

Jonge Nederlandse ondernemers waaieren uit over de hele wereld. Ook China met zijn gigantische economische groei heeft een onweerstaanbare aantrekkingskracht. Waar moet je aan denken als je de sprong waagt? Welke struikelblokken kom je tegen en is het echt zo makkelijk om binnen notime binnen te lopen?

Gelukzoekers kunnen beter wegblijven

“
HET IS ALS
JONKIE
ONDER AAN
DE LADDER
VOLSTREKT
ONDENKBAAR
DAT JIJ JE
MENING ER
ZOMAAR
UITFLAPT
”

De Chinese economie heeft zich de laatste decennia ontwikkeld van een outsider naar een speler van wereldformaat. Het is een van de meest veelbelovende markten. China is al lang niet meer het land dat ons enkel overspoelt met goedkoop gefabriceerde producten. Er is ook een gigantische afzetmarkt. Maar je moet wel weten waar je niche ligt.

Lonneke de Greef (27) runt samen met Michael Douglas (30) sinds een jaar 2-Shanghai, een internationaal stagebemiddelingsbureau in Shanghai. Beiden zijn razend enthousiast, over het land, de cultuur en de markt. Maar met onvoorbereide gelukzoekers maken ze direct korte metten. „Ondernemers komen op Shanghai af als bijen op een pot honing. Velen zie je ook weer snel vertrekken. Het idee dat alles zomaar tot een succes kan uitgroeien

omdat de markt zo groot is, is onzin. Om iets te laten lukken blijft een gedegen plan nodig en de tijd om het te laten slagen. Daarbij kun je China absoluut niet vergelijken met de westerse cultuur. Wat bij ons in Nederland een enorm succes is hoeft in China niet aan te slaan. Mensen zijn geneigd om hun concept letterlijk naar China te kopiëren, maar dat werkt niet. Je zult je concepten aan China moeten aanpassen.”

Diversiteit

„Een gedegen businessplan, het in kaart brengen van de markt en heel goed bedenken welke toegevoegde waarde jouw bedrijf biedt, zijn uiteraard noodzakelijk”, vertelt de in China geboren en getogen Annie Zheng Yi,

eigenaresse van China consultancybureau PMCconnect.

Maar met die basisvoorwaarden alleen ben je er nog niet. Bekendheid met de Chinese cultuur en de manier van zaken doen zijn even belangrijk. „China heeft de omvang van Europa en telt meer dan 1,3 miljard inwoners. Je kunt zelf al bedenken wat voor een diversiteit dat met zich mee brengt, denk aan de enorme hoeveelheid dialecten.”

Behalve de taalbarrière, kom je in een land met een verschil in denken, werken, levensstijl en historie. Chinezen drukken zich op een indirecte manier uit. Wat voor de een belangstend is kan voor een Chinees de meest beschamende opmerking zijn. „De westerse directheid kan behoorlijk afschrikken. Bovendien is het Chinese



Ties Coolen (26, links): „Voor ik begon heb ik eerst meerdere privébezoekjes aan China gebracht.”



Shanghai biedt volop kansen voor avontuurlijke ondernemers. „Maar het idee dat alles zomaar tot een succes kan uitgroeien omdat de markt zo groot is, is onzin,” waarschuwt Michael Douglas (30) die een stagebemiddelingsbureau runt in de economische hoofdstad van China.

werkende leven sterk hiërarchisch opgebouwd, volgens Confuciaanse begrippen. Er is geen sprake van een vrijwel platte structuur in organisaties zoals in Nederland. Respect voor oudere of hoger in de hiërarchie geplaatste mensen is erg sterk. Het is als jonkie onder aan de ladder volstrekt ondenkbaar dat jij je mening er tegen zulke mensen klakkeloos uitflapt.”

Daarnaast is er nog het verschil in cultuur en de daarbij behorende etiquette. Wat doe je als je bij een zaken-

diner een voor onze begrippen curieus gerecht voorgeschoteld krijgt, zoals koeienlongen of zwaneneieren die een paar jaar onder de grond hebben gelegen? Hoe ga je om met een directeur die tijdens een gesprek zonder pardon een flinke boer laat?

De Greef: „De eerste keer dat je dat meemaakt weet je even niet zo goed hoe je moet reageren aangezien je het liefst in lachen uit zou barsten. Dus je moet echt aan dat soort dingen wennen. Ook eten met veel geluiden en met de mond vol praten is geen probleem!”

Ties Coolen (26), eigenaar van Coolen Trading BV, een internationaal bemiddelingsbedrijf gericht op het inkoopproces van goederen uit China,

beaamt dit: „Ik lees nog steeds ontzettend veel boeken over de Chinese cultuur en historie. Ik volg cursussen, bekijk films en praat met ervaringsdeskundigen. Bovendien heb ik voordat ik startte meerdere privébezoekjes aan China gebracht. Dat heeft me erg geholpen omdat ik daardoor toen ik zakelijk begon niet meer afgeleid werd door alle impressies die ik opdeed.”

Guanxi

Tot slot is er nog het fenomeen Guanxi (contacten, een netwerk), volgens velen is niets zo belangrijk op de Chinese markt als dit. Zheng Yi nuanceert dit beeld. „In China wordt inderdaad veel meer belang aan een netwerk gehecht maar het is echt niet zo dat je met het juiste netwerk waardeloze troep zo kunt verkopen. Je moet ook niet vergeten dat netwerken in Nederland ook belangrijk is.”

Zowel Coolen, De Greef als Douglas hebben geen spijt van hun stap. Ze genieten van het Chinese leven. Door de grote culturele en taalbarrière en het feit dat je het systeem moet leren kennen lijkt slagen in China meer geschikt voor de lange adem. „Inderdaad”, bevestigt Zheng Yi, „De lange adem, ruim de tijd nemen om te investeren in de voorbereiding en jezelf, dat is nou echt typisch Chinees.”

Meer weten?

www.guanxi.nu
www.geledraak.nl
www.netherlandschamber.cn
www.evd.nl
www.hollandinchina.org