hinter Choviva steht allerdings eine größere Idee. Planet A Foods will die Lebensmittelindustrie unabhängiger von Rohstoffen machen, deren Verfügbarkeit durch Klimawandel, Knappheit und starke Preisschwankungen zunehmend unter Druck gerät. Nach Angaben des Münchner Unternehmens verursacht die Milchvariante von Choviva einen CO_2-Fußabdruck von 2,8 Kilogramm CO_2-Äquivalent pro Kilogramm Produkt. Bei herkömmlicher Milchschokolade seien es 10,6 Kilogramm. Langfristig will das Start-up mit seiner Technologie im Vergleich zu konventioneller Schokoladenproduktion mehrere hundert Millionen Tonnen CO_2 einsparen.

Planet A Foods konzentriert sich vor allem auf das Geschäft mit Unternehmen. Choviva wird an Lebensmittelproduzenten geliefert, die den Rohstoff etwa für Schokoriegel, Kekse, Müsli und andere Süßwaren einsetzen. Über etablierte Marken soll die Technologie so den Weg in den Massenmarkt finden.

Die Expansion geht inzwischen über den deutschen Markt hinaus. Choviva steckt bereits in Dutzenden Produkten in verschiedenen europäischen Ländern. Auch die niederländische Schokoladenmarke Hands Off verarbeitet den Rohstoff in mehreren Riegeln, die unter anderem bei Albert Heijn, Jumbo, Coop und Picnic erhältlich sind.

Planet A Foods bewegt sich damit in einem Markt mit Wachstumspotenzial. Nach Angaben von Allied Market Research lag der weltweite Markt für pflanzliche Schokolade 2022 bei rund 586 Millionen US-Dollar (507 Millionen Euro). Bis 2032 könnte er auf etwa 2 Milliarden Dollar wachsen. Für Choviva sind das Aussichten, die durchaus Appetit machen. ◁



NL Wie aan chocolade denkt, denkt aan cacao. De Duitse foodtech-start-up Planet A Foods wil dat veranderen met Choviva, een chocolade-alternatief zonder cacaobonen. Het bedrijf werd in 2021 opgericht door broer en zus Sara en Maximilian Marquart.

Gemalen zonnebloempitten, haver en bietsuiker zijn de belangrijkste ingrediënten. Door fermentatie, roostering en verdere verwerking ontstaat een product met een smaak, textuur en smelteigenschappen die aan chocolade doen denken. Daarmee wil de onderneming voedingsproducenten een alternatief bieden voor traditionele chocolade.

Achter Choviva zit namelijk een bredere missie. Planet A Foods wil de voedingsindustrie minder afhankelijk maken van grondstoffen die kwetsbaar zijn voor klimaatverandering, schaarste en prijsschommelingen. Volgens het Münchense bedrijf heeft de melkvariant van Choviva een klimaatvoetafdruk van 2,8 kilo CO_2-equivalent per kilo product, tegenover 10,6 kilo voor conventionele melkchocolade. Op termijn wil de start-up met zijn technologie honderden miljoenen tonnen CO_2-uitstoot besparen ten opzichte van traditionele chocolade.

Planet A Foods richt zich vooral op de zakelijke markt. Het bedrijf levert Choviva aan producenten die het ingrediënt verwerken in bijvoorbeeld chocoladerepen, koekjes, muesli en andere zoetwaren. Zo wil het bedrijf zijn technologie via bestaande voedingsmerken op grote schaal bij consumenten krijgen. De ambities reiken inmiddels verder dan Duitsland. Choviva wordt verwerkt in tientallen producten in verschillende Europese landen. Ook het Nederlandse chocolademerk Hands Off gebruikt het ingrediënt in een aantal van zijn repen, die onder meer verkrijgbaar zijn bij Albert Heijn, Jumbo, Coop en Picnic.

Planet A Foods begeeft zich op een snelgroeiende markt. Volgens Allied Market Research bedroeg de wereldwijde markt voor plantaardige chocolade in 2022 ongeveer 586 miljoen dollar (507 miljoen Euro). In 2032 zou die markt kunnen groeien tot circa 2 miljard dollar. Voor Choviva cijfers om van te smullen. ◁



EIN AUTO FÜR FAST JEDEN KRAFTSTOFF

TEXT **HENDRIKE OOSTERHOF** FOTO **DARIAN DELRICH / ECO-RUNNER**

▷D Tanken, was gerade günstig, nachhaltig oder verfügbar ist: Genau das soll ein neuer Stadtwagen aus Delft möglich machen. Das 26-köpfige Eco-Runner-Team von der TU Delft entwickelt dafür einen Antrieb, der für verschiedene flüssige und gasförmige Kraftstoffe ausgelegt ist.

Der Schlüssel liegt im Motor. Statt eines klassischen Kolbenmotors setzen die Studierenden auf eine Mikrogasturbine. Dabei wird Luft zunächst komprimiert und vorgewärmt. Anschließend wird Kraftstoff eingespritzt und entzündet. Die heißen Gase treiben die Turbine an, deren Rotationsenergie ein Generator in Strom umwandelt. Der große Vorteil: Das System ist nicht auf eine einzige Kraftstoffart festgelegt.

Damit könnte der Fahrer später je nach Preis, Verfügbarkeit oder Umweltbilanz flexibel entscheiden, welchen Kraftstoff er tankt. Theoretisch wäre sogar ein Wechsel während der Fahrt möglich.

Im Juni 2026 machte das Projekt einen wichtigen Schritt. Bei Tests auf dem Twente Airport erzeugte die Mikrogasturbine Strom und wurde anschließend in das Fahrzeug integriert. Mitte Juni präsentierte das Team den Eco-Runner XVI außerdem auf dem Circuit Zandvoort.

Noch gibt es technische Herausforderungen. Vor allem hohe Temperaturen und der Wirkungsgrad stellen die Studierenden vor Aufgaben. Trotzdem zeigt das Projekt, wie flexible Antriebssysteme künftig dazu beitragen könnten, unabhängiger von einzelnen Energieträgern zu werden. ◁

studio piraat



Van werkplek naar sterk merk

Voor Igluu vertaalde Studio Piraat een nieuwe coworkspace-locatie en scherpe ambitie naar een warm, high-end merk. Van strategie en visuele identiteit tot website en signing. Alles vormt één herkenbare beleving. Zo helpt Studio Piraat merken in verandering hun kern te vinden en deze sterker en consistenter te maken, klaar voor groei.

Benieuwd hoe wij jouw merk kunnen versterken? **Bezoek onze website.**

studiopiraat.nl/diensten

Merkstrategie | Ontwerp | Digitaal

BATTERIJOPSLAG WORDT ONMISBARE SCHAKEL IN DE ENERGIETRANSITIE



Duitsland maakt een sterke groei door in batterijopslag. Hoewel thuisbatterijen nog altijd de markt domineren, komen er steeds meer installaties met een steeds hoger vermogen. Voor het elektriciteitssysteem zijn ze meer dan een buffer: ze helpen hernieuwbare energie te integreren, het elektriciteitsnet te stabiliseren en leveren stroom op het moment dat die nodig is.

TEKST **JANINE DAMM** FOTO **RWE**

Het is een weinig opvallende plek voor een kantelpunt in de Duitse energiesector: Leuna in Saksen-Anhalt. Daar heeft de Beierse Münch Gruppe een batterijopslag met een vermogen van 250 megawatt (MW) en een opslagcapaciteit van circa 500 megawattuur (MWh) aangesloten op het elektriciteitsnet. Overtollige stroom uit wind- en zonneparken wordt hier opgeslagen en zou omgerekend 125.000 huishoudens een dag van elektriciteit kunnen voorzien. Volgens Münch Energie is dit momenteel het grootste operationele batterijopslagcomplex van Duitsland. In de loop van dit jaar moet de totale capaciteit worden uitgebreid tot maximaal 800 MWh.

Ook RWE werkt aan het ontlasten van het elektriciteitsnet. In de voormalige dagbouwmijn Hambach verrijst een grootschalig batterijopslag. Op een drie hectare groot deel van het mijngebied bouwt RWE een installatie met een vermogen van 136 MW en een opslagcapaciteit van 470 MWh. Dit gebeurt naast bestaande installaties voor hernieuwbare energie. De ingebruikname staat gepland voor 2027. „De installatie kan onevenwichtigheden in het elektriciteitsnet binnen fracties van seconden opvangen. De locatie midden in de energieregio Rijnlands bruinkoolgebied biedt daarvoor ideale omstandigheden", zegt Nikolaus Valerius, CEO van RWE Generation. RWE bouwt momenteel naar eigen zeggen alleen al in Duitsland batterijopslag met een totaal vermogen van circa 1,7 gigawatt.

Leuna en Hambach zijn geen uitzonderingen. Eind maart 2026 waren in Duitsland circa 2,4 miljoen batterijopslagsystemen geïnstalleerd, met een totale capaciteit van 27,7 gigawattuur. Het grootste deel daarvan bestaat nog uit thuisbatterijen. Bij grootschalige opslag gaat het om heel andere dimensies. In Förderstedt bij Maagdenburg wordt een installatie gebouwd met circa 300 MW vermogen en een capaciteit van 716 MWh. In Gundremmingen staat een installatie van 400 MW gepland.

De reden voor de hausse ligt voor de hand: het Duitse elektriciteitssysteem wordt steeds afhankelijker van het weer. Zonne- en windparken produceren stroom wanneer de zon schijnt of de wind waait – niet noodzakelijk op het moment dat huishoudens en bedrijven die nodig hebben. Batterijen kunnen die kloof overbruggen: ze laden op wanneer er een stroomoverschot is en leveren energie terug wanneer de vraag toeneemt.

Daarmee vervullen ze meerdere functies tegelijk. Ze kunnen prijsschommelingen dempen, hernieuwbare stroom beter benutbaar maken en snel reageren op schommelingen in het net. Ze vervangen noch de uitbreiding van het elektriciteitsnet, noch centrales die nodig zijn tijdens periodes van meerdere dagen met weinig wind en zon. Voor de kortetermijnflexibiliteit van het elektriciteitssysteem zijn ze echter van grote waarde.

De trend is wereldwijd. Volgens het Internationaal Energieagentschap werd in 2025 wereldwijd 108 gigawatt aan nieuwe batterijopslagcapaciteit geïnstalleerd. Duitsland behoort in Europa tot de koplopers. De volgende stap in de energietransitie ziet er daarom mogelijk minder spectaculair uit dan een nieuw wind- of zonnepark. Misschien staat die in een container naast een voormalige elektriciteitscentrale – klaar om in actie te komen zodra het elektriciteitsnet daarom vraagt. ◀


NL

NIEDERLANDE SETZEN AUF SPRUNGINNOVATIONEN

TEXT **ANNE HÜNNINGHAUS** ILLUSTRATION **STUDIO PIRAAT**

Eine Innovationsagentur nach internationalen Vorbildern soll jetzt auch in den Niederlanden disruptive Innovationen ermöglichen. Statt Einzelprojekte zu fördern, bündelt die Regierung damit ihre Innovationspolitik auf Schwerpunkte wie Halbleiter, Gesundheit, Klima sowie Sicherheit und Verteidigung. Treiber ist der viel beachtete Report des ehemaligen ASML-Chefs Peter Wennink.

Missionsorientiert, schnell und effektiv: Was in den USA seit fast 70 Jahren mit der Forschungsagentur DARPA (Defense Advanced Research Projects Agency) verbunden wird, soll nun auch in den Niederlanden Schule machen. Die Regierung plant eine neue Innovationsagentur: die National Agency for Breakthrough Innovation (NABI). Als Weckruf gilt der im Dezember 2025 veröffentlichte Wennink-Report. Peter Wennink, langjähriger CEO des Chipmaschinenherstellers ASML, diagnostiziert darin eine Schieflage: Das niederländische System fördere vor allem inkrementelle Innovation, sei aber zu wenig auf technologische Durchbrüche ausgerichtet.

Hier soll NABI ansetzen und die Lücke zwischen Forschung und realem Markterfolg, das häufig zitierte „Valley of Death", schließen. Im Fokus stehen risikoreiche Projekte mit hohem Wirkungspotenzial, die für private Investoren oft noch zu unsicher sind. In Europa ist das kein Einzelfall: Deutschland setzt bereits seit 2019 mit SPRIND auf eine Bundesagentur für Sprunginnovationen, die ebenfalls High-Risk-Projekte fördert. Deren Direktor Rafael Laguna de la Vera begrüßt den Schritt der Niederlande und reiste bereits nach Den Haag, um eigene Best Practices zu präsentieren.

Marcel de Heide, Chefökonom beim niederländischen Forschungsinstitut TNO, sieht in NABI einen wichtigen Baustein für das Innovationssystem. Die Agentur könne helfen, „die Lücke zwischen Grundlagenforschung und Markt zu überbrücken, indem sie radikale technologische Durchbrüche unter hoher Unsicherheit anstößt." Als Beispiele nennt er Batterien aus heimischen Materialien und energieeffiziente KI-Halbleiter. Zugleich warnt de Heide vor praktischen Hürden: Der Aufbau könne Zeit brauchen, während Regularien, Zuständigkeiten und die Abgrenzung zu bestehenden Förderinstrumenten den Start verzögern könnten. Zudem fordert der Wennink-Report ein umfassenderes Maßnahmenpaket zur Steigerung der Produktivität.

Problematisch sind die Standortbedingungen: Hohe Energiekosten, Fachkräftemangel und strenge Umweltauflagen erschweren Investitionen und begünstigen etablierte Unternehmen. Das mache radikale Erneuerung schwieriger.

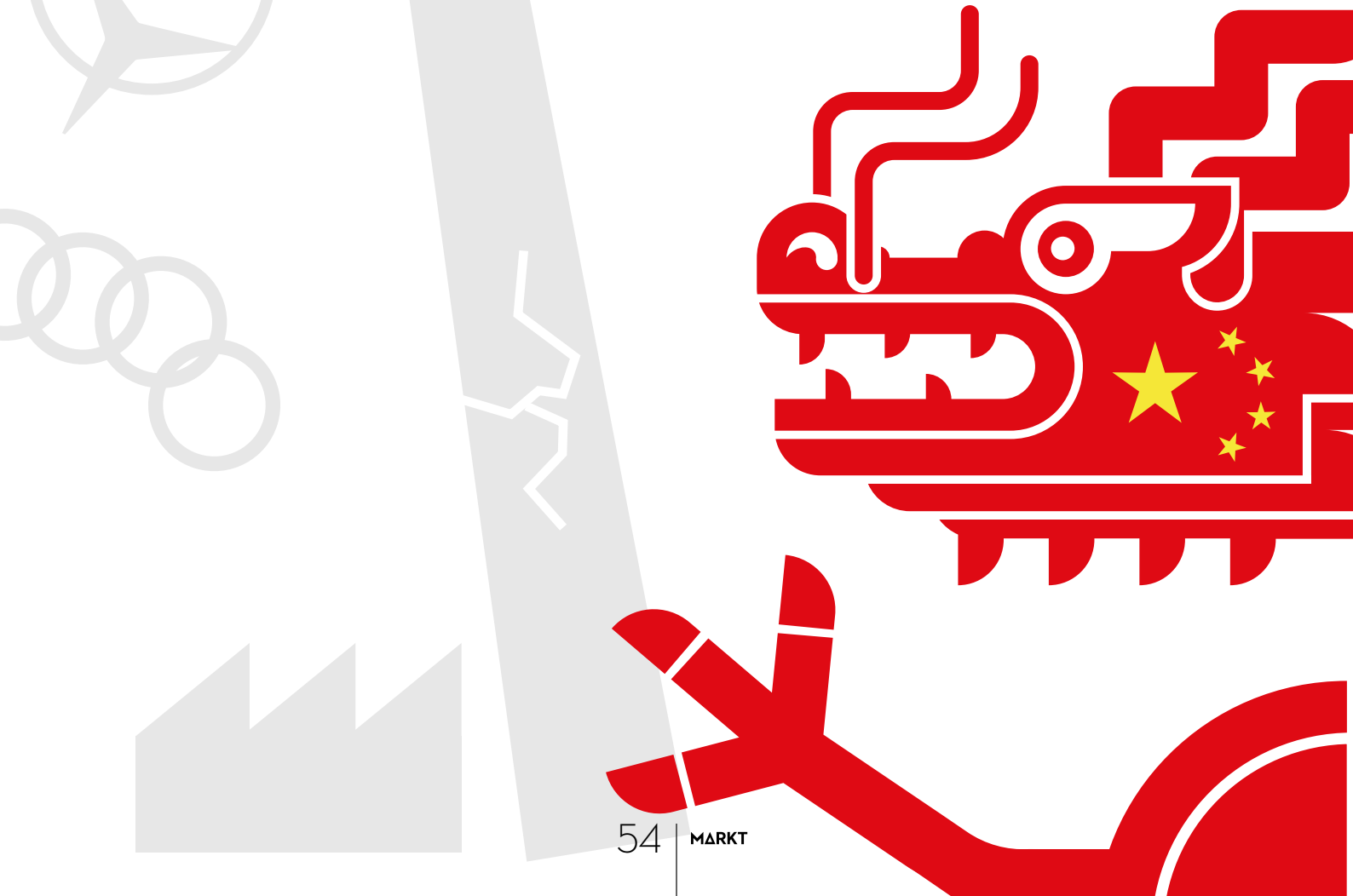
Neben einer Innovationsagentur empfiehlt Wennink eine staatliche Investitionsbank, um privates Kapital für Zukunftstechnologien zu mobilisieren. Die Regierung hat diesen Vorschlag aufgegriffen. Ob daraus ein Standortvorteil entsteht, hängt nun von Tempo, Prioritäten und Umsetzung der Reformen ab. Gelingt dies, könnte NABI zu einem Hebel für Wachstum und technologische Souveränität werden. ◁

VERNETZTE SOUVERÄNITÄT:

EUROPAS ANTWORT AUF CHINA UND DIE USA

VERBONDEN SOEVEREINITEIT

HET ANTWOORD VAN EUROPA OP CHINA EN DE VS



Die Weltwirtschaft verändert sich grundlegend. China und die USA verfolgen zunehmend eine Politik, die wirtschaftliche Beziehungen als Nullsummenspiel begreift: Was der eine gewinnt, verliert der andere. Für Europa ist das eine Herausforderung – denn unser Wohlstand beruht auf einer anderen Idee: der sozialen Marktwirtschaft und der Überzeugung, dass Kooperation für alle Seiten Vorteile schaffen kann. Wir müssen uns deshalb von einer naiven Globalisierung weiterentwickeln – zu vernetzter Souveränität.

De wereldeconomie ondergaat ingrijpende veranderingen. China en de VS voeren in toenemende mate een beleid waarin economische betrekkingen worden gezien als een nulsomspel: wat de een wint, verliest de ander. Voor Europa is dat een uitdaging – onze welvaart is namelijk gebaseerd op een ander idee: de sociale markteconomie en de overtuiging dat samenwerking voordelen kan opleveren voor alle partijen. We dienen daarom verder te evolueren van een naïeve globalisering – naar verbonden soevereiniteit.

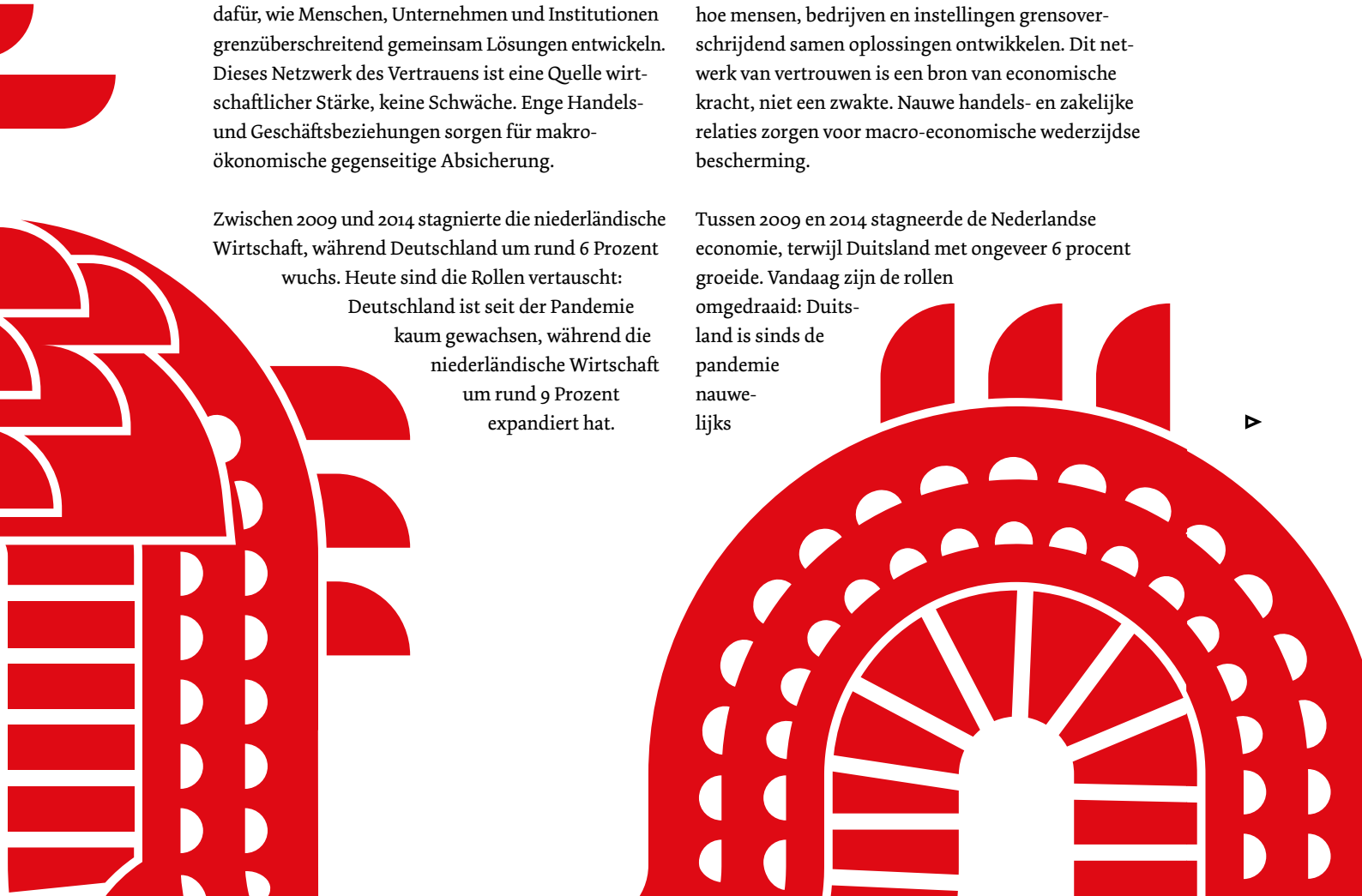
TEXT/TEKST **SANDER TORDOIR** ILLUSTRATION **STUDIO PIRAAT**

D Wer von Rotterdam nach Rostock oder von Brabant nach Bayern fliegt, sieht Tausende Beispiele dafür, wie Menschen, Unternehmen und Institutionen grenzüberschreitend gemeinsam Lösungen entwickeln. Dieses Netzwerk des Vertrauens ist eine Quelle wirtschaftlicher Stärke, keine Schwäche. Enge Handels- und Geschäftsbeziehungen sorgen für makroökonomische gegenseitige Absicherung.

Zwischen 2009 und 2014 stagnierte die niederländische Wirtschaft, während Deutschland um rund 6 Prozent wuchs. Heute sind die Rollen vertauscht: Deutschland ist seit der Pandemie kaum gewachsen, während die niederländische Wirtschaft um rund 9 Prozent expandiert hat.

NL Wie van Rotterdam naar Rostock of van Brabant naar Beieren vliegt, ziet duizenden voorbeelden van hoe mensen, bedrijven en instellingen grensoverschrijdend samen oplossingen ontwikkelen. Dit netwerk van vertrouwen is een bron van economische kracht, niet een zwakte. Nauwe handels- en zakelijke relaties zorgen voor macro-economische wederzijdse bescherming.

Tussen 2009 en 2014 stagneerde de Nederlandse economie, terwijl Duitsland met ongeveer 6 procent groeide. Vandaag zijn de rollen omgedraaid: Duitsland is sinds de pandemie nauwelijks



ASML ist ein Beispiel für erfolgreiche grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Das Unternehmen wird häufig als niederländisches Unternehmen bezeichnet. Tatsächlich ist es das Produkt eines europäischen Ökosystems mit rund 5.000 Zulieferern, viele davon aus Deutschland, darunter Trumpf und Zeiss.

Doch Europa hat sich wirtschaftlich zu stark mit Teilen der Welt verflochten, die uns heute feindlich gegenüberstehen. Unsere sicherheits- und technologiepolitische Abhängigkeit von den USA hat uns gezwungen, einen zutiefst unausgewogenen Handelsdeal in Turnberry zu akzeptieren. Noch bedrohlicher ist Chinas Industrie- und Handelskriegspolitik gegenüber Europa und insbesondere Deutschland. China setzt auf ein Wirtschaftsmodell, das auf einer schwachen Binnennachfrage und einer stetig wachsenden industriellen Kapazität beruht. Das Ergebnis ist exportgetriebenes Wachstum zulasten der Handelspartner – unterstützt durch Subventionen von rund 800 Milliarden Euro jährlich und einen um etwa 20 Prozent unterbewerteten Wechselkurs. Das Ergebnis: Das Exportvolumen ist um 40 Prozent gestiegen, während die Importe stagnieren. Deutschland hat dadurch seit 2023 Nettoexporte im Umfang von 3 Prozent des BIP verloren. Das ist ein erheblicher Schock.

Industrielle Erneuerung ist nötig und möglich

Dabei ist die Industrieproduktion eine zentrale Quelle europäischer Stärke. Und sie ist es wert, verteidigt zu werden. Unter Führung Deutschlands produziert Europa mehr Stahl, Fahrzeuge, Schiffe und zivile Flugzeuge als die USA. Im Schnitt entfallen 16,4 Prozent der Bruttowertschöpfung der EU auf das verarbeitende Gewerbe, gegenüber 11 Prozent in den USA. Der europäische Industriesektor beschäftigt 30 Millionen Menschen, in den USA sind es nur 13 Millionen.



Rheinmetall produziert inzwischen mehr Artilleriegeschosse als die Vereinigten Staaten. Und Europa besitzt globale Stärken in Pharmaindustrie, Automobilbau, Clean Tech, Luftfahrt und Maschinenbau – auch im Wettbewerb mit staatlich unterstützten chinesischen Konkurrenten. Doch Europa muss bei Chipdesign, Unternehmenssoftware und Künstlicher Intelligenz dringend aufholen.

Und es besteht die reale Gefahr, dass ein großer Teil der europäischen Automobil-, Maschinenbau- und Chemieproduktion nach China verlagert wird. Um dies zu verhindern, muss Europa seinen Binnenmarkt durch handelspolitische Schutzmaßnahmen verteidigen – und damit Zeit für eine Erneuerung gewinnen.

Brabant zeigt, dass das möglich ist. Nachdem Philips seine Belegschaft seit 1990 von 400.000 auf 100.000 Beschäftigte reduziert hatte, bewahrte die Region ihre Kompetenz in Optik, Maschinenbau und Halbleitern. Diese Fähigkeiten verbanden sich neu und bildeten die Grundlage für ein weltweit führendes Semicon-Cluster. Der niederländische Staat unterstützte diesen Prozess und finanzierte in den Anfangsjahren rund die Hälfte des F&E-Budgets von ASML.

Auch München zeigt, wie enge Verbindungen zwischen Hochschulen, Unternehmen und Kapital Innovation fördern können. Beispiele hierfür sind Unternehmer-TUM, Start2 Group und BayStartUP. Nationale Reformen wie ein Rentensystem nach niederländischem Vorbild könnten einen deutlich größeren Pool an Risikokapital schaffen – und somit mehr Kapital für Innovation und industrielle Erneuerung.

Vertiefte Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Partnern

Anders als die USA und China, die versuchen, möglichst alles im eigenen Land anzusiedeln, kann Europa auf vernetzte Souveränität setzen. Wir können strategische Verwundbarkeiten reduzieren und gleichzeitig die Zusammenarbeit zwischen vertrauenswürdigen Partnern vertiefen. Wie könnte vernetzte Souveränität in der Praxis aussehen?



NL

gegroeid, terwijl de Nederlandse economie met ongeveer 9 procent groeide. ASML is een voorbeeld van succesvolle grensoverschrijdende samenwerking. Het bedrijf wordt vaak aangeduid als een Nederlands bedrijf. In feite is het het product van een Europees ecosysteem met zo'n 5.000 toeleveranciers, waarvan vele uit Duitsland, waaronder Trumpf en Zeiss.

Maar Europa is economisch te sterk verweven geraakt met delen van de wereld die ons vandaag de dag vijandig gezind zijn. Onze afhankelijkheid van de VS op het gebied van veiligheids- en technologiebeleid heeft ons gedwongen om in het Schotse Turnberry een uiterst onevenwichtige handelsovereenkomst te accepteren. Nog bedreigender is het industriële en handelsbeleid van China ten opzichte van Europa en met name Duitsland. China zet in op een economisch model dat berust op een zwakke binnenlandse vraag en een gestaag groeiende industriële capaciteit. Het resultaat is exportgedreven groei ten koste van handelspartners – ondersteund door subsidies van ongeveer 800 miljard euro per jaar en een wisselkoers die met ongeveer 20 procent ondergewaardeerd is. Het gevolg: het exportvolume is met 40 procent gestegen, terwijl de import stagneert. Daardoor heeft Duitsland sinds 2023 netto-export ter waarde van drie procent van het bbp verloren. Dat is een aanzienlijke schok.

Industriële vernieuwing is noodzakelijk en mogelijk

Toch is de industriële productie een centrale bron van Europese kracht. En die is het waard om verdedigd te worden. Onder leiding van Duitsland produceert Europa meer staal, voertuigen, schepen en civiele vliegtuigen dan de VS. Gemiddeld is 16,4 procent van de bruto toegevoegde waarde van de EU afkomstig uit de verwerkende industrie, tegenover 11 procent in de VS. De Europese industriesector biedt werk aan 30 miljoen mensen, in de VS zijn dat er slechts 13 miljoen.

Rheinmetall produceert inmiddels meer artilleriegranaten dan de Verenigde Staten. En Europa beschikt over mondiale sterke punten in de farmaceutische industrie, de automobielindustrie, cleantech, de luchtvaart en de machinebouw – ook in de concurrentiestrijd met door de staat gesteunde Chinese concurrenten. Maar Europa moet dringend een inhaalslag maken op het gebied van chipontwerp, bedrijfssoftware en kunstmatige intelligentie.

En er bestaat een reëel gevaar dat een groot deel van de Europese productie in de automobiel-, machinebouw- en chemiesector naar China wordt verplaatst. Om dit te voorkomen, moet Europa zijn interne markt verdedigen met handelsbeschermende maatregelen – en zo tijd winnen voor vernieuwing.

Brabant laat zien dat dit mogelijk is. Nadat Philips zijn personeelsbestand sinds 1990 had teruggebracht van 400.000 naar 100.000 werknemers, behield de regio haar expertise op het gebied van optica, machinebouw en halfgeleiders. Deze vaardigheden werden op een nieuwe manier gecombineerd en vormden de basis voor een wereldwijd toonaangevend halfgeleidercluster. De Nederlandse staat ondersteunde dit proces en financierde in de beginjaren ongeveer de helft van het O&O-budget van ASML.

Ook München laat zien hoe nauwe banden tussen universiteiten, bedrijven en kapitaal innovatie kunnen stimuleren, zoals blijkt uit UnternehmerTUM, Start2 Group en BayStartUP. Nationale hervormingen,

Erstens: Deutschland und die Niederlande können die europäische Aufrüstung vorantreiben. Beide gehören zu den fiskalisch stärksten Ländern Europas. Europa ist auf dem Weg, bis 2027 ebenso viel für militärische Ausrüstung auszugeben wie die USA heute. Aber: Die gemeinsame Beschaffung bleibt ein Problem. In Europa gibt es 122 verschiedene Waffensysteme, in den USA nur 22.

Zweitens: Wir müssen die Widerstandsfähigkeit der Halbleiterindustrie stärken. Chiptests und Packaging von Nexperia sollten in Europa oder zumindest bei vertrauenswürdigen Partnern angesiedelt werden. Wir müssen Automobil- und Power-Chips schützen und gleichzeitig unsere Position bei Halbleitermaschinen weiter ausbauen, um dort strategisch unverzichtbar zu bleiben. Zum Vergleich: Der US Chips Act umfasst 80 Milliarden Dollar an direkten Subventionen und weitere 200 Milliarden Dollar an Forschungsförderung.

Drittens: Europa bleibt – anders als China und die USA – offen. Freihandelsabkommen mit Indien, Mercosur und Australien können geschlossen und durch Verteidigungspartnerschaften ergänzt werden. Denn Kooperation bleibt eine der größten Stärken Europas.

Die entscheidende Frage lautet: Wie können wir in Europa die Risiken strategischer Abhängigkeiten reduzieren, ohne unsere Glaubwürdigkeit als Verfechter des offenen Handels und der Vorteile offener Märkte zu untergraben? ◅

Sander_Tordoir



© ANTHONY UPTON

Sander Tordoir ist seit 2022 Chefökonom des preisgekrönten Thinktanks Centre for European Reform (CER) mit Büros in London, Brüssel und Berlin. Zuletzt sorgte sein viel beachteter Brief an Bundeskanzler Friedrich Merz zur deutschen und europäischen Wirtschaftspolitik gegenüber China für Aufmerksamkeit in Medien und Öffentlichkeit. Tordoir warnte darin vor einem „China-Schock 2.0", der die deutschen Schlüsselbranchen Autoindustrie, Maschinenbau und Chemie mit aller Wucht trifft.
Zu Tordoirs Schwerpunkten beim CER zählen die Geld- und Fiskalpolitik der Eurozone, die Wirtschafts- und Währungsunion, die europäische Integration sowie die Rolle Deutschlands in der EU. Der gebürtige Niederländer studierte Wirtschaftswissenschaften und Politik am Amsterdam University College, absolvierte als Fulbright-Stipendiat einen Masterabschluss in Internationaler Politischer Ökonomie an der Columbia University und war in der Vergangenheit u.a. beim Internationalen Währungsfonds (IWF), bei der Europäischen Zentralbank und bei der Weltbank tätig. Seine Analysen wurden bereits von u.a. Financial Times, The Economist und The New Statesman aufgegriffen. Zudem ist er ein gefragter Gast in Radio- und Podcast-Formaten wie The Eurofile, Ronzheimer und BNR.

▷NL

zoals een pensioenstelsel naar Nederlands voorbeeld, zouden een aanzienlijk grotere pool aan risicokapitaal kunnen creëren – en daarmee meer kapitaal voor innovatie en industriële vernieuwing.

Verdiepte samenwerking met betrouwbare partners

In tegenstelling tot de VS en China, die proberen zoveel mogelijk in eigen land te vestigen, kan Europa inzetten op verbindende soevereiniteit. We kunnen strategische kwetsbaarheden verminderen en tegelijkertijd de samenwerking tussen betrouwbare partners verdiepen. Hoe zou deze soevereiniteit er in de praktijk uit kunnen zien?

Ten eerste: Duitsland en Nederland kunnen de Europese bewapening stimuleren. Beide landen behoren tot de fiscaal sterkste landen van Europa. Europa is op weg om tegen 2027 evenveel aan militaire uitrusting uit te geven als de VS nu doet. Gezamenlijke inkoop blijft echter een probleem. In Europa zijn er 122 verschillende wapensystemen, in de VS slechts 22.

Ten tweede: we moeten de veerkracht van de halfgeleiderindustrie versterken. Het testen en verpakken van chips door Nexperia zou in Europa moeten plaatsvinden, of op zijn minst bij betrouwbare partners. We moeten auto- en vermogenschips beschermen en tegelijkertijd onze positie op het gebied van halfgeleidermachines verder uitbouwen om daar strategisch onmisbaar te blijven. Ter vergelijking: de Amerikaanse Chips Act omvat 80 miljard dollar aan directe subsidies en nog eens 200 miljard dollar aan onderzoekssteun.

Ten derde: Europa blijft – in tegenstelling tot China en de VS – open. Er kunnen vrijhandelsovereenkomsten worden gesloten met India, Mercosur en Australië, aangevuld met defensiepartnerschappen. Samenwerking blijft immers een van de grootste sterke punten van Europa.

De cruciale vraag luidt: hoe kunnen we in Europa de risico's van strategische afhankelijkheden verminderen zonder onze geloofwaardigheid als voorvechter van open handel en de voordelen van open markten te ondermijnen? ◁

Sander Tordoir is sinds 2022 hoofdeconoom van het bekroonde Centre for European Reform met kantoren in Londen, Brussel en Berlijn. Zijn expertise omvat onder meer het monetaire en fiscale beleid van de eurozone, de Economische en Monetaire Unie, Europese integratie en de rol van Duitsland in de EU. Daarvoor was Tordoir onder meer adviseur van de ECB-vertegenwoordiger bij het Internationaal Monetair Fonds en econoom bij de Europese Centrale Bank. Daarnaast werd hij als expert gedetacheerd bij het Duitse ministerie van Financiën en was hij werkzaam als adviseur bij de Wereldbank. Onlangs trok zijn veelbesproken brief aan bondskanselier Friedrich Merz over het Duitse en Europese economische beleid ten aanzien van China de aandacht van de media en het grote publiek. Tordoir waarschuwde voor een „China-schok 2.0", die de Duitse sleutelsectoren – de auto-industrie, de machinebouw en de chemische industrie – met volle kracht zou treffen.
Tordoir studeerde economie en politicologie aan het Amsterdam University College en behaalde als Fulbright-student een master in International Political Economy aan Columbia University. Zijn analyses zijn onder meer verschenen in de Financial Times, The Economist en The New Statesman. Daarnaast is hij een veel gevraagde gast in radio- en podcastprogramma's zoals The Eurofile, Rondzheimer en BNR.



DIE COOLE BRAND EEN MERK

TEXT/TEKST **JASMIN OBERDORFER** FOTO **COOLBLUE**

Coolblue will Deutschland zum stärksten Markt machen und investiert dafür mehr als 150 Millionen Euro. Urs Möller, Country Manager Germany, steuert den Expansionskurs und stellt dabei die Kunden in den Mittelpunkt.

Duitsland moet de grootste markt van Coolblue worden – om die reden investeert Coolblue meer dan 150 miljoen euro bij onze oosterburen. Urs Möller, Country Manager Germany, stuurt het expansiebeleid aan en stelt daarbij de klant centraal.

▷D Aus zwei Gründen reizt es Urs Möller, die Marke Coolblue in einem neuen Markt aufzubauen. Erstens, weil die Arbeit sehr abwechslungsreich ist. Zweitens treibt ihn die Chance an: „Mit Coolblue kann ich ein kundenzentriertes Konzept in Deutschland zum Standard machen und einen Markt nachhaltig verändern." Beides sorge dafür, dass er jeden Arbeitstag mit einem Lächeln startet.

Seit Mitte 2024 leitet Möller als Country Manager Germany das Deutschlandgeschäft des Elektronik- und Haushaltsgerätehändlers Coolblue. Zu diesem Zeitpunkt entschied das 1999 in Rotterdam gegründete Unternehmen, seine Aktivitäten in Deutschland weiter zu intensivieren. Mit Erfolg: Heute betreibt Coolblue deutschlandweit neun Filialen – zuletzt kamen Berlin und Leipzig hinzu – sowie acht Depots. Von dort aus erreicht das Unternehmen mehr als 43 Millionen Menschen in Deutschland mit eigenem Liefer- und Installationsservice ab dem nächsten Tag. Bis 2029 will Coolblue Deutschland zum umsatzstärksten

▷NL Möllers beweegredenen om Coolblue in een nieuwe markt op te bouwen zijn tweeledig. Ten eerste omdat het werk zeer afwisselend is. Ten tweede ziet hij kansen: „Met Coolblue kan ik een klantgericht concept in Duitsland tot de norm maken en een markt duurzaam veranderen." Beide zorgen ervoor dat hij elke werkdag met een glimlach begint.

Sinds medio 2024 leidt Möller als Country Manager Germany de Duitse activiteiten van Coolblue, de verkoper van elektronica en huishoudelijke apparaten. Op dat moment besloot het in 1999 in Rotterdam opgerichte bedrijf zijn activiteiten in Duitsland verder te intensiveren. Met succes: inmiddels heeft Coolblue in heel Duitsland negen winkels – recentelijk zijn Berlijn en Leipzig erbij gekomen – en acht distributiecentra. Van daaruit bereikt het bedrijf meer dan 43 miljoen mensen in Duitsland met een eigen bezorg- en installatieservice vanaf de volgende dag. Coolblue wil dat Duitsland uiterlijk in 2029 zijn grootste markt qua omzet is en wil er tot 38 filialen te openen. Het Nederlandse bedrijf is ▷



MIT REICHLICH KONFETTI ERÖFFNETEN URS MÖLLER, COUNTRY MANAGER GERMANY, UND DAS STANDORTTEAM IN LEIPZIG IM JUNI 2026 DEN NEUNTEN COOLBLUESTORE IN DEUTSCHLAND. SPÄTER IM JAHR SOLL DRESDEN FOLGEN. / MET VEEL CONFETTI OPENDEN URS MÖLLER, COUNTRY MANAGER GERMANY, EN HET TEAM IN LEIPZIG IN JUNI 2026 DE NEGENDE COOLBLUE-WINKEL IN DUITSLAND. LATER DIT JAAR VOLGT DRESDEN.

▷D Markt machen und bis zu 38 Filialen eröffnen. Dabei befinden sich die Niederländer auf einem guten Weg: 2025 steigerte das Unternehmen den Deutschlandumsatz um 30 Prozent auf 307 Millionen Euro; insgesamt lag der Umsatz bei 2,56 Milliarden Euro. Zudem liegt der Net Promoter Score in Deutschland bei 84 – nicht nur ein Wert, sondern auch ein deutlicher Beleg für die hohe Kundenzufriedenheit und die Bereitschaft, die Marke weiterzuempfehlen.

Das gelingt laut Möller, der zuvor bei Capgemini, PwC und der Obi-Gruppe tätig war, weil Coolblue integrierte Customer Journeys bietet. Über alle Kanäle, online wie offline, sorgt das Team für ein stimmiges Einkaufserlebnis. In den Filialen gibt es kostenlose Getränke, an der Willkommenssäule im Eingangsbereich lässt sich Beratung anfordern und wer nur schnell etwas abholen möchte, nutzt die Paketwand. In der App zeigt der VR-Modus, wie groß der ausgewählte Fernseher an der Wohnzimmerwand wirkt, und bei Lieferungen kündigen sich die Mitarbeiter 15 Minuten vorher telefonisch an.

Gerade im Lieferservice zeigen sich länderspezifische Besonderheiten: In den Niederlanden lassen die Fahrer die Verpackung von Waschmaschinen oder Kühlschränken im Lieferwagen. In Deutschland kam das nicht gut an. „Coolblue ist hier noch weniger bekannt, manche zweifelten, ob es Originalware sei“, berichtet Möller. Also liefern die Teams in Deutschland wieder im Karton.

Auch in der Unternehmensführung gibt es Unterschiede. „In niederländischen Unternehmen entwickelt man ein festes Ziel, passt den Weg dahin aber immer wieder flexibel und schnell an. Diese Agilität findet sich in deutschen Unternehmen bislang noch selten“, berichtet Möller. Coolblue orientiert sich klar am niederländischen Modell und testet neue Ideen schnell im Markt. Die Neueste: In drei deutschen Innenstädten liefert ein Fahrradkurier kleine Bestellungen wie Kabel oder Laptops. Das erste Feedback dazu fällt gut aus, sagt Möller. Und viele finden: Fahrräder – das ist typisch niederländisch. ◀

▷NL daarbij goed op weg: in 2025 steeg de omzet in Duitsland met 30 procent tot 307 miljoen euro; de totale omzet bedroeg 2,56 miljard euro. Bovendien bedraagt de Net Promoter Score in Duitsland 84. Een waarde waarop de strategie is gebaseerd: tevreden klanten komen terug en bevelen het merk aan bij anderen.

Volgens Möller, die eerder bij Capgemini, PwC en de Obi-groep werkte, lukt dat omdat Coolblue een geïntegreerde klantreis biedt. Via alle kanalen, zowel online als offline, zorgt het team voor een samenhangende winkelervaring. In de winkels zijn er gratis drankjes, bij de welkomstbalie kun je advies vragen en wie alleen even snel iets wil ophalen, maakt gebruik van de pakketwand. In de app laat de VR-modus zien hoe groot de geselecteerde tv aan de woonkamermuur overkomt, en bij bezorgingen melden de medewerkers zich 15 minuten van tevoren telefonisch aan.

Juist bij de bezorgservice komen landspecifieke bijzonderheden naar voren: in Nederland laten de chauffeurs de verpakking van wasmachines of koelkasten in de bestelwagen achter. In Duitsland viel dat niet in goede aarde. „Coolblue is hier nog minder bekend; sommigen twijfelden of het wel originele producten waren“, vertelt Möller. Daarom bezorgen de teams in Duitsland in kartonnen dozen.

Ook in het bedrijfsmanagement zijn er verschillen. „In Nederlandse bedrijven stel je een doel vast, maar pas je de weg ernaartoe steeds weer flexibel en snel aan. Deze wendbaarheid kom je in Duitse bedrijven tot nu toe nog zelden tegen“, vertelt Möller. Coolblue richt zich duidelijk op het Nederlandse model en test nieuwe ideeën snel in de markt. De meest recente: in drie Duitse stadscentra bezorgt een fietskoerier kleine bestellingen zoals kabels of laptops. De eerste reacties hierop zijn positief, zegt Möller. En velen vinden: fietsen – dat is typisch Nederlands. ◀

▷D Tennet bekommt einen neuen CEO: **FRANS EVERTS** übernimmt zum 1. November die turnusgemäße Nachfolge von **MANON VAN BEEK**. Everts kommt von Shell, wo er mehr als 37 Jahre Erfahrung im internationalen Energieumfeld gesammelt hat und seit April 2023 Vorstandsvorsitzender von Shell Niederlande war. Sein Nachfolger bei Shell ist seit 1. September **THOMAS DE BOER**, der seit 2001 für Shell arbeitet, zuletzt als Verantwortlicher für das Biogas-Geschäft.

COEN VAN OOSTROM ist seit Mai neuer Vorsitzender des Unternehmensverbands VNO-NCW. Van Oostrom tritt die Nachfolge von **INGRID THIJSSEN** an, die seit März Verwaltungsratsvorsitzende der TU Delft ist. Auch in der VNO-NCW-Geschäftsführung gibt es einen Wechsel: **FOCCO VIJSELAAR** ist seit September Partner bei FGS Global und hat den Verband nach drei Jahren verlassen.

Wechsel an der Spitze des niederländischen Unternehmerverbands für Handel und Logistik Evofenedex: **FONS SCHOOTSTRA** tritt die Nachfolge von Bart Jan Koopman als Geschäftsführer an, der im April nach mehr als zehn Jahren an der Spitze des Verbandes in den Ruhestand ging.

KAREN VAN DEN BOOM ist die neue Geschäftsführerin für die Niederlande bei der International Workplace Group (IWG). Zuvor war sie drei Jahre lang als Chief Operating Officer bei dem Mobilitätsunternehmen Sharing Group tätig.

Wechsel in der Geschäftsführung bei Trumpf Niederlande. **TOBIAS REUTHER** übernimmt das Ruder von Menko Eisma. Reuther ist bereits seit 18 Jahren im Unternehmen tätig und hat umfangreiche internationale Erfahrung gesammelt, unter anderem im Produktmanagement.

JACCO VONHOF, fast acht Jahre Vorsitzender von MKB-Nederland, wird neuer Vorsitzender von Deltalinqs, dem Verband für Unternehmen im Rotterdamer Hafengebiet. Seine Nachfolge bei der Unternehmerorganisation übernimmt **MARIJKE VUIK**, die derzeitige Vorsitzende von Koninklijke Horeca Nederland.

Lidl Niederlande stärkt seine Geschäftsführung mit zwei Deutschen. **SEBASTIAN GÜNTHER** hat zum 1. Juli die Position des Chief Merchandising Officer übernommen und folgt auf **SRDAN MARKOV**. **JANA OELLERKING** verstärkt die Geschäftsführung als zweite Chief Operating Officer an der Seite von **BERT RUIJS**. Beide wechseln aus der internationalen Lidl-Zentrale in ihre neuen Funktionen und bringen langjährige internationale Erfahrung in den Bereichen Einkauf bzw. Operations mit.

▷NL **ROLAND BOEKHOUT**, CEO van ASN Bank, is de nieuwe voorzitter van de Duits-Nederlandse Handelskamer. Tijdens de ledenvergadering op 25 juni op Slot Zeist nam hij de voorzittershamer over van Eva van Pelt, die de functie de afgelopen drie jaar vervulde.

Tijdens de DNHK-ledenvergadering in juni traden tevens vijf nieuwe leden toe tot het bestuur: **THORSTEN BLUMENSCHEIN**, Senior Vice President of Procurement bij ASML, expert op het gebied van halfgeleidertechnologie en wereldwijde toeleveringsketens in de hightech-industrie; **CLAUDIA MAX**, CEO van Allianz Benelux, expert op het gebied van internationaal risico- en verzekeringsbeheer; **DR. MARCO RICHRATH**, Chief Operating Officer bij ThyssenKrupp Steel, verantwoordelijk voor industriële transformatie en decarbonisatie van de staalproductie; **MARA RIRIASSA**, Managing Director van Max Bögl Nederland, focus op infrastructuurinnovatie en digitalisering in de bouwsector; en **MARINUS TABAK**, Chief Operating Officer bij RWE Generation, drijvende kracht achter de energietransitie en de uitbreiding van hernieuwbare energie.

Nederland heeft een nieuwe Duitse ambassadeur. **TANIA VON USLAR-GLEICHEN** overhandigde op 8 juli haar geloofsbrieven aan koning Willem-Alexander. Von Uslar-Gleichen volgt daarmee ambassadeur Nikolaus Meyer-Landrut op. De nieuwe ambassadeur werkt al sinds 1993 voor het Duitse ministerie van Buitenlandse Zaken in verschillende functies. De laatste jaren werkte ze als *Beauftragte für Völkerrecht* en sinds 2022 leidde ze de juridische afdeling van het ministerie.



SHARING WIRD STANDARD IS DE NORM

TEXT/TEKST **SINA HOFFMANN**

Die International Workplace Group (IWG) setzt in den Niederlanden mit Karen van den Boom auf eine Managerin, die die Sharing Economy kennt – und den Wachstumskurs von IWG weiter vorantreibt.

De International Workplace Group (IWG) in Nederland kiest met Karen van den Boom voor een manager met ruime ervaring in de deeleconomie, die de groeikoers van IWG verder moet versnellen.

▷D Ob Carsharing oder Coworking – die Niederlande sind Vorreiter, wenn es um geteilte Nutzung geht. Auch hybride Arbeitsmodelle gehören hier zum Alltag, der Global Remote Work Index führt das Land regelmäßig auf den vorderen Plätzen. Als einer der weltweit führenden Anbieter für flexible Bürolösungen unterstützt die International Workplace Group Unternehmen dabei, hybrid und flexibel zu arbeiten. Für das Geschäft in den Niederlanden ist seit April 2026 Karen van den Boom verantwortlich.

Die Niederländerin bringt langjährige Erfahrung mit, wenn es um Skalierung von Plattformunternehmen und neue Preismodelle geht. Als CEO von Sixt Benelux stellte sie das Geschäft Richtung Sharing Economy um: Sie entwickelte flexible Auto-Abo- und Carsharing-Modelle und setzte auf datengetriebene Preissteuerung. Bei der The Sharing Group, einer Holding für Unternehmen aus Technologie, Energie und Mobilität, trieb sie anschließend als COO das Wachstum mehrerer Plattformen voran und richtete Einkaufs- und Vertriebsprozesse so aus, dass sie schneller skalieren konnten.

▷NL Of het nu gaat om car sharing of coworking – Nederland loopt voorop als het gaat om gedeeld gebruik. Ook hybride werkmodellen behoren tot de dagelijkse praktijk; in de Global Remote Work Index staat Nederland regelmatig in de top. Als een van 's werelds toonaangevende aanbieders van flexibele kantooroplossingen ondersteunt de International Workplace Group bedrijven bij het invoeren van hybride en flexibel werken. Sinds april 2026 is Karen van den Boom verantwoordelijk voor de activiteiten in Nederland.

De Nederlandse heeft jarenlange ervaring op het gebied van het opschalen van platformbedrijven en nieuwe prijsmodellen. Als CEO van Sixt Benelux verschoof ze de koers nadrukkelijk richting de deeleconomie: ze ontwikkelde flexibele auto-abonnementen en car sharing modellen en zette in op datagestuurde prijsbepaling. Bij The Sharing Group, een holding voor bedrijven in de technologie-, energie- en mobiliteitssector, stimuleerde ze vervolgens als COO de groei van verschillende platforms en richtte ze inkoop- en verkoopprocessen zo in dat ze sneller konden opschalen. ▷

D Mit dem Schritt zu IWG überträgt sie die Sharing-Logik nun auf die Arbeitswelt. Das Konzept: Statt Mietverträge zu unterschreiben, nutzen Unternehmen ein bestehendes Netzwerk an flexiblen Arbeitsorten. Das senkt Kosten und macht Arbeitgeber für Fachkräfte attraktiver. Laut IWG-Studien berichten neun von zehn Führungskräften, dass hybride Modelle ihre Kosten deutlich senken, rund 70 Prozent sehen eine höhere Zufriedenheit in ihren Teams.

Kein Wunder also, dass das Modell so erfolgreich ist: Die IWG, Muttergesellschaft von Büromarken wie Regus, Spaces, HQ und Signature, betreibt inzwischen mehr als 5.000 Standorte in über 120 Ländern. 2025 war ein Rekordjahr: 1.132 neue Standortvereinbarungen und 782 neu eröffnete Standorte zeigen, wie stark die Nachfrage nach hybridem Arbeiten wächst. In den Niederlanden betreibt IWG derzeit rund 110 Standorte. Das Angebot passt gut zum Markt: Eine leistungsfähige digitale Infrastruktur, etablierte Teilzeit- und Homeoffice-Regelungen und eine Arbeitskultur, die stark auf Work-Life-Balance und Eigenverantwortung setzt.

Als Vorstandsmitglied der Deutsch-Niederländischen Handelskammer (DNHK) beobachtet Van den Boom auch den deutschen Markt – dort setzten Unternehmen lange stark auf Präsenz, doch inzwischen beschleunigt sich der Trend zu Coworking und hybriden Modellen deutlich. Die Zahl der Coworking-Spaces hat sich seit 2018 mehr als versechsfacht, inzwischen gibt es über 1.800 solcher Arbeitsorte. Vor allem mittelständische Unternehmen und Konzerne nutzen sie, um Beschäftigten wohnortnahe Arbeitsplätze zu bieten.

In ihrer Rolle als CEO konzentriert sich Van den Boom darauf, das Netzwerk in den Niederlanden weiter zu verdichten. Sie setzt vor allem auf Partnerschaften mit Immobilieneigentümern und Investoren: Aus leerstehenden oder klassisch genutzten Flächen entstehen flexible Arbeitsorte – ein Modell, mit dem IWG schnell und kapitalarm wächst und zugleich Wert für Eigentümer schafft. „Mit Plattformlösungen und starken Partnerschaften machen wir Gebäude flexibler, effizienter und nachhaltiger nutzbar – genau das treibt unser Wachstum hier im Markt“, sagt sie. ◀

NL Met de overstap naar IWG past ze de ‘sharing’-logica nu toe op de werkomgeving. Het concept: in plaats van huurovereenkomsten te ondertekenen, maken bedrijven gebruik van een bestaand netwerk van flexibele werkplekken. Dit verlaagt de kosten en maakt werkgevers aantrekkelijker voor werknemers. Volgens onderzoeken van IWG geven negen op de tien leidinggevenden aan dat hybride modellen hun kosten aanzienlijk verlagen; ongeveer 70 procent constateert een hogere tevredenheid binnen hun teams.

Die ontwikkeling is terug te zien in de groeicijfers van IWG. Dit moederbedrijf van kantoormerken als Regus, Spaces, HQ en Signature, exploiteert inmiddels meer dan 5.000 vestigingen in meer dan 120 landen. 2025 was een recordjaar: 1.132 nieuwe vestigingsovereenkomsten en 782 nieuw geopende vestigingen laten zien hoe sterk de vraag naar hybride werken groeit. In Nederland exploiteert IWG momenteel ongeveer 110 locaties. Het aanbod sluit goed aan bij de markt: een krachtige digitale infrastructuur, gevestigde regelingen voor deeltijdwerk en thuiswerken, en een werkcultuur die sterk gericht is op de balans tussen werk en privéleven en eigen verantwoordelijkheid.

Als bestuurslid van de Duits-Nederlandse Handelskamer (DNHK) volgt Van den Boom ook de Duitse markt – bedrijven legden daar lange tijd sterk de nadruk op fysieke aanwezigheid, maar inmiddels versnelt de trend naar coworking en hybride modellen aanzienlijk. Het aantal coworkingruimtes is sinds 2018 meer dan verzesvoudigd; inmiddels zijn er meer dan 1.800 van dergelijke werkplekken. Vooral middelgrote bedrijven en concerns maken er gebruik van om werknemers werkplekken dicht bij huis aan te bieden.

In haar rol als CEO richt Van den Boom zich op het verder uitbreiden van het netwerk in Nederland. Ze zet vooral in op samenwerkingsverbanden met vastgoedeigenaren en investeerders: Leegstaande of traditioneel gebruikte ruimtes worden omgevormd tot flexibele werkplekken – een model waarmee IWG snel en met weinig kapitaal groeit en tegelijkertijd waarde creëert voor eigenaren. „Met platformoplossingen en sterke partnerschappen maken we gebouwen flexibeler, efficiënter en duurzamer bruikbaar – dat is precies wat onze groei hier in de markt stimuleert”, zegt ze. ◀

NEDERLAND-DUITSLAND: SAMEN STERKER IN HANDEL EN LOGISTIEK



evofenedex
kennisknooppunt handel & logistiek

Succesvol zakendoen over de grens vraagt om actuele kennis van markten, wet- en regelgeving en handels-processen. evofenedex helpt ondernemers in de handel en logistiek om kansen over de grens te benutten en uitdagingen aan te pakken.

Als vereniging voor handel en logistiek bundelen we de kennis en ervaringen van 10.000 leden. Zo helpen we ondernemers met praktische informatie en expertise over internationaal zakendoen.

Wil je op de hoogte blijven van ontwikkelingen rond export, import, de douane, trade compliance en internationaal ondernemen in het algemeen? Schrijf je in voor een of meerdere nieuwsbrieven van evofenedex en ontvang actuele kennis en praktische inzichten die je direct kunt toepassen.

Meld je aan



WANDELEN DOOR WIJNLAND DUITSLAND

COCHEM ZELL

© FRANCESCO CAROVILLANO

Druiven aan steile hellingen, uitzicht over rivierdalen en onderweg een glas lokale wijn. Wie Duitsland te voet ontdekt, merkt al snel hoe sterk wijn en landschap met elkaar verbonden zijn.

TEKST **GERMANY TRAVEL**

Met dertien officiële wijnregio's biedt het land volop keuze voor een wijnwandeling. Het najaar is bovendien een mooie periode: de druiven zijn rijp en in veel wijngebieden begint de oogst.

Van Riesling tot Spätburgunder

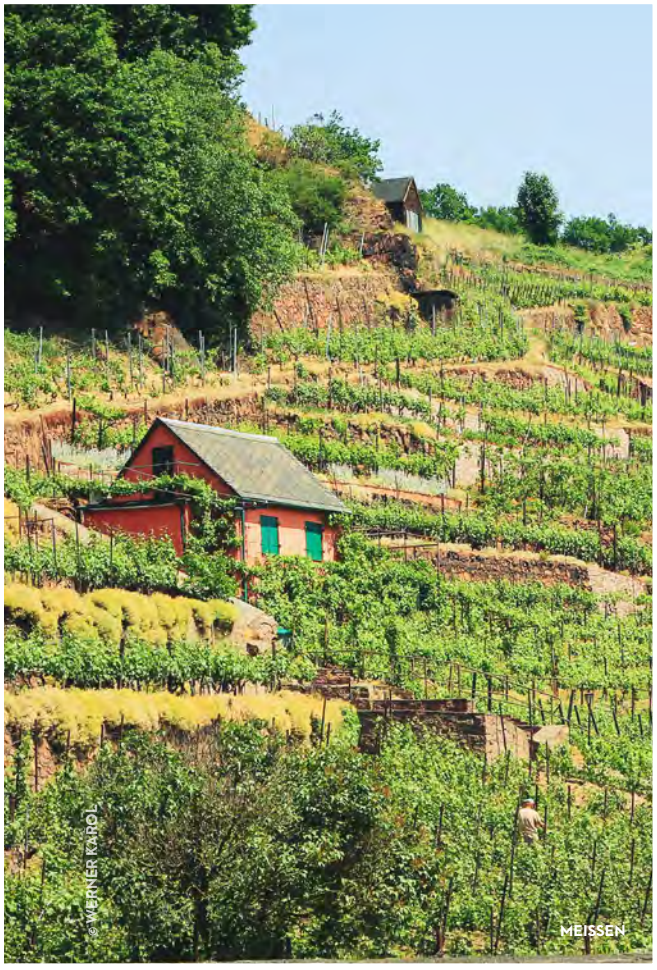
De Moezel, Rheingau en Pfalz behoren tot de bekendste wijnregio's. Hier groeien druiven als Riesling, Silvaner en Spätburgunder. Bodem, ligging en microklimaat geven iedere streek een eigen karakter. In Saksen kom je zelfs de zeldzame Goldriesling tegen. Veel wijngebieden ontdek je via wandelroutes langs wijngaarden, wijnhuizen, historische dorpen en proeflokalen. Zo combineer je wandelen met de lokale wijncultuur.

Vier wijnwandelingen om te ontdekken

In de Pfalz loopt de 85 kilometer lange Deutsche Weinstraße langs wijngaarden, wijnhuizen en sfeervolle dorpen. Ook het Saarland verrast als wijnbestemming. Rond Perl, de enige wijnbouwgemeente van de deelstaat, wandel je tussen de wijnhellingen van de Boven-Moezel. Op de kalkrijke bodem groeien onder meer Elbling- en Burgunderdruiven. Extra bijzonder is de ligging in het drielandenpunt met Frankrijk en Luxemburg.

Liever wandelen langs de Elbe? De circa negentig kilometer lange Sächsische Weinstraße voert door het wijnlandschap rond Dresden, Radebeul en Meißen, langs historische wijngaarden en landgoederen. In het Ahrdal loopt de 36 kilometer lange Rotweinwanderweg hoog boven de Ahr door wijngaarden waar vooral Spätburgunder groeit. Onderweg geniet je van uitzicht over steile wijnhellingen en wijndorpen. ◅

Meer informatie
germany.travel/culinary



MEISSEN



RUDESHEUM



SCHLOSS ALBRECHTSBURG, MEISSEN



BERNKASTEL-KUES

MAASTRICHT

IM WALZER-TAKT DURCH DIE STADT

© MAISON ROMEN / MAASTRICHT MARKETING

Seine spektakulären Konzerte auf dem Vrijthof haben nicht nur André Rieu, sondern auch Maastricht weit über die niederländischen Grenzen hinaus bekannt gemacht. Im Sommer verwandelt der „Walzerkönig“ den historischen Platz regelmäßig in eine große Konzertbühne. Doch Maastricht ist weit mehr als André Rieu.

TEXT **JANINE DAMM**



DIE SANKT SERVATIUSBRÜCKE IST DIE ÄLTESTE NOCH ERHALTENE STEINBRÜCKE DER NIEDERLANDE

© HUGO THOMASSEN / MAASTRICHT MARKETING


© MARCEL VAN HOORN

WELTBERÜHMT: RIEUS KONZERTE AUF DEM VRIJTHOF.


© NBTC

BUCHLADEN IN DER DOMINIKANERKIRCHE


© JONATHAN VOS / MAASTRICHT MARKETING

VOM FORT SINT PIETER AUS STARTEN UNTERGRUND-FÜHRUNGEN

Wer die älteste Stadt der Niederlande zum ersten Mal besucht, sollte dennoch mit dem Vrijthof beginnen – dem Herz der Stadt. Rund um den historischen Platz mit seinen Terrassencafés liegen die imposante Servatiusbasilika und die Johanneskirche. Und nur wenige Gehminuten entfernt warten Rathaus, Markt, kleine Altstadtgassen und die St. Servatius-Brücke – weitere typische Motive der Stadt.

Auch Shopping lohnt sich: Neben Department-Stores wie De Bijenkorf locken besondere Läden wie der Buchladen im Steingewölbe der mittelalterlichen Dominikanerkirche. Besonders sehenswert sind zudem die Viertel Wyck und Stokstraatkwartier. In den stimmungsvollen Häusern im maasländischen Renaissance-stil finden sich neben inhabergeführten Concept Stores viele liebevoll eingerichtete Cafés und Restaurants.

Kulinarisch zeigt sich Maastricht von seiner burgundischen Seite. Spezialitäten wie „Limburgse vlaai“ (Obstkuchen) und „zoervleis“ (süß-saures Schmorgericht) gehören auf die Speise-karte. Beim jährlich im August stattfindenden Preuvenemint, dem größten kulinarischen Open-Air-Festival der Benelux-Länder, wird die Stadt endgültig zur Genusshauptstadt.

Wer nach reichlich Schlemmen Bewegung sucht, findet sie am Sint-Pietersberg. Die Anhöhe südlich der Stadt bietet Ausblicke auf die Stadt und Zugang zu einem faszinierenden Höhlensystem: Ein Labyrinth aus rund 20.000 Gängen mit einer Gesamtlänge von etwa 200 Kilometern zeugt vom jahrhundertelangen Kalk-steinabbau. Die Höhlen sind nicht nur für ihre Fossilienfunde bekannt – etwa die ersten Überreste des Mosasaurus – sondern dienten während des Zweiten Weltkriegs als Lazarett, Bunker und Versteck wertvoller Kunstwerke, darunter Rembrandts „Nachtwache“. Maastricht – eine Stadt für Musikliebhaber, Genießer, Kulturfans und Entdecker. ◅

Weitere Informationen
visitmaastricht.de


© RIJKSVASTGOEDBEDRIJF

DIE GEHEIMNISSE DES BINNENHOFS

▷D Die Renovierung des Binnenhofs läuft auf Hochtouren. Im Informationszentrum „Binnenhof Renovatie" können Besucher tief in die Geschichte des politischen Herzens der Niederlande eintauchen und bei einer Führung die 800 Jahre Geschichte entdecken. Erkunden Sie den denkmalgeschützten Keller, bestaunen Sie archäologische Funde und erfahren Sie, wie sich der Binnenhof für die Zukunft rüstet.

▷NL De renovatie van het Binnenhof is in volle gang. Daarom biedt het Informatiecentrum Binnenhof Renovatie de unieke kans om je onder te dompelen in de geschiedenis van het politieke hart van Nederland. Ervaar tijdens een rondleiding 800 jaar historie en wandel door de monumentale kelder, bewonder archeologische vondsten en ontdek hoe het Binnenhof zich voorbereidt op de toekomst.

DE LAATSTE KEIZERIN

▷D Wer war Auguste Victoria, die letzte deutsche Kaiserin? Bei dieser Sonderführung durch das Haus Doorn steht ihr bewegtes Leben im Mittelpunkt. Entdecken Sie die privaten Räume der Kaiserin sowie ihre persönlichen Besitztümer. Ein besonderes Highlight: Erstmals wird auch ihr Ankleidezimmer der Öffentlichkeit zugänglich gemacht.

▷NL Wie was Auguste Victoria, de laatste Duitse keizerin? Tijdens deze speciale tour in het Huis Doorn ontdek je meer over haar bewogen leven en krijg je de kans haar privévertrekken en bijzondere persoonlijke bezittingen te bewonderen. Dat haar kleedkamer voor het eerst aan het publiek wordt opengesteld maakt deze rondleiding extra bijzonder.


© MARKETING HUIS DOORN


© DORTMUNDER U / ROLAND BAEGE

100 JAAR DORTMUNDER U

▷D Im Jahr 2026 feiert das Dortmunder U sein 100-jähriges Bestehen. 1926 begann der Bau der ehemaligen Union-Brauerei, heute ist der ikonische Turm eines der Wahrzeichen von Dortmund und ein bedeutendes Zentrum für Kunst, Kultur und digitale Medien. Mit Workshops, Ausstellungen, digitalen Projekten, Kunst, Musik und Film blickt das Jubiläumsprogramm sowohl auf die Geschichte zurück als auch in die Zukunft.

▷NL In 2026 viert de Dortmunder U zijn 100-jarig bestaan. In 1926 begon de bouw van de voormalige Unionbrauerei. Tegenwoordig is de toren een van de herkenningspunten van Dortmund en een belangrijk centrum voor kunst, cultuur en digitale media. Met workshops, tentoonstellingen, digitale projecten, kunst, muziek en film blikt het jubileumprogramma zowel terug op de geschiedenis als vooruit naar de toekomst.



Jacco Pekelder, Marja Verburg, Michiel Mulder
ISBN: 9789024473878
Boom, 2026

NABUURSCHAP ONDER DRUK

▷D Geopolitische Herausforderungen erfordern mehr Einigkeit und intensive Zusammenarbeit. Das gilt auch für Deutschland und die Niederlande. Als Fortsetzung des „Nieuw nabuurschap" beleuchten die Autoren die Beziehung beider Länder erneut und zeigen anhand aktueller Entwicklungen, politischer Erkenntnisse und inspirierender Beispiele aus der Grenzregion, warum eine enge Partnerschaft für Europa nach wie vor unverzichtbar ist.

▷NL Geopolitieke uitdagingen vragen om meer eensgezindheid en intensieve samenwerking. Dat beseffen Duitsland en Nederland ook. De komst van nieuwe regeringsleiders in beide landen biedt nieuwe kansen. In dit vervolg op *Nieuw nabuurschap* staat de relatie tussen beide landen centraal. Aan de hand van actuele ontwikkelingen, politieke inzichten en inspirerende voorbeelden uit de grensregio wordt duidelijk waarom een hecht partnerschap essentieel blijft voor Europa.

UNFILTRIERT - UNZENSIERT

▷D Seit Jahrzehnten verfolgt Helmut Hetzel von Den Haag aus die weltweiten gesellschaftspolitischen Entwicklungen und pflegt dabei hervorragende Kontakte in Politik, Wirtschaft, Kultur und zum Königshaus. In diesem Buch erzählt er Anekdoten aus seinem facettenreichen Leben als Auslandskorrespondent und wirft einen kritischen Blick auf Deutschland, Europa und die Welt.



▷NL Vanuit Den Haag volgt Helmut Hetzel al jaren de mondiale maatschappelijke en politieke ontwikkelingen. Daarbij onderhoudt hij uitstekende contacten met vertegenwoordigers uit de politiek, het bedrijfsleven en de cultuur, evenals met het koningshuis. In dit boek vertelt hij anekdotes uit zijn veelzijdige leven als buitenlandcorrespondent en werpt hij een kritische blik op Duitsland, Europa en de wereld.

Helmut Hetzel
ISBN: 978-3695171767
BoD - Books on Demand, 2026

HET VERDAMPTE LAND

▷D Der Deutschlandkorrespondent und Reiseleiter Jeroen Reygaert zeichnet ein frisches, überraschendes und differenziertes Deutschland-Bild. Er entlarvt einige historische Mythen und widerlegt die hartnäckigsten Missverständnisse über die heutige Bundesrepublik, wobei er den Leser auf eine Reise von Aalen nach Zweibrücken mitnimmt, von West nach Ost, vorbei an den großen Städten und quer durch das Hinterland.



▷NL Duitslandverslaggever en reisbegeleider Jeroen Reygaert schetst een fris, verrassend en genuanceerd beeld van onze oosterburen. Hij ontkracht historische mythes en weerlegt hardnekkige misverstanden over het huidige Duitsland. Daarbij neemt hij de lezer mee op een reis van west naar oost, langs grote steden en dwars door het hinterland.

Jeroen Reygaert
ISBN: 9789493469419
Acco, 2026

ECONIK 1851

D Der Econik 1851 ist ein High-End-Designlautsprecher-System, das hochwertige Audiotechnik mit markantem, minimalistischen Design vereint. Das Gehäuse aus Quarzsand bildet eine stabile und resonanzarme Basis, während Keramik-Treiber für einen klaren und dynamischen Klang sorgen. So verbindet der Econik 1851 auf natürliche Weise Technologie, Design und Hörgenuss.

NL De Econik 1851 combineert hoogwaardige audiotechnologie met een uitgesproken, minimalistisch design. De behuizing van kwartszand vormt een stevige en resonantiearme basis, terwijl keramische drivers zorgen voor een helder en dynamisch geluid. Zo brengt de Econik 1851 technologie, design en luistergenot op een natuurlijke manier samen.

econik-speakers.com





gefu.com

CHAVELLE

D Die mundgeblasene Teekanne Chavelle steht für zeitlose Eleganz. Das Aufbrühen und Einschenken von Tee wird dank des hitzebeständigen Borosilikatglases, des Teefilters aus Edelstahl und des tropffreien Ausgusses zu einem besonderen Vergnügen. Der ebenfalls minimalistisch gestaltete Teekannenwärmer rundet das harmonische Gesamtbild ab.

NL De mondgeblazen theepot Chavelle staat voor tijdloze elegantie. Het zetten en schenken van thee wordt dankzij het hittebestendige borosilicaatglas, roestvrijstalen theefilter en een druppelvrije schenktuit bijzonder aangenaam gemaakt. De eveneens minimalistische theepotwarmer zorgt voor een harmonieus geheel.

SNACKTOOL

D Snacktool ist eine nachhaltige Alternative zu Einweggeschirr und verbindet das Aussehen von klassischem Besteck mit der Robustheit eines Outdoor-Tools. Dieses kompakte Multifunktionswerkzeug aus mattem Edelstahl vereint Gabel, Löffel, Messer und Flaschenöffner in einem flachen, ergonomischen Design. Dank einer praktischen Öse lässt es sich zudem an jedem Rucksack befestigen.

NL Snacktool is een duurzaam alternatief voor wegwerpservies en combineert de uitstraling van klassiek bestek met de robuustheid van een outdoor-tool. Deze compacte multi-tool, gemaakt van mat roestvrij staal, brengt vork, lepel, mes en flesopener in een plat, ergonomisch ontwerp samen. Dankzij een handig oogje kan het ook aan elke rugzak worden bevestigd.

richartz.com



PHILIPS PUREPROTECT QUIET 2200 SERIES



home-appliances.philips/nl

▷D Dieser kompakte Luftreiniger entfernt in wenigen Minuten 99,97% aller Allergene und Schadstoffe – bei minimalem Energieverbrauch und Geräuschpegel. Dank seines schlichten Designs, der smarten Bedienung und des umlaufenden Lichtrings, der auch als Stimmungslicht dient, fügt er sich perfekt in jedes Zuhause ein.

▷NL Deze compacte luchtreiniger verwijdert binnen enkele minuten 99,97% van alle allergenen en verontreinigende stoffen met minimale energie en geluid. Dankzij het strakke design en de slimme bediening past het naadloos in uw huis waarbij de lichtring rondom ook als sfeerverlichting kan dienen.

INFINITY

▷D No-Em verbindet ergonomischen Komfort mit smartem, modularem Design. Die Infinity-Bürostühle bestehen aus recyceltem Monomaterial und sind dank einfach austauschbarer und reparierbarer Teile besonders langlebig. Ihr minimalistischer Look integriert die Technik dezent und macht sie zum idealen Begleiter – im Büro wie im Homeoffice.

▷NL No-Em combineert ergonomisch comfort met een modulair ontwerp. De Infinity bureaustoelen zijn gemaakt van gerecycled monomateriaal dat dankzij gemakkelijk te vervangen of te repareren onderdelen een langere levensduur genieten. Het minimalistische ontwerp integreert de technologie op onopvallende wijze, waardoor het geschikt is voor kantoor- en thuiskantoor-omgevingen.



no-em.com

VICI 16



vici.bike/product/vici-ride

▷D Das Vici 16 ist ein hochwertiges Kinderfahrrad für kleine Abenteurer. Sein durchdachtes Design hilft Kindern, schneller Radfahren zu lernen und sicherer unterwegs zu sein – für noch mehr Spaß auf zwei Rädern. Nahtlos in den Rahmen integrierte Komponenten sorgen dabei für den charakteristischen, cleanen Look.

▷NL De Vici 16 is een hoogwaardige kinderfiets die voor avontuur ontworpen is. Het design helpt kinderen sneller te leren fietsen en met meer zelfvertrouwen op de fiets te zitten waardoor ze nog beter van het fietsen kunnen genieten. Belangrijke onderdelen zijn naadloos in het frame geïntegreerd, wat het kenmerkende ontwerp benadrukt.

DNHK SOMMERFEST

FOTO **BRAM VAN DER KLOOT**

▷D Tropische Temperaturen, inspirierende Begegnungen und ein festlicher Rahmen: Mit dem Sommerfest auf Schloss Zeist kehrte die Deutsch-Niederländische Handelskammer an den Ort zurück, an dem 2007 die erste Ausgabe stattfand. Inzwischen hat sich die Veranstaltung zum größten deutsch-niederländischen Netzwerktreffen entwickelt. Nach Jahresmitgliederversammlung und offiziellem Opening durch den neuen DNHK-Präsidenten Roland Boekhout kamen erneut Entscheider aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zusammen, um in entspannter Atmosphäre ihr Netzwerk auszubauen.

Mehr Impressionen und alle Red Carpet Bilder

▷NL Tropische temperaturen, inspirerende ontmoetingen en een feestelijke ambiance: Met het DNHK Sommerfest op Slot Zeist keerde de Duits-Nederlandse Handelskamer terug naar de plek waar in 2007 de eerste editie plaatsvond. Inmiddels is het evenement uitgegroeid tot de grootste Duits-Nederlandse netwerkbijeenkomst. Na de Algemene Vergadering en de officiële opening door de nieuwe DNHK-voorzitter Roland Boekhout kwamen besluitnemers uit het bedrijfsleven, de politiek en de samenleving samen om in een ontspannen sfeer hun netwerk uit te breiden.

Meer beelden en alle red carpet foto`s:












PH-PAV













RÜCKBLICK/TERUGBLIK

MITGLIEDER-VERSAMMLUNG / LEDEN-VERGADERING

FOTO **BRAM VAN DER KLOOT**

D Neuer Präsident, frische Impulse: Auf der Jahresmitgliederversammlung der Deutsch-Niederländischen Handelskammer auf Schloss Zeist übernahm Roland Boekhout, CEO der ASN Bank, das Präsidentenamt von Eva van Pelt, die als Vizepräsidentin im Vorstand bleibt. Zudem wählten die Mitglieder mit Thorsten Blumenschein (ASML), Claudia Max (Allianz Benelux), Dr. Marco Richrath (ThyssenKrupp Steel), Mara Ririassa (Max Bögl Niederlande) und Marinus Tabak (RWE Generation) fünf neue Vorstandsmitglieder aus den Bereichen Industrie, Energie, Technologie, Infrastruktur und Finanzwirtschaft.

NL Nieuwe voorzitter, nieuwe stimulans: Tijdens de ledenvergadering van de Duits-Nederlandse Handelskamer op Slot Zeist nam Roland Boekhout, CEO van ASN Bank, het voorzitterschap over van Eva van Pelt. Zij nam op haar beurt de rol van vicevoorzitter over. Daarnaast kozen de leden vijf nieuwe bestuursleden: Thorsten Blumenschein (ASML), Claudia Max (Allianz Benelux), dr. Marco Richrath (thyssenkrupp Steel), Mara Ririassa (Max Bögl Nederland) en Marinus Tabak (RWE Generation). Samen brengen zij expertise mee uit de industrie, energie, technologie, infrastructuur en de financiële sector.

DNHK VOR ORT BEI/DNHK IN BEDRIJF BIJ

PICNIC

FOTO **SUSANNE KURZ**

DD Spannender Blick hinter die Kulissen: Rund 50 Mitglieder der Deutsch-Niederländischen Handelskammer erhielten einen exklusiven Einblick in das hochmoderne E-Grocery Fulfilment Center von Picnic in Oberhausen. Mit dabei: Picnic-CEO Michiel Muller, der es sich nicht nehmen ließ, selbst mit der Gruppe durch die Hallen zu laufen und zu zeigen, wie datengetriebene Logistik, automatisierte Prozesse und das „Modern Milkman"-Konzept den Online-Lebensmittelhandel effizienter machen.

DNL Een exclusief kijkje achter de schermen: Zo'n vijftig leden van de Duits-Nederlandse Handelskamer kregen een unieke rondleiding door het ultramoderne E-Grocery Fulfilment Center van Picnic in Oberhausen. CEO Michiel Muller nam de groep persoonlijk mee door het distributiecentrum en liet zien hoe datagedreven logistiek, geautomatiseerde processen en het 'Modern Milkman'-concept de online boodschappenbezorging slimmer en efficiënter maken.









PRE-EVENT ZUKUNFTSFORUM
PRE-EVENT TOEKOMSTFORUM

FOTO **WILLEM MARTINOT**

▷D Impulse für die Grenzregion: Bei den Round-Table-Gesprächen in der Residenz des deutschen Botschafters in Den Haag diskutierten Entscheider aus Wirtschaft und Wissenschaft über Energie, Mobilität und Kreislaufwirtschaft. Der Tenor: Die deutsch-niederländische Grenzregion kann zum europäischen Vorbild für Innovation, nachhaltiges Wachstum und grenzüberschreitende Zusammenarbeit werden – ein Auftakt und wichtiger Input für das Zukunftsforum NRW-Niederlande, das die Brost-Akademie und die DNHK im Dezember organisieren.

▷NL Inspiratie voor de grensregio: Tijdens de rondetafelgesprekken in de residentie van de Duitse ambassadeur in Den Haag spraken beslissers en bestuurders uit het bedrijfsleven en de wetenschap met elkaar over energie, mobiliteit en circulariteit. De conclusie: de Duits-Nederlandse grensregio kan uitgroeien tot een Europees voorbeeld voor innovatie, duurzame groei en grensoverschrijdende samenwerking. Daarmee vormde het event een waardevolle opmaat voor het Toekomstforum NRW–Nederland, dat de Brost-Akademie en de DNHK in december organiseren.















RÜCKBLICK / TERUGBLICK

BUNDESPRÄSIDENT STEINMEIER AUF STAATSBESUCH IN DEN NIEDERLANDEN
BONDSPRESIDENT STEINMEIER OP STAATSBEZOEK IN NEDERLAND

FOTO **BUNDESREGIERUNG / SANDRA STEINS**

D **Beim Staatsbesuch von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier in den Niederlanden stand die strategische Partnerschaft beider Länder im Mittelpunkt. Ob Energiewende im Rotterdamer Hafen, Hightech bei ASML oder Austausch mit Spitzenvertretern der Wirtschaft – der Besuch machte deutlich: Wettbewerbsfähigkeit, Innovation und Klimaneutralität gelingen nur durch enge deutsch-niederländische Zusammenarbeit. Bemerkenswert war dabei auch die historische Dimension des dreitägigen Besuchs: In der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland war es erst der dritte offizielle Staatsbesuch eines deutschen Bundespräsidenten in den Niederlanden auf Einladung des Königshauses.**

NL Tijdens het staatsbezoek van de Duitse bondspresident Frank-Walter Steinmeier stond de strategische samenwerking tussen Duitsland en Nederland centraal. Van de energietransitie in de Rotterdamse haven en hightech bij ASML tot gesprekken met toonaangevende vertegenwoordigers uit het bedrijfsleven: het bezoek onderstreepte dat concurrentiekracht, innovatie en klimaatneutraliteit alleen kunnen worden versterkt door nauwe Duits-Nederlandse samenwerking. Ook historisch gezien was het bezoek bijzonder: op uitnodiging van het Koninklijk Huis was dit het derde officiële staatsbezoek van een Duitse bondspresident aan Nederland.









RÜCKBLICK/TERUGBLIK

CEO-DIALOG
CEO-DIALOOG

FOTO **JEROEN VAN DER MEYDE**

DE Wettbewerbsfähigkeit gemeinsam stärken: Bei einem CEO Round Table anlässlich des Staatsbesuchs von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier diskutierten Spitzenvertreter aus Wirtschaft und Politik beider Länder beim niederländischen Unternehmerverband VNO-NCW über Europas Zukunft. Im Austausch mit Staatssekretär Stefan Rouenhoff, dem niederländischen Ministerpräsidenten Rob Jetten und Wirtschaftsministerin Heleen Herbert wurde deutlich: Eine engere deutsch-niederländische Zusammenarbeit ist ein entscheidender Wettbewerbsvorteil für Europa.

NL Samen werken aan concurrentiekracht: Tijdens de CEO Round Table, georganiseerd in het kader van het staatsbezoek van bondspresident Frank-Walter Steinmeier, spraken topbestuurders uit het bedrijfsleven en de politiek van beide landen bij ondernemersorganisatie VNO-NCW met elkaar over de toekomst van Europa. In de gesprekken met staatssecretaris Stefan Rouenhoff, de Nederlandse minister-president Rob Jetten en minister van Economische Zaken Heleen Herbert werd één boodschap helder: nauwere Duits-Nederlandse samenwerking is een strategisch voordeel voor Europa.





1 – 8 NOVEMBER 2026

PAN AMSTERDAM, AMSTERDAM

pan.nl

Die Pan Amsterdam ist eine führende Kunst-, Antiquitäten- und Designmesse in den Niederlanden. Jährlich präsentieren über 100 Galerien, Kunsthändler und Antiquitätenhändler hochwertige Kunstwerke, Designobjekte, Schmuck und Sammlerstücke. Die Messe zieht Sammler, Kunstliebhaber und Fachbesucher aus dem In- und Ausland an.

17 – 19 NOVEMBER 2026

METSTRADE, AMSTERDAM

metstrade.com

Die Metstrade ist die weltweit führende Fachmesse für die Freizeitschifffahrts- und Yachtindustrie. Sie findet jährlich in Amsterdam statt und bringt Fachbesucher aus über 140 Ländern zusammen. Aussteller präsentieren Produkte und Innovationen in den Bereichen Schiffbau, Yachttechnik, Ausrüstung, Nachhaltigkeit und maritime Technologie.

7 - 10 JANUARI 2027

THE GETAWAY, UTRECHT

vakantiebeurs.nl

The Getaway ist das neu konzipierte Reiseevent und ein Treffpunkt für Reisende, Destinationen und Reiseveranstalter. Die Veranstaltung bietet ein einzigartiges Erlebnis rund um die Themen Kultur, Abenteuer und Natur. Aussteller präsentieren aktuelle Reisetrends aus dem In- und Ausland. Die Messe bietet zahlreiche Möglichkeiten, neue Destinationen zu entdecken und zukünftige Reisen zu planen.



1 – 5 FEBRUARI 2027

BOUWBEURS, UTRECHT

bouwbeurs.nl

Bouwbeurs ist die größte Fachmesse für die Bauwirtschaft in den Niederlanden. Sie findet in Utrecht statt und bringt Fachleute aus den Bereichen Bau, Renovierung und Installation zusammen. Hunderte Aussteller präsentieren innovative Produkte und Lösungen rund um Baumaterialien, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und energieeffizientes Bauen.

20 - 23 OKTOBER 2026

EUROBLECH, HANNOVER

euroblech.com

Euroblech is ‘s werelds grootste vakbeurs voor plaatbewerking. De beurs vindt tweejaarlijks plaats in Hannover en brengt de internationale metaalindustrie samen. Tijdens de editie van 2024 namen ruim 1.300 exposanten deel en bezochten bijna 39.000 professionals uit 114 landen de beurs. Onderwerpen zijn onder meer plaatbewerking, automatisering, robotica en productietechnologie.

9 - 10 DECEMBER 2026

GLOBAL SECURITY AND INNOVATION SUMMIT, HAMBURG

gsis-hamburg.com

GSIS is een internationaal congres en expositieplatform voor veiligheid, defensie en technologische innovatie. Het evenement vindt jaarlijks plaats en brengt beleidsmakers, industrie, investeerders, technologiebedrijven en veiligheidsdeskundigen samen. De summit richt zich op kennisuitwisseling, strategische samenwerking en innovatieve oplossingen voor mondiale veiligheidsuitdagingen.

2 – 6 FEBRUARI 2027

SPIELWARENMESSE, NEURENBERG

spielwarenmesse.de

Spielwarenmesse is ’s werelds toonaangevende vakbeurs voor speelgoed, games en hobbyproducten. De beurs vindt jaarlijks plaats in Neurenberg en brengt de internationale speelgoedindustrie samen. Tijdens de meest recente editie presenteerden meer dan 2.300 exposanten uit ruim 68 landen hun nieuwste producten aan bijna 59.000 vakbezoekers uit meer dan 120 landen.



15 - 19 FEBRUARI 2027

R+T, STUTTGART

messe-stuttgart.de/r-t

R+T is ‘s werelds toonaangevende vakbeurs voor rolluiken, deuren, poorten en zonweringssystemen. De beurs vindt iedere drie jaar plaats in Stuttgart en brengt fabrikanten, architecten, planners en vakhandelaren van over de hele wereld samen. Tijdens de editie van 2024 namen ruim 1.000 exposanten deel en bezochten meer dan 61.000 vakprofessionals de beurs.

▷D Aufgewachsen an der Grenze, schätzt NRW-Ministerpräsident Hendrik Wüst seit jeher an den Niederländern die Mischung aus Offenheit, Pragmatismus und „angenehmer Unaufgeregtheit“, die Begegnungen unkompliziert mache. „Für mich sind die Niederlande nicht nur ein Nachbarland, sondern ein Land, mit dem uns echte Freundschaft verbindet“, sagt er. Auch beruflich sind die Niederlande von besonderer Bedeutung: 2025 betrug das Handelsvolumen 64,5 Mrd. Euro, rund 4.200 niederländische Unternehmen sind in NRW ansässig. „Unsere Unternehmen, Häfen, Forschungsstandorte und Hochschulen bilden längst gemeinsame Wertschöpfungs- und Innovationsräume“ – gerade in herausfordernden Zeiten ein großer Vorteil. Doch Potenzial sieht er noch: bei Energie, Industrie-Transformation, grenzüberschreitender Infrastruktur und Zukunftstechnologien. Themen, die auch beim vierten Zukunftsforum NRW-Niederlande im Dezember in Noordwijk auf der Agenda stehen – natürlich ist Hendrik Wüst auch wieder dabei!

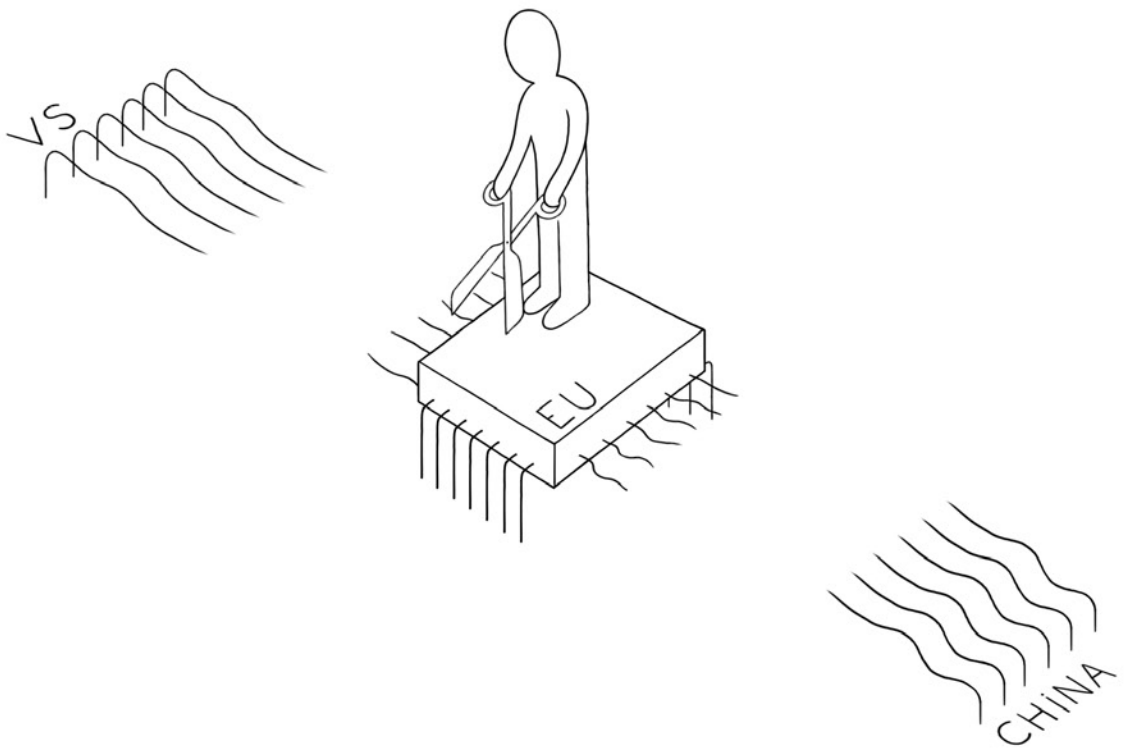
▷NL Opgegroeid aan de grens voelt NRW-minister-president Hendrik Wüst zich al van jongs af aan verbonden met Nederland. Hij waardeert de Nederlanders om hun openheid, pragmatisme en “aangename nuchterheid.” Die mentaliteit maakt het gemakkelijk om elkaar te vinden. “Voor mij zijn Nederland en Noordrijn-Westfalen daarom meer dan goede buren. Het is echte vriendschap.”
Ook zakelijk zijn de banden intensief. In 2025 kwam het handelsvolume uit op 64,5 miljard euro. Zo’n 4.200 Nederlandse bedrijven zijn actief in NRW. “Onze bedrijven, havens, onderzoeksinstellingen en universiteiten werken sinds lange tijd over de grens heen samen en vormen gezamenlijke waardeketens en innovatieclusters.” Juist in uitdagende tijden is dat een belangrijke troef. En er liggen nog volop kansen: op het gebied van energie, de industriële transitie, grensoverschrijdende infrastructuur en nieuwe technologieën. Thema’s die ook centraal staan tijdens het vierde Toekomstforum NRW-Nederland, in december in Noordwijk – Wust is er opnieuw bij.

TEXT/TEKST **JANINE DAMM**
FOTO **LAND NRW / TOBIAS KOCH**



Hendrik Wüst

- SEIT OKTOBER 2021 MINISTERPRÄSIDENT DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN UND VORSITZENDER DES CDU-LANDESVERBANDES / *SINDS OKTOBER 2021 MINISTER-PRESIDENT VAN DE DEELSTAAT NOORDRIJN-WESTFALEN (NRW) EN VOORZITTER VAN DE CDU-AFDELING VAN DE DEELSTAAT*
- 2017 – 2021 NRW-VERKEHRSMINISTER / *2017 – 2021 MINISTER VAN VERKEER VAN NRW*
- 2014 – 2017 GESCHÄFTSFÜHRER DER DEIN.FM HOLDING / *2014 – 2017 DIRECTEUR VAN DEIN.FM HOLDING*
- 2010 – 2017 GESCHÄFTSFÜHRER DES ZEITUNGSVERLEGERVERBANDES NRW, DES VERBANDES DER BETRIEBSGESELLSCHAFTEN NORDRHEIN-WESTFALEN UND DER PRESSEFUNK GMBH / *2010 – 2017 DIRECTEUR VAN DE VERENIGING VAN KRANTENUITGEVERS VAN NRW, DE VERENIGING VAN EXPLOITATIE-BEDRIJVEN VAN NRW EN DE PRESSEFUNK GMBH*
- 2006 – 2010 GENERALSEKRETÄR DER CDU IN NRW / *2006 – 2010 SECRETARIS-GENERAAL VAN DE CDU NRW*
- 1995 – 2003 STUDIUM DER RECHTSWISSENSCHAFTEN AN DER UNIVERSITÄT MÜNSTER UND REFERENDARIAT, U.A. IN BRÜSSEL / *1995 – 2003 STUDIE RECHTEN AAN DE UNIVERSITEIT MÜNSTER EN REFERENDARIAT IN O.A. BRUSSEL*



ILLUSTRATION/ILLUSTRATIE **TOMAS SCHATS**

UNSERE PREMIUM-PARTNER
ONZE PREMIUM PARTNERS



Ihre Anzeige in MARKT?

Mit MARKT erreichen Sie 16.000 Entscheidungsträger und Multiplikatoren in beiden Ländern. MARKT behandelt journalistisch-objektiv wirtschaftliche Trends, Themen und Meinungen. Aber auch Lifestyle, Entspannung und Humor haben ihren festen Platz im Magazin. MARKT richtet sich nicht nur an mögliche Geschäftspartner, sondern auch an eine Leserschaft, die überdurchschnittlich kaufkräftig und konsumfreudig ist. Wir bieten Ihnen überraschend gute Anzeigenkonditionen und beraten Sie auch gerne bei individuellen Wünschen.

REICHWEITE: 16.000 Entscheidungsträger und Multiplikatoren in beiden Ländern

Uw advertentie in MARKT?

Met MARKT bereikt u 16.000 beslissers en multiplicators in beide landen. MARKT gaat journalistiek en objectief in op economische trends, thema's en meningen. Daarnaast is in het magazine een belangrijke plaats ingeruimd voor lifestyle, ontspanning en humor. MARKT richt zich niet alleen op uw potentiële zakenpartners, maar beschikt ook over een lezerskring met een buitengewone koopkracht en consumptiebereidheid. Wij bieden u verrassend gunstige advertentietarieven en adviseren u ook graag bij specifieke wensen.

BEREIK: 16.000 beslissers en multiplicators in beide landen

KONTAKT / CONTACT
Janine Damm | Tel. 0031 (0)70 3114 151 | j.damm@dnhk.org

IMPRESSUM / COLOFON

dnhk.
AHK

Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

© 2026 MARKT 2

Das deutsch-niederländische Wirtschaftsmagazin / Het Duits-Nederlandse economisch magazine
ISSN: 2452-4115

HERAUSGEBER/UITGEVER
Deutsch-Niederländische Handelskammer (DNHK)
Duits-Nederlandse Handelskamer (DNHK)
Nassauplein 30
NL-2585 EC Den Haag

WWW.DNHK.ORG

GESCHÄFTSFÜHRER / DIRECTEUR
Günter Gülker

REDAKTION / REDACTIE
Günter Gülker
Redaktionsleiter/hoofdredactie
markt@dnhk.org

Janine Damm
Hendrike Oosterhof
Bas Reeders

Tel. 0031 (0)70 3114 130
info@dnhk.org

FREIE MITARBEIT / FREELANCE MEDEWERKERS
Sina Hoffman,
Anne Hünninghaus,
Jasmin Oberdorfer,
Milla Priboschek

TITELBILD / OMSLAGFOTO
Günter Gülker

ART DIRECTION & LAYOUT
Studio Piraat

AUFLAGE / OPLAGE: 8.000
Nachdruck nur nach Vereinbarung mit dem Herausgeber / Herdruk alleen na toestemming van de uitgever

HERSTELLUNG / PRODUCTIE
Schmitz Keuck Medien GmbH & Co.KG - Brüggen

MARKT erscheint zweimal jährlich / MARKT verschijnt tweemaal per jaar.

MARKT KOSTENLOS NACH HAUSE? JETZT ANMELDEN. SCANNEN SIE DEN QR-CODE.
MARKT KOSTELOOS OP DE MAT? MELD U NU AAN. SCAN DE QR-CODE.



Internationaal zakendoen

Wereldwijd kun je gebruikmaken van onze kennis, netwerk en financiële oplossingen.

Duitsland als groeimarkt
Al 25 jaar helpt onze International Desk Germany Nederlandse ondernemers succesvol zakendoen in Duitsland. Met diepgaande marktkennis, een sterk lokaal netwerk en passende financiële oplossingen ondersteunen wij bedrijven bij iedere stap, van eerste export tot een eigen vestiging of een overname.

Jacques Kleuskens en het team International Business Advisory kennen zowel de Duitse markt als de Nederlandse ondernemer. Direct in contact met Jacques? https://rabo.coop/b/linkedin
Vertrouwd advies. Lokale expertise. Internationale mogelijkheden.

Groei ambities in Duitsland? Wij staan voor je klaar! https://rabo.coop/b/internationaal

Rabobank