

## China and the Art of Xuro

De veronderstelling dat iedere onderneming die zich op China richt automatisch binnenloopt, klopt niet. Het is waar dat China een grote afzetmarkt heeft, ook dat er een dik belegde boterham te verdienen valt, reken echter niet op wonderen. Volgens Rob Groeneweg is dat dé essentie van zakendoen met China. Zijn vriendschap met de Chinese Anne Xu bracht hem op het idee om Chinese kunst in Nederland op de markt te brengen onder de naam Xuro. De verkoop van Chinese kunst wil nog niet vlotten, de vraag naar Xuro's diensten als business developer daarentegen groeit. Rob zit boordevol nieuwe ideeën en verstaat de kunst zich niet blind te staren op gouden bergen. "Veel ondernemers denken bij China alleen aan het potentieel van 1,3 miljard consumenten en willen daardoor te graag. Toch blijft een slechte deal een slechte deal. Wees niet te gretig. De echte afzetmarkt is namelijk veel kleiner."

Door zijn werk bij Cross Ocean Cosco Container Lines komt Rob in 1990 in contact met China, aangezien dit bedrijf al decennia lang met Chinese werknemers en stagiaires werkt. "Er zijn in Nederland ongeveer 8.000 Chinese studenten en zij zoeken vaak een stageplek bij bedrijven die China georiënteerd zijn. Met één van die stagiaires raakte ik bevriend. In 2004 heb ik haar in China bezocht en was direct verknocht aan het land. De dynamiek, de bouwputten, de drukte en de sfeer, ik vond het waanzinnig."

### De façades

Met Chinezen zakendoen is een vak apart leert Rob al snel. Daar is kennis en begrip voor nodig. Een bak geld is geen wondermiddel voor succes. "Diverse grote bedrijven zijn het bewijs van de hoge moeilijkheidsgraad. Multinationals als Ahold en KPN hebben zich zwaar vertild. Zij waren zich er niet voldoende van bewust dat achter de neofaçades in de grote steden een compleet andere cultuur met bijbehorende tradities schuilgaat dan in het Westen."

### Spend money to make money

"Voor ondernemingen die zakendoen met China, is een contactpersoon ter plaatse misschien wel de belangrijkste investering. Deze vinden valt niet mee. Er zijn weinig Chinezen die, op een niveau dat wij gewend zijn, zelf initiatief nemen, verantwoordelijkheid durven dragen of goed Engels spreken. Laat staan een combinatie daarvan. Toch, de zoektocht naar de juiste persoon kan dan wel lang duren, het levert uiteindelijk meer op dan het kost. Zonder lokaal contactpersoon heb je weinig grip op de zaken. Als je bijvoorbeeld een lading uit China verwacht, dan is het verstandiger om in China te checken of het product en de hoeveelheid in orde is. Doe je het pas bij aflevering, dan kost het veel tijd en geld als de lading niet conform de afspraak is. Een vertegenwoordiger van je belangen in China is zodoende niet alleen praktisch, het is ook financieel verstandig."

### A different calender

Wanneer je een geschikte lokale werknemer gevonden hebt, is er nog een lange weg te gaan. Chinezen zijn vriendelijke mensen, maar wel met gebruiksaanwijzing. Eén van de dingen waar je rekening mee moet houden, is het belang dat Chinezen aan status hechten. Dat kan in de kleinste dingen zitten, zelfs bij onderwerpen waar wij als Westerlingen niet bij stil staan. "Ik had eens een Chinese medewerker op kantoor. Aan het eind van het jaar kreeg iedereen een agenda van de zaak. Er waren allemaal verschillende: rode, bruine, zwarte; groot en klein. Deze werden willekeurig verdeeld onder de werknemers. De Chinese medewerker kreeg er ook één, hij zei niets, keek ernaar en scheurde de agenda in tweeën, waarna hij haar in de prullenbak wierp. Hij voegde er nog aan toe 'they look down on me' en heeft een week niet gesproken. Wat was het geval? Hij kreeg bij toeval een iets kleinere agenda dan de anderen."

### **Good copycat**

Culturele verschillen maken op meer fronten de dienst uit. “Zo heeft China naast tal van positieve eigenschappen helaas ook een reputatie in het vermarkten van namaak artikelen. Die kopieercultuur heeft van Chinese bedrijven vaardige producenten gemaakt. Ze kunnen heel goed fabriceren en producten uit China zijn kwalitatief vaak uitstekend. Zo worden in China Volkswagens geproduceerd die mogelijk zelfs beter zijn dan de oorspronkelijke uit Duitsland.” De reden voor de hoge kwaliteit van producten uit China kan Rob wel verklaren. “Het is een hiërarchische samenleving en het kopiëren van de meester is het hoogste goed. Ze willen even goed zijn en liefst nog beter. Dat is ook de reden waarom er in China geen taboe rust op het reproduceren van producten.”

### **Next generation**

Plagiaat niet direct veroordelen is waarschijnlijk voor velen een brug te ver. Op minder beladen gebied is het een stuk makkelijker elkaar in gewoonten de hand te reiken: “Het is in een Chinees netwerk bijvoorbeeld ongebruikelijk om elkaar te bedanken voor een bewezen dienst. Ik bedankte eens iemand nadat diegene moeite had gedaan om mij met iets te helpen. Hij zei: je hoeft me niet te bedanken, de rollen zullen heus nog wel een keer andersom zijn. Elkaar helpen is vanzelfsprekend. Net als elkaar rustig benaderen. Leg geen druk op. Doe je dat wel, dan zetten ze de hakken in het zand. Vermijd ook gesprekken over beladen onderwerpen – zoals Taiwan en Falun Gong – met zakenrelaties. Met heel goede vrienden kun je zulke onderwerpen overigens best wel bespreken. De jongere generatie gaat daar ook al wel anders mee om.

Chinezen kunnen in de regel bovendien slecht tegen kritiek. De nieuwe generatie wil snel carrière maken, veel geld verdienen en dat alles zonder problemen. Als je eenmaal een goede Chinese kandidaat hebt voor je organisatie, koester hem of haar dan. De jonge Chinezen jobhoppen geld, macht en aanzien achterna, net zoals wij dat doen. En ook dát kan je ze natuurlijk niet kwalijk nemen.”

**Published: July 2007**

**China Success Stories features business, commerce, trading and other Guanxi type of news on how to be successful investing or dealing in or with China. ->**

**[www.chinasuccessstories.com/](http://www.chinasuccessstories.com/)**