

Hoe een spookdorp weer tot leven kwam

Nederlanders brengen de bedrijvigheid terug in Kranenburg

[Achtergrond](#) - 16 mei 2008 - Auteur: Jonathan Witteman

(16 mei 2008) Van boodschappentoerisme tot ondernemerschap: het eens zo geïsoleerde Kranenburg ontpopt zich in razend tempo tot een centrum van Nederlandse bedrijvigheid. “Als je goed bent in je vak en je blijft in Nederland, dan ben je gestoord.”

Het zou een parkeerplaats in een doorsnee Nederlandse badplaats kunnen zijn: een handjevol Duitse kentekenplaten verloren in een zee van gele nummerborden. Maar dit is niet de boulevard van Scheveningen, maar het piepkleine Kranenburg, vlak over de grens met Duitsland. Wekelijks trekken duizenden Nederlanders naar Kranenburg om voordelig boodschappen in te slaan.

De ‘Bermuda-driehoek’ wordt het winkelgebied rond de winkels Aldi, Rewe en Penny Markt al schertsend genoemd – naar de honderdduizenden Nederlandse euro’s die hier iedere week verdwijnen in de zakken van lokale ondernemers.

“De Nederlanders zijn onmisbaar voor de Kranenburgse economie”, zegt Kurt Pesenacker, bedrijfsleider van drankwinkel Rewe. “Een Aldi was hier zonder Nederlandse klanten bijvoorbeeld nooit gekomen. Daarvoor is Kranenburg veel te klein. De Aldi trekt 25 duizend klanten per week – dat is bijna drie keer zo veel als de hele Kranenburgse bevolking bij elkaar. Aldi is een klantenmagneet. Daar profiteren ook wij van.”

Zeker de helft van de maandelijkse 30 duizend klanten van Rewe komt uit Nederland, schat Pesenacker. “De drank is hier stukken goedkoper. Zelfs in Nederland gebrouwen jenever is in Duitsland voordeliger.”

De prijsverschillen tussen Nederland en Duitsland bedragen al gauw zo’n 60 procent. Dat is onder meer te wijten aan de verhitte concurrentiestrijd onder Duitse supermarkten, die de prijzen al jaren laag houdt. Bovendien is de productie en inkoop van handelswaar in een land met 82 miljoen inwoners altijd voordeliger dan in een land met zestien miljoen inwoners.

Niet meer geïsoleerd

Günter Steins, de burgemeester van Kranenburg, is in zijn nopjes met de Nederlandse klandizie. “De Nederlanders zijn cruciaal voor de lokale economie. Ze zorgen voor koopkracht in een gebied dat van oudsher weinig koopkracht heeft. En ze creëren extra werkgelegenheid.”

“We vormen niet langer een geïsoleerd gebied”, zegt Steins. “Vroeger was Kranenburg een kleine stip in het uiterste westen van Duitsland. Nu liggen we middenin het centrum van het bruisende economische gebied Arnhem-Nijmegen-Kleve.”

Gat in de markt

Behalve de klanten hebben ook Nederlandse ondernemers de kleine stip inmiddels ontdekt. Aangetrokken door de lage grondkosten en de goede bereikbaarheid vanuit Nederland kiezen steeds meer bedrijven voor vestiging in de Duitse grensregio.

Voor Bob Rutgers van projectontwikkelaar R'estate zijn het gouden tijden. Zeven jaar geleden kocht hij anderhalve hectare grond aan bedrijfs- en kantoorruimtes op het Kranenburgse industrieterrein 'Im Hammereisen'. De kosten: een luttele 50 gulden per vierkante meter. Sindsdien verhuurt Rutgers aan Duitse en Nederlandse bedrijven. De helft van zijn huurders komt uit Nederland.

Een gat in de markt, zegt Rutgers. “Waar gemeentes als Nijmegen vol raken, is er in Kranenburg nog ruimte genoeg voor ondernemers. De prijzen zijn bovendien absurd laag én de ligging is uitermate gunstig. 'Im Hammereisen' ligt pal aan de snelweg, op zeven kilometer van Nijmegen, en een file heb ik hier nog nooit gezien.”

De komst van de Nederlanders betekent een enorme stimulans voor de Kranenburgse economie, zegt Rutgers. “De boel heeft hier lang stilgestaan. Tot vier jaar geleden was Kranenburg helemaal dood. Maar de laatste jaren zoemt het hier van de activiteit. Er worden huizen gebouwd, industrieterreinen worden uitgebreid, er komen meer restaurants.”

Dat komt grotendeels op het conto van burgemeester Steins, vindt Rutgers. “De burgemeester rammelt met de beurs, gaat de boer op om Nederlandse ondernemers binnen te halen.”

Luchtkastelen en zeppelins

Eén van die Nederlandse ondernemers is Ruud van der Meer van Incredible Balloons, groothandelaar en importeur van feestartikelen. Sinds hij tweeënehalf

jaar geleden Den Haag verruilde voor Kranenburg, vliegen de grote orders hem om de oren. Filmfestival Cannes, de Duitse televisie, de Richard-Wagner-Festspiele in Bayreuth, het Italiaanse modehuis Trussardi, ESA, Cirque du Soleil - allemaal stonden ze in de rij voor van der Meers ballonnen, zeppelins en luchtkastelen.

“Ik verdien hier zeven keer zoveel als in Nederland”, zegt van der Meer. “Als je hier in Duitsland de grote klanten kunt binnenslepen, dan ligt de rest van Europa aan je voeten.”

Het ondernemersklimaat is in Duitsland aanmerkelijk beter dan in Nederland, vindt van der Meer. “Als je als ondernemer goed bent in je vak en je blijft in Nederland, dan ben je gestoord. Dan ben je geen echte ondernemer. In Nederland blijf je tegen muren oplopen. Het belastingklimaat is in Duitsland beter, de regelgeving is beter verzorgd en de grondprijzen zijn lager. In Nederland betaal je tussen de zevenhonderd en duizend euro per vierkante meter, hier is dat maximaal 150.”

Inhaalslag

Harald Genge, bestuurslid van het Verbond van Nederlandse en Duitse Ondernemingen (VNDU), beaamt van der Meers woorden. “Wat betreft ondernemersklimaat hebben de Duitse gemeentes in de grensregio een flinke inhaalslag gemaakt. Ze maken het voor Nederlandse bedrijven bijzonder aantrekkelijk om zich in Duitsland te vestigen. De gemeentes bieden lagere grondstukprijzen en garanderen snellere vestigingsprocedures dan in Nederland.”

De animo voor Nederlands-Duitse handelscontacten is groot, zegt Genge. “Onze bijeenkomsten worden steevast door zo’n 120 mensen bezocht, zowel Nederlanders als Duitsers. Steeds meer Duitse ondernemers proberen Nederlands te leren of volgen cursussen over netwerken met Nederlanders of Nederlandse verkooptechnieken.”

Winkeliers met lef

Het zijn niet alleen de grote vissen die voor de Duitse grensstreek kiezen. De wandelaar door de hoofdstraat van Kranenburg struikelt bijna over de Nederlandse winkeletalages. De lege plekken die zijn achtergelaten door weggeconcurrerde traditionele middenstanders als bakkers en slaggers zijn de laatste jaren opgevuld door kleinere Nederlandse winkels als makelaardijkantoren en antiquariaten die niet door de supermarkten kunnen worden opgeslokt.

Typisch staaltje van de Nederlandse ondernemingsgeest, vindt Esther Ruijter, die sinds 2005 een boetiek in bloemen en interieur bestiert in de Kranenburgse

hoofdstraat. “Nederlanders hebben gewoon meer lef. Als een Nederlander met een beetje ondernemersgeest een winkel leeg ziet staan, dan is het vaak al raak. Duitsers willen dat ook wel, maar ze durven het meestal niet. Ze willen geen risico’s lopen.”

Toch kleeft er nog wel een nadeel aan de Nederlandse branie, zegt Hanny Jansen, uitbaatster van een antiekzaak in Kranenburg. “Nederlandse klanten kunnen behoorlijk onbeschoft zijn. Door voor te dringen bijvoorbeeld. Als ik met een klant bezig ben, dan wacht de Nederlander niet tot je klaar bent. Een Duitser zou dat nooit doen, die wacht netjes op zijn beurt. Waren de Nederlanders maar zo galant.”

Jonathan Witteman is redacteur van het Duitslandweb.

Dit is een artikel gedownload via [duitslandinstituut.nl](https://www.duitslandinstituut.nl).

Artikel: <https://www.duitslandinstituut.nl/artikel/3534/hoe-een-spookdorp-weer-tot-leven-kwam>