

China geldt als een markt met grote kansen voor ondernemers. Het smaakt naar avontuur. Sommige mensen berekenen zorgvuldig hun kansen voordat zij voorzichtig hun teen in het water steken, anderen zetten al hun spaargeld op een goed idee en springen in het diepe. Arnoud Meindersma sprak in Guangzhou met drie ondernemers van het avontuurlijke soort. “Je moet je bedrijf gewoon goed managen.”

Ervaring uit de praktijk

door Arnoud Meindersma



Cornelius



Niels



Roel

Het China-avontuur van Niels de Jong begon acht jaar geleden met bloembollen en bier voor de Chinese markt. Hoge importheffingen maakten het toen echter onmogelijk om terrein te winnen. “De eerste jaren waren zeker niet zonder troebele wateren,” zoals Niels het uitdrukt. “Alleen je ziet dat alles groeit en bloeit en je weet dat jij er ook deel van kunt uitmaken. Misschien niet altijd op die ene manier die jij graag wilt, maar dan is er vast wel weer een andere mogelijkheid.” En zo ging het. Dezer dagen is Niels de eigenaar van Nilesk, een bedrijf dat een zeer ruime verscheidenheid aan producten produceert en exporteert – variërend van tassen en emblemen voor instellingen van de Nederlandse overheid tot aan containerhuizen voor Nederlandse studenten.

Gewoon goed managen

“Een van de krachtpunten van China ligt in het arbeidsethos van haar burgers” is de mening van Niels. “Alles is mogelijk hier. Als je iets nodig hebt, op het zakelijke vlak gezien dan, kun je het binnen uren krijgen. In Nederland zou dit weken duren.” Gevraagd naar zijn eigen werknemers straalt Niels een en al tevredenheid uit. “Ik ben ervan overtuigd dat ze het leuk vinden hier te werken,” zegt de ondernemer. “Tegelijkertijd ga ik niet met ze naar de bar bijvoorbeeld. Werk is werk en bovendien zien we elkaar al regelmatig aangezien de Chinezen ten minste vijfenhalve dag per week werken.”

“En over de kwaliteit van de geproduceerde producten hoeven we ons ook geen zorgen te maken,” voegt Niels eraan toe. “Je moet je bedrijf gewoon goed managen en hoewel het waar is dat het Westen nog steeds een kennisvoorsprong heeft op sommige niveaus, voor simpele dingen zoals magnetrons is het een totaal ander verhaal. Europa moet weer concurreren en ik ben ervan overtuigd dat de kosten daar omlaaggaan en op den duur gelijk worden aan die van Chinese bedrijven.” “Het is ook mogelijk,” zegt Brian Mc

Cann, Niels’ linkerhand, “dat China een meer ontwikkeld land wordt binnen tien of twintig jaar en dan stabiliseren we de hoeveelheid *outsourcing* in die richting.”

Niels en Brian zijn het met elkaar eens dat de snelle ontwikkeling van China authentiek is en zeker geen opgeblazen ballon. Als je hier deel van uit wilt maken, zo zeggen ze, is het wijs om de volgende regels in acht te nemen: A) Vindt het wiel niet opnieuw uit; B) Verkrijg kennis van mensen uit de praktijk (inclusief buitenlanders); C) Begrijp de culturele verschillen en de marktverschillen – ja betekent bijvoorbeeld niet altijd ja. Het betekent dat ze je gehoord hebben.

Zaken zijn zaken

Een andere ondernemer, Cornelius Bakker, weet wat het is om het hard te spelen en veel te winnen. Hij ging van een bijna faillissement met het in Engeland gevestigde Bodytech, een bedrijf dat kleine elektronische gewichtsvermindering-apparaten verkocht, naar een alsmaar groeiende ‘tooling’ onderneming – Mould Group China – in het zuiden van China. Toen hij en zijn partners in Engeland na zes maanden geconfronteerd werden met een zo goed als lege kassa, besloten zij de laatste achtduizend pond te spenderen aan een enorme advertentie.

‘Alles of niets’ was hun motto en ze wonnen de jackpot.

‘Alles of niets’ was hun motto en ze wonnen de jackpot. De marge was immens. Apparaatjes werden in China voor twaalf dollar per stuk gemaakt en vervolgens voor meer dan 149 pond in Europa verkocht. “Het draait allemaal om hoe je het inpakt en verkoopt,” aldus Cornelius. “We konden al die tijd alleen maar concurreren met anderen, omdat alles er fantastisch uitzag. Alleen het label kostte ons al twee dollar.”

Cornelius is nu al weer ongeveer acht jaar in China en zijn huidige bedrijf Mould Goup is een groot succes. “We hebben toegevoegde waarde,” legt hij uit. “Iedereen komt naar China. Ik zie ze komen en gaan, maar ik zeg, wanneer je niet weet wat je aan het doen bent, kun je beter stoppen. Wij vragen bijvoorbeeld niet bij de fabriek wat iets zou moeten kosten. Nee, we bieden ze een prijs omdat we al precies weten hoeveel elk onderdeelje waard is. En je moet ervan op de hoogte zijn, omdat je anders een poot uitgedraaid wordt.”

Cornelius werd ooit eens op een heel vervelende manier getackeld en verloor 125.000 dollar. “De bedrieger vertelde me na die tijd: ‘Zaken zijn zaken Cornee, laten we lekker gaan dineren vanavond.’

‘Iedereen komt naar China. Ik zie ze komen en gaan, maar wanneer je niet weet wat je aan het doen bent, kun je beter stoppen.’

Op dat moment was ik zeer boos, maar nu zou ik gezegd hebben: ‘Natuurlijk, laten we gaan eten’, en op een later moment hem hebben teruggepakt. Culturele verschillen moeten niet worden onderschat,” benadrukt hij. “Soms is het veel beter

een Chinees te laten onderhandelen met een andere Chinees. Zoals een kennis van Cornelius die een hooggeplaatste legerpositie inneemt het verwoordt: ‘Je moet een tank met een tank bevechten, en een Chinees met een Chinees.’”

Gevraagd naar de vooruitzichten van zowel Europa als China, zegt Cornelius: “Twee, drie jaar geleden zou China misschien alleen lagekwaliteitsproducten geproduceerd hebben, maar dat is niet langer het geval. Chinezen leren snel en kopiëren op dezelfde effectieve manier als de Japanners. Alleen deze keer spreken we over een land dat tien keer groter is.”

Om de snelheid te benadrukken waarmee dit gebeurt, noemt Cornelius het voorbeeld van een airconditionerfabriek waar duizend van de in totaal tienduizend werknemers zich bezighouden met onderzoek en ontwikkeling (R&D). “Zelfs als 999 daarvan alleen maar rondlopen met een digitale camera,” zegt Cornelius, “zet het toch duidelijk de intentie. Dit betekent dat Europa snel moet handelen. Wij zijn te vrij, te eerlijk, en te open. En als Europa niet snel alles op een rijtje zet – leert om te concurreren – dan ga ik terug over een jaar of zeven naar Nederland om te produceren voor de Chinese markt.”

Golf en handelsbevordering

Anderhalf jaar geleden kwam Roel Bruysters met het idee een Nederlandse Kamer van Koophandel (KvK) te starten in China. Als de manager van de topgolfclub in zuidelijk China had hij een stevig netwerk ontwikkeld en mensen in dit netwerk vroegen vaak waarom de ‘big business’ van Nederland niet gecoördineerd werd. Met zijn meer dan twintig jaar ervaring in Azië heeft Roel van zijn Kamer van Koophandel iets unieks gemaakt. Het kantoor promoot niet alleen Nederland in China, maar is ook opgezet om investeringen aan te trekken vanuit China. “Als je het mij vraagt,” zegt Roel, “zullen de meeste opbrengsten van de Chinezen komen en dit is onderschat bij vele mensen.” Hoe het ook moge

‘Voor degenen die enthousiast zijn en zaken willen doen in China, zijn de kansen ongekend.’

zijn, voor degenen die enthousiast zijn en zaken willen doen in China, zijn de kansen ongekend.” Begrip voor andere culturen en de juiste connecties moeten echter in het achterhoofd gehouden worden. En in de woorden van Roel: “Mensen tonen hun connecties omdat ze willen dat jij weet dat hij of zij belangrijk is. Het gaat om positieve gunsten, om iets gedaan te krijgen – om wie goed doet, goed ontmoet.”

Een van zijn connecties hielp hem een nieuw rijbewijs te verkrijgen, waarbij vaststaat dat het hem zonder deze gunst maanden gekost zou hebben om zich door al het papierwerk heen te werken. Overigens moest Roel toch nog het theorie-examen afleggen waarbij hij meerkeuzevragen moest beantwoorden zoals ‘wanneer je motor vlam vat en je de auto aan de kant van de weg parkeert, mag je dan het vuur blussen met water? Ja of nee.’

De gewoonte om afval op de straat te gooien is een ander verschijnsel dat misschien moeilijk te bevatten is. “Terwijl ik bij de kapper was,” vertelt Roel, “gebruikte het personeel deze gigantische bezem om een enorme hoop haar de salon uit te vegen op deze drukke hoofdstraat waar honderden mensen voorbijliepen. De stratenvegers arriveerden vervolgens binnen een paar tellen met hun kartonnen dozen, en namen alles mee. Toentertijd maakte het me een beetje van streek, maar nu weet ik dat er een reden voor is – verborgen werkloosheid.”

Het grootste evenement van de zijn kamer van koophandel was in november een driedaagse ‘Holland China Connection’-golfconferentie op het eiland Hainan. De CEO’s van de honderd Nederlandse topbedrijven speelden golf tegen driehonderd Chinese CEO’s van hetzelfde kaliber. Naast het kantoor in Canton heeft Roel ook kantoren in Shanghai en Macau. Zoals hij zijn missie ten aanzien van Nederlandse ondernemers ziet: “We zijn hier om jou in je belangrijkste behoeften te voorzien en je door een veelheid van obstakels te leiden.” 友