

Die Niederlande: Marktchancen und ausgewählte Rahmenbedingungen für den Geschäftsaufbau

Autorin: Lilo Thielen

Zusammenfassung

Die Niederlande zählen zu den ökonomisch starken Ländern innerhalb der Europäischen Union (EU) und gelten als einer der offensten Wirtschaftsstandorte Europas. Trotz eines vergleichsweise kleinen Binnenmarktes kann das Land ein interessanter Zielmarkt für unternehmerische Engagements sein. Dennoch gilt es, Besonderheiten beim Markteintritt gut im Blick zu haben. Im folgenden Länderbericht möchte die Autorin auf ausgewählte Fragestellungen im Hinblick auf ein marktbezogenes Engagement in den Niederlanden eingehen sowie über diverse Anlaufstellen zur Informationssuche informieren. Dabei stehen B2B-Aktivitäten – insbesondere von KMU – im Fokus.

Stand des Beitrages: März/April 2019

1. Shortcut Niederlande

- 1.1 Die Niederlande: das Tor nach Europa – Geografie und Geschichte
- 1.2 Staat und Bevölkerung
- 1.3 Wirtschaft und internationale Verflechtung

2. Markteintritt Niederlande: warum die Niederlande als Zielland wählen?

- 2.1 Nähe und Stabilität
- 2.2 Marktattraktivität
- 2.3 Infrastruktur
- 2.4 Human Resources: Qualität und Flexibilität
- 2.5 Wirtschaftsförderung

3. Markteintritt Niederlande: ausgewählte Besonderheiten

- 3.1 Sprachliche und interkulturelle Besonderheiten
- 3.2 Rechtliche Besonderheiten

4. Wie den Vertrieb aufbauen?

- 4.1 Handelsvertreter
- 4.2 Distributeur (Vertriebs- oder Vertragshändler)
- 4.3 Kooperationen
- 4.4 Messen und Veranstaltungen

5. Ausgewählte Fragen der Unternehmensgründung in den Niederlanden

- 5.1 Unternehmensformen
- 5.2 Betätigung als unselbstständige Zweigniederlassung

6. Die Niederlande als Beschaffungsmarkt

7 Anlauf- und Kontaktstellen

- 7.1 Botschaften/Konsulate
- 7.2 Niederländische Ämter, Institutionen und Plattformen
- 7.3 Deutsch-niederländische Institutionen und Plattformen
- 7.4 Niederländische Verbände und Vereinigungen
- 7.5 Sonstiges